

El potencial emprendedor en los egresados universitarios

Dahiana Ayelen Benítez Aguilar

dahanaguilar53@gmail.com

Universidad Nacional de Pilar

Pilar - Paraguay

Selva Eliana Riveros Paredes

selvitariveros34@gmail.com

Universidad Nacional de Pilar

Pilar - Paraguay

RESUMEN

La existencia de la iniciativa empresarial juega un papel importante en el desarrollo de un país, por lo que la universidad debe propiciar y fortalecer competencias emprendedoras que posibiliten la generación de ideas innovadoras en los estudiantes. El trabajo de investigación aborda como tema central el estudio del Comportamiento Emprendedor de los egresados de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas de la Universidad Nacional de Pilar - Paraguay, para lo cual se realiza un estudio cuantitativo, de tipo descriptivo, aplicando un cuestionario en una muestra de 117 egresados de los programas que ofrece la institución, durante el año 2017 al 2019. Los resultados evidencian la existencia de una intención positiva por parte de los egresados universitarios hacia la generación de emprendimientos; una actitud auténtica de independencia y deseo por tener algo propio. Sin embargo, un gran porcentaje de los mismos no se sienten capaces por temor al fracaso y a la dificultad de acceder a créditos y capital. Igualmente reveló que el nivel de desarrollo de las competencias emprendedoras se encuentra en un nivel intermedio, donde prevalecen variables como “Visión de negocio”, “Trabajo en Equipo” y “Liderazgo”; por el contrario, algunas competencias son consideradas de escaso desarrollo, como “Gestión de riesgos”, “Tolerancia a la incertidumbre” y “Gestión de recursos”.

Palabras clave: iniciativa empresarial; competencias emprendedoras; egresados universitarios; perfil emprendedor

The entrepreneurial potential of university graduates

ABSTRACT

The existence of entrepreneurship plays an important role in the development of a country, so the university must promote and strengthen entrepreneurial skills that enable the generation of innovative ideas in students. The research work addresses as a central theme the study of Entrepreneurial Behavior of graduates of the Faculty of Accounting, Administrative and Economic Sciences of the National University of Pilar - Paraguay, for which a quantitative, descriptive study is carried out, applying a questionnaire in a sample of 117 graduates of the programs offered by the institution, during the year 2017 to 2019. The results show the existence of a positive intention on the part of university graduates towards the generation of entrepreneurship; an authentic attitude of independence and desire to have something of your own. However, a large percentage of them do not feel capable for fear of failure and the difficulty of accessing credit and capital. It also revealed that the level of development of entrepreneurial skills is at an intermediate level, where variables such as "Business Vision", "Teamwork" and "Leadership" prevail; on the contrary, some competencies are considered to be underdeveloped, such as "Risk management", "Tolerance of uncertainty" and "Resource management".

Keywords: entrepreneurship; entrepreneurial skills; university graduates; entrepreneurial profile.

Artículo recibido: 05 febrero 2022

Aceptado para publicación: 28 febrero 2022

Correspondencia: selvitariveros34@gmail.com

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

1. INTRODUCCIÓN

La vinculación laboral de los egresados universitarios representa uno de los mayores retos para las instituciones de educación superior debido a las actuales condiciones económicas del país; las cuales no permiten que la generación de empleos vaya a la par con la oferta laboral de las universidades. Así el emprendimiento empresarial se constituye en una alternativa atractiva para los jóvenes que emergen de los diferentes programas académicos; como una posibilidad de lograr la estabilidad financiera que les permita hacer realidad los planes programados en su proyecto de vida. Las universidades se convierten así en plataformas generadoras que impulsan las habilidades emprendedoras de los estudiantes y promueven su participación en los diferentes eventos relacionados con esta actividad (Viloria, Daza y Miranda, 2016).

