



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE
ENCARNACIÓN



LA SAETA
UNIVERSITARIA
ACADÉMICA Y DE INVESTIGACIÓN

**El desarrollo sostenible mediante la
economía creativa: reingeniería
económica, social, educativa y
cultural en tiempos de pandemia.**

Vol. 10 Núm. 1 (2021)

ISSN: 2414-2506

ISSN: 2709-6556

DOI: 10.56067

La Saeta Universitaria Académica y de Investigación es una publicación semestral multidisciplinaria del Centro de Investigación y Documentación de la Universidad Autónoma de Encarnación (CIDUNAE), abierta a la participación de autorías de todo nivel y procedencia institucional, siempre basándose en el rigor científico. Con una periodicidad anual, su 1ª edición fue en el año 2012. Su objetivo principal es difundir las diferentes experiencias en cuanto a generación de artículos científicos con la prospectiva de aportar al mundo científico y a la sociedad paraguaya.

ISSN 2424-2506-Año 10 N°1
Publicación Anual-2021

Toda correspondencia relacionada a la LA SAETA Universitaria Revista Académica y de Investigación deberá ser dirigida a:

La Saeta Universitaria Revista Académica y de Investigación
Universidad Autónoma de Encarnación
C/ Padre Kreusser c/ Tte. Honorio González
Encarnación-Paraguay
Teléfono +595-71-205454
cidunae@unaedu.edu.py

Directora: Dra. Nadia Czeraniuk

Edición General y Corrección de Estilo: Mag. Matías Denis

Asistente Técnico de Edición: Tec. Sup. Erwin Cueva

Diseño de tapa, contratapa y diagramación: Lic. Karina Ramirez

Prensa y Publicaciones: Mag. Hernán Schaefer, Tec. Sup. Erwin Cueva y Lic. Edgar Paiva.

ISSN: 2414-2506

Registro de propiedad intelectual

Editado por:

© 2021 Centro de Investigación y Documentación Universidad Autónoma de Encarnación

C/ Padre Kreusser c/ Tte. Honorio González
Encarnación-Paraguay
Teléfono +595-71-205454 - cidunae@unaedu.edu.py

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ENCARNACIÓN

Dra. Nadia Czeraniuk

Rectora

Mag. Helmut Schaefer

Vicerrector Administrativo

Mag. Francisco Cantoni Gauto

Secretario General

Dra. Laura Arévalos

Directora Académica General

Mag. Verena Schaefer

Adjunta a la Rectora para Calidad e Innovación Académico

Mag. Hernán Schaefer

Director de Comunicaciones

Dra. Analía Enríquez

Directora de Posgrado e Investigación

Mag. Rocío Palacios

Encargada de la Unidad de Aseguramiento de la Calidad

Mag. Matías Denis

Director del Centro de Investigación y Documentación (CIDUNAE)

Mag. Yonny Flick

Decano de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Humanas y Sociales

Mag. Yanina Gerhard

Decana de la Facultad de Ciencias Empresariales

Mag. César Eder Aquino

Decano de Facultad de Ciencia, Arte y Tecnología y Director de la carrera de Arquitectura

Bioq. Patricia Villalba

Directora de la carrera de Farmacia

Dra. Karen Aguirre

Coordinadora de la carrera de Veterinaria

Esp. Gabriel Sotelo

Director de la carrera de Análisis de Sistemas Informáticos y Diseño Gráfico

Lic. Laura Portillo

Directora de la Carrera de Diseño de Modas

Mag. Carina Damaris Ramos Pérez

Directora de la UNAE Sede Colonias Unidas

Mag. Marcelino Venialgo

Director de la carrera de Contaduría Pública y Licenciatura en Administración

Esp. Ivonne Vargas

Coordinadora de la carrera de Ingeniería Comercial y Licenciatura en Marketing

COMITE EDITORIAL

Directora

■ Dra. Nadia Czeraniuk -
Universidad Autónoma de
Encarnación (Paraguay)

Editor y corrector de Estilo

■ Mag. Matías Denis -
Universidad Autónoma de
Encarnación (Paraguay)

Diagramador y Soporte Técnico

■ Tec. Sup. Erwin Cueva. -
Universidad Autónoma de
Encarnación (Paraguay)

Apoyo corrección de estilo

■ Lic. Andrea Tepper -
Universidad Autónoma de
Encarnación (Paraguay)

Divulgación RRSS

■ Esp. Edgar Paiva - Universidad
Autónoma de Encarnación
(Paraguay)

REVISORES DE LENGUAS

Español: Mag. Matías Denis
- Universidad Autónoma de
Encarnación (Paraguay)

Guaraní: Dra. Nadia Czeraniuk
- Universidad Autónoma de
Encarnación (Paraguay)

Inglés: Dra. Natalia Chudyk
Rumak - Universidad Autónoma
de Encarnación (Paraguay)

Portugués: Dr. Pedro Luis
Büttenbender - Universidad
Regional do Noreste do Estado
do Rio Grande do Sul (Brasil)

COMITÉ CIENTÍFICO

- Dr. Iván Cabrera i Fausto - Universidad Politécnica de Valencia (España)
- Dr. Francisco Joaquín Cortés - Universidad Internacional de la Rioja (España)
- Dra. Natalia Chudyk Rumak - Universidad Autónoma de Encarnación (Paraguay)
- Dr. Francesc Jesús Hernández i Dobon - Universitat de València (España)
- Dr. Jaime Campaner - Universitat de les Illes Balears (España)
- Dra. Valentina Canese - Universidad Nacional de Asunción (Paraguay)
- Dr. Herib Caballero - Universidad Americana (Paraguay)
- Dr. Pedro Luis Büttgenbender - Universidad Regional do Noreste do Estado do Rio Grande do Sul (Brasil)
- Dra. María Franci Álvarez - Universidad Nacional de Villa María (Argentina)
- Dra. María del Carmen Paredes - Universidad Nacional de Itapúa (Paraguay)
- Dr. Edegar Rotta - Universidade Federal da Fronteira Sul (Brasil)
- Dr. Juan Francisco Álvarez - Universitat d'Alacant (España)
- Dra. Nelly Álvarez - Universidad Bernardo O'Higgins (Chile)
- Dr. Luís Ignacio Argüero - Universidad de Belgrano (Argentina)
- Dr. Mario Viché - Universitat de València (España)
- Dra. Manoela Jaqueira - Universidad Estatal de West Paraná (Brasil)
- Dra. Ana Rojas - Universidad Nacional de Asunción (Paraguay)
- Dra. Ana Botella Nicolás - Universitat de València (España)
- Dr. Victorio Oxilia - Universidad Nacional de Asunción (Paraguay)
- Dr. Alberto Yanosky - Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Paraguay)
- Dr. Marcos Andrada - Universidad Nacional de la Rioja (Argentina)
- Dra. María José Galván - Universidad Nacional de Villa María (Argentina)
- Dra. Jacqueline Velázquez - Universidad Autónoma de Encarnación (Paraguay)
- Dra. María Rosa Servín - Universidad Nacional de Itapúa (Paraguay)
- Dra. Antonieta Rojas de Arias - Universidad Comunera

(Paraguay)

- Dra. Mónica Bonilla del Río- Universidad Europea del Atlántico (España)
- Dr. Salvador Baena Morales- Universidad de Alicante (España)
- Dra. Cristina Ricci - Centro de Investigación en Psicopedagogía e Investigaciones Psicopedagógicas (Argentina)
- Dra. Carmen Rodríguez Gonzalo - Universitat de València (España)
- Dr. Cristian Mollà Esparza- Universitat de València (España)
- Dr. Juan Alberto Martens Molas- Universidad Nacional de Pilar (Paraguay)
- Dr. Luis Dávalos - Sociedad Científica del Paraguay (Paraguay)
- Dr. Santiago Tormo Esteve- Universidad Politécnica de València (España)
- Dr. Juan Carlos Gardón- Universidad Católica de València (España)
- Dr. Antonio Calvo Capilla- Universidad Católica de València (España)
- Mag. María Cecilia Corda -Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Argentina)
- Mag. Leticia Ana Guzmán -Universidad Nacional de Villa

María (Argentina)

- Mag. Tatiana Wierzchorko - Universidad Nacional de Itapúa (Paraguay)
- Mag. Camilo Caballero Ocariz - Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Paraguay)
- Mag. Analía Enríquez - Universidad Autónoma de Encarnación (Paraguay)
- Mag. Guido Vignoli - Escuela Argentina de Negocios (Argentina)
- Mag. Ana María Giménez - Universidad Autónoma de Encarnación (Paraguay)
- Mag. Estelbina Esteche- Universidad Autónoma de Encarnación (Paraguay)
- Mag. Rodolfo Elías - Universidad Nacional de Asunción (Paraguay)
- Mag. Valeria Jacquemin - Instituto Misionero de Estudios Superiores (Argentina)
- Mag. Mariano Ramiro Pianovi - Instituto Misionero de Estudios Superiores (Argentina)
- Mag. Héctor López - Universidad Interamericana del Ecuador (Ecuador).
- Bioq. Ariel Insaurralde - TransferTeQ (Paraguay)
- C.P. Julio R. Sotelo - Universidad de Buenos Aires (Argentina)

PROCESO DE REVISIÓN

Los artículos que cumplan con los requisitos previstos en “información para autores/as” podrán ser aceptados para continuar con el proceso de revisión. En esta primera fase serán revisados por el Editor de la revista. En caso de ser rechazados por el incumplimiento de alguna de las normas establecidas, se realizará un informe para su reajuste y posterior reenvío.

Los artículos, luego de su revisión por el Editor de la revista, serán enviados al Comité Científico para su valoración respectiva por pares ciegos académicos-científicos afines al área del conocimiento del artículo.

Los miembros del Comité Científico leerán y evaluarán, como pares académicos-científicos, los artículos teniendo en cuenta la originalidad del enfoque, el rigor metodológico y científico, la actualidad del tema, la trascendencia de los aportes, además del respeto de las normas académicas-científicas de

escritura.

En caso de no disponer de los pares correspondientes al área del conocimiento que el artículo abarca, el Comité Editorial comunicará la situación a la autoría e iniciará un proceso de búsqueda y vinculación con académicos-científicos afines al área del conocimiento.

La evaluación de los artículos, por pares ciegos, será confidencial y se expresará en un informe de los pares donde se indicará la aceptación, la aceptación condicionada o el rechazo del artículo.

En el caso de aceptación, el Comité Editorial expedirá a la autoría principal una constancia de aceptación de la publicación con la información correspondiente al título del artículo científico, la autoría o autorías signataria de este y la información catalográfica de la publicación. Dicha constancia se remitirá mediante correo electrónico institucional al correo electrónico de las autorías.

En caso de que el artículo obtenga la aceptación condicionada o el rechazo, el Comité Editorial de la revista enviará los informes -confidenciales y sin los

datos de los revisores- a la autoría principal mediante correo electrónico a fin de que se realicen las adecuaciones correspondientes.

Las autorías están en completa libertad de efectuar o no las correcciones y volver a reiniciar el proceso de evaluación según los pasos anteriormente estipulados.

La revista solo publicará los artículos plenamente aceptados y aquellos que por cuestión temporal sean aceptados tras la publicación del número correspondiente, quedarán pendiente de publicación para el número siguiente.

En caso de controversia entre los informes de los pares, el Comité Editorial remitirá el artículo a una nueva evaluación, siguiendo con los criterios referidos a la especificidad del área del conocimiento.

Las autorías, en el caso de estar en desacuerdo sobre cualquier aspecto con el Comité

Editorial, podrán solicitar la cancelación de la publicación del artículo pendiente de publicar; no así del artículo ya publicado.

Las opiniones expresadas por los autores son responsabilidad de las autorías y no reflejan la postura del Comité Editorial ni del Comité Científico. El/ la/ los/ las, autor/a/es/as tiene/n claro el Código Ético de la revista. COPE (Committee on Publication Ethics)

Se autoriza la reproducción de las ideas publicadas mediante los artículos científicos, siempre y cuando se cite correctamente la fuente.

POLÍTICAS DE PRESERVACIÓN DIGITAL

Todo el contenido de la revista (La Saeta Universitaria Académica y de Investigación) (ediciones pasadas y presentes) se preservan no solamente en el repositorio digital de la Universidad Autónoma de Encarnación (UNAE), sino también se almacenan en la nube a través de suscripciones de pago en Google Drive y servidores externos.

La Saeta Universitaria Académica y de Investigación utiliza el sistema LOCKSS para crear un sistema de archivo distribuido entre bibliotecas colaboradoras, a las que permite crear archivos permanentes de la revista con fines de conservación y restauración.

POLÍTICA DE ACCESO ABIERTO

La revista es un proyecto no lucrativo, por lo que toda participación en forma de lectores, autores y pares evaluadores es gratuita, así como la publicación digital de los artículos científicos.

A su vez, La Saeta Universitaria Académica y de Investigación se constituye como una revista dependiente de la Universidad Autónoma de Encarnación, concretamente del Centro de Investigación y Documentación (CIDUNAE), siguiendo las directrices institucionales y ajena a intereses políticos o partidistas, inclusiva y basada en el rigor científico.

AVISO DE DERECHOS DE AUTOR/A

Bajo la licencia internacional Creative Commons Reconocimiento 4.0.

Los autores que publican en esta revista están de acuerdo con los siguientes términos:

Los autores conservan los derechos de autor y garantizan a la revista el derecho de ser la primera publicación del trabajo al igual que licenciado bajo una Creative Commons Attribution License que permite a otros compartir el trabajo con un reconocimiento de la autoría del trabajo y la publicación inicial en esta revista.

Los autores pueden establecer

por separado acuerdos adicionales para la distribución no exclusiva de la versión de la obra publicada en la revista (por ejemplo situarlo en un repositorio institucional o publicarlo en un libro) con un reconocimiento de su publicación inicial en esta revista





NORMAS DE PUBLICACIÓN DE ARTÍCULOS CIENTÍFICOS

Formato de Página

El tamaño de la hoja debe ser "A4"; los márgenes serán de 2,5, opción predeterminada en Word. Deben utilizarse las normas de citado APA, 6ª Ed.

La alineación será "justificado" con sangrado en la primera línea de cada párrafo.

La numeración de las páginas se situará en la parte derecha de la página con números arábigos. Podrá tener una extensión máxima de 30 páginas.

