



— 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

**La intención emprendedora en estudiantes de
Economía y Contador Público Nacional de la UCA-
Campus Guairá en el año 2023**

Elaborado por:

Univ. Sylvia Jazmín Vera Giralá

Univ. Cynthia Patricia Cardozo Velásquez

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

**La intención emprendedora en estudiantes de
Economía y Contador Público Nacional de la UCA-
Campus Guairá en el año 2023**

Elaborado por:

Univ. Sylvia Jazmín Vera Giralá

Univ. Cynthia Patricia Cardozo Velásquez

Tutor/es: Lic. Tania Stollmaier

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

**La intención emprendedora en estudiantes de
Economía y Contador Público Nacional de la UCA-
Campus Guairá en el año 2023**

Estudiante	Calificación
Sylvia Jazmín Vera Giralá	
Cynthia Patricia Cardozo Velásquez	

.....

Miembro Tribunal

.....

Miembro Tribunal

.....

Miembro Tribunal

PÁGINA DE ADVERTENCIA

En esta sección del Trabajo Final de Grado, las autoras de esta investigación asumen 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 las opiniones expresadas por las autoras en los textos publicados. La responsabilidad total de las ideas y conceptos presentados recae exclusivamente en las autoras de esta investigación

Sylvia Jazmín Vera G.

Cynthia Patricia Cardozo V.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por darnos la fuerza y fortaleza para poder lograr todos nuestros objetivos.

A todas las personas que nos han ayudado y apoyado en la realización de este trabajo final de grado de la Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas de la UCA-Campus Guairá.

A la Lic. Tania Stollmaier, nuestra tutora y profesora, por su guía y orientación durante todo el proceso.

A las autoridades de la Universidad, por brindarnos la oportunidad de realizar esta investigación y por su constante apoyo en nuestra formación académica.

A nuestras familias y amigos, por su apoyo incondicional durante todo el proceso de investigación y por su motivación en todo momento.

¡Muchas gracias a todos!

Sylvia y Patricia

DEDICATORIA

A nuestras familias y amigos, por ser nuestra motivación en todo este proceso y por el apoyo constante.

A nuestros profesores, que sin sus enseñanzas esto no hubiese sido posible y a todos los que nos van acompañando en nuestras vidas y formación académica.

Sylvia y Patricia

RESUMEN

El trabajo final de grado titulado, La intención emprendedora en estudiantes de Economía y Contador Público Nacional de la UCA-Campus Guairá en el año 2023, tuvo como objetivo general analizar los factores que promueven la intención emprendedora en los estudiantes. La metodología consistió en un enfoque mixto, con alcance descriptivo, de tipo no experimental y corte transeccional, la muestra estuvo conformada por los estudiantes del último año de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas de la Universidad Católica Campus Guairá. Las técnicas de recolección de datos empleadas fueron la encuesta y la entrevista. Los principales hallazgos indicaron que, los factores principales que afectan a los estudiantes en la intención y decisión de emprender son la formación académica, el rol de la familia, la financiación, y la conducta planificada. Por tanto, los encuestados tienen apertura y consideran la posibilidad de emprender como alternativa a la falta de oportunidad laboral que existe en nuestro país, y es viable ya que las respuestas obtenidas muestran que los factores mencionados son influyentes para llevar a cabo con éxito algún proyecto.

Palabras Claves: Intención emprendedora, estudiantes, financiación, formación académica, rol de la familia.

ABSTRACT

The final degree project entitled Entrepreneurial intention in students of Economics and National Public Accountant of the UCA-Guairá Campus in the year 2023, had the general objective of analyzing the factors that promote entrepreneurial intention in students. The methodology consisted of a mixed approach work, with descriptive scope, non-experimental and transectional cut, the sample consisted of students in the last year of the College of Accounting, Administrative and Economic Sciences of the Catholic University Guairá Campus. The data collection techniques used were the survey and the interview. The main findings indicated that the main factors that affect students' intention and decision to undertake are academic training, the role of the family, financing, and planned behavior, and therefore, the respondents are open and consider the possibility of undertaking as an alternative to the lack of job opportunities that exist in our country, and it is feasible since the answers obtained show that the factors mentioned are influential to successfully carry out a project.

Keywords: Students, financing, academic training, entrepreneurial intention, role of the family.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I – PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1. PREGUNTA GENÉRICA	6
1.2. PREGUNTAS ESPECÍFICAS.....	6
1.3. OBJETIVOS	6
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	7
CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	9
2.1. MARCO DE ANTECEDENTES	9
2.2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	12
2.2.1. MARCO CONCEPTUAL.....	12
2.2.1.1. Emprendedor.....	12
2.2.1.2. Emprendedurismo.	14
2.2.1.3. Intención emprendedora.....	15
2.2.1.4. Emprendedorismo	17
2.2.1.5. Empresa.....	17
2.2.1.6. Emprendimiento.	18
2.2.2. MARCO TEÓRICO.....	19
2.2.2.1. Factores que inciden en la intención de emprender	19
2.2.2.2. Emprendimiento y formación académica	22
2.2.2.3. Emprendimiento y el rol de la familia	24
2.2.2.4. Emprendimiento y financiación	25
2.2.2.5. Teoría del Comportamiento Planificado.....	34
2.3. VARIABLES	36
2.3.1. Hipótesis	36
2.3.2. Definición conceptual y operativa de las variables.....	36
CAPÍTULO III – MARCO METODOLÓGICO	39
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	39
3.2. UNIVERSO – POBLACIÓN Y MUESTRA.....	39
3.2.1. Población	39
3.2.2. Muestra	40
3.3. MÉTODO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	40

3.4. PROCEDIMIENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS	41
3.5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	41
CAPÍTULO IV – MARCO ANALÍTICO.....	42
4.1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	42
CAPÍTULO V – CONCLUSIONES	71
5.1. CONCLUSIONES.....	71
5.2. RECOMENDACIONES.....	74
BIBLIOGRAFÍA.....	75
ANEXOS	81
ANEXO A – INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	81
A. ENCUESTA APLICADA A LOS ESTUDIANTES.....	81
B. GUÍA DE ENTREVISTA A ESTUDIANTES EMPRENDEDORES	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Factores que inciden en la intención de Emprender.....	20
Tabla 2: Financiación Método 3F's	26
Tabla 3: Método Financiación Privada.....	28
Tabla 4: Método Business Angels.....	29
Tabla 5: Metodo Capital de Riesgo.....	31
Tabla 6: Cantidad de emprendedores del último año en la FCCAyE	43
Tabla 7: Cantidad de estudiantes del último año de la FCCAyE que trabajan actualmente	44
Tabla 8: Conceptualización de lo que significa emprendimiento	45
Tabla 9: Características personales de un emprendedor según los estudiantes	46
Tabla 10: Obstáculos para un emprendedor según los estudiantes.....	47
Tabla 11: Préstamos relacionados a la intención de emprender	48
Tabla 12: Emprender como meta profesional para el estudiante del último año	49
Tabla 13: Percepción de los estudiantes sobre la habilidad para emprender un negocio.....	50
Tabla 14: Percepción de los estudiantes sobre la capacidad para administrar recursos.....	51
Tabla 15: Emprender un negocio como salida laboral para los estudiantes.....	52
Tabla 16: Familiares de los estudiantes que han impulsado una empresa	53
Tabla 17: Grado de apoyo de los padres ante una decisión de emprender	54
Tabla 18: Apreciación sobre el ambiente familiar para emprender.....	55
Tabla 19: Independencia financiera para realizar actividades libremente	56
Tabla 20: Formación sólida en materia de emprendimiento.....	57
Tabla 21: Capacitación en algún programa específico de emprendimiento	58
Tabla 22: Liderazgo de la facultad en relación a la cultura emprendedora.....	59
Tabla 23: Promoción del emprendedurismo desde la facultad.....	60
Tabla 24: La formación recibida como un factor determinante para tomar una decisión sobre emprender	61

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Cantidad de emprendedores del último año en la FCCAyE	43
Gráfico 2: Cantidad de estudiantes del último año de la FCCAyE que trabajan actualmente	44
Gráfico 3: Conceptualización de lo que significa emprendimiento.....	45
Gráfico 4: Características personales de un emprendedor según los estudiantes	46
Gráfico 5: Obstáculos para un emprendedor según los estudiantes	47
Gráfico 6: Préstamos relacionados a la intención de emprender	48
Gráfico 7: Emprender como meta profesional para el estudiante del último año	49
Gráfico 8: Percepción de los estudiantes sobre la habilidad para emprender un negocio.....	50
Gráfico 9: Percepción de los estudiantes sobre la capacidad para administrar recursos.....	51
Gráfico 10: Emprender un negocio como salida laboral para los estudiantes ..	52
Gráfico 11: Familiares de los estudiantes que han impulsado una empresa ...	53
Gráfico 12: Grado de apoyo de los padres ante una decisión de emprender ..	54
Gráfico 13: Apreciación sobre el ambiente familiar para emprender	55
Gráfico 14: Independencia financiera para realizar actividades libremente	56
Gráfico 15: Formación sólida en materia de emprendimiento	57
Gráfico 16: Capacitación en algún programa específico de emprendimiento ..	58
Gráfico 17: Liderazgo de la facultad en relación a la cultura emprendedora	59
Gráfico 18: Promoción del emprendedurismo desde la facultad	60
Gráfico 19: La formación recibida como un factor determinante para tomar una decisión sobre emprender	61
Gráfico 20: Nube de palabras de motivación para emprender	63
Gráfico 21: Nube de palabras de pasos para poner el proyecto en marcha.....	65
Gráfico 22: Nube de palabras de tiempo como emprendedor	66
Gráfico 23: Nube de palabras de productos o servicios del emprendimiento ...	68
Gráfico 24: Nube de palabras de formación en la intención de emprender	70

INTRODUCCIÓN

El tema del presente trabajo final de grado es la intención emprendedora en estudiantes de Economía y Contador Público Nacional de la UCA-Campus Guairá en el año 2023, el objetivo general de la investigación es analizar los factores que promueven la intención emprendedora en estos estudiantes. Que, podemos definirla como la disposición o voluntad de una persona para iniciar o desarrollar un proyecto empresarial propio, y a partir de esto se analizan una serie de factores como lo son el rol de la familia, la formación académica, y la financiación.

El trabajo se divide en 5 capítulos, los cuales se detallan a continuación:

En el capítulo I se aborda el planteamiento del problema, la pregunta general y las específicas del trabajo, los objetivos tanto el general como los específicos y por último, la justificación de la investigación.

En el capítulo II se desarrolla el marco teórico y referencial, en la primera parte de este capítulo se presentan los antecedentes internacionales y nacionales que existen respecto a la investigación, luego los conceptos relacionados y el marco teórico, donde se desarrollan las variables en base a la literatura.

En el capítulo III se presenta el marco metodológico, donde se expone el tipo de investigación, la población y muestra, los métodos, técnicas e instrumentos, así como el procedimiento para recolectar datos y, el análisis e interpretación de los mismos.

En el capítulo IV se presenta el marco analítico, donde se exponen los resultados de la investigación por medio de gráficos y tablas, además de los resultados cualitativos expresados en forma de nubes de palabras.

En el capítulo V se exponen las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo.

Por último, se presentan las referencias bibliográficas y el anexo que componen el trabajo de investigación.

CAPÍTULO I – PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Es de público conocimiento que las empresas son esenciales para contribuir al desarrollo de la sociedad en muchos aspectos, motivo por el cual el emprendimiento es un motor clave para el crecimiento económico de un país.

Una de las características de la estructura productiva paraguaya es el predominio de las unidades económicas unipersonales (trabajadores por cuenta propia), de micro y pequeñas empresas (muchas de ellas de carácter familiar), la ausencia de un estrato significativo de empresas medianas, un pequeño número de empresas de gran tamaño que concentra una importante proporción de la producción, así como considerables brechas de productividad, desigualdad, empleo y condiciones de trabajo entre empresas de diferentes tamaños.

Villarrica, y las demás ciudades del departamento de Guairá, son ricas en masa joven, quienes buscan insertarse al mercado laboral, y por ende es la población más desfavorecida para el acceso al primer trabajo.

Los jóvenes estudiantes de las carreras de Contador Público Nacional y Economía de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas de la Universidad Católica “Nuestra Señora de la Asunción” del campus Guairá no son ajenos a esa situación, que tienen la posibilidad de acceder a una formación de calidad, pero se enfrentan a la realidad de una escasa oferta laboral, y a su vez, requisitos de experiencia laboral para los puestos disponibles, lo que dificulta aún más el acceso al primer empleo, existiendo un exceso de demanda laboral; teniendo en cuenta que los lugares más solicitados para trabajar son entidades financieras, pocas compañías privadas, y por supuesto, los cargos de entidades públicas, cuando estas generan nuevos cargos a ser ocupados mediante concurso por medio del llamado de oposición de méritos, lo que deja a muchos jóvenes, sobre todo estudiantes a buscar alternativas sobre cómo solventar sus gastos propios, por lo que buscan esa oportunidad laboral en pequeñas empresas de servicios gastronómicos,

de indumentarias, y otras pequeñas empresas de otros tipos de servicios, donde generalmente la paga en ocasiones no llega al salario mínimo con horario exigente, despertando en los estudiantes y futuros egresados el espíritu de emprender.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) estimó 73 millones de jóvenes desempleados en todo el mundo para el cierre del año 2022, lo que supone una ligera mejora con respecto a la cifra registrada en 2021 (75 millones de desempleados). A nivel regional, la tasa de desempleo en Latinoamérica es elevada, donde aproximadamente el 20,5% de los jóvenes están en dicha situación, y estudios realizados revelan que la cantidad de los mismos en busca de empleo a nivel regional es de aproximadamente 10 millones, una de las peores crisis laborales de los últimos años. En el caso del Paraguay, el porcentaje de desempleo juvenil es superior con un 18,4% al cierre del primer trimestre del 2022, lo que nos posicionó en los primeros lugares entre las economías que fueron analizadas por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) que reconoce estos datos en su última publicación denominada "Panorama Laboral en América Latina". Al desempleo también se le suma la informalidad, que de acuerdo con el reporte del Instituto Nacional de Estadística (INE), en el tercer trimestre del 2022, la tasa de informalidad alcanzó un 64,2%, un total de 1.805.425 personas, significando una cifra superior en 0,5 puntos porcentuales al mismo periodo del 2021, situación que afecta principalmente a los jóvenes para el acceso a un trabajo de calidad y calificado.

Debido a toda esta situación, los jóvenes comienzan a originar ideas como emigrar al extranjero para un trabajo mejor remunerado, o para generar negocios propios, y allí ponemos de manifiesto que la formación académica juega un rol importante para la toma de decisiones, en la provisión de información y teorías sobre capacidades y habilidades que requiere una persona emprendedora, además del desarrollo del perfil emprendedor del joven por medio de la malla curricular en ambas carreras ya mencionadas con la materia de Emprendedorismo para Contador Público Nacional, y Electiva (Emprendedorismo) para la carrera de Economía. Igualmente, existen otros

factores que influyen fuertemente en la intención de emprender, como el entorno familiar, la personalidad, los recursos disponibles, el acceso a créditos, entre otros.