Para ello, Etzkowitz (2003) sostiene que las universidades deben realizar dos tareas impostergables: la primera consiste en fomentar el Emprendedurismo a través de un modelo emprendedor propio, dinámico; donde se motive y sensibilice a los alumnos en la necesidad de la misión emprendedora. La segunda se centra en el apoyo al desarrollo de empresas, donde se reconocen y desarrollan las oportunidades de negocios, la puesta en marcha de las empresas y su crecimiento (como se citó en Ceja, De la Torre y Ramírez, 2018).

De igual manera, Jiménez y Arroyo (2006) plantean que el modelo emprendedor generado por las universidades deben considerar tres elementos imprescindibles: el primero de ellos es desarrollar el apoyo a los futuros emprendedores por medio de la sensibilidad personal y empresarial; propiciar la innovación y creatividad; y desarrollar habilidades y competencias emprendedoras en los alumnos. Segundo, apoyar la creación de empresas por medio del acceso a financiamiento (capital de riesgo, entidades financieras y posibles socios), la incubación y servicios (alojamiento, servicios y contactos); y proporcionar redes comerciales (acceso a clientes, proveedores y socios comerciales). Por último, asistir al desarrollo de las empresas a través de la supervisión durante los primeros años, para apoyar en el crecimiento, la creación de redes para el desarrollo de la investigación (acceso a socios tecnológicos y acceso a laboratorios de investigación) y proporcionar servicios tecnológicos.

La Universidad debe orientar el potencial de sus esfuerzos formativos hacia el siguiente objetivo, que los estudiantes puedan construir con solvencia las fortalezas

y destrezas necesarias que posibiliten con su puesta en práctica la generación de empleos, a través de la incorporación de la innovación como simiente productiva de corto y mediano plazo (Camacho, 2003).

Para una mejor comprensión, nos remitiremos a los conceptos “emprendedurismo” y “emprendedor” definidos por distintos autores.

El Centro de Emprendedurismo de la Universidad de Miami define al Emprendedurismo como el proceso de identificar, desarrollar y dar vida a una visión, que puede ser una idea novedosa, una oportunidad o simplemente una mejor manera de hacer las cosas, y cuyo resultado final es la creación de una nueva empresa, formada bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre (como se citó en Gutiérrez y Amador, 2011).

Según Sanabria, Morales y Ortiz (2015), el emprendedurismo es una actividad que contempla el descubrimiento, la valoración y la exploración de oportunidades para introducir nuevos bienes y servicios, y modos de organizar mercados y procesos. Avolio y Di Laura (2017) plantean que la actividad emprendedora supone personas capaces de identificar oportunidades y dispuestas a asumir más riesgos que las demás (como se citó en Encina y López, 2021).

Para la definición de lo que es un emprendedor, Stradi (2016) lo describe como aquella persona que, motivada por una serie de intereses, decide iniciar el proyecto de crear una nueva empresa: en el entorno universitario puede visualizarse principalmente al estudiante emprendedor o al profesor emprendedor; ambos hacen uso de los recursos de conocimiento que la universidad transfiere a la sociedad y que esta utiliza de una manera eficiente para generar oportunidades de nuevos negocios.

En esta misma línea, Gutiérrez y Amador (2011) consideran al emprendedor universitario como el ser humano con estudios superiores que tiene el suficiente conocimiento y autoconocimiento y está motivado para iniciar y desarrollar sus sueños, de una manera innovadora, asertiva y proactiva en los diferentes escenarios o sectores económicos o sociales donde le toque gestionar, con las apropiadas competencias que lo hacen un individuo especial, destinado por sus propias características a ser eficaz y a sobresalir, llevándolo a producir impactos en la rama productiva elegida.