Fuente y Formato de Párrafos

El formato de la fuente será Times New Roman, con interlineado espacio y medio (1,5) en todo el texto. El tamaño será 12 puntos para todo el cuerpo del texto, con excepción de los datos de autoría y el Currículum -nota al pie-, que el tamaño de la fuente será 11.

Título General

El título general del trabajo debe ser escrito en letra mayúscula, en tamaño 12, centrado, en negritas y sin numeración. Podrá tener subtítulo con letra del mismo tamaño, pero respetando el orden mayúscula-minúscula.

Autoría

El/los nombre/s del/los autor/es debe/n ser, como máximo, cinco; estar alineado/s al margen derecho; tener solamente las letras iniciales en mayúsculas; estar escritos sin negritas; la fuente de tamaño 11; y referenciar, en nota al pie de página, los datos de profesión, titulación, institución de origen, correo electrónico.

Resumen

El texto del Resumen debe mantener la fuente Times New Roman, pero en tamaño 11. Además, estará alineado justificado; será una breve descripción del contenido, y presentará, de forma concisa, to-

dos los elementos constitutivos de la investigación necesarios para el entendimiento global del texto: tema, problema, justificación, objetivos, método, resultados, contribución esperada; deberá tener un máximo de 200 palabras. Se presentará, además, el Abstract (en inglés), seguido por Key Words o Palabras-clave y el Ñemombyky, seguido del Ñe'e tekoteveva, en el cual se procederá de la misma forma.

Palabras Clave

La expresión "Palabras clave" debe ser separada del cuerpo del Resumen por un espacio, teniendo solamente la inicial en mayúscula, sin negrita, en el formato de alineamiento justificado y tamaño de fuente 11, Times New Roman. Después del título, seguido de dos puntos, irán de 3 a 5 palabras que mejor describan el contenido del trabajo (de preferencia, en un proceso semántico-deductivo que parta de la idea más general a la más particular), preferiblemente contenidas en el Tesouro de la UNESCO "<http://skos.um.es>", separadas por guiones y finalizadas en un punto final.

Introducción

Debajo de la expresión "Palabras clave", estará el título "Introducción", no numerado, en letra mayúscula, en negrita, tamaño 12, Times New Roman, centrado.

Texto de la Introducción

El cuerpo del texto debe mantener la fuente Times New Roman, pero en tamaño 12. En esta sección, el autor puede: situar al lector sobre el tema, explicando su delimitación y su problematización; exponer los objetivos, justificando la importancia de la investigación, su relevancia, su viabilidad, su coherencia, así como las posibilidades, contribuciones y repercusiones del estudio propuesto; describir, de forma breve, los métodos y las técnicas utilizadas, las conexiones y las lecturas operacionales que el investigador utilizó para su constructo teórico y analítico; orientar al lector, indicando cuáles son las secciones que serán presentadas en el desenvolvimiento del artículo.

Títulos de las Secciones del Cuerpo del Artículo

Después de la "Introducción", se inician las secciones con títulos numerados, con números arábigos:

1. TÍTULO PRIMARIO: tamaño de la fuente 12, Times New Roman en negrita y letra mayúscula; alineamiento de párrafo justificado.

1.1 TÍTULO SECUNDARIO: tamaño de la fuente 12, Times New Roman, letra mayúscula; alineamiento de párrafo justificado.

1.1.1 Título Terciario: tamaño de la fuente 12, Times New Roman, en negrita y sola las letras iniciales en mayúsculas; alineamiento de párrafo justificado.

1.1.1.1 Título Cuaternario: tamaño de la fuente 12, Times New Roman, solo las iniciales mayúsculas; alineamiento de párrafo justificado.

1.1.1.1.1 Título Quinario: tamaño de la fuente 12, Times New Roman y solo las letras iniciales mayúsculas; alineamiento de párrafo justificado.

2. TÍTULO PRIMARIO: tamaño de la fuente 12, Times New Roman en negrita y letra mayúscula; alineamiento de párrafo justificado.

1.1 TÍTULO SECUNDARIO: tamaño de la fuente 12, Times New Roman, letra mayúscula; alineamiento de párrafo justificado.

1.1.1 Título Terciario: tamaño de la fuente 12, Times New Roman, en negrita y sola las letras iniciales en mayúsculas; alineamiento de párrafo justificado.

1.1.1.1 Título Cuaternario: tamaño de la fuente 12, Times New Roman, solo las iniciales mayúsculas; alineamiento de párrafo justificado.

1.1.1.1.1 Título Quinario: tamaño de la fuente 12, Times New Roman y solo las letras iniciales mayúsculas; alineamiento de párrafo justificado.

Texto de las Secciones

Los textos de las secciones deben presentarse en párrafos con: alineamiento justificado; sangría en la primera línea; formato de la fuente Times New Roman y tamaño 12; interlineado espacio y

medio (1,5). El texto que se desea resaltar, deberá seleccionarse en cursiva. No utilizar subrayados para destacar. No usar "negritas" en el texto.

Citas

Para la redacción científica se tendrá en cuenta las normas APA, 6ª Edición.

Ilustraciones

Las ilustraciones (tablas, gráficos, figuras, fotografías y expresiones matemáticas) serán localizadas lo más próximas a su referencia en el texto; deberán ser numeradas en números arábigos, con título en fuente 11 y referencia en fuente 10, y en la parte inferior de la ilustración, centrado, con la primera letra en mayúscula.

Las imágenes deben tener el formato (gif o jpg) y no deben ser incluidas utilizando recursos internos del procesador de texto.

Conclusión

Es un título no numerado, debiendo presentarse después del análisis del artículo en letra mayúscula, en negrita, tamaño 12 y centrado.

Referencias

También es un título no numerado, debiendo presentarse después de la conclusión del artículo en letra mayúscula, en negrita, tamaño 12 y centrado. No deben ser incluidas referencias que no fueron citadas a lo largo del texto. Las referencias deben ser identificadas en el texto con el formato autor- fecha y descritas, al final del trabajo, en orden alfabético, siguiendo las normas APA, última edición.

Lengua y Extensión del Artículo Científico

El trabajo podrá ser escrito en lengua española o guaraní (lenguas oficiales del Paraguay), se incluirá el resumen en inglés y los autores paraguayos incluirán el resumen en guaraní. La extensión máxima será de 30 páginas, incluyendo figuras, tablas y referencias, debiendo estar en formato Microsoft Word y siguiendo los modelos disponibles en los apartados "Recursos" de cada evento científico.

La Saeta Universitaria

Saeta Universitaria es una publicación del Centro de Investigación y Documentación de la Universidad Autónoma de Encarnación (CI-DUNAE), de periodicidad anual.

Su objetivo principal es la difusión de diferentes experiencias en cuanto a generación de conocimientos del quehacer profesional de las áreas y facultades que componen la comunidad universitaria de la UNAE y su zona de influencia.

La SAETA UNIVERSITARIA publica artículos científicos, ensayos, proyectos, reseñas, entrevistas, debates y resúmenes de tesis de carácter original vinculados al campo de actuación profesional, tanto en idioma español como portugués. Se aceptará también textos escritos en guaraní, dando cumplimiento a la Ley 4251 de Lenguas, vigente en el Paraguay.

1. No se aceptarán artículos que hayan sido previamente publicados en otra revista electrónica o impresa.
2. El proceso de evaluación para eventos científico-académicos consta de tres posibles dictámenes:

a. **Aprobado**, Participación aprobada y autorizada, posibilidad de envío de artículo completo (si se postuló con resumen) y paso a proceso de evaluación por Comité Editorial tras el evento científico-académico.

b. **Aprobado con modificaciones**, Participación aprobada y autorizada, pero no será posible remitir artículo completo hasta la modificación del resumen. Tras las modificaciones, se enviará nuevamente a Comité Científico para habilitar el envío de artículo completo y, si corresponde, el envío al Comité Editorial tras el evento científico-académico. Puede decidirse no enviar las modificaciones, pero la participación ya está aprobada.

c. **Rechazado**, Participación rechaza da como disertante.

Los trabajos recibidos serán remitidos a miembros del Comité Científico del Evento Académico, quienes remitirán tras

la aprobación al Comité Editorial, integrado por académicos de carácter nacional e internacional. El proceso de evaluación será “por evaluadores ciegos”. La decisión de los Comités es inapelable. Como máximo, los 10 (diez) mejores artículos Ounto con sus resúmenes) calificados por el Comité Editorial con la mayor puntuación, podrán ser publicados en la Saeta Universitaria. El resto, podrán ser publicados en la Saeta Digital.

En el caso de que el Comité Editorial no dé respuesta a los autores pasados los 3 meses de la celebración del evento científico o entregado el artículo, estos gozan del derecho de retirar el mismo, previa comunicación a cidunae@unae.edu.py.

Una vez que el artículo sea aprobado o aprobado con modificaciones por el Comité Científico (en primera instancia) y por el Comité Editorial (para confirmación o rechazo de la publicación en La Saeta Universitaria), la decisión será comunicada a los autores para su publicación. A partir de ese momento los autores tienen 5 días para efectuar los cambios necesarios y no podrán, sin autorización del Comité Editorial presentar los artículos a otras publicaciones.

Los autores ceden los derechos de publicación y divulgación a la Revista y los trabajos serán publicados gratuitamente. Cada autor recibirá sin cargo un ejemplar en formato digital mediante el correo facilitado en el artículo tras la publicación de la/s revistas.

Cuando los trabajos sean rechazados por el Comité Científico del Evento Académico, la decisión será comunicada a los autores para que los mismos puedan presentarlo en otro lugar o publicación.

El envío de los trabajos implicará la aceptación de las normas y condiciones de publicación por parte de los autores.

Cualquier consulta sobre la publicación, deben dirigirla a cidunae@unae.edu.py

Ubicación de la presente reglamentación en la web de la UNAE:
http://www.unae.edu.py/cidunae/images/instrucciones_postulacion_publicacion.pdf



Revista Académica y de Investigación La Saeta Universitaria Académica y de Investigación Vol. 10 Núm. 1 (2021)

TABLA DE CONTENIDOS

EDITORIAL

ARTÍCULOS ORIGINALES

- Análise do perfil empreendedor no Brasil, Bolívia, México e Argentina | *Fabricio Piurcosky; Pedro dos Santos Portugal Júnior, Juan Carlos Mendizábal Arroyo, Rodrigo Franklin Frogeri, Juan Carlos Gonzáles Islas* 24

- Competencias emprendedoras de los estudiantes de los bachilleratos en administración de negocios y contabilidad de las instituciones educativas del nivel medio de la ciudad de Pilar | *Ramón Plutarco Guillén Segobia; Edgar Daniel Morell Jiménez* 45

- Educación financiera de estudiantes universitarios en Paraguay, periodo 2018-2019 | *Chap Kau Kwan Chung; Miguel Ángel Alegre Brítez* 72

EDITORIAL

El presente volumen de la Saeta Universitaria Académica y de Investigación, del Centro de Investigación y Documentación de la Universidad Autónoma de Encarnación, pone a consideración de la comunidad este volumen, de carácter semestral. Contribuciones científicas con resultados parciales o resultados definitivos derivados de trabajos de investigación que se focalicen/hayan focalizado en la promoción del crecimiento económico sostenido e inclusivo, el fomento de la innovación, el empoderamiento y el respeto de los derechos humanos en un momento de crisis como fue y es la pandemia por COVID-19.

Matías Denis
Editor Principal

ANÁLISE DO PERFIL EMPREENDEDOR NO BRASIL, BOLÍVIA, MÉXICO E ARGENTINA

Fabricio Peloso Piurcosky¹

Centro Universitário do Sul de Minas – Brasil

Pedro dos Santos Portugal Júnior²

Centro Universitário do Sul de Minas – Brasil

Juan Carlos Arroyo Mendizábal³

Universidad Privada de Ciencias Administrativas y Tecnológicas UCATEC
- Bolívia

Rodrigo Franklin Frogeri⁴

Centro Universitário do Sul de Minas – Brasil

Juan Carlos Gonzáles Islas⁵

Universidad Tecnológica de Tulancingo - México

Recibido: 10/02/2021

Aprobado: 01/06/2021

1 Doutor em Administração pela Universidade Federal de Lavras.
Professor e Pesquisador do Centro Universitário do Sul de Minas. E-mail:
fabricio@unis.edu.br

2 Doutor em Desenvolvimento Econômico pela Universidade de
Campinas. Professor e Pesquisador do Centro Universitário do Sul de Minas.
E-mail: pedro.portugal@professor.unis.edu.br

3 Doutor em Ciências da Educação pela Universidad Militar Mcal
Bernardino Bilbao Rioja. Vice-reitor da UCATEC. E-mail: vicerector@ucatec.edu.
bo

4 Doutor em Sistemas de Informação e Gestão do Conhecimento.
Professor e Pesquisador do Centro Universitário do Sul de Minas. E-mail: rodrigo.
frogeri@professor.unis.edu.br

5 Engenheiro. Professor e Pesquisador da Universidad Tecnológica de
Tulancingo. E-mail: juanc.gonzales@utectulancingo.edu.mx

Resumo

Este trabalho busca identificar o perfil de empreendedores em localidades do Brasil, Argentina, Bolívia e México. Conhecer as características presentes nessas pessoas pode auxiliar na criação de práticas e ações que visem auxiliar o incentivo e a sobrevivência dos empreendedores. Este propósito foi alcançado através de uma pesquisa quantitativa realizada no ano de 2018 em Varginha - Brasil, Buenos Aires - Argentina, Cochabamba – Bolívia, Tulancingo – México. A pesquisa abarcou um total de 127 respondentes, permitindo identificar as principais características empreendedoras presentes na amostra estudada, se destacando a determinação, a busca por novas oportunidades de negócios e o equilíbrio emocional.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Perfil Empreendedor. América Latina. Sobrevivência Empresarial. Oportunidades de Negócios.

Abstract

This paper seeks to identify the profile of entrepreneurs in Brazil, Argentina, Bolivia and Mexico. Knowing the characteristics present in these people can help in the creation of practices and actions that aim to help the incentive and the survival of the entrepreneurs. This purpose was reached through a quantitative survey conducted in 2018 in Varginha - Brazil, Buenos Aires - Argentina, Cochabamba - Bolivia, Tulancingo - Mexico. The survey encompassed a total of 127 respondents, allowing to identify the main entrepreneurial characteristics present in the studied sample, highlighting the determination, the search for new business opportunities and emotional balance.