Si el mercado laboral continúa operando con una poca participación juvenil, estos seguirán aspirando a realizar otros tipos de actividades como medio de subsistencia. Uno de los medios comunes entre los jóvenes es el emprendimiento, que, por el perfil de egreso, favorece al estudiante universitario del área de las ciencias económicas. Con este trabajo pretendemos dar énfasis e importancia a la educación de calidad como impulsor para motivar a más estudiantes o egresados a la generación de negocios personales formales y de esa manera ser artífices de la economía y opción de empleo en un futuro.

1.2. PREGUNTA GENÉRICA

¿Cuáles son los factores que promueven la intención emprendedora en estudiantes de Economía y Contador Público Nacional de la Universidad Católica Campus Guairá en el año 2023?

1.3. PREGUNTAS ESPECÍFICAS

- ¿Cuáles son las capacidades con respecto al emprendedurismo que desarrollan los estudiantes durante su formación?
- ¿Qué percepción tienen los estudiantes sobre la influencia de la materia de Emprendedorismo en la intención de emprender?
- ¿Cuáles son las características del entorno familiar de los estudiantes con intenciones de emprender?
- ¿Qué rasgos de personalidad son comunes en los estudiantes que tienen la intención de emprender?
- ¿Cuántos emprendedores y futuros emprendedores se hallan entre los estudiantes?

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. General

Analizar los factores que promueven la intención emprendedora en estudiantes de Economía y Contador Público Nacional de la Universidad Católica Campus Guairá en el año 2023.

1.4.2. Específicos

- Describir las capacidades de emprendedurismo que desarrollan los estudiantes durante su formación.
- Identificar la percepción que tienen los estudiantes sobre la influencia de la materia de Emprendedorismo en la intención de emprender.
- Distinguir las características familiares de los estudiantes que tienen la intención de emprender.
- Reconocer los rasgos de personalidad comunes en los estudiantes que tienen la intención de emprender.
- Cuantificar a emprendedores y futuros emprendedores que se hallan entre los estudiantes.

1.5. JUSTIFICACIÓN

El estudio es importante porque pretende determinar cuáles son los factores que promueven la intención emprendedora en estudiantes de Economía y Contador Público Nacional de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas de la Universidad Católica Campus Guairá, y obtener como resultado de la investigación la caracterización de los emprendedores o futuros emprendedores.

No es mucho lo que se ha investigado y escrito referente a este sector pese a su importancia en la estructura económica de Paraguay. Esto se explica, en parte, por la ausencia de estadísticas económicas y la voluntad para generarlas a nivel estatal y privado. Sin embargo, la documentación existente en el contexto internacional ha sido útil y variada en su temática. El estudio se constituye en un aporte metodológico, teórico y práctico importante, pues servirá de referencia para otras investigaciones en el contexto local, regional y nacional.

La investigación beneficia al estudiante universitario de las carreras de Contador Público Nacional y Economía, así como a los interesados en ampliar la presente línea de investigación. Los resultados sirven fundamentalmente a la Facultad para el diseño de estrategias más efectivas en el fomento de la cultura emprendedora desde la academia, así como también al Ministerio de Industria y Comercio para la implementación de políticas y planes para la promoción para el emprendedor. Es de utilidad para la creación de programas que orienten al autoempleo y creación de empresas, de esa forma pueden resolver la falta de oportunidad laboral para jóvenes sin experiencia, en las diversas ramas.

La ejecución del proyecto es posible porque se cuenta con todos los recursos necesarios para llevar a cabo la investigación. Los sujetos de estudio son de fácil acceso y se podrán recabar datos mediante la encuesta y la entrevista, a través de cuestionarios electrónicos.

CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1. MARCO DE ANTECEDENTES

En este apartado se recopila información, primeramente, de otras investigaciones a nivel internacional con respecto a emprendedurismo en jóvenes universitarios. Seguidamente, se procede a presentar los antecedentes nacionales en el área de estudio.

Internacionales

El emprendimiento también está relacionado con personas que poseen ciertas características que les facilitan el desarrollo de esta tarea con éxito. Sobre esto, un estudio presentado en México y titulado *Espíritu emprendedor en jóvenes universitarios*, desarrollado por Fuentes et al. (2022), explica y demuestra que las características del individuo hacia el emprendedurismo forman parte del ser humano; sin embargo, en ocasiones, existe la necesidad de una formación pertinente dirigida a fortalecer esas habilidades y proveer el conocimiento necesario para lograr desarrollar un proyecto de emprendedurismo. Esta formación es la base para promover las aspiraciones emprendedoras entre los jóvenes como una alternativa a las condiciones económicas cambiantes.

Torres et al. (2020) en su investigación: *El emprendimiento juvenil en función al perfil psicosocial y las condiciones del entorno familiar*, presentada en la Universidad Católica de Cuenca, de Ecuador, al llevar a cabo un análisis de las condiciones familiares y su incidencia en el emprendimiento juvenil, llegan a la conclusión de que el principal factor de influencia en el joven emprendedor es la familia, pues es un elemento importante que aporta para la decisión de formar o no el emprendimiento, basado en el comportamiento del individuo se puede describir que el potencial emprendedor es aquel que cumple con aquellas características sociales, el mismo que se va formando en el interior del seno familiar, pues, la familia es el responsable de la formación en primer plano de la

mente emprendedora, seguido de los amigos quienes animan al joven emprendedor a tomar la decisión de seguir siendo independientes.

Mora et al. (2019) en su investigación sobre los *Jóvenes universitarios y su apuesta al emprendimiento social*, analizaron el rol de la norma subjetiva y del ecosistema universitario, y sus efectos en la intención emprendedora de los estudiantes de las distintas carreras de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Cuenca, de Ecuador. En este marco, se determinan analizar diversas características personales y de contexto, la formación recibida y el marco institucional universitario con la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios. Los resultados indican que la intención emprendedora se ve influenciada, significativamente, por la variable norma subjetiva y sus tres sub-dimensiones, sobre todo por la familia y los profesores; constructos que fueron verificados en su fiabilidad y validez. Estos resultados guardan similitudes con otros estudios e investigaciones que sugieren que si bien el proceso de aprendizaje puede promover el espíritu empresarial, la importancia que le da el joven emprendedor universitario a las opiniones de quienes conforman su círculo íntimo, es un factor que incide en su decisión de iniciar un negocio. En primer lugar, con respecto al diseño de un programa educativo adecuado, que permita un aprendizaje efectivo y adecuado en el que el estudiante pueda formarse y adquirir habilidades y destrezas necesarias para emprender. En segundo lugar, con respecto al panorama institucional de la educación empresarial, donde los jóvenes se desarrollan; en la que se promuevan la mentalidad y actitud emprendedora, así como la percepción del emprendedor en lo que se refiere a su entorno familiar, social y cultural.

Por otro lado, Lloja et al. (2021) en la investigación *Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios*, de la Universidad Peruana Unión de Perú, tienen como objetivo determinar los factores de mayor predominancia en la intención emprendedora. Se realizó con base en un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo no experimental. El estudio se realizó en varias universidades de la ciudad de Tarapoto, en la región San Martín de Perú. Participaron 297 estudiantes. De manera similar, los datos

se recolectaron mediante un instrumento validado por expertos mediante una encuesta virtual a través de la aplicación Google Forms y su la credibilidad fue verificada mediante Alfa de Cronbach. Se obtuvo un coeficiente de 0,95. Los resultados mostraron que los factores personales estaban en un nivel alto con un 68% y los factores de recursos estaban en un nivel moderado con un 54%, y estos favorecen más a fomentar la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios. Sin embargo, se considera que los factores de recursos requieren una mayor participación y atención. En conclusión, los factores personales influyen mucho en las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios. De manera similar, la actitud y las habilidades empresariales, así como las habilidades y la capacidad para identificar, planificar, ejecutar y convertir los problemas en oportunidades, son ingredientes esenciales para un emprendedor exitoso.

Nacionales

Villalba & Ortega (2021) en su investigación *El perfil emprendedor en Paraguay. Análisis de la población juvenil. Pilar, Paraguay*, tiene por objetivo estimar las características del perfil emprendedor de la población joven, identificar fortalezas y debilidades en las conductas, y, a partir de ellas, tener un diagnóstico que permita pensar en políticas para fomentar el emprendedurismo. Con todo lo propuesto se desarrolla un trabajo investigativo con enfoque cuantitativo, de diseño descriptivo y prospectivo por medio de un cuestionario aplicado a 5.972 jóvenes en una encuesta nacional a jóvenes de 15 a 29 años de edad, de las zonas urbanas del territorio, con la idea de buscar alternativas para afectar al crecimiento económico y en el desarrollo social de las comunidades, lo que permite la generación de empleos e innovaciones así como cómo producir conocimientos sobre el emprendedurismo. Teniendo en cuenta que la encuesta es desarrollada a nivel país, se presentan respecto a los jóvenes de la ciudad de Villarrica. Una conclusión relevante de dicha investigación es que los sujetos encuestados de la mencionada ciudad se caracterizan por un

desarrollo intermedio del perfil emprendedor, sobresalen por encima de la muestra nacional en pautas como fijar metas, exigir eficiencia y calidad. Por otra parte, sus competencias menos desarrolladas son planificar, cumplimiento, buscar oportunidades, persuadir y crear red de contactos.

Un estudio sobre el emprendedurismo en Paraguay con un enfoque relacionado con cómo las personas u organizaciones en Paraguay administran su economía a través de sus aptitudes de liderazgo y emprendedurismo fue desarrollado por Benítez (2016) en el cual se destaca la viabilidad del emprendedurismo como una herramienta para obtener los resultados esperados dentro de la administración de una organización, y también se analiza la viabilidad de incrementar la natalidad de las empresas mediante un espíritu emprendedor, y así, disminuir los porcentajes de pobreza y desempleo para poner en marcha la economía del país hacia un desarrollo global. Siendo escasa la bibliografía que se encuentra relacionada con el emprendedurismo en Paraguay, Benítez pudo obtener tres clasificaciones de esta ciencia, las cuales son: el emprendedurismo social, el emprendedurismo colectivo y los proyectos empresariales comunitarios.

2.2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.2.1. MARCO CONCEPTUAL

El marco conceptual que se desarrolla a continuación, permite conocer los elementos básicos de los conceptos a ser analizados para comprender la intención emprendedora según la literatura consultada.

2.2.1.1. Emprendedor.

El emprendedor es aquel individuo con propensión de asumir el riesgo, llevar una idea a la empresa con un fin, estos siendo negocios, empresas las

cuales ponen en movimiento a la economía, también determina diferentes factores como edad, situación económica, medidas arancelarias, culturales y políticas.

Harper (1991) citado por Alcaraz (2011) lo identifica como una persona capaz de detectar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para desarrollar un nuevo concepto de negocio; es decir, tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza. Como se citó en Ovalles-Toledo et al. (2018, pp. 223-224)

Es una persona que identifica oportunidades de negocio, y las trabaja, asumiendo riesgos para realizar ideas innovadoras, seres creativos, en ese sentido, Meza (2006) lo identifica como un ser inconforme con lo que es, pues sabe que tiene potencial para desarrollar ideas creativas e innovadoras y lograr un cambio para bien, de esa manera lograr un cambio para bien, refiriéndose a que todas las personas tienen la posibilidad y habilidad para desarrollar ideas, negocios y empresas, pero que también existen ambientes que lo propician, de ahí la importancia de la cultura de un espíritu emprendedor.

Villalba & Ortega (2021) menciona que la palabra emprendedor proviene del francés entrepreneur que significa pionero, para hacer referencia a los precursores como el caso de Cristóbal Colón navegando hacia tierras desconocidas. En ese sentido, sostiene que:

Emprendedor, para este trabajo, es denominada a la persona que desarrolló una fuerte necesidad de logro y, por lo tanto, busca situaciones donde satisfacerlas, poniendo en marcha un conjunto de comportamientos para tener éxito en su propósito (McClelland, 1989;

Pulgarín Molinas & Cardona Acevedo, 2013). Como se citó en Villalba & Ortega. (2021, p. 26)

Se puede sintetizar que el emprendedor es una persona creativa, innovadora, visionaria y decidida, que desarrolla un fuerte deseo de superación y progreso, capaz de ejecutar sus ideas y proyectos por medio de un plan de negocios, asumiendo riesgos sobre todo el financiero, enfrentando y superando obstáculos, para lograr los objetivos empresariales.

2.2.1.2. Emprendedurismo.

En artículos de revistas científicas y trabajos de investigación como tesis, varios autores hacen referencia al término emprendedurismo de forma contextual, ya que no existe una definición otorgada por la RAE, como tal se asume cuanto sigue

Según (Rodríguez, 2009) término francés *entrepernar*, que significa estar listo a tomar decisiones o, a iniciar algo, esta concepción va de la mano con actividad económica en una empresa, donde la competencia y la incertidumbre hacen que esté evaluada constantemente con diversas probabilidades para tomar decisiones. Adicionalmente, se caracteriza por dos tipos: el guerrero arriesgado que aprende constantemente, el jefe de Estado que traza sus estrategias y políticas obteniendo éxito. Tal como se citó en Navarrete (2019) (p. 25)

Por otro lado, tenemos:

Ortigoza Díaz (Eduardo Ortigoza Díaz de León), nos dice que; el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) define emprendedurismo como cualquier intento llevado a cabo por los individuos de empezar una nueva empresa, incluyendo cualquier intento de volverse autoempleado, existen modelos de emprendedurismo de la actividad (Narváez, 2012). Por su parte, Ascencio (2011) y Narváez (2012) señalan que existen dos tipos de emprendedores, con visiones y alcances diferentes: Intrapreneur y Entrepreneur. Como se citó en Gallardo & Fernández (2020, p. 3)

En esta tabla se define a los dos tipos de emprendedores.

Intrapreneur	Este tipo de emprendedor es el que aplica su talento dentro de la organización.
Entrepreneur	Es el que crea su propia empresa o desarrolla su propio emprendimiento. No hay que olvidar que dentro de cada empresa que arranca está el emprendedor que lo hizo posible, pudiendo ser este un: emprendedor económico, social, tecnológico, altruista o político.

Fuente: Gallardo & Fernández (2020).

Se puede decir que el emprendedurismo, por lo tanto, es deseo de llevar a cabo un emprendimiento, es decir, la intención de crear, por medio de las habilidades y capacidades, un negocio o empresa utilizando los recursos disponibles y de esa manera lograr el fomento de la cultura emprendedora para lograr metas económicas.

2.2.1.3. Intención emprendedora

De acuerdo a Martins et al. (2019), la intención emprendedora consiste en “el grado de intención que se tuvo antes de realizarla. En este estudio se refiere a la determinación que tienen los estudiantes universitarios para crear su propia empresa en el futuro” (p.7).

Varios autores han desarrollado en sus investigaciones estudios de los factores de la intención emprendedora de las personas, sobre todo en el contexto universitario, donde contextualmente podemos interpretar la intención emprendedora.