Por su parte, Alcaraz Rodríguez (2011) considera que los emprendedores poseen las siguientes características:

“Fluidez de ideas y capacidad para jugar con ellas. Flexibilidad de pensamiento. Capacidad de juicio y de adaptación ante cualquier situación. Originalidad e imaginación. Sensibilidad hacia los problemas. Espíritu de investigación. Uso adecuado y provechoso de los errores. Disposición para tomar riesgos. Alta autoestima y autosuficiencia. Alto grado de curiosidad. Su conocimiento es base de ideas nuevas. Disposición para el uso de metáforas y analogías en la solución de problemas. Se rigen por criterios estrictos y exigentes. Procuran lograr un buen equilibrio entre subjetividad y objetividad. Aceptan con facilidad la confusión y la incertidumbre. Pueden dejar a un lado los compromisos emocionales. Son capaces de considerar diferentes puntos de vista sobre un mismo tema. No se apresuran para conducir una obra determinada. Están orientados a la autocrítica y aceptan con facilidad las observaciones de los demás” (como se citó en Duarte y Sung, 2019).

Como se evidencia, uno de los aspectos inherentes al emprendedurismo son las competencias emprendedoras, y su estudio es decisivo para establecer una descripción aproximada del perfil emprendedor del estudiante universitario.

Así pues, Gómez y Jacobsohn (2007) la definen como un conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que permiten al estudiante canalizar sus ideas e intereses en el marco de las tendencias cambiantes del entorno, basado en los conocimientos adquiridos, con el fin de formular proyectos que contribuyan a su propio desarrollo y al del entorno, teniendo en cuenta los criterios de relevancia y viabilidad.

Según Martínez y Carmona (2009) son “aquellas que permiten a los sujetos desarrollar un proyecto emprendedor con el cual generar crecimiento económico y cohesión social, configurándose de esta manera como un proyecto social integrado” (p. 84).

El desarrollo de las competencias emprendedoras de espíritu empresarial debe fortalecerse desde la perspectiva educativa, mediante la utilización de las habilidades de la creatividad, capacidad e iniciativa personal y grupal, resolución de problemas, la valoración de los riesgos económicos y la elaboración de planes y proyectos empresariales, la toma adecuada de soluciones, etc. (Sobrado y Fernández, 2010).

En cuanto a lo que se debe enseñar para ser emprendedores, Hisrich y Peters (2002), consideran que los emprendedores deben tener: a) Habilidades técnicas tales como saber comunicarse en forma escrita y oral, conocimientos y habilidades en gestión y organización. b) Habilidades de administración de empresas tales como planificar, tomar decisiones, saber comercializar y llevar la contabilidad. c) Habilidades personales tales como control percibido interno, innovación, asunción de riesgo, perseverancia y liderazgo (como se citó en Krauss, 2011).

Referente a las competencias emprendedoras para formar el espíritu empresarial en las instituciones educativas, se necesitaría de un enfoque holístico y funcional. Para ello, la Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (CEAJE) plantea un modelo de competencias con el objetivo de motivar, orientar, potenciar y canalizar las iniciativas empresariales, facilitando así la promoción de la cultura emprendedora. Particularmente propone las siguientes competencias emprendedoras:

1. *Liderazgo*: capacidad para fijar objetivos, realizar el seguimiento y orientar y motivar a los demás para la consecución de estos, creando un ambiente basado en la confianza mutua y el desarrollo personal/profesional.
2. *Tolerancia a la incertidumbre*: capacidad para adaptarse y trabajar en diferentes y variadas situaciones, sin condiciones claras ni definidas, cambiantes.
3. *Gestión de recursos (planificación y organización)*: capacidad para organizar y establecer los planes de acción necesarios para alcanzar los objetivos fijados con los recursos disponibles (técnicos, económicos y humanos).
4. *Negociación*: capacidad para resolver conflictos de intereses, llegar a acuerdos satisfactorios para ambas partes y crear un ambiente de colaboración en el que se establezcan compromisos duraderos que fortalezcan la relación.
5. *Creatividad*: capacidad para idear planteamientos y soluciones nuevas y diferentes para resolver problemas o situaciones requeridas por los clientes o el segmento de la economía en el que se actúe.
6. *Trabajo en equipo*: capacidad para fomentar un ambiente de colaboración, comunicación y confianza entre los miembros de su equipo o con los socios, estimulándolos hacia el logro de los objetivos comunes.