Keywords: Entrepreneurship. Profile Entrepreneur. Latin America. Business Survival. Business Opportunities.

Introdução

O processo de empreender exige de seus atores a capacidade de tomar decisões em ambientes muitas vezes incertos, assumindo riscos cuja mensuração é deveras complexa. Para sobreviver em ambientes como esses o empreendedor necessita desenvolver certas características que formarão o seu perfil. Posto isso, entender essas características é importante para verificar o perfil que os empreendedores, de diferentes magnitudes, desenvolvem em si mesmos.

Este trabalho trata de elencar as características específicas e mais evidenciadas dos empreendedores latino-americanos de quatro países diferentes. É importante verificar se as características pessoais daqueles que praticam o empreendedorismo revela algo importante ou mesmo particular, pois é um público bastante heterogêneo e que escolhe empreender por motivos dos mais diversos. Essa área tem recebido certos incentivos financeiros de órgãos públicos, privados e também de órgãos nacionais como o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), contribuindo para a sua ampliação quantitativa.

Este estudo tem por objetivo apontar as características de forma a identificar um perfil do empreendedor e com isso, facilitar as atividades, criar ferramentas e fornecer material para que os profissionais envolvidos possam encorajar ainda mais outros ou mesmo dar perenidade ao seu negócio.

Para atingir esse objetivo foi escolhida uma localidade em cada um desses países, determinada pela conveniência e facilidade de comunicação com universidades parceiras que auxiliaram na aplicação do questionário.

Esse artigo está estruturado em cinco partes distintas, incluindo essa introdução. Em seguida faz-se uma referência breve aos conceitos sobre empreendedorismo. No item 3 descreve-se a metodologia adotada e no item 4 abordam-se e discutem-se

os resultados obtidos pela pesquisa. Ao final, apresentam-se as considerações finais.

Empreendedorismo

Ao se buscar a etimologia do termo empreendedorismo é possível verificar que se trata de uma palavra de origem francesa, podendo ser traduzida literalmente como “aquele que está entre”. Nesse âmbito, Dolabela (2008) explica que empreendedorismo consiste em um neologismo, derivado da livre tradução, que pode ser utilizado para designar as características de um indivíduo empreendedor, seu perfil, suas ações e suas percepções frente aos desafios e seu ambiente.

Esse tipo de conceituação passou a ser utilizado no final do século XVII e início do século XVIII como uma forma de se referir à pessoa que criava e conduzia projetos ou empreendimentos (SCHMIDT; CUNHA, 2009). No entanto, de acordo com Fillion (1999) esse tema apenas se tornou um campo de estudo na década de 1980.

No contexto dos negócios, Ronstadt (1987) afirma que o empreendedorismo consiste em um processo dinâmico que permite a criação e ampliação da riqueza através de indivíduos que assumem riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira e que sejam capazes de agregar valor a algum produto ou serviço.

Nessa mesma linha de concepção está a afirmação de McClelland (1972) de que empreendedor é aquele que assume um risco sendo movido por necessidades humanas de auto realização, desejo de conquistas, procura de autonomia, de construção de redes de contatos e de estabelecimento de know-how. Dessa forma, compreende-se o empreendedorismo não apenas como indutor de novos negócios, mas também como um fenômeno que auxilia na descoberta de novos mercados e oportunidades de negócios.

Na construção do conceito de indivíduo empreendedor,

duas correntes principais se destacam: a corrente dos economistas, precursora nas discussões sobre este agente; e a corrente comportamentalista.

A primeira associa a figura do empreendedor à criação, alguém capaz de introduzir, em diferentes contextos, processos, tecnologia e soluções inovadoras. Para Schumpeter (1950), a função do empreendedor é reformar ou revolucionar os padrões de produção, explorar algo não antes experimentado para produzir um novo produto ou um produto já existente em um novo processo, proporcionando uma nova fonte de suprimento de materiais ou uma nova forma de comercialização de produtos. O empreendedor é uma pessoa capaz de destruir a ordem econômica vigente devido à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais, tecnologias e processos. Foi esse autor que estabeleceu os conceitos de destruição criativa, onde o empreendedor desafia o mercado e possibilita uma ruptura de paradigmas predominantes, podendo alterar ou até romper o equilíbrio existente com a criação de novos produtos.

A segunda corrente, dos comportamentalistas, de acordo com Acs et al. (2012), enfatiza os aspectos que se referem aos procedimentos e atitudes do empreendedor, como a intuição e a criatividade. Filion (1999) afirma que o empreendedor é uma pessoa criativa, capaz de estabelecer e atingir objetivos, com alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar novas e revolucionárias oportunidades de negócios.

Importante salientar, de acordo com Dolabela (2008), a capacidade do empreendedor em identificar oportunidades, correr riscos, estabelecer metas e criar redes de relacionamentos que contribuem não só para a realização de projetos próprios, como também para o desenvolvimento econômico de um país.

No âmbito dessa segunda corrente que se encontra a fundamentação para a pesquisa realizada a fim de identificar as

características principais presentes no perfil do empreendedor latino-americano nas localidades pesquisadas.

Metodologia

Trata-se de uma pesquisa descritiva e exploratória, de caráter quantitativo. A pesquisa é descritiva, pois buscou registrar, analisar e correlacionar fatos, com objetivo de identificar perfis de indivíduos e grupos (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007). Também é uma pesquisa exploratória, tendo em vista que

[...] a pesquisa exploratória não requer a elaboração de hipóteses a serem testadas no trabalho, restringindo-se a definir objetivos e buscar mais informações sobre determinado assunto de estudo. Tais estudos têm por objetivo familiarizar-se com o fenômeno ou obter uma nova percepção dele e descobrir novas ideias (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007, p.63).

Os dados coletados foram tabulados e analisados de forma quantitativa, de forma a medir e identificar características nos entrevistados (MALHOTRA, 2011), criando assim uma visão quantitativa da população estudada (CERVO; BERVIAN, DA SILVA, 2007).

A população em estudo são empreendedores das cidades de Varginha – Brasil, Buenos Aires – Argentina, Cochabamba – Bolívia e Tulancingo – México estabelecidas com base na possibilidade de contato por meio de universidades parceiras, sendo ao todo obtidos 127 respondentes.

Utilizou-se de um questionário semiestruturado para realizar a coleta das informações junto a esses empreendedores. Para Cervo, Bervian e Da Silva (2007), o questionário permite medir com mais exatidão o que se deseja. Foi aplicado por entrevistadores qualificados (GOODE; HATT, 1977), de forma a esclarecer eventuais dúvidas dos entrevistados. Os questionários

foram respondidos durante o primeiro semestre de 2018.

As questões foram elaboradas de forma a traçar o perfil demográfico dos entrevistados (sexo, idade, renda, profissão, dentre outros). Tais variáveis, chamadas categóricas, foram analisadas em relação à sua frequência (MCCLAVE, BENSON, SINCICH, 2009).

Na segunda parte, foram utilizadas questões cujas variáveis são predictoras, ou seja, buscam explicar o fenômeno estudado (LEVINE et al., 2012). Tais questões foram compostas por uma escala de concordância de 5 pontos (1- Nunca, 2 - Raramente, 3 - Às vezes, 4 - Frequentemente e 5 - Sempre).

Os dados quantitativos foram analisados utilizando o Statistical Package for the Social Sciences, software estatístico que tem sido utilizado no meio acadêmico, científico e empresarial como ferramenta para o procedimento de análises estatísticas, principalmente estatísticas multivariadas e descritivas (HAIR JR. et al., 1998). De forma a identificar e traçar características empreendedoras dos respondentes, foram realizadas as seguintes análises estatísticas: distribuição de frequência, análise de Cluster, análise fatorial e correlação. Os resultados das análises são descritos no item 4.

Resultados e discussões

Apresentam-se nesta seção os resultados e discussões dos dados obtidos após análise estatística.

Estatística Descritiva

A primeira análise realizada foi com relação à distribuição de frequência das variáveis demográficas, a fim de traçar o perfil dos respondentes. A distribuição de frequência permite resumir grande conjunto de dados em uma tabela, onde é possível identificar os valores dos dados juntamente com suas frequências correspondentes (TRIOLA, 2008).

A 5

Tabela 1: País dos respondentes

tes.

| País | Frequência | Percentual |
|-------------|-------------------|-------------------|
| MÉXICO | 45 | 35,4% |
| BRASIL | 29 | 22,8% |
| ARGENTINA | 35 | 27,6% |
| BOLÍVIA | 18 | 14,2% |
| Total | 127 | 100,0% |

Fonte: dados da pesquisa (2018)

<https://unae.edu.py/ojs/index.php/saetauniversitaria>

A Tabela 2 apresenta a distribuição dos respondentes por gênero.

Tabela 2: Sexo dos respondentes

| Sexo | Frequência | Percentual |
|-------------|-------------------|-------------------|
| MASCULINO | 78 | 61,4% |
| FEMININO | 49 | 38,6% |
| Total | 127 | 100,0% |

Fonte: dados da pesquisa (2018)

Percebe-se um maior percentual de participantes do sexo masculino (61,4%), sendo o Brasil o país com maior número de respondentes. A idade média é de 36 anos, ocorrendo com maior frequência respondentes com 37 anos de idade.

A Tabela 3 apresenta o estado civil dos respondentes.

Tabela 3: Estado civil dos respondentes

| Estado Civil | Frequência | Percentual |
|---------------------|-------------------|-------------------|
| CASADO(A) | 53 | 41,7% |
| SOLTEIRO(A) | 48 | 37,8% |
| VIÚVO(A) | 2 | 1,6% |
| DIVORCIADO(A) | 12 | 9,4% |
| AMASIADO | 12 | 9,4% |
| Total | 127 | 100,0% |

Fonte: dados da pesquisa (2018)

Já a Tabela 4 mostra o nível educacional dos respondentes

Tabela 4: Nível educacional dos respondentes

| Nível educacional | Frequência | Percentual |
|--------------------------|-------------------|-------------------|
| Ensino Médio | 15 | 11,8% |
| Superior Incompleto | 28 | 22,0% |
| Superior Completo | 32 | 25,2% |
| Pós-Graduação | 41 | 32,3% |
| Ensino Médio Técnico | 11 | 8,7% |
| Total | 127 | 100,0% |

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Importante observar que mais da metade dos respondentes possuem formação superior (superior completo ou pós-graduação) o que indica que os mesmos provavelmente tiveram acesso a ferramentas teóricas gerenciais que podem ser aplicadas nos processos de tomada de decisão em seus empreendimentos.

A Tabela 5 apresenta a renda pessoal dos respondentes da pesquisa.

Tabela 5: Renda pessoal dos respondentes

| Renda pessoal | Frequência | Percentual |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|
| Não há renda | 17 | 13,4% |
| Igual ou menor a 1 salário mínimo | 16 | 12,6% |
| De 1 a 3 salários mínimos | 28 | 22,0% |
| De 3 a 5 salários mínimos | 33 | 26,0% |
| De 5 a 10 salários mínimos | 21 | 16,5% |
| Acima de 10 salários mínimos | 12 | 9,4% |
| Total | 127 | 100,0% |

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Nota-se que 48% dos respondentes possuem renda pessoal correspondente a até três salários mínimos, demonstrando assim que o comportamento empreendedor nessas localidades pesquisadas não é uma característica intrínseca apenas de pessoas de alta renda.

Já a Tabela 6 apresenta a renda familiar dos respondentes. Inclui-se aqui a renda de todas as pessoas que residem com os respondentes e que contribuem para a renda familiar.

Tabela 6: Renda familiar dos respondentes

| Renda familiar | Frequência | Percentual |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|
| Não há renda | 15 | 11,8% |
| Igual ou menor a 1 salário mínimo | 5 | 3,9% |
| De 1 a 3 salários mínimos | 29 | 22,8% |
| De 3 a 5 salários mínimos | 33 | 26,0% |
| De 5 a 10 salários mínimos | 19 | 15,0% |
| Acima de 10 salários mínimos | 26 | 20,5% |
| Total | 127 | 100,0 |

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Verifica-se assim que 38,5% dos respondentes possuem renda familiar de até três salários mínimos, que corresponde, no Brasil, à designação de família de baixa renda, demonstrando mais uma vez a ocorrência de perfil empreendedor em todas as classes sociais nessas localidades pesquisadas.

Todos os respondentes possuem algum tipo de negócio próprio. Sendo assim, foi perguntado se os mesmos tinham interesse em abrir outro empreendimento, além daquele que já



possuem. A Tabela 7 apresenta os resultados.

Tabela 7: Tem intenção de ter outro negócio?

| Deseja ter outra empresa? | Frequência | Percentual |
|----------------------------------|-------------------|-------------------|
| Sim | 103 | 81,1% |
| Não | 24 | 18,9% |
| Total | 127 | 100,0% |

Fonte: dados da pesquisa (2018)

Analisando de forma mais específica, pode-se afirmar que o perfil geral dos empreendedores entrevistados é, em sua maioria, composto por pessoas idade média de 36 anos, do sexo masculino, com pós-graduação e renda familiar de 3 a 5 salários mínimos. Outra característica interessante é o fato de que a maioria dos entrevistados (81,1%) tem intenção de ter outro negócio, mesmo já possuindo um empreendimento.

Uma vez traçado o perfil dos entrevistados, passa-se à análise estatística multivariada dos dados, no item 4.2. .2

Perfil empreendedor

Neste ponto, foram realizadas análises de estatística multivariada para identificar fatores e correlações entre características empreendedoras.

Todos os entrevistados responderam à totalidade das questões, portanto, não houve a existência de dados ausentes (missing), sendo utilizadas as respostas de todos os empreendedores para a análise estatística.

Devido à grande quantidade de variáveis estudadas, realizou-se a Análise Fatorial Exploratória, buscando encontrar um número menor de fatores (Hair Jr. et al., 1998). Para isso, foi utilizado o método de extração denominado Análise dos Componentes Principais, com rotação Varimax (máxima verossimilhança) e normalização do tipo Kaiser. Para a definição do número de fatores, foi utilizado o critério do Eigenvalue (quantidade de variância explicada por um fator). Valores maiores ou iguais a 1 foram considerados como significantes. Além disso, considerou-se as variáveis que apresentaram cargas fatoriais superiores a 0,402. A carga fatorial possibilita identificar o papel de cada variável, mostrando ainda a correlação de cada variável com o fator. Hair et al. (1998) afirma que valores de carga fatorial acima de 0,300 são considerados significantes. Nesta análise, considerou-se uma carga fatorial igual ou maior que 0,402, como já afirmado.