La intención emprendedora puede ser definida como el estado de la mente en el que la atención de una persona se centra en el cumplimiento de un objetivo, en este caso la creación de una empresa o negocio lo cual tiene cierta influencia en las acciones a tomar por el individuo para llegar a dicho objetivo (Prodan & Drnovsek, 2010). Como citó Valencia et al. (2016) (pp. 883-884)

Además, Lloja et al. (2021), afirman que:

La intención es un estado psicológico que posee cada individuo, en el que expresa voluntad y motivación referente a un objetivo en particular (Awwad & Al-Aseer, 2021). Es decir, influye directamente en la manera de actuar que lleva a la decisión para ejecutar una determinada acción o comportamiento pronosticado en el futuro (Atiya & Osman, 2021) en donde también intervienen el esfuerzo y compromiso personal (Brännback & Carsrud, 2009). (p. 271)

Por lo tanto, se puede resumir que la intención emprendedora tiene relación con el estado mental y psicológico respecto a la voluntad y disposición de las personas en su deseo y capacidad de crear una empresa para realizar una actividad económica independiente para su beneficio y bienestar.

2.2.1.4. Emprendedorismo

Albano et al. (2018) mencionan que Dolabela (2005) en su Taller de Emprender describe al Emprendedorismo como un neologismo que proviene de traducir la palabra (derivada del inglés) entrepreneurship, y se utiliza para hacer referencia a los estudios relativos al emprendedor, como sus orígenes, su perfil, su universo de actuación, su sistema de actividades y, de una forma más restringida, específicamente a la creación y el desarrollo de empresas.

El emprendedorismo en sí no está definido por la RAE, pero Carballo et al. (2017), hacen referencia que cualquier fomento del mismo, primero debemos partir de la definición del objeto de estudio, el emprendedor, donde define diversos tipos de emprendedores o empresarios, ya sean rutinarios, schumpeterianos o puros, y comentan que por sí el emprendedorismo tiene la finalidad de generar empleos.

Por tanto, podemos decir que el emprendedorismo es un estudio que nace del mismo emprendedor, es decir, una ciencia que describe el ecosistema en donde se desenvuelve el emprendedor, su perfil y actividades para la creación y desarrollo de su empresa.

2.2.1.5. Empresa.

Para Pérez (2019) se refiere a una organización o institución, que se dedica a la producción o prestación de bienes o servicios que son demandados por los consumidores, obteniendo de esta actividad un *rédito económico*, es decir, una ganancia.

Salvador (2016), describe que una empresa es una unidad organizativa que se especializa en actividades industriales, dirigir un negocio o prestar servicios cuyo objetivo es obtener ganancias participando en actividades técnicas, de mercados, de bienes y servicios. Utiliza factores de producción para realizarlo (trabajo, tierra y capital).

Por ello, podemos decir que, una empresa es una entidad o unidad comercial con fines lucrativos que se dedica a la producción de bienes o prestación de servicios, para satisfacer a clientes o consumidores y de esa forma obtener ganancias o beneficios.

2.2.1.6. Emprendimiento.

Castillo (1999) indica que la definición de emprendimiento no es precisa ni descriptiva para los líderes que quieren explotar el espíritu empresarial. La idea es que todos sean innovadores, flexibles y creativos. Pero por las empresas como Apple, Domino 's Pizza y Lotus, probablemente existen miles de nuevas empresas que se han esforzado por exhibir innovación, crecimiento y otras características que indican la presencia de ese espíritu empresarial en un sentido productivo, ropa, etc. Hay tiendas minoristas y empresas consultoras. Solo que muchas de ellas fracasaron.

Ávila (2021) manifestó que el emprendimiento es de gran importancia para el desarrollo de cualquier país, lo que la sociedad recibe de los emprendedores no es sólo resolver los problemas de los consumidores y satisfacer las necesidades del mercado. Sino que además contribuyen en la creación de empleo, formulación de políticas, entre otros. Fomentar el emprendimiento masivo es promover el progreso social, incluyendo la participación de todos en los diferentes aspectos, innovaciones de procesos y productos, además del crecimiento económico de la tierra. Schumpeter en 1934 decía que el actor principal para el desarrollo del emprendimiento es el emprendedor, en toda su esencia.

Podemos decir que el emprendimiento es un concepto que está en boca de todos en estos tiempos. Cada vez más personas están buscando convertirse en sus propios jefes. Emprendimiento es el arte de crear y poner en marcha un nuevo negocio o proyecto. Requiere de innovación, perseverancia, así como además habilidades empresariales. Los emprendedores identifican oportunidades, toman riesgos y trabajan arduamente con disciplina para

alcanzar el éxito. Es como una fuerza impulsora que se desenvuelve en la economía principalmente, generando empleo y promoviendo el desarrollo de la sociedad. También el emprendimiento es inspiración para otros a realizar negocios, es decir, a que surjan nuevas marcas inspiradas en una empresa.

2.2.2. MARCO TEÓRICO

El marco teórico que se desarrolla a continuación, permite conocer los elementos básicos que explican la intención emprendedora según la literatura consultada.

2.2.2.1. Factores que inciden en la intención de emprender

Los factores sociales tienen estrecha relación con el ambiente del cual proviene el individuo. Al respecto, los autores Albornoz et al. (2017) señalan que determinadas características ayudan a entender el perfil del emprendedor, como los ambientes donde dominan la deserción, la muerte y la negligencia, las empresas familiares, el soporte familiar tanto financiero como psicológico; también la raza y la cultura pueden tener un impacto significativo al adoptar el rol de empresario y el apoyo de la comunidad, puesto que la misma se encargará de reconocer o generar prestigio a quien es propietario de un negocio.

Torroba (2014) analiza cómo influyen la cultura, la formación y la financiación en el desarrollo del emprendimiento en una región, concluye que el principal factor que explica este desarrollo era la cultura adquirida a través de la formación de las sociedades, que era además un factor importante en la financiación encontrada en determinadas regiones. De la misma manera, los factores económicos influyen en el momento de emprender, ya que la falta de oportunidades de empleo y el crecimiento económico tienen un impacto significativo en este sentido.

En contraste con la investigación de Torroba (2014) y Albornoz et al. (2017), se puede notar que hay coincidencia entre los factores que inciden en la

decisión de emprender, puesto que ambas investigaciones mencionan la cultura, formación y financiación, si bien es cierto no en el mismo orden, pero sí dentro de los principales factores.

McClelland (1972) citado por Pérez (2019) identifica como la principal fuerza motivadora de la actitud emprendedora la necesidad de realización de la persona o de la voluntad humana para superar y ser diferente, que implican las características psicológicas y actitudinales como el riesgo de tendencia, iniciativa y deseo de reconocimiento.

Se ha sugerido que el rol, la situación laboral, el país y el género de los emprendedores tienen el efecto de moderar la relación entre la “orientación emprendedora” y la “intenciones emprendedoras” (Chafloque et al., 2021). De hecho, según Sánchez et al. (2017) citado por Fuentes et al. (2022), desde una perspectiva demográfica, los hombres tienen más probabilidades que las mujeres de iniciar actividades emprendedoras. Además, también existe evidencia empírica de que la edad y el nivel de estudios de los estudiantes pueden influir en su nivel de emprendimiento.

Tabla 1: Factores que inciden en la intención de Empezar

Factores que inciden en la intención de emprender		
Autores	Planteamientos	Similitudes
Albornoz et al. (2017)	Determinadas características ayudan a entender el perfil del emprendedor, como los ambientes donde dominan la deserción, la muerte y la negligencia, las empresas familiares, el soporte familiar tanto financiero como psicológico, la raza y la cultura, entre otros.	Hay coincidencia entre los factores que inciden en la intención de emprender, ambas investigaciones mencionan la cultura,

Torroba (2014)	El principal factor que explica este desarrollo era la cultura adquirida a través de la formación de las sociedades, que era además un factor importante en la financiación encontrada en determinadas regiones. De la misma manera, los factores económicos influyen en el momento de emprender.	formación y financiación, si bien es cierto no en el mismo orden, pero sí dentro de los principales factores.
Chafloque et al. (2021)	El rol, la situación laboral, el país y el género de los emprendedores tienen el efecto de moderar la relación entre la “orientación emprendedora” y la “intenciones emprendedoras”.	Ambos autores concuerdan en que el género tiene incidencia en la intención de emprender, teniendo los hombres más probabilidades que las mujeres de iniciar actividades emprendedoras
Sánchez et al. (2017)	Como se mencionó en Fuentes et al. (2022), desde una perspectiva demográfica, los hombres tienen más probabilidades que las mujeres de iniciar actividades emprendedoras.	

Fuente: Elaboración propia.

2.2.2.2. Emprendimiento y formación académica

No existe un consenso sobre cómo la educación empresarial afecta la intención de emprender. Autores como Pérez & Sánchez (2019) y Torroba (2014), no encontraron evidencias de que la educación emprendedora tiene un efecto positivo en la intención de emprender. Sin embargo, otros autores como Salvatierra (2015) y Soria et al. (2017) encontraron resultados positivos e importantes en la intención emprendedora.

Por otra parte, sobre la relación comunidad y Universidad, según Liñán & Fayolle (2015) citado por Pérez & Sánchez (2019), las universidades son una de las instituciones más relevantes junto con las redes sociales, representantes de los empresarios, la cultura y contexto regional. Si el entorno institucional apoya el emprendimiento, esto constituirá a un reconocimiento y valoración positiva de iniciativas empresariales.

Se encuentra que las tres grandes áreas involucradas en potenciar el espíritu emprendedor en los estudiantes universitarios son: psicología, economía y sociología; por ello, las universidades deben atender tres vertientes importantes: “educación, por medio de la docencia, investigación, y la tercera y de nuestro mayor interés: aporte al desarrollo económico, por medio de la tecnología de empresas o la creación de mismas por parte del alumnado y docencia” (Sánchez et al., 2017, p.10 citado por Fuentes et al., 2022, p.108).

Salvatierra (2015) considera que la formación de emprendedores tiene múltiples beneficios para la sociedad. Sin embargo, para Torroba (2014) “la formación no resulta un factor clave para el emprendimiento en sí, pero es el medio a través del cual conseguir una cultura que favorezca el emprendimiento”. (p.34)

Como se citó en Medina et al. (2017):

La educación básica prepara a los jóvenes para seguir dos caminos. El primero de ellos es la transición del colegio a los

centros de formación superior (institutos, universidades o fuerzas armadas); y el segundo camino es la inserción al mercado laboral dependiente. Además, la universidad no está alentando la formación de líderes emprendedores, sino que está concentrada en formar “empleados” capaces de administrar empresas, contribuyendo con el sector público y privado con profesionales dispuestos a recibir órdenes de un superior, según datos del libro Barómetro de Empleabilidad y Empleo de los Universitarios en España (Michavila, 2016). (p.3)

Por otra parte, Albornoz et al. (2017) también encuentra importante resaltar que algunos elementos asociados a la formación pueden adquirirse no sólo dentro de las aulas de clase, sino que son particularmente adquiridos en el ámbito familiar y social.

Por tanto, la formación académica desempeña un rol importante, pero no esencial en la preparación de las personas para convertirse en empresarios exitosos. Solo que, existen limitaciones en la formación académica que pueden obstaculizar su eficacia a la hora de preparar a las personas para los desafíos del desarrollo empresarial. Pero en líneas generales, la formación académica proporciona habilidades en gestión empresarial, de riesgos e innovación, que es crucial para que los emprendedores impulsen un negocio prestigioso. La formación académica también mejora el pensamiento crítico, la resolución de problemas y toma de decisiones, que son cruciales para que los emprendedores naveguen en el incierto mundo empresarial, tomando de referencia a inversores exitosos y expertos de la industria, que son fuente de inspiración para la generación de ideas.

2.2.2.3. Emprendimiento y el rol de la familia

Estudios como los de Brockhaus (1982) consideran que es más fácil ser emprendedor cuando se proviene de un núcleo familiar con vinculación empresarial, lo cual hace que la persona se introduzca paulatinamente en ese mundo. Por otro lado, estudios como los de Bretones & Radrigán (2018) citado por Arango et al. (2022) sostienen que la familia es un factor importante, pero no suficiente en la decisión de emprender, debido a que es importante tener habilidades emprendedoras, recibir acompañamiento e información sobre este proceso y apoyarse en otros actores e instituciones de educación superior.

Para Torres (2020) la influencia del entorno familiar es fundamental para el desarrollo de una carrera profesional, ya que provee y estimula a los emprendedores de actitudes y vocabulario específicos. Además, los padres y familiares tienen perfiles de empresa y considerando que son un elemento cuantioso de influencia familiar, esto es muy importante para que una persona imite sus pasos. Además, mencionando a Bretones & Silva (2009) existe evidencia científica de una relación positiva e influyente entre los padres emprendedores que determinan el emprendimiento, hacia su descendencia, afirmando que la familia juega un papel fundamental e importante en la idea de emprendimiento.

Por tanto, a pesar de no ser un factor determinante ante la decisión de emprender, la familia, juega un papel fundamental, ya que es el núcleo básico de nuestra sociedad. No solo brinda amor y apoyo emocional, sino que también puede ser una gran influencia para la generación de empresas. En muchos casos son los primeros inversionistas del emprendimiento, no sólo proveyendo recursos económicos, sino que además brindando conocimientos y experiencias, impulsando a los emprendedores a generar y poner en marcha las ideas, lo que podría hacer una diferencia para el éxito.

2.2.2.4. Emprendimiento y financiación

Los factores económicos influyen en el momento de emprender, ya que la falta de oportunidades de empleo y el crecimiento económico tienen un impacto significativo en este sentido.

El financiamiento es uno de los factores más importantes al momento de emprender. Un análisis de la investigación realizada por Van Gelderen et al. (2005) muestra que la dificultad para obtener capital inicial es una variable que afecta directa y negativamente la creación de empresas. Por tanto, se beneficiarán de una mayor actividad empresarial en las regiones donde es más fácil obtener capital a través de iniciativas públicas o privadas.

García de Brahi (2018) comentaba en su investigación que, al iniciar un negocio, es importante que se realice una inversión de fondos con recursos propios, y en el caso de que haya varios emprendedores, aumentan las posibilidades de apalancar el emprendimiento, ya sea con fondos propios o con fondos del entorno más cercano (parientes y amigos). Los empresarios suelen tener inicialmente otras fuentes de ingresos hasta que la nueva empresa se independiza y genera ingresos.

Pujol (2013) en su investigación manifiesta que existe la predisposición para emprender, pero que es importante realizar 3 preguntas claves: ¿Cuánto? ¿Cuándo? ¿Cómo? La primera pregunta se responde luego de un análisis minucioso, del porqué y para qué se necesita elaborando un plan seguro de financiación, la segunda pregunta se responde luego de conocer la etapa en que se encuentra el proyecto, de esa forma es más fácil tener una postura y disposición de las herramientas de financiación a las que se puede recurrir y la tercera pregunta, luego de tener las respuestas a las anteriores, para saber si la financiación sería propia o externa. La financiación al inicio suele ser propia como mejor opción, y para no acumular una deuda ya al inicio, pero se suele recurrir a financiación del primer círculo más íntimo, ya teniendo un mejor panorama se busca la fuente de financiación pública o privada, atendiendo a cumplir una serie de requisitos.

Tanto García de Brahi (2018) como Pujol (2013) citan fuentes de financiación similares, siendo éstas Las 3 F's: Family, Friends, Fools (Familia, Amigos, Tontos), Financiación bootstrapping, Financiación Comercial, Financiación Bancaria, Capital de Riesgo, Angel-Capital o Capitales Ángeles. Además, García de Brahi (2018) menciona como una alternativa válida el crowdfunding en español sería financiamiento colectivo.