7. *Gestión del riesgo*: muestra el valor y arrojo necesario para atreverse, osar, jugar en escenarios arriesgados. Tomar decisiones adecuadas en situaciones de gran responsabilidad y alto grado de incertidumbre.
8. *Visión de negocio*: capacidad para detectar y generar oportunidades, interpretar variaciones de tendencias en el mercado y reconocer los peligros y las fuerzas externas que repercuten en la competitividad y efectividad del negocio.
9. *Necesidad de independencia (autonomía)*: capacidad para tomar sus propias decisiones y asumir la responsabilidad de los resultados logrados, ya sean favorables o desfavorables, sin pensar en culpables o benefactores.
10. *Resolución de problemas*: capacidad para aportar soluciones factibles ante problemáticas actuales y previsibles del cliente que respondan a sus necesidades y objetivos.
11. *Comunicación*: capacidad para transmitir de forma efectiva las propias ideas, intenciones, conocimientos, información, etc., de hacer preguntas, comprender a los demás y escuchar de forma activa para llevar adelante un propósito.
12. *Capacidad de aprendizaje (autocrítica)*: capacidad para evaluar con frecuencia y profundidad el comportamiento propio y su contexto, desaprender y mirar desde otra perspectiva lo que se consideraba seguro y realizar mejoras en el comportamiento a partir del análisis de experiencias anteriores.
13. *Orientación a resultados*: predisposición a actuar con un claro interés por conseguir los objetivos marcados, fijando metas desafiantes por encima de los estándares, mejorando y manteniendo altos niveles de rendimiento.
14. *Proactividad*: capacidad para actuar con anticipación, demostrando interés y preocupación por satisfacer las necesidades de los clientes (interno/externo), y adelantándose a los demás con sus acciones (Chávez, 2020).

Por su parte, Martínez y Carmona (2009) exponen que las competencias emprendedoras necesarias para ir generando y consolidando una mayor cultura emprendedora son:

Actitud mental positiva: hacer que los sujetos lleguen a confiar en sus propias capacidades y habilidades para que puedan desarrollar con éxito su propia empresa. - *Capacidad para sobreponerse al fracaso*: incidir sobre la dificultad de llevar a cabo un proyecto empresarial, motivarlos y formarlos para que no abandonen este proyecto ante las primeras

dificultades o adversidades y lo sigan intentando. - *Código ético*: las competencias emprendedoras deben tener como fundamento la dimensión ética, por lo que los emprendedores han de interiorizar que todas las acciones y comportamientos que realicen se regirán por normas morales basadas en el respeto al resto de personas y a la naturaleza. - *Dirección de reuniones*: desarrollar los conocimientos y destrezas necesarias para guiar perfectamente las reuniones con los futuros empleados, y demás agentes comerciales, políticos, económicos o sociales. - *Dominio del estrés*: capacitar a los sujetos para que puedan controlarse en situaciones agobiantes. - *Facilidad para las relaciones sociales*: los emprendedores deben aprender a relacionarse con facilidad, y con corrección, con otras personas en diferentes situaciones y contextos. - *Gestión del tiempo*: han de ser capaces de distribuir correctamente su tiempo en las actividades que llevan a cabo diariamente, para obtener buenos resultados en aquello que hacen. - *Habilidad de conversación*: hace referencia a la capacidad de comunicarse con fluidez y hablar correctamente con otras personas en diferentes situaciones o contextos. - *Iniciativa*. Actitud proactiva: tiene que ver con hacer cosas por sí mismos, promover iniciativas, introducir nuevos productos, servicios o tecnología innovadores. - *Liderazgo*: fomentar su capacidad para dirigir y guiar, desde el respeto a los demás, a los futuros empleados de su negocio o empresa. - *Motivación de los empleados*: capacidad de animar a los futuros empleados, en el supuesto de que los tuvieran, para que desarrollen con interés su trabajo. - *Negociación*: alude a la capacidad para comerciar, comprar y vender o cambiar géneros o mercancías con objeto de aumentar el beneficio de la empresa. - *Planificación*: organizar de manera ordenada, coherente y pragmática su empresa o negocio. - *Tenacidad*: aprender a ser constantes con una tarea o acción y no abandonarla antes de acabarla. (pp. 94 - 95)