A análise estatística apresentou um conjunto de 17 fatores, que juntos, explicam 85,78% da variância. No entanto, o estudo baseou-se em 3 fatores, devido à quantidade dos mesmos e à relevância das variáveis envolvidas.

A Tabela 8: Fator 1

| Variável | Coefficiente |
|---|--------------|
| Dedicado | ,754 |
| Totalmente focado nas atividades que desenvolve | ,746 |
| Determinado e obstinado | ,672 |
| Proativo na tomada de decisão (tem iniciativa) | ,672 |
| Disposto a sacrificar para atingir os objetivos | ,620 |
| Persistente na resolução de problemas | ,572 |

Fonte: dados da pesquisa (2018).



Percebe-se que o fator 1 reúne variáveis que denotam uma pessoa obstinada, centrada naquilo que deseja, que busca atingir seus objetivos, mesmo que isso envolva sacrifícios. Esse fator poderia ser denominado como “empreendedores determinados”.

Tabela 9: Fator 2

| Variável | Coefficiente |
|---|--------------|
| Gosto de estar com pessoas abertas, que pensam livremente e sem restrições | ,756 |
| Eu gosto de olhar para longe, no horizonte, encaminhar | ,683 |
| Eu acho que vale a pena sonhar acordado | ,587 |
| Não convencional, cabeça aberta, pensador. | ,574 |
| Ele é adepto da adaptação a novas situações | ,553 |
| Não está em conformidade com o <i>status quo</i> , ou seja, o estado atual em que está. | ,544 |

Fonte: dados da pesquisa (2018)

O segundo fator apresentou variáveis relacionadas à mudança, buscar novas situações, se adaptar e pensar de forma inovadora. Trata-se de um perfil de empreendedor que está sempre em busca do novo e valoriza novas ideias, tolerando ainda situações de conflito que possam surgir. É um perfil de empreendedor “que busca novas oportunidades”.

Já a Tabela 10 apresenta as características do terceiro fator

Tabela 10: Fator 3

| Variável | Coefficiente |
|---|--------------|
| Tenho tolerância para incertezas e falta de estrutura | ,745 |
| Tenho tolerância ao estresse e aos conflitos. | ,729 |
| Alguém que não tem medo de falhar. | ,573 |

Fonte: dados da pesquisa (2018).

O fator 3 apresenta características de pessoas que são tolerantes à falta de estrutura, aos conflitos e que arriscam sem medo de falhar. São pessoas centradas, que apresentam maturidade diante de incertezas. Pode-se chamar tais empreendedores de “equilibrados”. Nota-se assim a prevalência de uma das principais características que o empreendedor deve desenvolver: a capacidade de assumir riscos.

Os resultados obtidos permitem concluir que as características empreendedoras mais marcantes identificadas nos entrevistados podem ser resumidas em:

- I) determinação;
- II) busca por novas oportunidades e
- III) equilíbrio emocional.

De forma a avaliar a consistência interna das variáveis, realizou-se o teste de Coeficiente Alfa de Cronbach, conforme recomenda Malhotra (2001). O autor afirma que tal coeficiente deve ser maior ou igual a 0,6000. Neste estudo, as variáveis apresentaram um índice de 0,753, demonstrando uma boa consistência interna.

Também se fez a Análise de Cluster de forma a agrupar os participantes da pesquisa de acordo com o seu padrão de resposta (Malhotra, 2001). Foram encontradas soluções com dois clusters.

A análise de variância mostrou que as variáveis sexo, estado civil e nível de escolaridade apresentaram semelhanças estatisticamente significativas entre os grupos.

Tabela 11: Características marcantes dos grupos

| Características | Cluster 1 | Cluster 2 |
|-------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| País | México (18,1%) | México (12,6%) |
| Sexo | Masculino (28,3%) | Masculino (24,4%) |
| Estado civil | Solteiro(a) (21,3%) | Casado(a) (16,5%) |
| Nível educacional | Superior Completo (16,5%) | Pós-graduação (15,7%) |
| Renda familiar | De 3 a 5 salários mínimos (12,6%) | De 3 a 5 salários mínimos (10,2%) |

Fonte: dados da pesquisa (2018).

Os resultados mostram que os clusters possuem perfis semelhantes, sendo formado em sua maioria por homens empreendedores do México, com renda familiar de 3 a 5 salários mínimos. O que difere tais clusters são o estado civil (mais solteiros no cluster 1 e casados no cluster 2) e o nível educacional, que no cluster 2 apresenta mais pessoas com pós-graduação, sendo que no cluster 1 a maioria possui apenas a graduação (ensino superior).

Após estes resultados é possível tecer algumas considerações gerais a respeito dos dados estudados, conforme apresentado na seção 5.

Considerações finais

Este estudo buscou traçar o perfil de empreendedores em localidades de quatro países latino-americanos, no ano de 2018, de forma a identificar as características de tais empreendedores. Para tanto, foi feita uma análise estatística descritiva e multivariada dos dados coletados por meio de questionários aplicados aos participantes.

Os resultados mostraram que a maioria dos empreendedores já são adultos (média de 36 anos), homens, casados, pós-graduados,

renda pessoal e familiar de 3 a 5 salários mínimos. A grande maioria deseja ter outro negócio próprio (81,1%), embora já sejam donos de empreendimentos.

Percebeu-se que os participantes possuem como características empreendedoras, dentre outras: uma pessoa obstinada, centrada naquilo que deseja, que busca atingir seus objetivos, mesmo que isso envolva sacrifícios e riscos.

Empreendedores possuem grande determinação e vontade de aprender, além de sempre buscarem inovação e estarem conectados às mudanças do mercado e da sociedade. Desta forma, identificar suas características comportamentais é importante, de forma a orientar outras pessoas que desejam empreender para potencializar seus esforços na busca do que desejam. Essa é a contribuição principal do artigo.

Este tema ainda requer muitos estudos. Uma possível agenda de pesquisa futura seria a ampliação da quantidade de participantes, ou ainda, a comparação de empreendedores que estão iniciando um negócio com aqueles que estão há certo tempo no mercado. Há também uma vontade em comparar o perfil do latino-americano com o europeu, evidenciando se as características são similares, frente aos incentivos e programas existentes.

Fica, por fim, a contribuição para que instituições atuem como agentes de fomento ao empreendedorismo, desenvolvendo e potencializando características essenciais a um empreendedor, contribuindo assim para o desenvolvimento da economia e do país.

Referências

- Acs, Z. J. et al. (2012) Growth and entrepreneurship. *Small Business Economics*, Dordrecht, v. 39, n. 2, p. 289-300.
- Cervo, A. L.; Bervian, P. A.; Da Silva, R. (2007). *Metodologia Científica*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

Dolabela, F. (2008). Oficina do empreendedor. Rio de Janeiro: Sextante.

Filion, L. J. (1999) Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 6-28.

Goode, W. J.; Hatt, P.K. (1977). Métodos em pesquisa social. São Paulo: Companhia Editora Nacional.

Hair Jr., J.F.; Anderson, R.E.; Tatham, R.L.; Black, W. C. (2005). Análise multivariada de dados. Porto Alegre: Bookman.

Levine, D. M.; Stephan, D. F.; Krehbiel, T.; Berenson, M. L. (2012). Estatística: teoria e aplicações usando o Microsoft Excel em Português. São Paulo: LTC.

Malhotra, N. K. (2011). Pesquisa de marketing: foco na decisão. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

McClave, J. T.; Benson, P. G.; Sincich, T. (2009). Estatística para administração e economia. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

McClelland, D. C. (1972). A sociedade competitiva: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura.

SEBRAE. (2006). O que é ser empreendedor? Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-em>

preendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD
Acesso em 01 mar 2017.

Ronstadt, R. (1987). The educated entrepreneurs: a new era of entrepreneurial education is beginning. *American Journal of Small Business*, v. 22, n.4, p. 37-53, Spring.

Schmidt, S.; Cunha, R. A. N. (2009). Perfil empreendedor e desempenho organizacional. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-6552009000300007
Acesso em: 21 maio 2017.

Schumpeter, J. A. (1950). *Capitalism, socialism and democracy*. New York: Harper and Row.

Triola, M. F. (2008). *Introdução à Estatística*. Rio de Janeiro: LTC, 2

COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DE LOS BACHILLERATOS EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y CONTABILIDAD DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL NIVEL MEDIO DE LA CIUDAD DE PILAR

Ramón Plutarco Guillén Segobia¹

Universidad Nacional de Pilar - Paraguay

Edgar Daniel Morell Jiménez²

Universidad Nacional de Pilar - Paraguay

Recibido: 25/05/2021

Aprobado: 10/06/2021

Resumen:

La investigación trata sobre las competencias emprendedoras de los estudiantes de los bachilleratos en Administración de Negocios y Contabilidad de las Instituciones Educativas del nivel medio de la ciudad de Pilar. Se analizaron variables relacionadas

1 Candidato a Magíster en Ciencias de la Educación-Universidad Nacional de Pilar. Email: plutarkoz@hotmail.com

2 Dr. en Administración. Docente Universidad Nacional de Pilar. E-mail: edjm_25@hotmail.com

a: autoconocimiento, visión del futuro, energía, planificación, comunicación, percepción de riesgo, creatividad, proactividad e imagen del empresario. Se utilizó una metodología de nivel descriptivo, de corte transversal, de diseño no experimental, con enfoque únicamente cuantitativo. La población de estudio estuvo conformada por 443 alumnos distribuidos en ambos bachilleratos. La muestra se calculó en base a un 95% de confianza y un margen de error de 0.5%, quedando la muestra representativa en 239 alumnos. Se utilizó como instrumento de recolección de datos un cuestionario elaborado y validado por García, Moreno & Rosique (2012), siguiendo la teoría de McClelland y otras. Los resultados muestran que la mayoría de los jóvenes desarrollan, con mayor o menor frecuencia, todas las competencias emprendedoras que pregona la teoría de McClelland y otros autores consultados sobre las características necesarias para ser emprendedor. Estos resultados también concuerdan con los aportes de Núñez, Martínez, Rico, Rodríguez, López, Gallego & Roca (2017), quienes denominan a este conjunto de características como el “Espíritu Emprendedor”. También coincide con Amaru (2008), quien señala a este conjunto de hallazgos como las personas capaces de ser emprendedores.

Palabras Clave: Educación Media- competencias emprendedoras-bachilleratos.

Abstract:

The research deals with the entrepreneurial competencies of the students of the baccalaureate degrees in Business Administration and Accounting of the Middle Level Educational Institutions of the city of Pilar. Variables related to; self-knowledge, vision of the future, energy, planning, communication, risk perception, creativity,

proactivity and the image of the entrepreneur. A descriptive, cross-sectional, non-experimental design methodology was used, with a solely quantitative approach. The study population is made up of 443 students distributed in both high schools. The sample was calculated based on 95% confidence and a margin of error of 0.5%, leaving the representative sample in 239 students. A questionnaire prepared and validated by the Polytechnic University of Cartagena (2012) was used as the data collection instrument, following McClelland's theories. The results show that the majority of young people develop, with greater or lesser frequency, all the entrepreneurial skills that McClelland's theories about the characteristics necessary to be an entrepreneur proclaim. These results also agree with the contributions of Núñez, Martínez, Rico, Rodríguez, López, Gallego, & Roca (2017) who call this set of characteristics as the "Entrepreneurial Spirit". It is also allowed to coincide with Amaru (2008), who points out to this set of findings, how people capable of being entrepreneurs.

Keywords; Secondary education- entrepreneurial skills- baccalaureate degrees.

Introducción

Al emprendimiento se le ha reconocido en los últimos años como el principal motor de crecimiento económico en los países cuyas economías son más débiles, con mayor valor en la economía de América Latina (Pisani, Borba, Ovando, & García, 2020). Al respecto, Paraguay presenta altos índices de emprendimiento, aunque no logran mantenerse a largo plazo, por ende, no se vuelve sólido en el mercado (GEM, 2020).

Estudios recientes realizados por la The Global Entrepreneurship Monitor (GEM), como el llamado Índice del Contexto Nacional de Emprendedurismo, desarrollado en Paraguay, halla un ecosistema empresarial naciente, colocando al Paraguay en los niveles más bajos, comparativamente con las demás economías de países en Latinoamérica. Entre los resultados más destacados del informe se halla que los factores y /o elementos calificados con las más bajas puntuación se dan en lo relacionado a la falta de educación empresarial, falta de inversión en transferencia de investigación y desarrollo (I+D) y su articulación con las actividades empresariales (Pisani, Borba, Ovando, & García, 2020).

Estudios recientes a nivel nacional dan cuenta de ello, pues como se encuentra entre las conclusiones del estudio del perfil emprendedor de la población juvenil paraguaya, desarrollada por Villalba y Ortega (2021), y que utilizan como referencia la perspectiva teórica de McClelland (1989), muestran un desarrollo intermedio del comportamiento emprendedor en los jóvenes, donde prevalecen variables como fijar metas, exigir eficiencia y calidad. Por el contrario, algunas pautas son escasamente desarrolladas, como la búsqueda de oportunidades, correr riesgos, planificar las tareas asociadas al emprendimiento, cumplir compromisos y persuadir a las personas con el fin de crear redes de contactos.

Un estudio en la ciudad de Pilar, específicamente en mujeres y desarrollado por Encina Ayala, & López Méndez (2021), resalta en las conclusiones que las propietarias se lanzaron al mercado

motivadas por una oportunidad visualizada en el rubro; pero limitadas en ciertos casos por la falta de una educación financiera, de acceso a créditos, redes de contactos y programas y políticas de ayuda a emprendedores.

Este tipo de estudios demuestran que no se cumple a cabalidad la Ley No. 5669 / 2016 de fomento de la cultura emprendedora, cuya finalidad o propósito es fomentar el espíritu y la cultura emprendedora en todos los estamentos educativos del país y establecer los instrumentos para llevar a cabo la investigación, desarrollo y sustentabilidad de proyectos emprendedores, creando medidas de apoyo, económicas y financieras (Ley 5669 de 2016).