Pujol (2013) menciona un método muy común entre los emprendedores americanos y cada vez más adentrado en los emprendedores españoles, el 3F's es probablemente la mejor solución y el método que menos dolores de cabeza produce. A veces la financiación propia no es suficiente y se necesitan aportes externos. Mientras que, García de Brahi (2018) menciona que una forma de obtener recursos es un derivado de las llamadas "3F": Familia, Amigos y Tontos. Family - Familia es el entorno familiar. Friends – Amigos: corresponde al núcleo de la amistad. Fools - Tontos: Son los financieros más valientes y creen en los emprendedores y en su capacidad para gestionar sus negocios.

Tabla 2: Método 3F's

3F's	
Pujol (2013)	Método común entre los emprendedores americanos y cada vez más adentrado en los emprendedores españoles, el 3F's es probablemente la mejor solución y el método que menos dolores de cabeza produce. A veces la financiación propia no es suficiente y se necesitan aportes externos.
García de Brahi (2018)	Forma de obtener recursos es un derivado de las llamadas "3F's": Familia, Amigos y Tontos. Family - Familia es el entorno familiar. Friends – Amigos: corresponde al núcleo de la amistad. Fools - Tontos: Son los financieros más valientes y creen en los

	emprendedores y en su capacidad para gestionar sus negocios.
--	--

Fuente: Elaboración propia.

El modelo de financiación 3F's Considerada una fuente alternativa de financiación para nuevas pequeñas empresas. Implica obtener capital de tres fuentes clave: amigos, familiares y tontos por traducción pero son inversionistas arriesgados. Si bien puede parecer un enfoque ideal, el modelo 3F's ha ganado popularidad debido a su bajo costo de capital, términos flexibles y falta de requisitos de garantía.

Pujol (2013) también menciona que la financiación privada, sin distinguir si es financiación comercial o financiación bancaria, se trata de financiación de capital privado, los errores más comunes que cometen los emprendedores de nueva creación son: gastar energía en financiación en lugar de encontrar clientes, ignorar consideraciones legales, encontrar una ubicación primero y vender productos después, obtener dinero primero y centrarse en el valor. Es decir, no muestra un producto sólido, por la creencia de que todo el que se encuentre con el proyecto se enamorará de él, pensando que el producto se venderá solo, confunde el corto plazo con el largo plazo, intenta construir una empresa sin considerar posibles errores en algún momento. En cambio, García de Brahi (2018) distingue la financiación comercial: que son recursos que se obtienen de clientes o proveedores en base a la reputación, seguridad y determinación del negocio. Y el financiamiento bancario: la falta de información de los nuevos negocios obliga a las instituciones a imponer limitaciones al acceso para financiar emprendimiento, principalmente carecer de historial crediticio o falta de confianza.

Tabla 3: Método Financiación Privada

Financiación Privada	
Pujol (2013)	Sin distinguir si es financiación comercial o financiación bancaria, se trata de financiación de capital privado, los errores más comunes que cometen los emprendedores de nueva creación son: no muestra un producto sólido, por la creencia de que todo el que se encuentre con el proyecto se enamorará de él, pensando que el producto se venderá solo, intenta construir una empresa sin considerar posibles errores en algún momento.
García de Brahi (2018)	Distingue la financiación comercial: son recursos que se obtienen de clientes o proveedores en base a la reputación, seguridad y determinación del negocio. Y el financiamiento bancario: la falta de información de los nuevos negocios obliga a las instituciones a imponer limitaciones al acceso para financiar emprendimiento, principalmente carecer de historial crediticio o falta de confianza.

Fuente: Elaboración propia.

La financiación privada es obtener créditos de fuentes no tradicionales, como individuos, empresas de capital privado, en lugar de depender de la financiación pública de bancos o agencias gubernamentales. La financiación privada se ha vuelto cada vez más popular en los últimos años, especialmente entre las nuevas empresas y las pequeñas empresas, debido a su flexibilidad y potencial para obtener mayores retornos de la inversión.

Pujol (2013) relata que los business angels son inversores individuales que invierten capital en una empresa en las primeras etapas de su desarrollo. Lo más interesante de algunos "business angels" es que no sólo financian nuevas empresas, sino que también aportan experiencia en gestión e inversión. En

España existe ESBAN (Red Española de Business Angels (www.esban.com) y AEBAN (Asociación de la Red Española de Business Angels (www.aeban.es)). ESBAN es un fondo privado integrado en la Red Europea de Business Angels. Por su parte, García de Brahi (2018) Business Angels o Capitales Ángel: El término "ángel" se utilizó a principios del siglo XX para referirse a personas que hacían inversiones de alto riesgo en Broadway para financiar producciones teatrales, especialmente por el placer de obtener acceso a jóvenes escritores e intérpretes prometedores. Hoy en día, el término "ángel" o business angel se refiere a los inversores que apoyan a las empresas en su etapa de crecimiento o start-up aportando "dinero inteligente" o capital intelectual, porque son personas con ricos conocimientos, experiencia y habilidades sociales, en empresas con un importante potencial de crecimiento crea valor adicional más allá del puro valor económico. La situación de estos inversores los expone a un alto riesgo, por lo que exigen una alta rentabilidad (normalmente esperan multiplicar su inversión 8 o 10 veces en 5-7 años), porque esta rentabilidad debe cubrir las pérdidas que necesariamente requerirán todos los demás inversiones en otros proyectos.

Tabla 4: *Método Business Angels*

Business Angels	
Pujol (2013)	Son inversores individuales que invierten capital en una empresa en las primeras etapas de su desarrollo. Lo más interesante de algunos "business angels" es que no sólo financian nuevas empresas, sino que también aportan experiencia en gestión e inversión.

<p>García de Brahi (2018)</p>	<p>El término "ángel" se utilizó a principios del siglo XX para referirse a personas que hacían inversiones de alto riesgo en Broadway para financiar producciones teatrales, especialmente por el placer de obtener acceso a jóvenes escritores e intérpretes prometedores. Hoy en día, el término "ángel" o business angel se refiere a los inversores que apoyan a las empresas en su etapa de crecimiento o start-up aportando "dinero inteligente" o capital intelectual, porque son personas con ricos conocimientos, experiencia y habilidades sociales, en empresas con un importante potencial de crecimiento crea valor adicional más allá del puro valor económico. La situación de estos inversores los expone a un alto riesgo, por lo que exigen una alta rentabilidad (normalmente esperan multiplicar su inversión 8 o 10 veces en 5-7 años), porque esta rentabilidad debe cubrir las pérdidas que necesariamente requerirán todos los demás inversiones en otros proyectos.</p>
-------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia.

Los Business Angels suelen ser personas adineradas que invierten sus fondos personales en nuevas empresas. A menudo tienen amplia experiencia empresarial, que pueden ser recursos valiosos para los emprendedores. Además de brindar apoyo financiero, también pueden ofrecer tutoría y orientación estratégica para ayudar a las nuevas empresas a tener éxito.

Pujol (2013) incluye al financiamiento conocido como capital de riesgo son empresarios especuladores profesionales apasionados en invertir en empresas que no cotizan en los mercados formales a cambio de participaciones temporales en el capital. Su finalidad es aportar valor añadido a la empresa financiada y de esa forma promover el desarrollo y desenvolvimiento de la misma no solo por medio de gestión sino también de inversión monetaria, aumentando

de esa manera el valor. En España encontramos ASCRI (Asociación Española). García de Brahi (2018) respecto al Venture Capital o Capital de riesgo dice que se utiliza cuando la empresa tiene cierto nivel de desarrollo, es un fondo con un gran monto de inversión. El capital riesgo es la inversión temporal de recursos de terceros en los activos de la empresa para optimizar sus oportunidades de negocio y aumentar el valor, así como para proporcionar soluciones para proyectos comerciales, compartiendo riesgos y recompensas cuando los inversores buscan inversiones a corto y medio plazo.

Tabla 5: Método Capital de Riesgo

Capital de Riesgo	
Pujol (2013)	Son empresarios especuladores profesionales apasionados en invertir en empresas que no cotizan en los mercados formales a cambio de participaciones temporales en el capital. Su finalidad es aportar valor añadido a la empresa financiada y de esa forma promover el desarrollo y desenvolvimiento de la misma no solo por medio de gestión sino también de inversión monetaria, aumentando de esa manera el valor.
García de Brahi (2018)	Se utiliza cuando la empresa tiene cierto nivel de desarrollo, es un fondo con un gran monto de inversión. El capital riesgo es la inversión temporal de recursos de terceros en los activos de la empresa para optimizar sus oportunidades de negocio y aumentar el valor, así como para proporcionar soluciones para proyectos comerciales, compartiendo riesgos y recompensas cuando los inversores buscan inversiones a corto y medio plazo.

Fuente: Elaboración propia.

Capital de Riesgo consiste en obtener inversión de empresas o individuos especializados en invertir en negocios emergentes con alto potencial

de crecimiento. Este tipo de financiamiento puede ser una opción atractiva para los que buscan expandirse rápidamente, sin embargo, es importante tener en cuenta suelen buscar un retorno significativo de su inversión. Por ese motivo es necesario hacer una minuciosa evaluación de pros y contras.

García de Brahi (2018) incluye dos tipos de financiamiento más, por un lado, la financiación Bootstrapping que es un conjunto de destrezas o habilidades creativas que permiten que los negocios surgentes reduzcan la necesidad de utilizar financiamiento externo y de esa manera mantener el control sobre la propiedad. En este sentido, una persona bootstrapper es un emprendedor que utiliza todos los recursos que dispone y está a su alcance para evitar o retrasar el uso de recursos financieros externos. Entonces, el Bootstrapping consiste en autofinanciar el crecimiento y desarrollo de una empresa utilizando recursos internos, en lugar de depender de fuentes externas de financiación. Esta estrategia es ideal para los emprendedores que desean mantener el control total de su negocio. Y por el otro lado, describe al Crowdfunding como una herramienta o estrategia moderna que financia una idea con pequeñas donaciones de un gran número de personas. Esta práctica poco a poco se está volviendo más común a nivel internacional y más recientemente en América Latina. Para los emprendedores, la principal ventaja de este tipo de financiación, es obtener la ayuda monetaria en las fases iniciales del proyecto a un precio relativamente barato y de esa forma difundir el nuevo negocio entre un gran número de personas, lo que les permitirá probar el producto con antelación. Además, hablando de donantes, el crowdfunding permite que las personas contribuyan a diferentes proyectos con poco gasto. Por tanto, Crowdfunding también conocido como financiamiento colectivo, es una forma de obtener fondos para proyectos o emprendimientos a través de la contribución de varias personas. A diferencia del capital de riesgo, el crowdfunding no implica la participación de inversores especializados, sino que se basa en la colaboración de la comunidad interesada en apoyar la iniciativa. Esta modalidad permite a los emprendedores acceder a recursos financieros sin diluir su participación accionaria y sin comprometerse con el pago de intereses o dividendos. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el éxito del crowdfunding depende

en gran medida de la capacidad del emprendedor para generar interés y confianza en su proyecto.

Podemos decir que la financiación de un emprendimiento es un tema crucial, ya que en ocasiones los emprendedores tienen grandes ideas y pasión por lo que hacen, pero carecen de los recursos financieros inevitables para llevar a cabo sus proyectos. Afortunadamente, existen diversas opciones para financiar un emprendimiento. Una de las más comunes al iniciar es recurrir a los recursos de la familia y amigos, en su defecto buscar inversionistas o socios que estén dispuestos a aportar capital a cambio de participación en el negocio, lo que además supondría una excelente opción porque no solo se obtiene financiación, sino también colaboración y conocimientos por parte de los inversionistas. Otra opción es solicitar un préstamo a través de entidades financieras, o buscar recursos públicos disponibles.

Recursos para emprendedores en el Paraguay

En Paraguay tenemos la ley N° 5669/18 DE FOMENTO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA, donde la autoridad encargada de aplicación es el MIC¹ a través del Viceministerio MIPYMES², que promueven el emprendimiento mediante programas, concursos que se pueden visualizar al acceder al portal con que cuenta la entidad³, y que además tiene diferentes fuentes de financiación para el desarrollo de la empresa, por medio de la DINAEM⁴, que apoya emprendedores con programas importantes, como lo son: Paraguay Doble E⁵, con un primer componente, que busca crear la primera red de mentores y ángeles inversores del país, además de un espacio de motivación para que el emprendedor tenga contacto con casos de éxitos, un segundo componente el coworking que planea convocar a la prensa para hacer dar a conocer emprendimientos interesantes y un tercer componente por medio de

¹ Ministerio de Industria y Comercio

² Micro, pequeñas y medianas empresas

³ <https://www.mipymes.gov.py/>

⁴ Dirección Nacional de Emprendedurismo

⁵ Programa doble "E" - Paraguay - Emprendedores Exitosos, Espacio Emprendedor y Economía Emprendedora

metodologías validar ideas de negocio y llevarlas a la acción; otro programa denominado Paraguay Emprendedor que identifica oportunidades que ofrecen otros ministerios para diferentes tipos de emprendedores y por último mencionamos el programa de Desarrollo de Proveedores encargada de identificar las necesidades de producción, facturación, importación y exportación que pueden ser cubiertas por iniciativas de jóvenes locales, además, existen otros programas y proyectos ejecutados por la entidad; por otro lado, también, provee capacitaciones a distancia desde principiantes a expertos como el Proyecto FOMIPYMES⁶, iniciativa en conjunto con la Misión Técnica de China – Taiwán, para gestión empresarial en diferentes sectores de ese modo potenciar e impulsar a la cultura emprendedora formal, principalmente en los jóvenes, y de esa manera ser parte del crecimiento económico del país.

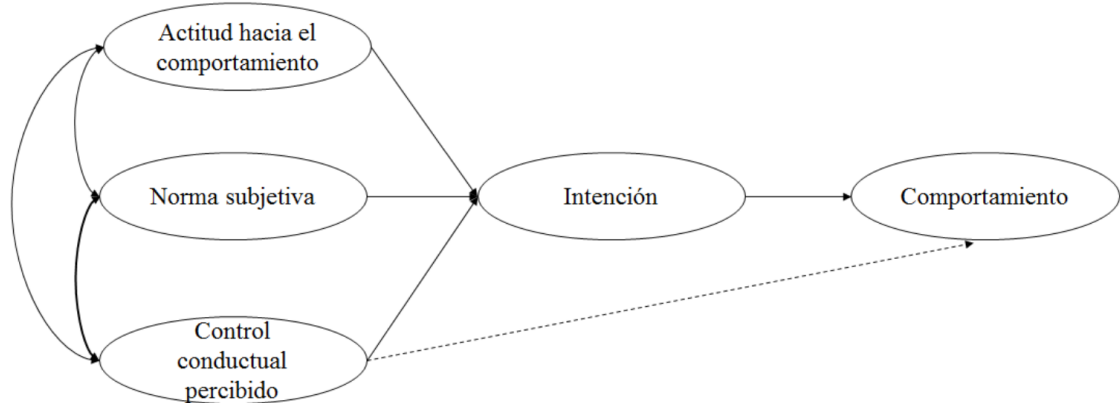
2.2.2.5. Teoría del Comportamiento Planificado

La Teoría del Comportamiento Planificado o Planeado o TPB (Theory of Planned Behavior), asume que el principal determinante que influye en el esfuerzo que la persona dedicará para realizar el comportamiento, se debe a la intención de la misma, de ahí que cuanto mayor sea la intención de participar en un comportamiento, mayor será el desempeño realizado (Ajzen, 1991).

