

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 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,

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

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%	
Energía	Busco superarme	57%	32%	10%	0%	100%	
	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%	
Planificación	Me fijo metas	58%	32%	9%	1%	100%	
	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%	
Comunicación	Escucho y atiendo 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%
Creatividad	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%
	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, Córdón & 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.

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-Yepe, 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% 20Emprend edoras](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.