Ante estas dificultades de emprendimiento, es importante, además de la intervención del estado para mejorar sus políticas económicas que fomente y sostenga los emprendimientos, formar a los futuros empresarios de manera efectiva en el desarrollo de competencias emprendedoras.

Tomando como referencia a McClelland -con su teoría de la necesidad del logro- los seres humanos tienen necesidad de tener éxito. Los emprendedores son impulsados por esta necesidad de lograr sobresalir, de ahí que estas personas prefieren los riesgos y desafíos de aventurarse a la seguridad de un ingreso estable (citado en Teran-Yepez & Guerrero-Mora, 2020).

Para Man, Lau, y Chan (2002) las competencias emprendedoras significan “la capacidad total del emprendedor para desempeñar su rol de una manera exitosa y abarcan rasgos de personalidad, habilidades y conocimiento” (p. 124), mientras que para Vázquez (2015) son el conjunto de habilidades desarrolladas en función de identificar oportunidades y condiciones que generan acciones para consolidarlas como una realidad en función de sus objetivos propuestos. Según Núñez, et, al. (2017), esto puede darse a partir del reconocimiento de las actitudes, valores, motivaciones, destrezas y conocimientos que posee como individuo, así como su aprovechamiento para crear intencionalmente las condiciones

necesarias a fin de cumplir tales objetivos.

Sin embargo, es importante tener en cuenta, también, que algunas características son adquiribles (Boria y García, 2006), pero el aprendizaje de otras resultará inviable durante la formación secundaria y universitaria, pues como señala Rivas (2015), “un emprendedor es aquella persona que toma la decisión de emprender un negocio por cuenta propia, es una persona que ve una oportunidad de negocios y va por ella” (p.46).

Al respecto, el Ministerio de Educación y Ciencias de Paraguay (MEC), en su plan curricular para los bachilleratos en Administración de Negocios y Contabilidad contempla la formación en emprendimiento y señala:

Las disciplinas están orientadas de tal forma que el educando desarrolle actitudes y aptitudes contables y administrativas teóricas y prácticas propias de las empresas en las que desempeñarán sus labores una vez incursionados en el campo del trabajo empresarial. Entre otras capacidades se desarrollan aquellas que se refieren al procesamiento de información contable-administrativa con el objeto de la toma de decisiones en las organizaciones (MEC,2014, p.21)

Teniendo en cuenta lo antes citado y la información manejada, se establece como objetivo identificar las competencias emprendedoras que poseen los estudiantes de los bachilleratos en Administración de Negocios y Contabilidad de las instituciones educativas del nivel medio de la ciudad de Pilar.

La investigación se justifica en el hecho de que aporta datos para proponer a futuro alternativas pedagógicas y didácticas que potencien la cultura emprendedora en los jóvenes. Igualmente, los resultados de la investigación dan paso a un análisis, tanto en docentes como en estudiantes, hacia lo que esperan del bachillerato en el cual se encuentran inmersos, fomentando el aprovechamiento de este, como recurso de formación técnica y no como un mero paso obligatorio para culminar sus estudios secundarios.

Metodología

La investigación sigue el camino epistemológico del positivismo, pues observa, mide y cuantifica el conjunto de variables que determinan la presencia de las competencias emprendedoras en los sujetos de estudio. Según Foucault, la epistemología positivista, es aquella donde el conocimiento puede ser adquirido mediante la observación parcial de datos que son perceptibles inmediatamente por los sentidos para explicar y predecir comportamientos humanos, basados en metodologías cuantitativas (citado en Vicencio y Plans, 2011).

La investigación adopta el nivel descriptivo (Arias, 2012), pues describe las características de los elementos que forman la competencia emprendedora según la teoría de McClelland y otros autores que siguen la misma línea. También asume una metodología no experimental, pues no se manipulan las variables para medir las competencias emprendedoras en el grupo de estudio, sino más bien, se describen tal cual se desarrollan en su estado natural. Por su alcance temporal, es de corte transversal, porque se desarrolla en un tiempo único en el año 2021.

La población de estudio está conformada por 443 alumnos matriculados en los bachilleratos en Administración y Contabilidad de 5 (cinco) Instituciones Educativas del Nivel Medio en la ciudad de Pilar, según fuentes del MEC (2021).

Atendiendo a la dificultad de los investigadores de acceder al total de alumnos, se recurrió a una muestra representativa calculada con base en un 95% de confianza y un margen de error de 0.5%, dando como resultado una muestra representativa de 206 alumnos.

Como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta, en su modalidad cuestionario. El cuestionario, elaborado y validado por García, Moreno & Rosique (2012) siguiendo las teorías de McClelland y autores que aportan a la misma línea, es denominado “competencias emprendedoras en jóvenes” y mide los siguientes componentes:

- Autoconocimiento.
- Visión del futuro.
- Energía.
- Planificación.
- Comunicación.
- Percepción de riesgo.
- Creatividad.
- Proactividad
- Imagen del empresario.

Estos componentes se tomaron con el fin de recoger la percepción que tienen los estudiantes sobre la frecuencia con la que utilizan sus competencias emprendedoras. Se usó una escala Likert del 1 (nunca) al 5 (siempre).

Teniendo en cuenta las medidas sanitarias adoptadas por el gobierno en Paraguay y la suspensión de las clases presenciales, dando apertura solo a las clases virtuales, se solicitó el permiso correspondiente a las cinco instituciones educativas de la ciudad de Pilar, las cuales aceptaron participar en el estudio y procedieron a agregar a los investigadores en los grupos de WhatsApp, plataforma donde se desarrollan las clases y se mantiene contacto con los alumnos. En este espacio se compartió y se informó a los estudiantes sobre el estudio en curso y su importancia en la participación, respondiendo honestamente a las preguntas que contempla el cuestionario. Seguidamente, se les compartió el link de acceso del cuestionario utilizando el formato Google Forms (<https://forms.gle/iPLXjE2aEQXg988k6>).

Los resultados obtenidos fueron analizados con base en la estadística descriptiva, representándose en el siguiente apartado por tablas porcentuales.

Como criterio ético, las informaciones obtenidas fueron analizadas con estricta confidencialidad; por tanto, se reservaron en todo momento en el anonimato, los verdaderos nombres de las instituciones y las personas que integran la muestra de la investigación.

Como criterio de inclusión, participaron en el estudio las instituciones educativas que prestan servicios de bachillerato en Administración de Negocios y de Contabilidad en la ciudad de Pilar.

Como criterios de exclusión, se excluyeron a aquellas instituciones educativas del Nivel Medio que no cuentan con estos bachilleratos.

Análisis de los Resultados

Tabla 1. Competencias emprendedoras de los alumnos

| Variables | Indicadores | Muy Frecuentemente | Frecuentemente | Poco Frecuente | Nada Frecuente | Total |
|------------------|---|--------------------|----------------|----------------|----------------|-------|
| | | | | | | |
| Autoconocimiento | Uso mis habilidades, lo que se me da bien hacer | 16% | 59% | 23% | 2% | 100% |
| | Tengo iniciativa para hacer cosas | 18% | 64% | 15% | 3% | 100% |
| | Tengo en cuenta posibles riesgos | 26% | 34% | 36% | 4% | 100% |
| | Asumo mi parte de responsabilidad | 40% | 49% | 10% | 2% | 100% |

| | | | | | | |
|-------------------------|---------------------------------------|-----|-----|-----|----|------|
| Visión de Futuro | Propongo nuevas formas de hacer cosas | 28% | 45% | 25% | 2% | 100% |
| | Tengo en cuenta posibles resultados | 26% | 61% | 11% | 2% | 100% |
| | Doy soluciones | 29% | 50% | 17% | 4% | 100% |
| | Busco oportunidades | 31% | 54% | 15% | 0% | 100% |
| | Busco superarme | 57% | 32% | 10% | 0% | 100% |
| Energía | Mantengo el ánimo | 25% | 44% | 28% | 3% | 100% |
| | Cumplo lo prometido | 35% | 57% | 8% | 0% | 100% |
| | Me exijo hacer bien las cosas | 48% | 42% | 9% | 1% | 100% |
| | Me fijo metas | 58% | 32% | 9% | 1% | 100% |
| Planificación | Busco información cuando no se algo | 54% | 35% | 11% | 1% | 100% |
| | Utilizo poco a poco mis recursos | 24% | 63% | 13% | 0% | 100% |
| | Evalúo lo que hago en cada momento | 20% | 45% | 33% | 2% | 100% |

| | | | | | | |
|------------------------------|--|-----|-----|-----|-----|------|
| Comuni_ cación | Escucho y atiando al otro | 37% | 51% | 12% | 1% | 100% |
| | Trabajo en equipo | 32% | 45% | 23% | 1% | 100% |
| | Influyo en los demás | 19% | 48% | 31% | 2% | 100% |
| | Busco nuevas amistades | 29% | 25% | 36% | 10% | 100% |
| Percepción de riesgos | No me asusta la idea de lo desconocido | 21% | 44% | 23% | 12% | 100% |
| | Considero que el riesgo es a veces estimulante | 17% | 53% | 29% | 2% | 100% |
| | Creo en el dicho: “Quien no arriesga no gana” | 48% | 38% | 12% | 1% | 100% |
| | Creo que en la vida hay que afrontar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas | 52% | 41% | 7% | 0% | 100% |

| | | | | | | |
|--------------------|---|-----|-----|-----|----|------|
| | Suelo tener ideas originales y las pongo en práctica. | 27% | 48% | 25% | 1% | 100% |
| | No me resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema. | 14% | 56% | 26% | 4% | 100% |
| Creatividad | Veo posibilidades creativas en cada cosa que hago. | 21% | 54% | 24% | 1% | 100% |
| | Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas. | 20% | 60% | 18% | 2% | 100% |
| | Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales | 39% | 46% | 14% | 1% | 100% |

Proactividad

Si veo algo
que no me
gusta, puedo
cambiarlo.

| | | | | |
|-----|-----|-----|----|------|
| 21% | 57% | 20% | 2% | 100% |
|-----|-----|-----|----|------|

No importan las
probabilidades
de éxito, si creo
en algo lo haré

| | | | | |
|-----|-----|-----|----|------|
| 28% | 53% | 14% | 5% | 100% |
|-----|-----|-----|----|------|

Me gusta
defender mis
ideas, incluso
en contra de la
oposición de los
demás.

| | | | | |
|-----|-----|-----|----|------|
| 31% | 49% | 18% | 1% | 100% |
|-----|-----|-----|----|------|

Siempre estoy
buscando
mejores formas
de hacer las
cosas

| | | | | |
|-----|-----|----|----|------|
| 36% | 55% | 7% | 2% | 100% |
|-----|-----|----|----|------|

Fuente: elaboración propia en base a cuestionario a alumnos.



En relación a la variable autoconocimiento, se puede observar en la tabla 1 que el 59 % de los alumnos encuestados hacen uso de sus habilidades con frecuencia, mientras que el 23 % aseveró que lo usa con poca frecuencia. El 16 % por su parte, señaló que lo utiliza muy frecuentemente y el 2% nada frecuente.

Acerca de tener iniciativa, el 64 % de los encuestados respondieron que frecuentemente la tienen, el 18 % dijo que lo tiene muy frecuentemente, sin embargo, el 15 % declaró que es poco frecuente que lo tengan y el 3 % restante expresó que es nada frecuente.

En cuanto a si se tiene en cuenta posibles riesgos, el 36 % manifestó que, con poca frecuencia, no obstante, el 34 % aseguró que frecuentemente lo tiene en cuenta, el 26 % mencionó que es muy frecuente y el 4 % restante expresó que no es nada frecuente.

Por último, acerca de asumir sus responsabilidades, el 49 % indicó que lo hace frecuentemente, mientras que, el 40 % manifestó hacerlo muy frecuentemente, el 10 % sin embargo, dijo que es poco frecuente y el 2 % nada frecuente.

La tabla 1 revela que la mayoría de los alumnos frecuentemente utiliza sus habilidades, así también tiene iniciativa y asume sus responsabilidades, mientras que, acerca de tener en cuenta los posibles riesgos, también se han obtenido resultados positivos. Al respecto, Rubio, Cordón & Agote (1999) recogen el autoconocimiento entre aquellas competencias consideradas emprendedoras.

Siguiendo con la segunda variable Visión de Futuro, se evidencia que, con relación a proponer nuevas formas de hacer las cosas, el 45 % de los alumnos encuestados indicó que frecuentemente lo hacen, mientras que, el 28 % manifestó hacerlo muy frecuentemente. Por su parte, el 25 % dijo que es poco frecuente que lo propongan y el 2 % nada frecuente. Acerca de si tienen en cuenta los posibles resultados, el 61 % indicó que frecuentemente lo tienen en cuenta, el 26 % señaló que es muy frecuente, el 11 %

poco frecuente y el 2 % nada frecuente.

En cuanto a dar soluciones, el 50 % de los alumnos encuestados respondió que frecuentemente lo hace, mientras que, el 29 % expresó hacerlo muy frecuentemente, el 17 % con poca frecuencia y el 4 % restante nada frecuente.

Con respecto a buscar oportunidades, el 54 % de los alumnos indicó que lo hace con frecuencia, el 31 % muy frecuentemente y el 15 % con poca frecuencia.

Lo que refleja la tabla 1 es que la mayoría de los alumnos frecuentemente proponen nuevas formas de hacer las cosas, teniendo en cuenta los posibles resultados, dan soluciones a los problemas que se les presenta y buscan oportunidades. Para Sánchez (2003), el emprendedor desarrolla un pensamiento a futuro, pues es visionario, capaz de imaginar una idea de negocio con capacidad de éxito en un futuro cercano. Esto exige del emprendedor el manejo de control, pues requiere el manejo de los recursos humanos y materiales, para convertir su visión en realidad.

Referente a la variable Energía, el 57 % de los alumnos encuestados manifestó que busca superarse muy frecuentemente, el 32 % indicó que lo hace frecuentemente y el 10 % expresó hacerlo con poca frecuencia.

En cuanto a mantener el ánimo, el 44 % señaló hacerlo frecuentemente, el 28 % indicó que es poco frecuente, mientras que, el 25 % respondió que lo mantiene muy frecuentemente y el 3 % nada frecuente.