Esta teoría rastrea las actitudes, las normas subjetivas y el control del comportamiento percibido a una base subyacente de creencias sobre el comportamiento (Ajzen, 1991) por lo tanto, aplicando esto a áreas de particular interés, se puede obtener información útil para comprender el comportamiento presentado o tomar medidas que permitan cambiarlo o modificarlo. En consecuencia, para Ajzen, la intención emprendedora puede predecirse a partir de “la actitud”, “el control conductual percibido o autoeficacia” y, “las normas subjetivas” (Ajzen, 1991, p.179).

⁶ Proyecto de Fortalecimiento de la Capacidad de Sistema de Orientación para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas del Paraguay

Figura 1. Teoría del Comportamiento Planificado (TCP).



Fuente: Icek Ajzen, 1991.

El autor sostiene que, en términos generales, la intención de un individuo de participar en una actividad aumenta con el grado de actitudes positivas, normas subjetivas y control percibido sobre el comportamiento.

Por tanto, podemos decir que, la Teoría del Comportamiento Planificado es una teoría de la psicología social ampliamente utilizada y en los últimos años ha ganado popularidad en la investigación empresarial, donde se utiliza para predecir y comprender intenciones y comportamientos empresariales, desde esa perspectiva la intención emprendedora está influenciada por tres factores principales que incluye la TPB: la actitud hacia el emprendimiento, la norma subjetiva y el control. La actitud hacia el emprendimiento se refiere a la valoración que una persona tiene sobre ser emprendedor, es decir, si considera que es una opción atractiva o no. La norma subjetiva se refiere a la percepción de las expectativas sociales y las presiones que una persona siente respecto a emprender; y por último, el control percibido se refiere a la creencia de una persona en su capacidad para llevar a cabo con éxito un proyecto emprendedor. Por todo esto, es considerada una de las teorías más eficaces para interpretar al emprendimiento.

2.3. VARIABLES

2.3.1. Hipótesis

La investigación no conlleva a la formulación de hipótesis ya que la profundidad del estudio es de tipo descriptivo.

2.3.2. Definición conceptual y operativa de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	FUENTE
Intención emprendedora	La disposición o voluntad de una persona para iniciar y desarrollar un proyecto empresarial propio.	Se utilizan dos indicadores para medir la intención emprendedora.	- Meta profesional - Salida laboral	- Fuentes primarias de consulta: estudiantes del último año de la carrera de Economía y Contador Público Nacional.

Capacidad para emprender	Habilidad, destreza y conocimiento que tiene una persona para asumir riesgos y aprovechar las oportunidades de negocios del entorno en el que se desarrolla.	Se utilizan 3 indicadores para medir la capacidad para emprender.	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos - Actitudes - Habilidades 	Fuentes primarias de consulta: estudiantes del último año de la carrera de Economía y Contador Público Nacional.
Características familiares	Se refieren a los rasgos, cualidades, dinámicas y elementos que conforman la estructura y funcionamiento de una familia. Estas difieren de una familia a otra.	Se utilizan tres indicadores para medir las características familiares.	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo familiar - Ambiente familiar - Recursos familiares 	Fuentes primarias de consulta: estudiantes del último año de la carrera de Economía y Contador Público Nacional.

Percepción	La percepción es el proceso mediante el cual se adquiere información del mundo que nos rodea a través de los sentidos, y desempeña un papel crucial en nuestra comprensión y experiencia del entorno.	Se utilizan tres indicadores para medir la percepción.	- Cultura emprendedora - Formación	Fuentes primarias de consulta: estudiantes del último año de la carrera de Economía y Contador Público Nacional.
Rasgos de personalidad	Son un conjunto de características, emociones, formas de pensar y aspectos del comportamiento de un individuo que sirven para definirlo y valorarlo.	Se utiliza un indicador	- Características personales	Fuentes primarias de consulta: estudiantes del último año de la carrera de Economía y Contador Público Nacional.

CAPÍTULO III – MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación corresponde a un diseño no experimental, transeccional y de nivel descriptivo, porque solo se recolectan los datos en un solo momento de tiempo, con el propósito de describir las variables.

Según Hernández y Mendoza (2018), el diseño es no experimental porque no se manipulan deliberadamente las variables solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.

Es transeccional ya que la recopilación de los datos se realiza en un momento único (Hernández y Mendoza, 2018).

Nivel descriptivo porque su finalidad es especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado (Hernández y Mendoza, 2018).

El estudio se aborda desde un enfoque Mixto, ya que representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández y Mendoza, 2018).

3.2. UNIVERSO – POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. Población

La población de estudio está compuesta por todos los estudiantes de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas de la Universidad Católica Campus Guairá.

Esta unidad académica imparte dos carreras de pregrado:

- Contador Público Nacional: 75 estudiantes
- Economía: 48 estudiantes

3.2.2. Muestra

La técnica se ajusta a un muestreo no probabilístico, ya que 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). Y por conveniencia, ya que están formadas por los casos disponibles a los cuales tenemos acceso (Battaglia, 2008^a como lo citó Hernández y Mendoza, 2018).

De este modo la muestra se constituye de los estudiantes del último año con un total de 31 estudiantes. De los cuales 20 pertenecen a la carrera de Contador Público (65%) y 11 a la titulación de Economista (35%).

3.3. MÉTODO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

El método es deductivo- inductivo. Las técnicas empleadas son la encuesta y también la entrevista dirigida a emprendedores; mientras que, el instrumento utilizado para la recolección de datos es el cuestionario, éste se basa en los planteamientos teóricos vistos previamente.

Para la construcción del cuestionario, se tuvo en cuenta la revisión de otros cuestionarios realizados por Alfonso (2016) y Pérez (2019) aplicados previamente en alumnos con objeto de medir algunos aspectos de los factores que influyen en la decisión de emprender, ajustándose a las necesidades del presente estudio.

Un conjunto de preguntas del cuestionario se relaciona con las metas a largo plazo y aspectos que son de importancia permanente en la vida del

individuo, mientras que las demás, se relacionan con el desarrollo de la cultura emprendedora de la universidad, financiación y los rasgos de su personalidad.

Para validar el instrumento se realiza una prueba piloto que consiste en la aplicación del cuestionario al 20% de los estudiantes que conforman la muestra con la finalidad de verificar que se comprenden las preguntas e identificar los cambios que deben hacerse hasta lograr la confiabilidad precisa.

3.4. PROCEDIMIENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Para recoger la información necesaria para el estudio se aplica una encuesta dirigida a 31 estudiantes de la FCCAyE de la Universidad Católica Campus Guairá, a través de formularios Google, mientras que las respuestas son tabuladas automáticamente para su procesamiento en hojas de cálculo. La entrevista a los emprendedores de las distintas carreras que es grabada y procesada en formato de texto a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el tema propuesto, para lograr una buena recolección de todos los datos asociados al tema.

3.5. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Se procede al análisis del contenido cuantitativo, lo cual consiste en una técnica para estudiar cualquier tipo de comunicación de una manera objetiva y sistemática, que cuantifica los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, y los somete a análisis estadístico (Hernández y Mendoza, 2018).

Los datos son procesados en Excel, los reportes se realizan en forma de sumarios, tablas y gráficos descriptivos, elaborados en el mismo software.

Para el análisis de datos cualitativo, también se toman en consideración respuestas de la entrevista, que son procesadas en forma de texto y la presentación de resultados se realiza mediante auxiliares gráficos.

CAPÍTULO IV – MARCO ANALÍTICO

4.1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En este apartado, se presentan los resultados de la investigación titulada “La intención emprendedora en estudiantes de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas de la UCA-Campus Guairá en el año 2023”, se han dividido los resultados en dos apartados: Resultados Cuantitativos y Resultados Cualitativos.

A través de estos apartados y dimensiones de análisis, se pretende brindar una visión integral de la intención emprendedora de los estudiantes de la FCCAyE en el año 2023. Estos resultados proporcionan información valiosa que permite comprender los factores que promueven la intención emprendedora en estos estudiantes.

Resultados Cuantitativos

En el primer apartado, se presentan los Resultados Cuantitativos que abordan las dimensiones de análisis relacionadas con los estudiantes de las carreras de Economía y Contabilidad de la Universidad Católica Campus Guairá. De acuerdo a las respuestas de los estudiantes encuestados, se analizan los factores que inciden en la intención de emprender. Del mismo modo, se estudian las características familiares, rasgos de personalidad, las capacidades de emprendedurismo que desarrollan los estudiantes durante su formación y la percepción que tienen los estudiantes sobre la influencia de la formación recibida en la intención de emprender.

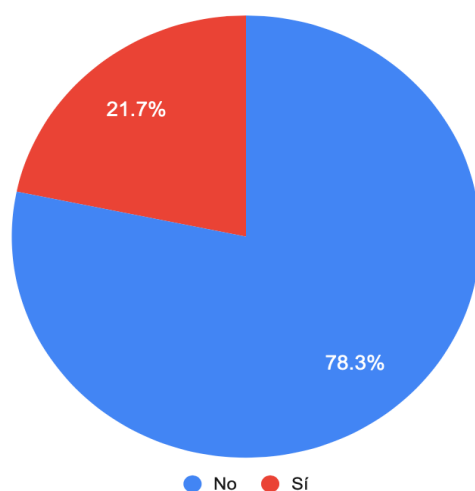
La encuesta fue respondida por un total de 23 estudiantes, de los cuales 13 son de la facultad de Ciencias Contables, mientras que 10 pertenecen a la facultad de Economía.

Tabla 6: Cantidad de emprendedores del último año en la FCCAyE

Emprendedor actualmente	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	21,7
No	18	78,3
Total	23	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 1: Cantidad de emprendedores del último año en la FCCAyE



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

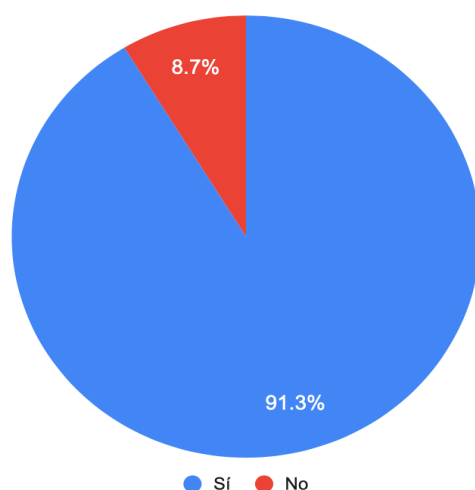
De las respuestas obtenidas se desprende que una minoría, que corresponde al 22% aproximadamente, ha incursionado en el emprendimiento, mientras que el resto, no ha emprendido aún.

Tabla 7: Cantidad de estudiantes del último año de la FCCAyE que trabajan actualmente

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	21	91,3
No	2	8,7
Total	23	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 2: Cantidad de estudiantes del último año de la FCCAyE que trabajan actualmente



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

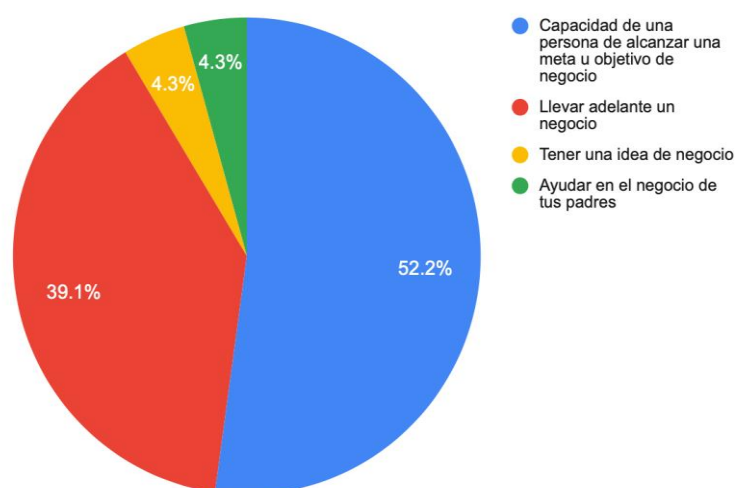
Según los datos, 21 estudiantes trabajan actualmente, representando al 91,3% de las respuestas, esto es posible por la flexibilidad que existe respecto al horario, puesto que las clases inician 17:00 h., extendiéndose en muchos casos hasta las 22:00 h., lo que otorga la libertad de realizar actividades laborales durante la jornada diurna, mientras que sólo 2 encuestados que representan al 8,7% se dedican exclusivamente a estudiar.

Tabla 8: Conceptualización de lo que significa emprendimiento

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Capacidad de alcanzar una meta u objetivo de negocio	12	52,2
Llevar adelante un negocio	9	39,1
Tener una idea de negocio	1	4,3
Ayudar en el negocio de tus padres	1	4,3
Total	23	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 3: Conceptualización de lo que significa emprendimiento



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Según datos emprendimiento significa para un total de 12 estudiantes que representan el 52,2% de los encuestados capacidad para alcanzar una meta u objetivo de negocio, mientras que para 9 personas que representan el 39,1% llevar un negocio adelante, por otro lado 1 estudiante que representa el 4,3% de los encuestados considera que es tener una idea de negocio, mientras que el restante 1 estudiante que representa también al 4,3% lo considera como ayudar a los padres en el negocio. Teniendo en cuenta la literatura y el concepto de

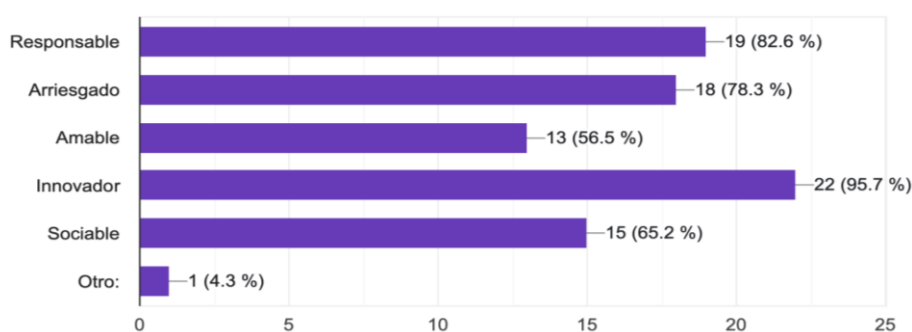
emprendimiento para el 52,2% de los estudiantes en el criterio utilizado existen similitudes, pues al poner en marcha un proyecto comercial es en búsqueda de un objetivo o meta de negocio.