Sintetizando, Correa, Delgado y Conde (2011) hicieron una revisión exhaustiva de la literatura relacionada al tema y enlistaron un total de veinte competencias, las que a su

juicio son las más citadas en la literatura especializada, identificando las siguientes competencias emprendedoras: riesgos calculados, iniciativa/autonomía, innovación/creatividad, orientación a resultados, confianza en él mismo, desarrollo de relaciones, perseverancia, pensamiento estratégico, búsqueda de información, capacidad de planificación y organización, compromiso/productividad, dinamismo/energía, responsabilidad, calidad del trabajo, impacto e influencia, control directivo, liderazgo, locus control interno, resolución de problemas, integridad.

Esta mentalidad emprendedora es preciso formarla al interior de los programas académicos, los que se generarían por intermedio de nuevas experiencias y la incorporación de estrategias formativas basadas no sólo en la transmisión y adquisición de conocimientos en los temas de la especialidad; sino también en la promoción del desarrollo de habilidades y capacidades para el emprendedurismo (Gutiérrez Huby y Amador Murguía, 2011).

Por esto, Camacho (2003) plantea que se necesita que la Universidad oriente a estudiantes y a la comunidad en general, no sólo con la transmisión de conocimientos y reflexiones teóricas propias de las ciencias y las diferentes disciplinas, sino que la enseñanza se complemente con la investigación y la extensión. Además el autor expone que la educación emprendedora debe:

Generar conciencia entre los participantes sobre la relevancia de la creación de empresas y de la trascendencia como herramienta de desarrollo para la comunidad. - Conocer experiencias exitosas de programas con visión regional que han impulsado una mejor calidad de vida de sus habitantes, fundamentadas en la empresariedad. - Desarrollar foros de empresarios exitosos que permitan aprender de la experiencia de quienes, por años, han generado desarrollo. - Explorar los procedimientos para implementar programas de creación de empresas ajustados a cada región, identificando posibilidades, recursos, requerimientos y factores de éxito. - Generar un marco adecuado para la interacción de diferentes programas, personas e instituciones públicas y privadas, de tal manera que se conozcan las experiencias mutuas y en forma colectiva se busque continuar con la aplicación de los programas. (p.8)

En efecto, varios autores descantan el papel de las universidades como formadoras y educadoras de personas con un espíritu emprendedor, de manera que, al finalizar sus estudios universitarios creen empresas, generen empleo y contribuyan al desarrollo económico y social del país (Ruiz, Cabeza y Briano, 2012).

Por todo lo expuesto, este trabajo tiene como objetivo conocer el nivel de desarrollo de las competencias emprendedoras de los egresados de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas de la Universidad Nacional de Pilar - Paraguay, institución con la misión de “formar personas proactivas, emprendedoras y críticas (...)”; la cual entre sus valores institucionales contempla la “actitud emprendedora” y, en su perfil de egreso menciona que las carreras deben garantizar que “el egresado cuente con la capacidad de emprender, de innovar (...)” (FCCAEE - UNP, 2017).

2. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS O MATERIALES Y MÉTODOS

Este estudio está basado en un abordaje cuantitativo, de tipología descriptiva, no experimental, diseño transversal; recurriendo a fuentes primarias para la recolección de datos, mediante la aplicación de un cuestionario para evaluar variables según sus grados de desarrollo.