Con relación a cumplir con lo prometido, el 57 % indicó que frecuentemente lo cumple, el 35 % señaló hacerlo muy frecuentemente y el 8 % dijo hacerlo con poca frecuencia.

Con respecto a si se exigen a hacer bien las cosas, el 48 % manifestó que muy frecuentemente lo hace, mientras que, el 42 % dijo que se exige frecuentemente, el 9 % expresó que es poco frecuente y el 1 % nada frecuente.

Lo que se visualiza en la tabla 1 es que la mayoría de los alumnos muy frecuentemente buscan superarse y se exigen a sí mismos hacer bien las cosas. También, se ve reflejado que con frecuencia mantienen su ánimo y cumplen con lo prometido. Bandura (1986) describió esto como las expectativas del resultado que influyen en la motivación y predicen la conducta (citado en Lunenburg, 2011).

Respecto a la variable Planificación, el 58 % de los alumnos se fijan metas muy frecuentemente, el 32 % frecuentemente, el 9 % poco frecuente que lo hagan y el 1 % nada frecuente.

Con respecto a si buscan información cuando no saben algo, el 54 % indicó que lo hace muy frecuentemente, el 35 % frecuentemente, el 11 % con poca frecuencia y el 1% nada frecuente.

En tanto a si utilizan poco a poco sus recursos, el 63 % de los alumnos encuestados respondieron que frecuentemente lo hacen, el 24 % muy frecuentemente y el 13 % con poca frecuencia.

Acerca de si evalúan lo que hacen en cada momento, el 45 % de los encuestados manifestaron hacerlo frecuentemente, no obstante, el 33 % mencionó que lo hace con poca frecuencia. En cambio, el 20 % declaró hacerlo muy frecuentemente y el 2% nada frecuente.

Lo que expone la tabla 1 es que la mayoría de los alumnos muy frecuentemente se fijan metas y buscan información cuando no saben algo, con frecuencia utilizan sus recursos poco a poco y evalúan sus actos a cada momento. Al respecto, De Pablo, et, al. (2004) ponen de manifiesto que el emprendedor desarrolla la capacidad organizativa para llevar a cabo su proyecto empresarial.

En cuanto a la variable Comunicación, se consultó sobre si desarrollan la capacidad de escucha y atención hacia al otro. El 51 % manifestó que frecuentemente lo hace, el 37 % dijo hacerlo muy frecuentemente, el 12 % sin embargo, expresó que es poco frecuente y el 1% señaló que es nada frecuente.

Por otra parte, el 45 % de los alumnos indicó que, frecuentemente trabaja en equipo, el 32 % dijo que lo hace muy frecuentemente, no obstante, el 23 % manifestó que lo hace con poca frecuencia y el 1 % restante expresó que es nada frecuente.

Con respecto a si influyen en los demás, el 48 % de los alumnos encuestados respondió que, frecuentemente lo hacen, el 31 % expresó que es poco frecuente que influya en otros, el 19% dijo que lo hace con mucha frecuencia y el 1% señaló que es nada frecuente.

Acerca de buscar nuevas amistades, el 36% manifestó que es poco frecuente, mientras el 29% indicó que, lo hace muy frecuentemente, el 25% por su parte expresó hacerlo frecuentemente y el 10% sin embargo, señaló que es nada frecuente.

La tabla 1 expone que la mayoría de los alumnos con frecuencia escuchan y atienden al otro, trabajan en equipo e influyen en los demás. También se visualiza un resultado positivo con respecto al hecho de buscar amistades nuevas, puesto que se asienta en los indicadores de muy frecuentemente y frecuentemente respectivamente. Según García, Moreno & Rosique (2012), estas personas necesitan estar constantemente involucradas de lleno en un proceso de comunicación.

Con relación a la variable Percepción de riesgos, el 44 % de los alumnos encuestados refirió que con frecuencia no le asusta la idea de lo desconocido, mientras que, el 23 % dijo que es poco frecuente que no le asuste. Sin embargo, el 21 % manifestó que es muy frecuente y el 12 % nada frecuente.

Sobre la consideración del riesgo y el estímulo que supone, el 53 % de los encuestados indicó que frecuentemente considera que el riesgo es a veces estimulante, el 29 %, dijo que es poco frecuente, el 17 % aseguró que es muy frecuente y el 2 % que es nada frecuente.

Acerca de si creen en el dicho “Quien no arriesga, no gana”, el 48 % de los alumnos encuestados expresó que muy frecuentemente cree en ello, el 38 % señaló que lo hace frecuentemente, mientras que

el 12% dijo que es poco frecuente y el 1% nada frecuente.

Con respecto a si creen que en la vida hay que afrontar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas, el 52 % manifestó creerlo muy frecuentemente, el 41 % indicó hacerlo frecuentemente y el 7 % señaló que es poco frecuente que crean en ello.

Lo que la tabla 1 refleja es que, en su mayoría, los alumnos frecuentemente no se asustan con la idea de lo desconocido y, además, consideran que el riesgo a veces es estimulante, así también con mucha frecuencia creen en el dicho “el que no arriesga, no gana” y que en la vida hay que afrontar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas. Palmer (1971) considera que el emprendedor es consciente de la aventura que conlleva crear una empresa, pues debe considerar la situación inicial y la probabilidad de poder ponerla en funcionamiento (citado en García, Moreno & Rosique, 2012).

Con respecto a la variable Creatividad, sobre si suelen tener ideas originales y las ponen en práctica, el 48 % de los alumnos encuestados indicó que frecuentemente la tienen, el 27 % señaló tenerla muy frecuentemente, mientras que, el 25% expresó que es poco frecuente que la tengan y el 1% restante refirió que es nada frecuente.

Por otro lado, el 56 % de los alumnos manifestó que con frecuencia no le resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema, el 26% señaló que es poco frecuente que lo haga, el 14% dijo que muy frecuentemente no les resulta difícil y el 4% expresó que es nada frecuente.

Ahora bien, acerca de ver posibilidades creativas, el 54 % señaló que frecuentemente las ve, sin embargo, el 24 % aseguró que es poco frecuente, el 21 % indicó que muy frecuentemente las ve y el 1% restante refirió que es nada frecuente.

En cuanto a si disfrutan buscando nuevas formas de ver las cosas en lugar de guiarse por las ideas ya conocidas, el 60 % manifestó que lo hace frecuentemente, el 20 % muy frecuentemente, mientras

que, el 18 % señaló que es poco frecuente y el 2 % nada frecuente.

Acerca de si les entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales, el 46 % de los alumnos encuestados respondió que frecuentemente les entusiasma, al igual que, el 39 % manifestó que su entusiasmo es muy frecuente, mientras que, el 14% dijeron que es poco frecuente y el 1% nada frecuente.

Según lo expuesto en la tabla 1, se reflejan resultados positivos al encontrarse que la mayoría de los alumnos frecuentemente tienen ideas originales y las ponen en práctica, por lo que no les resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema y ver posibilidades creativas y nuevas formas de ver las cosas; así también, les entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales, por lo que se reafirma que la iniciativa es un aspecto de la persona emprendedora (Frase, 1995, citado en García, Moreno & Rosique, 2012).

Finalmente, respecto a la variable Proactividad, el 57 % de los alumnos encuestados manifestó que frecuentemente pueden cambiar algo si no les gusta, el 21% señaló que lo hace muy frecuentemente, mientras que el 20% expresó que es algo poco frecuente y el 2% restante que es nada frecuente.

El 53 % de los alumnos indicó que con frecuencia si cree en algo lo hace sin importar las probabilidades de éxito, así también, el 28 % manifestó hacerlo muy frecuentemente, no obstante, el 14 % refirió que es poco frecuente y el 5 % nada frecuente.

Con respecto a si les gusta defender sus ideas, incluso en contra de la posición de los demás, el 49 % de los encuestados respondió que lo hace frecuentemente, el 31 % señaló hacerlo muy frecuentemente, mientras que, el 18 % dijo que lo hace con poca frecuencia y el 1 % nada frecuente.

Por otra parte, acerca de si siempre están buscando mejores formas de hacer las cosas, el 55 % expresó hacerlo frecuentemente, el 36 % manifestó que lo hace muy frecuentemente, el 7 % indicó que es poco frecuente que lo hagan y el 2 % refirió que es nada frecuente.

Lo que se puede visualizar en la tabla 1 es que la mayoría de los alumnos con frecuencia cambian las cosas si no les gusta, así también, si creen en algo, lo hacen sin importar sus probabilidades de éxito, defienden sus ideas y buscan mejores formas de hacer las cosas. La personalidad proactiva se refiere a la tendencia a iniciar y mantener acciones que directamente alteran el ambiente circundante (Bateman y Crant, 1993, citados en García, Moreno & Rosique, 2012).

Tabla 2. Imagen del empresario según la percepción de los alumnos

| Indicadores | Porcentaje |
|---|-------------------|
| Son personas dinámicas | 3% |
| Tienen capacidad de organización | 8% |
| Tienen mentalidad innovadora | 11% |
| Son personas muy preparadas profesionalmente | 16% |
| Son capaces de asumir riesgos en su empresa | 5% |
| Tienen gran visión de futuro | 8% |
| Invierten dinero | 4% |
| Crean dinero | 3% |
| Ayudan al desarrollo del país | 1% |
| Ganan mucho dinero | 0% |
| Son capaces de dialogar con los trabajadores | 0% |
| Son personas de claro criterio de justicia social | 0% |
| Todas las opciones | 43% |
| Total | 100% |

Fuente: elaboración propia en base a cuestionario a alumnos.

Con respecto a la imagen que tienen los estudiantes sobre los empresarios, el 43 % de los alumnos encuestados respondió dentro del indicador de todas las opciones, es decir, que son personas

dinámicas, tienen capacidad de organización, tienen mentalidad innovadora, son personas muy preparadas profesionalmente, son capaces de asumir riesgos en su empresa, tienen gran visión de futuro, invierten dinero, crean dinero, ayudan al desarrollo del país, ganan mucho dinero, son capaces de dialogar con los trabajadores y son personas de claro criterio de justicia social. El 16 % manifestó que son personas muy preparadas profesionalmente, el 11 % por su parte señaló que, creen que tienen mentalidad innovadora, un 8 % refirió que piensan que tienen capacidad de organización, del mismo modo que, una gran visión del futuro, el 5 % indicó que creen que son capaces de asumir riesgos en su empresa, el 4 % que invierten dinero, el 3 % que son personas dinámicas y crean dinero y el 1% restante que ayudan al desarrollo del país.

La tabla 2 indica que la mayoría de los alumnos consideran que los empresarios son personas dinámicas, tienen capacidad de organización, tienen mentalidad innovadora, son personas muy preparadas profesionalmente, son capaces de asumir riesgos en su empresa, tienen gran visión de futuro, invierten dinero, crean dinero, ayudan al desarrollo del país, ganan mucho dinero, son capaces de dialogar con los trabajadores y son personas de claro criterio de justicia social. Para explicar la preferencia profesional futura que tiene el estudiante de educación secundaria, es importante conocer cuál es la imagen que tienen del empresario (García, Moreno & Rosique, 2012).

Conclusiones

Desde la teoría de McClelland sobre percepción de riesgo, hasta las que establece Vidal et al (2006), (Sánchez, 2003), Bandura (1986), De Pablo, (2004), Palmer (1971), Frese (1995), Bateman y Crant, 1993), Veciana (1998; 2003), el emprendedor debe reunir las siguientes características: autoconocimiento, visión del futuro, energía, planificación, comunicación, creatividad, proactividad y una buena imagen del empresario.

Tras probar la cuestión en una muestra de estudiantes, se

concluye que la mayoría de estos tienen autoconocimiento y visión de futuro, pues se evidenció que los jóvenes frecuentemente utilizan sus habilidades, tienen iniciativa, asumen sus responsabilidades y los posibles riesgos. Asimismo, la mayoría de los alumnos frecuentemente proponen nuevas formas de hacer las cosas, teniendo en cuenta los posibles resultados, dan soluciones a los problemas que se les presentan y buscan oportunidades.

Otra característica identificada es la energía emprendedora, pues la mayoría de los alumnos buscan superarse y se exigen a sí mismos hacer bien las cosas, con frecuencia mantienen su ánimo y cumplen con lo prometido. Al mismo tiempo, se evidenciaron competencias de planificación emprendedora, puesto que la mayoría de los alumnos se fijan metas y buscan información cuando no saben algo y, con frecuencia, utilizan sus recursos poco a poco y evalúan sus actos a cada momento.

Resalta que entre las competencias identificadas también se evidenció la comunicación como una fortaleza de los jóvenes, puesto que la mayoría de los alumnos con frecuencia escuchan y atienden al otro, trabajan en equipo e influyen en los demás, visualizándose esto como un resultado positivo.

Igualmente se identificó otra competencia como la no percepción de riesgo, pues los alumnos frecuentemente no se asustan con la idea de lo desconocido y además consideran que el riesgo a veces es estimulante, creyendo muy frecuentemente en el dicho “el que no arriesga, no gana” y que en la vida hay que afrontar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.

También se evidenció la competencia emprendedora relacionada a la creatividad en los jóvenes, pues se reflejan resultados positivos porque la mayoría de los alumnos frecuentemente tienen ideas originales y las ponen en práctica, por lo que no les resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema, ver posibilidades creativas, nuevas formas de ver las cosas y les entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales.

También se evidenció en gran medida competencias emprendedoras asociadas a la proactividad, puesto que la mayoría de los alumnos con frecuencia cambian las cosas si no les gustan, si creen en algo lo hacen sin importar sus probabilidades de éxito, defienden sus ideas y buscan mejores formas de hacer las cosas.

Sobre la Imagen de los empresarios, la mayoría de los alumnos consideran que los empresarios son personas dinámicas, tienen capacidad de organización, tienen mentalidad innovadora, son personas muy preparadas profesionalmente, son capaces de asumir riesgos en su empresa, tienen gran visión de futuro, invierten dinero, crean dinero, ayudan al desarrollo del país, son capaces de dialogar con los trabajadores y son personas de claro criterio de justicia social.

Estos resultados concuerdan con los aportes de Núñez, Martínez, Rico, Rodríguez, López, Gallego, & Roca (2017) quienes denominan a este conjunto de características como el “Espíritu Emprendedor”. También se coincide con Amaru (2008), quien señala a este conjunto de hallazgos como las personas capaces de ser emprendedoras.