Tabla 9: Características personales de un emprendedor según los estudiantes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Responsable	19	82,6
Arriesgado	18	78,3
Amable	13	56,5
Innovador	22	95,7
Sociable	15	65,2
Otro	1	4,3
Total	88	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 4: Características personales de un emprendedor según los estudiantes



Fuente:

Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Teniendo en cuenta que la encuesta fue respondida por 23 estudiantes con posibilidad de más de una respuesta entre las opciones, el 95,7% menciona que el emprendedor debe de ser innovador, el 82,6% que el emprendedor debe ser responsable, el 78,3% que el emprendedor debe ser arriesgado, el 65,2% que el emprendedor debe ser sociable, el 56,5% que el emprendedor debe ser amable, y el 4,3% que debería tener otras características. Cabe resaltar que tanto para los estudiantes encuestados, como para la literatura no existe una

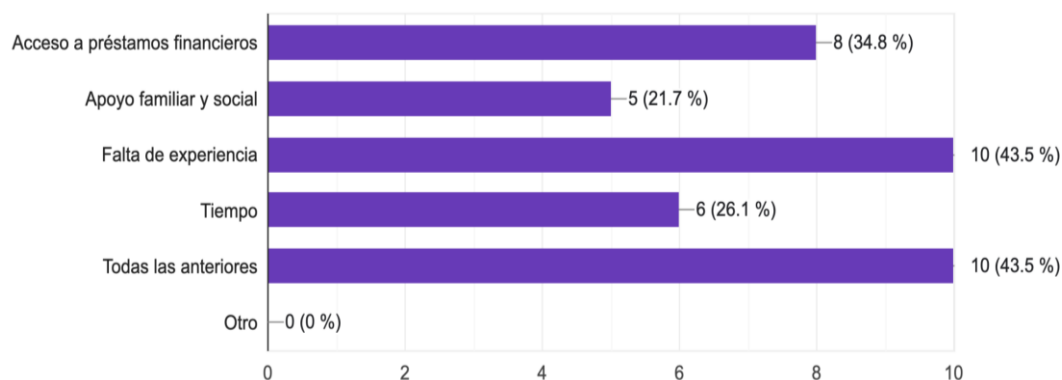
característica única y universal para ser emprendedor, pero si, la mayoría coincide, que los emprendedores deben de ser innovadores, entre otras características que lo acompañan, pero las demás características son aleatorias y subjetivas.

Tabla 10: *Obstáculos para un emprendedor según los estudiantes*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Acceso a préstamos financieros	8	34,8
Apoyo familiar y social	5	21,7
Falta de experiencia	10	43,5
Tiempo	6	26,1
Todas las anteriores	10	43,5
Otro	0	0
Total	39	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 5: *Obstáculos para un emprendedor según los estudiantes*



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Así como la pregunta anterior con posibilidad de más de una respuesta entre las opciones, la mayor parte de los estudiantes coinciden en que una de las principales es la falta de experiencia. Mientras que otra porción importante considera que existen múltiples obstáculos asociados al acceso de servicios financieros y el factor tiempo. Una minoría considera que el apoyo familiar y

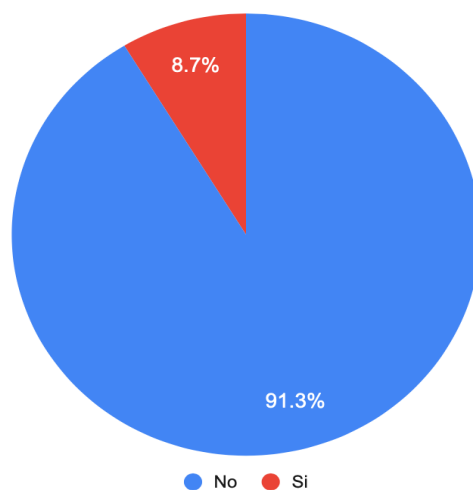
social y la mayoría resalta que a todos los obstáculos mencionados. Aquí coincide con la literatura que uno de los obstáculos que puede enfrentarse un emprendedor es a los préstamos para acceder con el fin de invertir y desarrollar el negocio.

Tabla 11: *Préstamos relacionados a la intención de emprender*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	21	91,3
Sí	2	8,7
Total	23	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 6: *Préstamos relacionados a la intención de emprender*



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

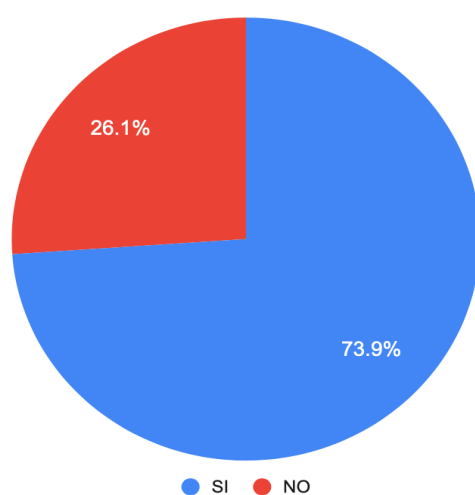
De los estudiantes encuestados, el 91,3% de los mismos no obtuvo un préstamo relacionado a la intención de emprender, mientras que 8,7% si realizaron un préstamo para el desarrollo de un emprendimiento, teniendo en cuenta que 5 son emprendedores, el porcentaje que realizó el préstamo para emprender es mínimo, que está acorde en relación a la literatura, ya que Pujol (2013) menciona que al inicio es difícil acceder a un préstamo y solo lo hacen unos pocos, y recomienda la inversión de capital propio, para luego acceder a un préstamo, de esa forma evitar una deuda grande desde el inicio.

Tabla 12: *Emprender como meta profesional para el estudiante del último año*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	17	73,9
No	5	26,1
Total	23	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 7: *Emprender como meta profesional para el estudiante del último año*



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

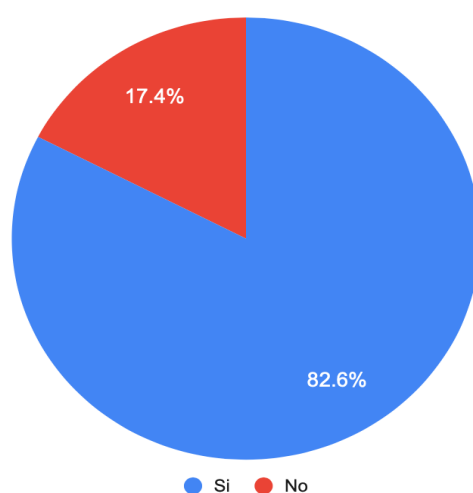
Para la mayoría de los estudiantes emprender es considerada una meta profesional, mientras que una minoría no está de acuerdo con ello, es decir el 73,9% visualiza al emprendimiento como una alternativa ante la falta de oportunidades, y la creciente tasa de desempleo que al cierre del primer trimestre del 2022 alcanzó al 18,4% según datos de la OIT, y la informalidad ya está alrededor de 64,2% al cierre del tercer trimestre del 2022, 0,5 más que el periodo anterior, según los datos obtenidos de la INE. Mientras que el 26,1% no considera al emprendimiento una meta profesional.

Tabla 13: *Percepción de los estudiantes sobre la habilidad para emprender un negocio*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	19	82,6
No	4	17,4
Total	23	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 8: *Percepción de los estudiantes sobre la habilidad para emprender un negocio*



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

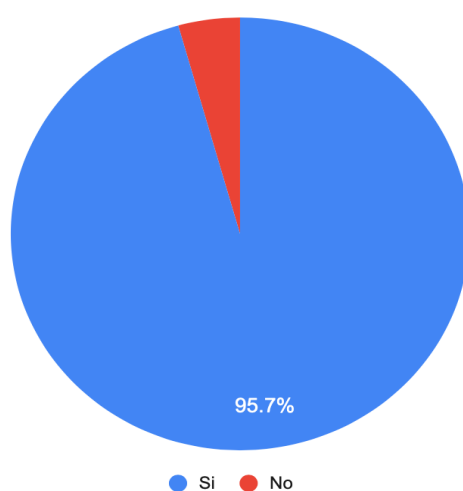
La mayoría de los estudiantes perciben poseer la habilidad de emprender un negocio, mientras que una minoría no considera esa habilidad; en ese sentido la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991) considera la intención de un individuo de participar en una actividad aumenta con el grado de actitudes positivas, normas subjetivas y control percibido sobre el comportamiento. Es decir, que mientras más manifiesta sea la intención de un individuo por realizar una actividad, mayor será su actitud y comportamiento para lograrlo, y siendo la habilidad de emprender algo a desarrollarse, con la intención, actitud y trabajo, es posible lograrlo.

Tabla 14: *Percepción de los estudiantes sobre la capacidad para administrar recursos*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	22	95,7
No	1	4,3
Total	23	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 9: *Percepción de los estudiantes sobre la capacidad para administrar recursos*



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

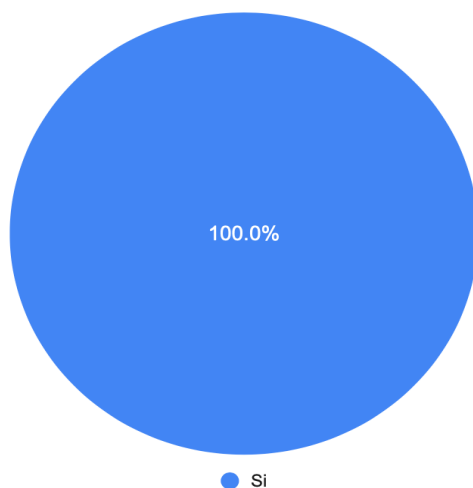
La mayoría de los estudiantes se perciben como buenos administradores de recursos los cuales representan una gran mayoría superando el 95%, al contrario de una pequeña minoría, que no se perciben como buenos administradores.

Tabla 15: *Emprender un negocio como salida laboral para los estudiantes*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	23	100,0
Total	23	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 10: *Emprender un negocio como salida laboral para los estudiantes*



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

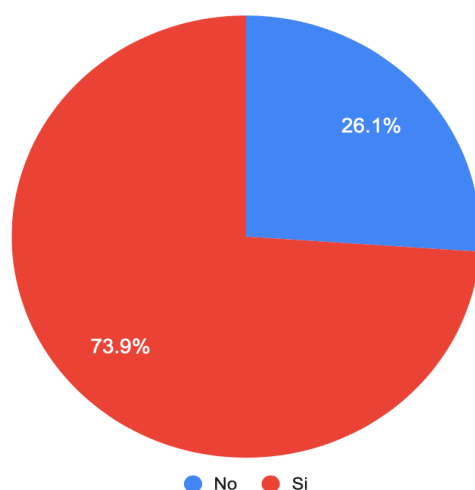
Todos los estudiantes del último año encuestados consideran que emprender un negocio es una salida laboral, teniendo en cuenta la falta de oportunidad laboral que sufre el país, superando el 18,4% de desempleo juvenil al cierre del primer trimestre en el año 2022, según datos extraídos de la OIT.

Tabla 16: *Familiares de los estudiantes que han impulsado una empresa*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	17	73,9
No	6	26,1
Total	23	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 11: *Familiares de los estudiantes que han impulsado una empresa*



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

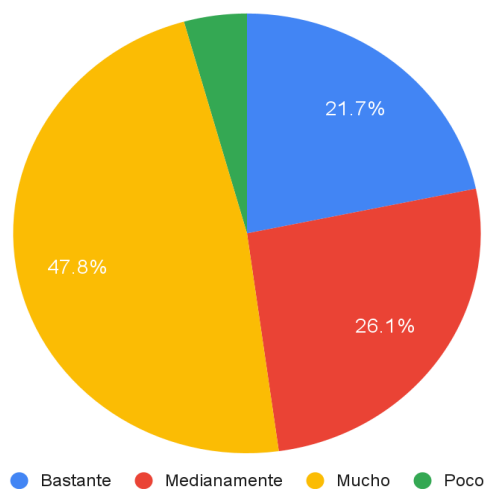
Familiares del 73,9% de los estudiantes encuestados, han impulsado una empresa, mientras que los familiares del 26,1% de los mencionados, no lo han hecho. Respecto a lo que dice la literatura, familiares que impulsan alguna empresa, sirven de ejemplo y ayudan a que se desarrollen en esa cultura, teniendo más posibilidades de desenvolverse y poder continuar con el negocio o crear su propio emprendimiento, si bien no es determinante, es un factor que impulsa al emprendedurismo.

Tabla 17: *Grado de apoyo de los padres ante una decisión de emprender*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Bastante	5	21,7
Mucho	11	47,8
Medianamente	6	26,1
Poco	1	4,3
Total	23	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 12: *Grado de apoyo de los padres ante una decisión de emprender*



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

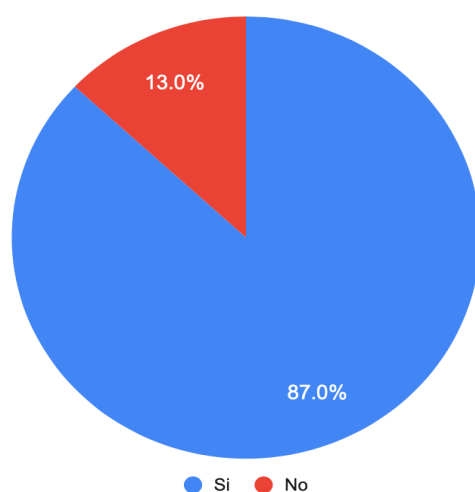
La mayoría de los estudiantes encuestados consideran que, si toman alguna decisión de emprender, pueden contar con bastante y mucho apoyo de sus familiares, lo que representa casi el 70%, mientras que un poco más del 26% considera que recibirán medianamente el apoyo y solo una minoría que corresponde al 4,3% mencionan que recibirán el apoyo, esto guarda relación en lo que dice la literatura, que en la mayoría de los casos los familiares actúan como primeros inversionistas de un emprendimiento, incluso aportan ideas, y son los primeros empleados para hacer crecer el negocio, lo que es un factor importante en la intención emprendedora.

Tabla 18: *Apreciación sobre el ambiente familiar para emprender*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	20	87,0
No	3	13,0
Total	23	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 13: *Apreciación sobre el ambiente familiar para emprender*



Fuente:

Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

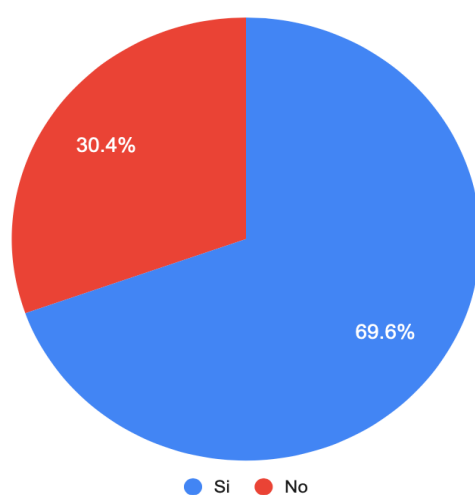
La mayoría de los estudiantes encuestados consideran que conviven en un ambiente ideal para desarrollarse como emprendedor, mientras que la minoría no considera de esa manera, en ese sentido Bretones & Radrigán (2018) citado por Arango et al. (2022) sostienen que la familia es un factor importante, pero no suficiente en la decisión de emprender, sobre todo en recibir acompañamiento e información sobre este proceso.

Tabla 19: *Independencia financiera para realizar actividades libremente*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	16	69,6
No	7	30,4
Total	23	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 14: *Independencia financiera para realizar actividades libremente*



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

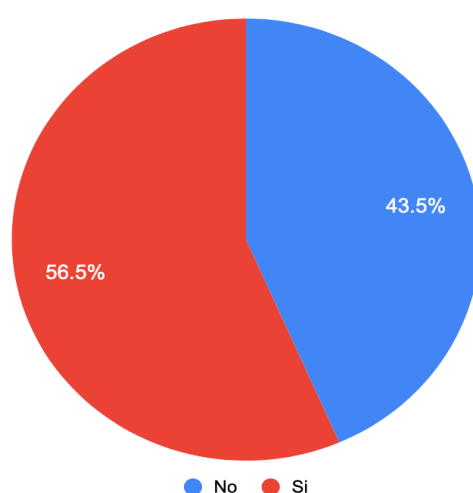
La mayoría de los estudiantes encuestados tienen independencia financiera, es decir casi el 70% puede realizar sus actividades libremente, mientras que la minoría que corresponde a casi el 30% depende económicamente de la familia.

Tabla 20: *Formación sólida en materia de emprendimiento*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	13	56,5
No	10	43,5
Total	23	100,0

Fuente: *Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.*

Gráfico 15: *Formación sólida en materia de emprendimiento*



Fuente: *Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.*

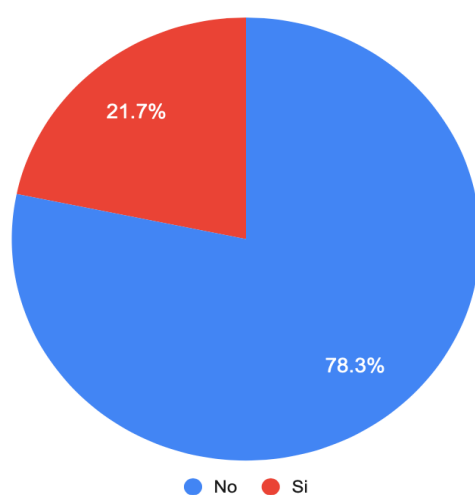
El 56,5% de los estudiantes perciben que la formación que reciben en materia de emprendimiento es sólida, mientras que el 43,5% no perciben que la formación en emprendimiento sea sólida, dando lugar a la literatura, que es un factor, aunque no determinante para cultivar la intención emprendedora en los estudiantes. En ese sentido, Salvatierra (2015) considera que la formación de emprendedores tiene múltiples beneficios para la sociedad.

Tabla 21: *Capacitación en algún programa específico de emprendimiento*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	21,7
No	18	78,3
Total	23	100,0

Fuente: *Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.*

Gráfico 16: *Capacitación en algún programa específico de emprendimiento*



Fuente: *Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.*

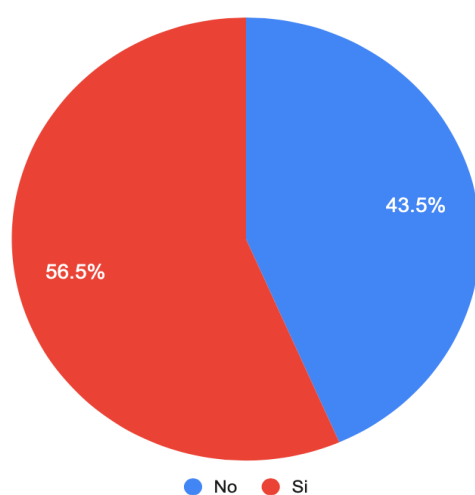
La mayoría de los estudiantes menciona que no han tomado ninguna capacitación en materia de emprendimiento. Y sólo poco más del 20% de los encuestados mencionan que sí lo han hecho, dando así importancia a la formación como menciona la literatura revisada.

Tabla 22: Liderazgo de la facultad en relación a la cultura emprendedora

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	13	56,5
No	10	43,5
Total	23	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 17: Liderazgo de la facultad en relación a la cultura emprendedora



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

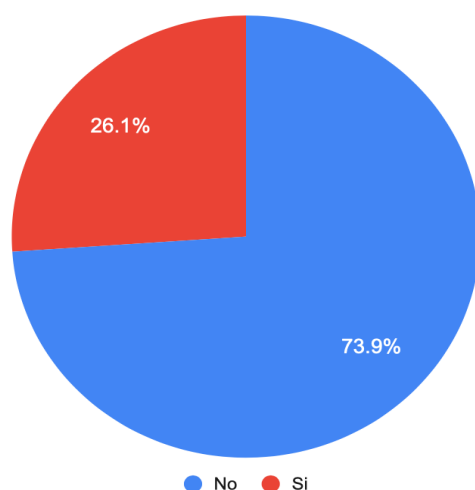
Para el 56,5% de los estudiantes encuestados, el liderazgo de la facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas está orientada a incentivar la cultura emprendedora, mientras que el 43,5% de los estudiantes manifiesta que en la facultad el liderazgo no incentiva para el desarrollo de la habilidad de emprender.

Tabla 23: Promoción del emprendedurismo desde la facultad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	6	26,1
No	17	73,9
Total	23	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 18: Promoción del emprendedurismo desde la facultad



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

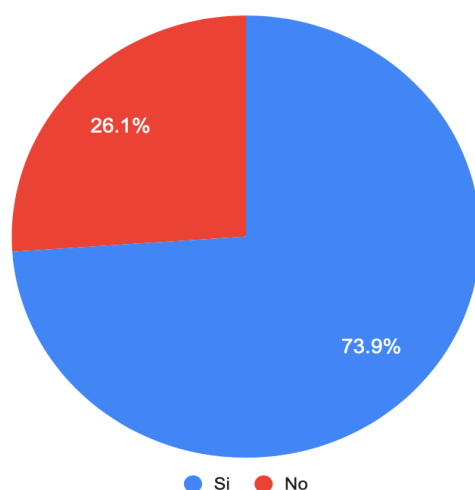
La mayoría de los estudiantes no percibe promoción en materia de emprendedurismo desde la facultad, lo que representa el 73,9%. Mientras que sólo el 26,1% de los estudiantes perciben que desde la facultad se promueven talleres, cursos o seminarios que incentivan o promueven el emprendedurismo.

Tabla 24: *La formación recibida como un factor determinante para tomar una decisión sobre emprender*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	17	73,9
No	6	26,1
Total	23	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

Gráfico 19: *La formación recibida como un factor determinante para tomar una decisión sobre emprender*



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a estudiantes.

El 73,9% de los estudiantes afirman que la formación recibida es un factor determinante para tomar la decisión de emprender, mientras que el 26,1% no lo considera un factor determinante, lo que representa la minoría y de acuerdo con la literatura, no existe un consenso sobre cómo la formación afecta la intención de emprender.

Resultados Cualitativos

En el segundo apartado, se exponen los resultados cualitativos, los cuales se enmarcan en los estudiantes emprendedores actuales. Siendo tres de ellos corresponden a la carrera de Contador Público Nacional y dos a la de Economía.

1. ¿Qué te motivó a emprender?

Entrevistado 1: “Principalmente la necesidad de conseguir dinero para poder pagarme mis estudios, el no querer salir de casa a buscar un trabajo que sea para un tercero.”

Entrevistado 2: “Es un negocio familiar desde antes de nacer, que se dedica a la venta de ropas y calzados, donde pase toda mi infancia, y viendo los cambios que tuvo la moda mi hermano y yo decidimos hacer mejoras en dicho negocio, y ampliar la empresa, por el amor que le tenemos a la moda y el buen vestir, renovando todo dentro de la tienda.”

Entrevistado 3: “Me sentí motivada por muchas cosas y situaciones, uno para mi desarrollo personal y sacar de mí misma el potencial que tenía que hoy día lo estoy logrando y voy avanzando Gracias a Dios, y también fue para ayudarle a mi mamá.”

Entrevistado 4: “Prácticamente crecí en la tienda por lo que le tomé mucho cariño, me gustan mucho los niños y decidí quedarme trabajando acá.”

Entrevistado 5: “Mi motivación fue el interés por el tema de las ventas, publicidad en redes sociales, videos, historias y tener algo que ofrecer a ese público aparte de generar algún ingreso extra.”

2. ¿Qué pasos tuviste que dar al principio para poner tu proyecto en marcha?

Entrevistado 1: “Primero la decisión de llevar a cabo el proyecto, luego elegir el rubro en el que íbamos a enfocarnos, buscar capital para poder autoabastecerse, encontrar clientes.”

Entrevistado 2: “Coraje, y cariño.”

Entrevistado 3: “En mi caso como emprendedor, por ejemplo, empecé de cero, desde abajo como se dice, para ir creciendo tuve que escalar muchas cosas, pero con la mente positiva siempre, y no darse por vencido a pesar de los deslices que uno como emprendedor tiene y seguir firme con el proyecto que te gusta que tarde o temprano se va dar bien las cosas y ser constante.”

Entrevistado 4: “Es un negocio familiar que requirió mucho esfuerzo de mis padres, que siempre valoré, por esa razón decidí ayudarles y continuar con esto.”

Entrevistado 5: “El paso más difícil que tuve que dar fue hablar y compartir mi idea ya que al principio no recibí mucho apoyo, pero aun así la puse en marcha y me fue más bien de lo que esperaba.”

La palabra “continuar” destaca la importancia que los entrevistados atribuyen a la supervivencia de sus emprendimientos. Esto implica el compromiso en enfrentar cualquier obstáculo para mantener las operaciones a largo plazo.

3. ¿Cuánto tiempo llevas con tu emprendimiento?

Entrevistado 1: “6 años.”

Entrevistado 2: “Toda mi vida estuve allí trabajando, pero desde hace 4 años estamos a cargo con mi hermano.”

Entrevistado 3: “Aproximadamente 2 años ya que estoy emprendiendo.”

Entrevistado 4: “16 años, pero hace 6 años decidí ser parte.”

Entrevistado 5: “5 meses aproximadamente.”

Gráfico 22: Nube de palabras de tiempo como emprendedor



Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista a estudiantes.

La nube de palabras de tiempo como emprendedor indica el tiempo que ya llevan como emprendedores los entrevistados.

La presencia de “seis años” es relevante porque sugiere que empezaron sus emprendimientos antes de ingresar a la universidad, para poder pagarse o ayudar a pagar sus estudios.

La relevancia de “Toda mi vida” sugiere que los entrevistados provienen de una familia con un negocio familiar.

4. ¿Qué productos o servicios ofreces en tu emprendimiento?

Entrevistado 1: “Decoraciones de eventos, tortas, bocaditos, facturas, entre otros.”

Entrevistado 2: “Ropa, calzado, accesorios y juguetes.”

Entrevistado 3: “Tengo 3 emprendimientos, empecé haciendo cosas dulces, después mediante eso me recibí de peluquera, también estoy en eso y aparte, de eso tengo ventas de ropas semi nuevas brasileras.”

Entrevistado 4: “Prendas, accesorios y calzados infantiles.”

Entrevistado 5: “Venta de ropa para dama actualmente.”

Gráfico 23: Nube de palabras de productos o servicios del emprendimiento



Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista a estudiantes.

La nube de palabras de productos o servicios del emprendimiento revela las palabras recurrentes en función a las respuestas de los entrevistados.

La palabra más recurrente fue “ropa” esto revela que la mayoría de los estudiantes emprendedores se dedica a la venta de indumentaria, ya sea femenina, masculina o infantil. Seguido por “dulces”, “tortas”, “facturas” y “bocaditos” estas palabras indican que se dedican a la venta en el sector gastronómico.

También aparecen palabras como “decoraciones” y “peluchería” que son relevantes porque representan servicios.

5. ¿Cómo crees que te favoreció la formación universitaria en tu intención de emprender?

Entrevistado 1: “Realmente empecé a emprender antes de estudiar en la universidad, pero estoy poniendo en práctica lo que he aprendido como estudiante universitaria. La materia de emprendedorismo era muy básica para mí porque yo ya era emprendedora y teníamos muy poca carga horaria, pero otras materias como finanzas y economía industrial sí me ayudaron, especialmente el simulador que fue implementado en la materia de economía industrial.”

Entrevistado 2: “Más que la formación académica, lo que favoreció en mi intención emprendedora fue mi familia, ya que crecí dentro de dicho negocio.”

Entrevistado 3: “La verdad que mucho en lo personal y en lo laboral, como así también en mi emprendimiento, pues en mi caso me recibí de contadora este año gracias a Dios, por lo que antes de terminar mi carrera yo ya estaba llevando la contaduría de mi emprendimiento y hoy en día soy mi propia contadora.”

Entrevistado 4: “Mi familia fomento en mí la importancia de emprender y la universidad más que nada me ayudó en la administración del negocio y ser más responsable y perseverante.”

Entrevistado 5: “Para mí la formación universitaria no favoreció mucho ya que no recibimos mucha enseñanza acerca de emprendimientos, como iniciar, tampoco la elaboración de un plan de negocios.”

CAPÍTULO V – CONCLUSIONES

En base a los resultados del estudio y el análisis de cada objetivo específico, se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

5.1. CONCLUSIONES

Con respecto al primer objetivo específico, que trata sobre describir las capacidades de emprendedurismo que desarrollan los estudiantes durante su formación, y teniendo en cuenta que esto, está ligado al desarrollo de habilidades podemos concluir que la mayoría de los estudiantes se consideran hábiles para emprender un negocio, respecto a una minoría, dando énfasis a la literatura que la relaciona con una conducta planificada, y que además la mayoría se consideran buenos administradores de recursos.

En cuanto al segundo objetivo, identificar la percepción que tienen los estudiantes sobre la influencia de la materia de Emprendedorismo en la intención de emprender, se evidencia que, la formación en materia de emprendedorismo es un factor, pero no determinante para cultivar la intención emprendedora en los estudiantes.

Por otra parte, el tercer objetivo específico de la investigación aborda las características familiares de los estudiantes que tienen la intención de emprender. Los resultados demuestran que la mayoría de los estudiantes tienen o tuvieron algún familiar que impulsaron emprendimientos en algún momento de sus vidas, aunque sólo una minoría de estos estudiantes se están desarrollando como emprendedores; además, la mayoría percibe que algún miembro de su entorno los apoyarían bastante y mucho en caso de desarrollarse como emprendedores, esto permite concluir que la familia no es determinante pero es un factor que impulsa al desarrollo de los mismos como emprendedores, por ello, juega un papel fundamental para motivar en la decisión de emprender, por esa atmósfera que desarrollan los padres al crear su propio negocio, y de esa manera, al convivir con ese medio ambiente de negocios, planean su propio

emprendimiento o en todo caso, son los encargados de continuar con el legado empresarial.

En referencia al cuarto objetivo, que es el de reconocer los rasgos de personalidad comunes en los estudiantes que tienen la intención de emprender, los resultados demuestran la existencia de diferentes características personales con las que debe contar un emprendedor, siendo la más destacada, la innovación, además, los mismos también deben de ser responsables y arriesgados. No existe una característica única y universal para definir al emprendedor, pero la mayoría coincide, que los emprendedores deben de ser innovadores. Del mismo modo, en los resultados cualitativos, se aprecia cómo la responsabilidad, el coraje y la perseverancia constituyen una parte muy importante al momento de iniciar un emprendimiento.