Finalmente, se considera que con esta investigación se podrá contribuir teóricamente a otros estudios que analizan tanto el perfil emprendedor de los jóvenes, la aplicación de la Ley de fomento a la cultura emprendedora, como la calidad de la educación paraguaya en el nivel medio en los bachilleratos en Administración de Negocios y Contabilidad, al mismo tiempo de proponer soluciones de innovación adaptadas a las nuevas formas de aprender de los estudiantes.

Bibliografía

Bória, S., & García, A. (2006). *Métodos del trabajo aplicados a las ciencias sociales*. Barcelona: Edicions Universitat Barcelona

BACN. (2016). *Ley N° 5669 / DE FOMENTO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA*. Asunción: Biblioteca del Archivo Central del

Congreso de Paraguay. Obtenido de <https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/5239/de-fomento-de-la-cultura-emprendedora>

Pisani, M., Borda, D., & Ovando, F. (2020). Cuentapropismo en Paraguay. Consultado de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Emprendedurismo-y-cuentapropismo-en-Paraguay.pdf>

Ayala, L. M. E., & Méndez, G. L. (2021). Emprendedurismo Femenino: Un estudio multi-caso de factores que influyen en la Intención Emprendedora. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(2), 1642-1659.

Villalba Benitez, E. F y Ortega Carrasco, R. J. (2021). El perfil emprendedor en Paraguay, análisis de la población juvenil. *suma neg.* [online]. 2021, vol.12, n.26, pp.31-40. Epub Apr 13, ISSN 2215-910X. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2021.v12.n26.a4>.

Vicencio, E. A. R., & Plans, P. N. (2011). Foucault: su influencia en la investigación en contabilidad y gestión. *Construcción de un mapa del enfoque Foucaultiano.*

Man, TW, Lau, T. y Chan, KF. (2002). La competitividad de las pequeñas y medianas empresas: una conceptualización con foco en las competencias emprendedoras. *Journal of business venturing* , 17 (2), 123-142.

Teran-Yepey, E., & Guerrero-Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(07).

Lunenburg, FC (2011). Autoeficacia en el lugar de trabajo: implicaciones para la motivación y el desempeño. *Revista internacional de gestión, negocios y administración*, 14 (1), 1-6.

de Pablo López, I., Urda, B. S., & Hernández, Y. B. (2004). Las dimensiones del perfil del emprendedor: contraste empírico con emprendedores de éxito. In Presentado en el congreso El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+ D+ I. Universidad de Valencia: Valencia, España.

García, D., Moreno, I., & Rosique, M. (2012). Aptitudes emprendedoras de los alumnos de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato en la Región de Murcia. Universidad Politécnica de Cartagena, Servicio de Documentación. Tomado de [http://adle.cartagena.es/files/19-182-DOC_FICHERO1/Estudio%20de%20Investigaci%C3%B3n%20Aptitudes%20Emprendedoras,20\(1\).](http://adle.cartagena.es/files/19-182-DOC_FICHERO1/Estudio%20de%20Investigaci%C3%B3n%20Aptitudes%20Emprendedoras,20(1).)

Núñez, L. G., Martínez, M. L., Rico, T. H., Rodríguez, D. M., López, J. H., Gallego, J. M., ... & Roca, D. S. (2017). Competencias emprendedoras en Básica Primaria: Hacia una educación para el emprendimiento. *Pensamiento & gestión*, 150-188.

Rivas, J. (. (2015). *Guía para las personas que Quieren Empezar*. México.: Ediciones de Ideas Business.

Rubio, E.A., Cordon, E., Agote, L.A. (1999). Actitudes hacia la creación de Empresas: un modelo explicativo. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3):37-52.



Ministerio de Educación y Cultura (2014). Programa de Estudio del Bachillerato Técnico en. Administración de Negocios. Educación Media. Técnica . Consultado en https://www.mec.gov.py/cms_v2/adjuntos/12121

Sánchez Almagro, M.L. (2003) “Guía Luces” Patronato de Pedro Ibarra, Diputación de Cáceres.

Amaru, M. (. (2008). Administración para Emprendedores. (1ªed.). Madrid: Madrid. Editorial.

Arias, F. (2012). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. 6ta. Edición. Caracas: Editorial Episteme.

EDUCACIÓN FINANCIERA DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN PARAGUAY, PERIODO 2018-2019

Miguel Ángel Alegre Brítez¹

Universidad Nacional de Asunción – Paraguay

Chap Kau Kwan Chung²

Universidad del Pacífico – Paraguay

Recibido: 31/05/2021

Aprobado: 14/06/2021

Resumen

El objetivo general del trabajo fue analizar los conocimientos que tienen sobre Educación Financiera los Estudiantes Universitarios en Paraguay durante el periodo 2018-2019. Se realizó una encuesta a 1225 estudiantes universitarios paraguayos entre el periodo 2018 y 2019 mediante el formulario de Google, como también se hicieron entrevistas abiertas a 10 referentes del sistema financiero paraguayo. Los principales resultados fueron: 1- Los Jóvenes Universitarios en Paraguay son conscientes de sus problemas financieros. 2- La mayoría de los entrevistados mencionaron que ante la situación financiera de nuestro país se ven obligados a hacer

1 Doctor en Contabilidad. Universidad Nacional de Asunción – Paraguay.
ORCID ID : <https://orcid.org/0000-0003-4265-9391>. malegre@eco.una.py *Autor corresponsal

2 Dra. en Economía y Administración de Empresas. Universidad del Pacífico – Paraguay. ORCID ID :
<https://orcid.org/0000-0002-5478-3659>. wendy505@hotmail.com

algo por arreglar esos problemas y 3- No todos los jóvenes universitarios apoyan los préstamos universitarios, sin embargo, todos sus argumentos fueron certeros. Las principales conclusiones fueron que los jóvenes universitarios no conocen a cabalidad los problemas financieros de nuestro país, las tarjetas de crédito son una buena solución para gastos importantes, pero advierten a las personas sobre los gastos innecesarios y que la banca tiene más control sobre las tarjetas y todo el gasto que se hace con ella, mediante el crédito financiado.

Palabras clave: Educación Financiera, Universitarios, Tarjeta de Crédito, Sistema bancario, Jóvenes.

Abstract

The objective of the study was to evaluate the students' knowledge about financial education in Paraguay during 2018-2019. A questionnaire was given to 1225 students of universities in Paraguay from 2018 to 2019 via the form Google, and interviews were made to 10 experts in financial services in Paraguay. The main results were: 1- The students are aware of their financial problems. 2- Most of them mentioned that because of the situation financial they feel obliged to do something about it and 3- Not all students support loans, but all their arguments were correct. Most important conclusions were that students do not know well the problems financial our country, the credit cards are a good solution for expensive purchases, in addition warn the people about the unnecessary expenses, and the banks have more control over the card and all financial transactions through financing.

Key words: Education Finance, University students, Credit card, Bank System, students.

INTRODUCCIÓN

La educación financiera es uno de los retos más importantes que el futuro laboral de las siguientes generaciones tendrá. En la actualidad, la educación financiera está presente en todas las partes del mundo y cada vez se promueve con mayor énfasis (Arroyo Cheme, 2019). La anterior década ha sido una oportunidad generalizada para aprender a impartir e instruir en este ámbito.

En la actualidad, las instituciones financieras se están volcando en la educación financiera (Rivarola, 2000), pero también en una serie de países, como Paraguay, los gobiernos han sido claros en su promoción y apoyo a programas educativos destinados a fomentar entre grupos juveniles con pocos recursos la cultura y práctica de adquirir conocimiento e información sobre finanzas personales y patrimonio financiero.

Los problemas actuales del sistema educativo en Latinoamérica son el resultado de la falta de integración en el proceso educativo, desde la formación inicial hasta los planes de estudios, el currículum y los objetivos inmediatos (García et al., 2013). En este sentido, se produjo una diferencia entre las funciones que asumen los diferentes niveles y subsistemas: desde la educación sexual hasta la sociabilidad (Gómez, 2009).

En el caso de la educación financiera, centrándose en la integración con el sistema educativo nacional, se han desarrollado a través del tiempo planes y programas con relación a la aplicación de la educación financiera (Aguilar Sinche et al., 2019). De esta forma, se ha buscado que su nivel de aceptabilidad y proyección crezca entre los agentes económicos y empresariales del país (Roa & Espínola González, 2015).

Sin embargo, esto no ha sido suficiente para alcanzar las metas fijadas por el país en materia de desarrollo y economía (Huchín Flores & Simón, 2011). El problema con los jóvenes universitarios

generalmente radica en que no saben manejar sus ingresos y gastos de manera responsable y sabe que está en una situación crítica para determinar su futuro (González Vázquez, 2020).

En general, la mayoría de las personas que se ven afectadas por esta situación no tienen la habilidad para buscar una salida a su problema (Sánchez Ando, 2020). La educación financiera nos enseña a manejar nuestros recursos y hacer un análisis de nuestro patrimonio financiero (Andrade León, 2019). Por lo tanto, el país necesita desarrollar una estrategia integral de educación financiera a la que se sume el trabajo de la iniciativa privada y las universidades (Ramos & Calderón, 2011).

En Paraguay, sucede con los estudiantes universitarios sobre sus finanzas que no manejan este tema. La educación financiera es un gran desafío, pero no se les enseña a los estudiantes cómo aplicar sus recursos en la medida oportuna y planificar su futuro (Alaimo & Tapia, 2014), por lo cual, no se trata de un tema que toda la familia sienta como cosa propia; por lo tanto es muy complicado conseguir el apoyo de esta para manejar sus finanzas personalizadas (Galván Maldonado, 2018). Se está ante una problemática que exige la cooperación de la comunidad, de las universidades y de las instituciones del sector privado (Polania et al., 2017). En educación financiera no se trata solo de conseguir la formación personalizada o para cualquiera; hay que hacerles entender a los estudiantes y a sus padres cuán importante es tener un papel activo en su futuro (Espínola & Roa, 2014).

La palabra educación para todos significa formar a cada individuo en su área de especialización y no existe una única forma de hacerlo (Ortega Arias, 2018). La manera más eficiente de llevar a cabo un proyecto educativo es partir de las necesidades y problemáticas particulares de cada estudiante y del entorno socio-económico en el que se desenvuelve (Carballo, 2020).

En su formación, el alumno es preparado para la realización de sus tareas profesionales, así como para la consecución de sus propósitos personales y sociales (Bustamante & Cabrera, 2017). Esto tiene implicancia en sus finanzas porque el estudiante se ve obligado a tener una forma de ver y manejar sus propias finanzas (Castro Tomalá & Suárez Zambrano, 2015). Cada vez es más común que los bancos dejan de conceder créditos a los jóvenes para comprar sus vehículos o casas porque no han sabido manejar las finanzas en el pasado (Olloqui et al., 2015). Por eso, el objetivo de la investigación fue analizar los conocimientos sobre educación financiera que tienen los jóvenes universitarios en Paraguay durante el periodo 2018-2019.

METODOLOGÍA

El enfoque fue mixto (cuantitativo y cualitativo), basado en el denominado “Diseño Explicativo Secuencial”. El alcance fue explicativo y se utilizó el método analítico. Se tomó una muestra de 1.225 estudiantes de instituciones públicas y privadas del departamento central. El tipo de muestreo fue no probabilístico, puesto que no se conoció la población total y además se utilizó la muestra por bola de nieve como mejor estrategia de toma de datos. El instrumento de recolección de datos estuvo conformado por 20 preguntas cerradas, el cual se administró con el uso de formulario de Google vía redes sociales y correos electrónicos. Los datos fueron procesados con SPSS. Además, se realizaron entrevistas presenciales a 10 referentes de la educación financiera, los cuales trabajan en Bancos y Cooperativas. Se les administró una guía de entrevistas que estuvo conformada por 4 preguntas abiertas. El periodo de recolección de datos fue entre los años 2018 y 2019.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Resultados de la encuesta

En la muestra se analiza el dominio de cada uno de los conocimientos en Educación Financiera. Para dicha muestra, que

.....
contiene 1225 estudiantes, se observa el 97 % de los encuestados correspondió a universidades del sector privado, en tanto que el 3 % restante eran de universidades públicas. El 65% de las personas encuestadas eran del sexo femenino y el 35 % del sexo masculino.

Mientras los resultados dan cuenta de que alrededor del 83 % piensa que todo el mundo habla sobre Educación Financiera, más del 88 % de los estudiantes nunca o casi nunca recibió de capacitación alguna en Educación Financiera. Se observa que cerca del 47 % de los estudiantes responde que sabe poco o nada sobre el concepto de rentabilidad y menos aún sobre el análisis financiero, con un 11,5 %.

La educación financiera es la política que se sigue con total normalidad, aunque no ha sido así para todos. Esto no es nuevo, ya que el tema de las finanzas y la economía amerita una atención especial, tal como muestran los resultados, en que la mayoría de los estudiantes responde que sabe poco o nada sobre el concepto de rentabilidad.

En la muestra se observa que el conocimiento sobre análisis financiero no es básico para todos los estudiantes, aunque el porcentaje de personas que contestó que saben muy poco al respecto es alto (43 %). En el caso de los análisis económicos, también se observa un porcentaje alto (43 %) de personas que no conocen nada o muy poco sobre este tema. Un ejemplo es la “ley de oferta y demanda”.

En la preocupación por los métodos de producción, el porcentaje de incógnita queda en el 11 %. El 83 % de la gente que ha declarado algo ha dicho que lo hizo para beneficiarse económicamente. En la preocupación por el plan de ingresos y gastos, la respuesta correcta es “no se sorprende”. En este sentido, todos los estudiantes pertenecen a grupos académicos; sin embargo, se observa que cerca del 15 % cree que pueden manipular la economía de un país. Los jóvenes universitarios en general son los

que tienen más conocimientos en Economía. No obstante, no todos estos conocimientos sirven para generar confianza sobre su manejo financiero personal. De todos los tipos de educación financiera, la más conocida es el manejo de recursos, que no significa que es importante, sino que se ha logrado mayor impacto comunicacional, pues la han vinculado con productos y servicios financieros. La tasa de interés es aún un concepto desconocido para el 50 % de los estudiantes.

El concepto de interés es mal entendido por la mayoría de los estudiantes. Cuando se les pregunta sobre el nivel de riesgo en cuestiones financieras, el 41 % responde que nunca se ha detenido a pensar acerca del tema. Solo el 16 % tiene una respuesta correcta: “que nunca sabemos cuándo podemos tener o no un problema económico o de dinero”. En el caso de los principales problemas que atraviesan las personas en un momento dado, el 85 % respondió que no tiene ningún problema al respecto y un 50 % de los estudiantes tiene buen conocimiento sobre cuáles son los instrumentos financieros de mayor impacto como la hipoteca y la tarjeta de crédito. Sin embargo, cuando se le pregunta acerca de su experiencia comercial con este tipo de acuerdos financieros, el 59 % se responde que nunca ha tenido ningún problema. El porcentaje de personas que tiene respuesta correcta es alto (72 %). Hay casi un 40% de personas que declara que se está 5-10 años en régimen de alto riesgo.

En cuanto a las preguntas sobre la recomendación de un plan financiero en el momento presente, la mayoría declaró que no tendría ningún problema en hacerlo (30 %). Sin embargo, cuando se les pregunta a los estudiantes sobre su experiencia con este tipo de planes financieros en el momento presente, el 30 % afirma que nunca ha tenido ningún problema.

El conocimiento sobre ahorros es bueno para un 42 %, es más, el 41 % lo recomienda para otros. Cuando se les pregunta sobre la principal causa de la pérdida económica, el 41 % argumenta que no

tiene idea. En este sentido, se observa que el 76 % de los estudiantes afirma que nunca ha tenido ningún problema.

La mayoría del grupo de estudiantes tiene conocimiento sobre las diferentes formas de pago en cuestiones financieras, siendo la respuesta correcta un 22 %. El porcentaje de personas que declara que no tiene ningún problema con las formas de pago es alto (79 %). El 76 % afirma que nunca ha tenido ningún problema y se observa que el 58 % cree que los bancos y cooperativas prestamistas son responsables de todas las consecuencias. La mayoría respondió que nunca ha tenido ningún problema en cuestiones financieras (Casa, trabajo, salud, educación), lo cual contradice la realidad. Sobre los sueldos, el porcentaje de personas que declara no haber tenido ningún problema en cuestiones financieras es muy alto (82 %).

De todos los tipos de educación financiera, la más difícil de asimilar es la banca. Sin embargo, para el 97 %, si se les da un poco de tiempo y oída atención pueden asimilarla. De todos los estudiantes, el porcentaje de respuesta correcta es mayor al 10 %.

El 82 % de los estudiantes considera que las finanzas son importantes para la vida diaria. Sin embargo, más del 40 % no tiene ningún conocimiento sobre el tema. En cuanto al manejo de un plan financiero personal, el porcentaje de personas que no ha tenido ningún problema en cuestiones financieras es muy alto (88 %), esto conlleva a pensar que el problema no está en la falta de conocimientos. También se observa que cerca del 85 % de los estudiantes nunca ha tenido ningún problema financiero y, además, nunca ha tenido que pedir prestado dinero a alguien.

Por lo tanto, los estudiantes no saben manejar sus finanzas porque nunca han tenido que hacerlo. La mayoría de los estudiantes piensa que el manejo de su dinero es una ardua tarea porque no lo han hecho en sus vidas diarias, por ello tener un club financiero se ha convertido en la alternativa más importante para ayudar a ordenar

sus finanzas y resolver diferentes dudas financieras como propuesta educativa.

Resultados de las entrevistas

Entrevistador: *¿Qué piensa del endeudamiento de los jóvenes universitarios paraguayos?*

Entrevistado 1: *No he conocido ningún caso de estudiante que incurra en este tipo de actos.*

Entrevistador: *¿Cómo piensa usted que se podrá solucionar el problema del endeudamiento?*

Entrevistado 1: *Creo que hay un problema de conocimientos y también un problema de práctica. El problema de conocimientos puede corregirse con un hábito diario que es leer la prensa, y si no entendemos algo pedimos ayuda a los profesores. El problema de práctica puede solucionarse con un poco más de previsión económica.*

Entrevistador: *¿Qué dice usted de los préstamos universitarios?*

Entrevistado 2: *Lo que puedo decirles es que no han tenido éxito. Desde todos mis tiempos estudiando la economía me lo aconsejó, sin embargo, no lo hice. No tengo un poco de experiencia, pero le aseguro que para mí es realmente complicado lograr un préstamo universitario. Los créditos personales son ineficientes y en este aspecto les voy a decir algo.*

.....
Entrevistador: *¿Qué piensa usted de las tarjetas de crédito?*

Entrevistado 3: *La tarjeta de crédito es un instrumento más necesario que nunca para los jóvenes, sin embargo, no todos los jóvenes lo tienen a su alcance. El problema, principalmente aquí en Paraguay, es que la tarjeta de crédito es cara y por ello no la podemos usar. Entrevistador: ¿Qué opina usted de la banca?*

Entrevistado 4: *La banca privada es excesiva y esta no funciona porque hay un montón de rechazo. Se habla mucho de solucionar los problemas de la economía pero nadie está haciendo nada, al contrario, nosotros como consumidores queremos hacer algo pero no sabemos cómo se va a solucionar esto. La banca pública no tiene un buen sistema de seguridad, la verdad no lo recomiendo.*

Entrevistador: *¿Qué piensa usted de los préstamos universitarios?*

Entrevistado 5: *En el caso mío es imposible pedir un préstamo a la universidad, porque yo soy extranjero y nosotros tenemos que pagar una matrícula más alta al ser extranjeros. En los mismos préstamos, si no hay una garantía de la universidad no te lo van a dar.*

Entrevistador: *¿Qué piensa usted de las tarjetas de crédito?*

Entrevistado 6: *Las tarjetas de crédito son útiles porque te permiten que hagas que la compra sea un poco más barata. Sin embargo, están bajo la presión de las instituciones financieras porque no aparece*

mucho dinero en el mercado. Esa es una de las tácticas empresariales del sector financiero que no es independiente, sino dependiente económicamente. Sin embargo, se utiliza para un fin específico y no como plataforma financiera.

Entrevistador: *¿Qué piensa usted de los préstamos universitarios?*

Entrevistado 7: *Para mí que no sirven para nada, porque vas a tener que pagar intereses altos y al final no te vas a poder hacer cargo de esto.*

Entrevistador: *¿Qué piensa usted de las tarjetas de crédito?*

Entrevistado 8: *Yo creo que es muy buena, pero en la práctica no sirve porque te cobran una gran comisión.*

Entrevistador: *¿Tiene algún tipo de garantía?*

Entrevistado 8: *Digamos, que hay una intención de solución a los problemas financieros, pero es muy cara. Creo que el problema no son las tarjetas sino la compra. La gente compra cosas que no necesita. Si tienen el dinero para hacer la compra, eso es problema de ellos.*

Entrevistador: *¿Qué piensa usted de los préstamos universitarios?*

Entrevistado 9: *Los préstamos universitarios son buenos si se puede controlar y si se conocen las condiciones. Entonces creo que se debe usar. Es una manera de pagar la matrícula, pero les advierto que lo que no se puede hacer es descontar parte del sueldo que te pagan en la universidad.*

Entrevistador: *¿Y de las tarjetas de crédito?*

Entrevistado 10: *Las tarjetas son buenas para las compras, pero la diferencia entre tarjeta y tarjeta es más grande. La banca tiene más control sobre ella y todo el gasto u obra que haces con ella, lo tienes a tu cargo.*

Análisis de las respuestas:

1.- En los casos de los entrevistados, se ve que la mayoría de ellos cree que los estudiantes universitarios paraguayos no conocen bien el manejo de las finanzas. La mayoría de las personas entrevistadas considera que el conocimiento financiero actual es una tarea complicada. También se ve que son conscientes de los problemas financieros en nuestro país y que saben lo importante que es tener éxito y manejar sus finanzas.

2.- Los entrevistados creen que las tarjetas de crédito son una buena alternativa para usar en el caso de compras y gastos importantes, pero advierten a las personas sobre los gastos innecesarios. Esto se conoce porque la comisión de la tarjeta de crédito es mayor.

3.- La gran mayoría de los entrevistados cree que el sistema bancario (privado y público) no está en condiciones óptimas y creen que se debe hacer algo por arreglar esos problemas.

4.- Se ve que la mayoría de los entrevistados tiene una idea de lo que es un buen crédito. De lo contrario, no le darían sus opiniones al respecto. Por lo tanto, se ve que los entrevistados están conscientes de las soluciones a los problemas financieros de los estudiantes universitarios y que tienen una idea propia (incorrecta a veces) respecto a este tema.

5.- No todos los entrevistados estaban de acuerdo en lo relativo a los préstamos universitarios, sin embargo, todos sus argumentos fueron certeros. Un crédito es algo muy importante para pagar la matrícula y no caer en el endeudamiento, pero por el contrario se podría arreglar pagando mensualmente a tiempo.

CONCLUSIONES

Con base en los resultados y análisis realizados, se concluye que los jóvenes universitarios paraguayos son conscientes de la situación económica actual del país y de sus problemas financieros. También, tienen opiniones sobre los préstamos universitarios, las tarjetas de crédito y el sistema bancario.

Por todo, es importante promover campañas educativas que enseñen a manejar financieramente al estudiante universitario. Además, se debe fortalecer el sistema bancario (público y privado) para aliviar esos problemas financieros a que se enfrentan los universitarios. También es necesario promover el ahorro financiero, una realidad durante mucho tiempo pero que, a pesar de ello, está por debajo del nivel deseable. Es importante comenzar trabajando con jóvenes universitarios y conocer sus opiniones sobre las finanzas generales del país para mejorar el funcionamiento de la cuestión tratada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar Sinche, M. B., Carvajal Brito, R. V., & Serrano Delgado, M. M. (2019). Programas de Educación Financiera Implementados en América Latina. *Revista de Investigación, Formación y Desarrollo: Generando Productividad Institucional*, 7(2), 23-23. <https://doi.org/10.34070/rif.v7i2.157>

Alaimo, V., & Tapia, W. (2014). *Perspectivas del mercado de trabajo y las pensiones en Paraguay*. Banco Interamericano de Desarrollo.

Andrade León, J. D. (2019). *La educación financiero en el Ecuador como elementos de inclusión financiera para alcanzar un mayor bienestar social período 2013-2017* [Trabajo de Grado - Economía, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/38503>

Arroyo Cheme, G. T. (2019). *Educación financiera de jóvenes universitarios* [Thesis, Ecuador - PUCESE - Escuela de Contabilidad y Auditoría]. <http://localhost/xmlui/handle/123456789/1868>

Bustamante, K., & Cabrera, K. (2017). *Microcrédito, microempresa y educación en Ecuador. Caso de estudio: Cantón Zamora*. *Revista Espacios*, 38(53). <http://www.revistaespacios.com/a17v38n53/a17v38n53p25.pdf>

Carballo, I. E. (2020). *Tecnologías Financieras: Oportunidades y desafíos de las Fintech para la regulación, la educación y la*

inclusión financiera. Revista CIES Escolme, 11(2), 247-276. <http://www.escolme.edu.co/revista/index.php/cies/article/view/308>

Castro Tomalá, S., & Suárez Zambrano, A. Y. (2015). El dinero electrónico como herramienta financiera idónea para alcanzar una mayor inclusión financiera y económica en el Ecuador [Tesis de grado en economía, Universidad Técnica Estatal de Quevedo]. <http://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/1127>

Espínola, Z., & Roa, B. (2014). Microfinanzas y Felicidad, el caso paraguayo. Población y Desarrollo, 39, 45-66. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5654363>

Galván Maldonado, A. (2018). La educación financiera como herramienta para el adecuado uso de las tarjetas de crédito (2008- 2017) [Tesina para Licenciado en Relaciones Económicas Internacionales, Universidad Autónoma del Estado de México]. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/95357>

García, N., Grifoni, A., López, J. C., & Mejía, D. (2013). La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas. CAF. <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/379>

Gómez, F. (2009). Educación financiera: Retos y lecciones a partir de experiencias representativas en el mundo. Instituto de Estudios Peruanos. <https://repositorio.iep.org.pe/handle/IEP/1054>

González Vázquez, A. F. (2020). Educación financiera de jóvenes universitarios de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación: Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 4(2), 1408-1426. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.163

Huchín Flores, L. A., & Simón, J. D. (2011). La educación financiera en estudiantes de educación básica. Un diagnóstico comparativo entre escuelas urbanas y rurales. Revista ciencias estratégicas, 19(25), 11-34. <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151322413002.pdf>

Oloqui, F. de, Andrade, G., & Herrera, D. (2015). Inclusión financiera en América Latina y el Caribe. Undefined. /paper/Inclusi%C3%B3n-financiera-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-Oloqui-Andrade/fa049f811c3f4c1b06c4c9d97411fdb47d852b0e

Ortega Arias, J. J. (2018). Análisis, falencias modelos gestión Universitaria, América y Paraguay vs Modelo de Finlandia PISA 2006. Universidad Autónoma del Sur (UNASUR). <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/190954>

Polania, F., Suaza Nivia, C., Arévalo Fierro, N., & González, D. (2017). La cultura financiera como el nuevo motor para el desarrollo económico en Latinoamérica [Tesis, EAN]. <http://repository.ean.edu.co/handle/10882/8951>

Ramos, J., & Calderón, F. (2011). Matriz de programas de educación financiera en América Latina y el mundo. Instituto de Estudios

Peruanos. <https://repositorio.iep.org.pe/handle/IEP/1108>

Rivarola, D. (2000). La reforma educativa en el Paraguay. CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5972>

Roa, B. M., & Espínola González, Z. (2015). La Educación Financiera Sostenible: Diseño de un kit integral para jóvenes paraguayos de zonas urbanas. Universidad Nacional de Asunción. <http://sdi.cnc.una.py/catbib/documentos/713.pdf>

Sánchez Ando, J. (2020). Análisis de la contribución de la educación financiera en el nivel de vida de los millennials: En las cuatro principales ciudades de Colombia [Trabajo de Grado - Economía, Fundación Universidad de América]. <https://repository.uamerica.edu.co/handle/20.500.11839/8174>

OTRAS
PUBLICACIONES
DE LA UNAE