Con respecto al último objetivo que es el de cuantificar a emprendedores y futuros emprendedores que se hallan entre los estudiantes, se observa que de los estudiantes del último año, 5 ya son emprendedores, 3 son de la carrera de Economía, y 2 de la carrera de Contador Público Nacional, y en base a las respuestas obtenidas en caso de decidir realizar un emprendimiento, 14 alumnos más, estarían dispuestos a llevarlo a la práctica, mientras que 4 de los estudiantes manifiestan no sentirse hábiles para realizar un emprendimiento.

A modo de conclusión con base a nuestro objetivo general de investigación que propone analizar los factores que promueven la intención emprendedora en estudiantes de Economía y Contador Público Nacional de la Universidad Católica Campus Guairá en el año 2023, se concluye que los factores principales que afectan a los estudiantes en la intención y decisión de emprender son la formación, el rol de la familia, la financiación, y la conducta planificada, donde la mayoría de los mencionados respondieron favorablemente manifestando aspectos positivos que a pesar de no ser determinantes, son convenientes e influyentes para realizarlo con éxito.

Así mismo, el análisis de las respuestas muestra que la mayoría de los estudiantes encuestados tienen apertura y consideran la posibilidad de

emprender como alternativa a la falta de oportunidad laboral que existe en nuestro país, y es viable ya que las respuestas obtenidas muestran que los factores mencionados son influyentes para llevar a cabo con éxito algún proyecto.

Finalmente, para la buena práctica del emprendimiento debe combinarse con la educación y desarrollarse en todas las áreas. Un papel clave para hacer realidad este proceso está en manos de las instituciones encargadas de capacitar a los estudiantes para enfrentar dificultades y competir en el mercado. Un factor limitante para profundizar la recolección de información es el acceso a bases de datos relacionadas con el tema a nivel nacional. Del mismo modo, es importante enfatizar la disponibilidad insuficiente de información científica en el área a nivel local. Además, otra limitación que existe es la apatía con la que se reciben las encuestas, o mismo las respuestas que se proporcionan, que en muchos casos no son recepcionadas de vuelta.

5.2. RECOMENDACIONES

Al analizar los hallazgos de la presente investigación, se presentan una serie de recomendaciones con la finalidad de promover el emprendimiento. Estas recomendaciones van dirigidas a diferentes autores interesados en profundizar sobre el tema de la investigación.

- Se recomienda a los estudiantes de la universidad, aprovechar los diferentes espacios ofrecidos por la universidad, para mejorar las capacidades relacionadas al emprendedurismo.
- Se recomienda a la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas; promover y desarrollar en la comunidad universitaria, las actividades extracurriculares que refuercen y apoyen el emprendedurismo, como las actividades de extensión universitaria, investigación y desarrollo de proyectos de negocio con alto grado de innovación. También la ejecución de talleres donde se presente la disertación de emprendedores locales y capacitaciones en técnicas de desarrollo emprendedor.
- Se recomienda al gobierno, a través de las universidades, promover y financiar concursos que brinden apoyo y monitoreo a quienes emprenden y pongan en marcha sus negocios.
- Apertura a futuras investigaciones:
Se recomienda realizar investigaciones futuras en las que se pueda ampliar el área de estudio y realizar un análisis longitudinal.

BIBLIOGRAFÍA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50, 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Albornoz, M. J., Ramírez, A., Gómez, A., Rueda, G. E., Cadrazco, M., Fernández, H. A., García, A. M., Luna, H. O., Arévalo, J. G., Cabra, G., Mujica, C., Ordoñez, M. L., & Oliveros, D. (2017). Perfil emprendedor del estudiante de las Facultades de Administración, adscritas al capítulo Oriente de ASCOLFA (Barranquilla: Ediciones Universidad Simón Bolívar ed.).
- Alfonso Salvador, A. F. (2016). El emprendedurismo y la formación de empresas de los egresados de la carrera de ciencias administrativas en la región Callao, periodo 2012-2015. Universidad Alas Peruanas.
- Álvarez Moscoso, M. A. (2012). EVALUACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DEL ALUMNADO UNIVERSITARIO DE LA CARRERA DE INGENIERÍA AGRONÓMICA. <https://repositorio.umsa.bo/>.
<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/4371/TD-1750.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arango, D., Valencia, J., Palacios, L., & Garnés, L. F. (2022, Septiembre-Diciembre). Análisis de perfiles de espíritu emprendedor en jóvenes universitarios. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*.
- Ávila Angulo, Elizabeth. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 32-48. Epub 30 de junio de 2021. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>
- Brockhaus, R. H. (1982). The psychology of entrepreneurs. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. <https://ssrn.com/abstract=1497760>

- Cabrera, C. A., & Rodríguez, Y. C. (2018, Julio). TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO E INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES: UN ANÁLISIS DE RUTA [Universidad Católica Andrés Bello - Facultad de Humanidades y Educación Escuela de Psicología]. Caracas, Venezuela.
- Carballo, I., Belloni, C., López, M., & Fracchia, E. (2017). Emprendedorismo y políticas públicas. Una introducción a la literatura. *Perspectivas de Políticas Públicas*, 7(13), 37-88.
- Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. *Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*.
- Chafloque, R., Álvarez, A., Robayo, P., Gamarra, C., Martínez, G., & Wagner, V. (2021). Effect of Sociodemographic Factors in Entrepreneurial Orientation and Entrepreneurial Intention in University Students of Latin American Business Schools. Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 151-165., 11.
- Durán-Aponte, E., & Arias-Gómez, D. (2015). INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: INTEGRACIÓN DE FACTORES COGNITIVOS Y SOCIO-PERSONALES. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320-340.
- Fuentes, F., Iturbe, C., Arriaga, J. Á., López, L., & Mendoza, S. A. (2022, Abril). Espíritu Emprendedor en Jóvenes Universitarios. *Revista arbitrada del centro de investigación y estudios gerenciales*, 54, 106-114. <https://revista.grupociieg.org/wp-content/uploads/2022/02/Ed.54106-114-Fuentes-et-al.pdf>
- Gallardo, L. A., & Fernández, F. (2020, 01). FACTORES DE INCIDENCIA EN EL EMPRENDEDURISMO DE JÓVENES UNIVERSITARIOS. *RILCO DS: Revista de Desarrollo sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación*, 2(3).
- Garavito, Y., García, S., & Calderón, J. (2021). La intención emprendedora y su relación con las características personales y del contexto de las mujeres

universitarias. I+D Revista de Investigaciones,
16. <http://dx.doi.org/10.33304/revinv.v16n1-2021019>

García De Brahi, L. H. (2018). Financiamiento destinado a los emprendedores argentinos. *Ciencias Económicas*, 1, 147–161. <https://doi.org/10.14409/rce.v1i0.7754>
Hernández, R y Mendoza, C (2018) Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas.

LEY N° 5.669/16 DE FOMENTO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA.

Lloja, H., Chugnas, E., Tello, Z., & Cruz, J. (2021, 12 15). Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios. *COMUNI@CCIÓN: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 12(4), 269-281. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8255026>

Maluk Salem, O. A. (2018). Variables y factores que explican desde la intención hasta la acción de emprender de los graduados universitarios. https://tesisenred.net/bitstream/handle/10803/666516/Tesi_Omar_Aldo_Maluk.pdf?sequence=2.

Martins, I., Pérez, J. P., Álvarez, C., López, T., Moreno, J., & Hugueth, A. (2019). El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia: Resultados del Proyecto Guesss 2018. Universidad EAFIT

Medina López, E. G., Moncayo Carreño, O. F., Jácome Alarcón, L. F., & Albarrasin Reinoso, M. V. (2017). EL EMPRENDIMIENTO EN EL SISTEMA UNIVERSITARIO. *Didáctica Y Educación* ISSN 2224-2643, 8(1), 163–178. Recuperado de <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/596>

Meza, J. A. (2006). De emprendedor a empresario. *Sotavento M.B.A.*, (7), 76-82. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/sotavento/article/view/1581/1433>

- Monroy, J. G., Couchonnal, M., García, L., & Ferreira, H. (2017). Emprendedurismo Juvenil en Asunción y Central - Caracterización, políticas públicas, oportunidades y perspectivas. Observatorio Laboral Banco Interamericano de Desarrollo.
- Mora, P. F., Aguirre Quezada, J. C., Álava Atiencie, N. G., & Cordero López, J. F. (2019). Jóvenes universitarios y su apuesta al emprendimiento social. *Revista Economía y Política*, 15(30), 18. <https://doi.org/10.25097/rep.n30.2019.01>
- Moreno, J. (2019, Junio). Factores clave en la intención de emprender de los estudiantes universitarios. El papel moderador del entorno. Universidad de La Rioja, Servicio de Publicaciones.
- Navarrete, A. E. (2019). Un modelo logit para determinar la propensión emprendedora de los empresarios en la provincia de Tungurahua. Ambato, Ecuador.
- Ovalles-Toledo, L. V., Moreno Fretes, Z., Olivares Urbina, M. A., & Silva Guerra, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 217-234.
- Pérez, E. E. (2019). El clima motivacional y el emprendedurismo como factores del desarrollo de la cultura emprendedora en la Facultad de Ciencias Administrativas de la UNMSM. Lima, Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/10760>
- Pérez, M., & Sánchez, I. (2019). El impacto de la educación en la intención emprendedora de los estudiantes del Grado de Economía. *Revista De Estudios Empresariales. Segunda Época*, (1). <https://doi.org/10.17561/ree.v2019n1.2>
- Pisani, M., Borda, D., Ovando, F., & García, D. (2020). Emprendedurismo y cuentapropismo en Paraguay. Centro de Análisis y Difusión de la Economía Paraguaya. <http://dx.doi.org/10.18235/0002835>
- Pujol, D. M. (2013). Vías de financiación al emprendimiento. *Bit*, (192), 55-57.

- Rueda Sampedro, I., Fernández-Laviada, A., & Herrero Crespo, Á. (2012, Diciembre). Estudiantes universitarios y emprendimiento: determinantes psicológicos de la intención de creación de un negocio propio. *Revista FIR, FAEDPYME International Review*, 1(2), 9-15.
- SALVADOR, A. F. (2016). EL EMPRENDEDURISMO Y LA FORMACIÓN DE EMPRESAS DE LOS EGRESADOS DE LA CARRERA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS EN LA REGIÓN CALLAO, PERIODO 2012-2015.
- Salvatierra, S. A. (2015). La formación de emprendedores y su incidencia en el desarrollo empresarial, Cantón Quevedo, año 2014. FCE; Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial. <http://biblioteca.uteg.edu.ec>
- Sánchez García, J. C., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. L. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401–473. <https://doi.org/10.20511/PYR2017.V5N2.190>
- Siles, M. M. (2020). Análisis de los factores de intención emprendedora, propuesta de modelo, Universidad Peruana Unión, Lima 2020. <https://bit.ly/3TmtE2I>
- Torres, K. F., Erazo, J. C., Narváez, C. I., & Moreno, V. P. (2020, Mayo 19). El emprendimiento juvenil en función al perfil psicosocial y las condiciones del entorno familiar. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 10, 729-756. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.714>
- Torroba, L. (2014, Mayo). Factores Clave en el Desarrollo del Emprendimiento. Madrid. Universidad Pontificia Comillas Madrid. Disponible: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/61/TFG000007.pdf?sequence=1050918>
- Valencia-Arias, A., Gómez-Molina, S., Rodríguez-Correa, P., & Benjumea-Arias, M. (2022, Junio). Intención emprendedora de estudiantes universitarios de modalidad virtual. *Formación Universitaria*, 15(3), 11-22. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000300011>

- Valencia, A., Montoya, I., & Montoya, A. (2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. *Intangible Capital*, 881-922. <https://www.intangiblecapital.org/index.php/ic/article/view/730>
- Valencia-Arias, A., Rodríguez-Correa P. A., Cárdenas-Ruiz J. A., y Gómez-Molina, S. (2022). Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes de psicología de la modalidad virtual. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(23), pp. 5-24. <https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.01>
- Van Gelderen, M., Thrurik, R., & Bosma, N. (2005). Success and risk factors in the pre-startup phase. *Small Business Economics*, 365-380.
- Villalba Benítez, E. F., & Ortega Carrasco, R. J. (2021, 01 23). El perfil emprendedor en Paraguay, análisis de la población juvenil. https://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/upload_editores/u454/perfil-emprendedor-em-paraguay-analisis-de-la-poblacion-juvenil.pdf
https://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/upload_editores/u454/perfil-emprendedor-em-paraguay-analisis-de-la-poblacion-juvenil.pdf

ANEXOS

ANEXO A – INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

A. ENCUESTA APLICADA A LOS ESTUDIANTES

Nombre:	Carrera:
----------------	-----------------

1. ¿Aparte de estudiar, trabajas?
 Sí
 No
2. ¿Eres un emprendedor actualmente? (Área de filtros para la entrevista)
 Sí
 No
3. ¿Qué es emprendimiento para ti?
 - a) Tener una idea de negocio
 - b) Ayudar en el negocio de tus padres
 - c) Llevar adelante un negocio
 - d) Capacidad de una persona de alcanzar una meta u objetivo
 - e) N.A
4. ¿Qué características personales, en tu opinión, debe tener un joven emprendedor? Puede marcar más de una alternativa
 Responsable
 Arriesgado
 Amable
 Innovador
 Sociable
5. ¿Qué obstáculos pueden existir para un emprendedor? Puede marcar más de una alternativa
 Acceso a préstamos financieros
 Apoyo familiar y social
 Falta de experiencia

- () Tiempo
- () T.A
6. ¿Alguna vez obtuviste un préstamo relacionado a la intención de emprender?
- () Sí
- () No
7. ¿Consideras llegar a ser un emprendedor como meta profesional?
- () Sí
- () No
8. ¿Te consideras hábil para emprender un negocio?
- () Sí
- () No
9. ¿Te consideras un buen administrador de recursos?
- () Sí
- () No
10. ¿Consideras que el emprender un negocio es una salida laboral?
- () Sí
- () No
11. ¿Alguno de tus familiares impulsó una empresa?
- () Sí
- () No
12. Si decides emprender un negocio, ¿qué tanto te apoyarían tus padres?
- () En todo
- () No en mucho
- () En nada
13. ¿Tienes independencia para realizar libremente tus actividades?
- () Sí
- () No
14. ¿Consideras que vives en un ambiente familiar agradable?

Sí

No

15. ¿Considera su formación sólida en materia de emprendimiento?

Sí

No

16. ¿Ha estudiado algún programa específico de emprendimiento?

Sí

No

17. El liderazgo de su facultad, ¿está orientado a desarrollar una cultura emprendedora?

Sí

No

18. ¿Se promueve permanentemente el desarrollo de talleres, cursos seminarios, concursos y otros eventos de emprendimiento empresarial en su facultad?

Sí

No

19. ¿Consideras que la formación recibida es un factor determinante para tomar una decisión?

Sí

No

B. GUÍA DE ENTREVISTA A ESTUDIANTES EMPRENDEDORES

- ¿Qué te motivó a emprender?
- ¿Qué pasos tuviste que dar al principio para poner tu proyecto en marcha?
- ¿Cuánto tiempo llevas con tu emprendimiento?
- ¿Qué productos o servicios ofreces en tu emprendimiento?
- ¿Cómo crees que te favoreció la formación universitaria en tu intención de emprender?