La población objeto de estudio la constituyen los egresados de licenciatura en Administración de Empresas y de Contaduría Pública Nacional de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas de la Universidad Nacional de Pilar, Paraguay entre el periodo de 2017 a 2019 que equivalen a 161 profesionales. La muestra se calculó en base a un 95% de confianza y un margen de error de 0.5%, quedando la muestra representativa en 117 egresados. Cabe mencionar que se excluyeron a los egresados de otras filiales de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas.

El instrumento utilizado en esta investigación fue un cuestionario elaborado por la Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (CEAJE) para medir el nivel de competencias emprendedoras desarrolladas por los egresados universitarios. Tiene 42 oraciones afirmativas en donde el participante debe responder según se sienta de acuerdo o no con las mismas en una escala de 1 al 5 (1 = Nunca; 2 = Raras veces; 3 = Algunas veces; 4 = Usualmente; 5 = Siempre).

Adicionalmente al Test se le agregaron preguntas para conocer la disposición actual para crear una empresa propia, así como recoger datos sobre las actitudes hacia la creación de

empresas, mediante tres factores: la motivación, las posibles barreras que se pueden encontrar en dicho proceso y necesidades de apoyo institucional.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Caracterización e intención emprendedora de la población de estudio

Primeramente, se presentan datos de caracterización de la población de estudio como detalles de participantes por carrera y por sexo. Posteriormente se analiza la intención de emprender de los egresados universitarios de la Facultad de Ciencias Contable, Administrativa y Económicas según las carreras cursadas.

Tabla 1

Caracterización de la población de estudio

Sexo	Egresado:		Total
	Administración de Empresas	Contaduría Pública Nacional	
Femenino	53	38	91
Masculino	15	11	26
Total	68	49	117

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 1 se identifica que, de un total de 117 test aplicados efectivamente, 58% pertenecen a egresados de la carrera de Administración de Empresas, con una equivalencia de 68 participantes y un 42% a la carrera de Contaduría Pública Nacional, con una equivalencia de 49 participantes, lo que indica una tasa más alta de matriculación en la primera carrera. Se observa además que existe una diferencia considerable a favor del género femenino (78%) de los participantes en este estudio, lo que supone que por cada 10 egresados universitarios de estos programas educativos 7 son del género femenino y 3 son del masculino, lo que coincide con estudios de Giraldo (2018), en donde expone que las carreras universitarias con mayor presencia femenina son las vinculadas con las Ciencias Administrativas y Comerciales.

Tabla 2*Intención emprendedora en los sujetos de estudio*

Intención	Egresado:				Total	
	Administración de Empresas		Contaduría Pública Nacional			
Nunca	4	6%	0	-	4	3%
Raras veces	2	3%	6	12%	8	7%
Algunas veces	9	13%	9	18%	18	15%
Usualmente	4	6%	10	21%	14	12%
Siempre	33	48%	18	37%	51	44%
Negocio propio	16	24%	6	12%	22	19%
Total	68	100%	49	100%	117	100%

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 2 muestra el nivel de intención emprendedora de los sujetos de estudio según las opciones ofrecidas. Se observa que, de su total, el 75 % está dispuesto o totalmente dispuesto a crear su propia empresa, el 15 % medianamente y sólo el 10 % tiene ninguna o poca disposición a ello. Así mismo, la intención emprendedora es más alta en la carrera de Administración de Empresas (78 %) que en la de Contaduría Pública Nacional (70 %), los resultados señalados contradicen con los de Vargas y Bedoya (2015) en que la intención emprendedora es más alta en los estudiantes de áreas contables que en de las administrativas.

Por otra parte, se observa que el 24% de los egresados de la carrera de Administración de Empresas posee un negocio propio establecido en comparación al 12% de los egresados de Contaduría Pública Nacional.

3.2. Competencias emprendedoras en los sujetos de estudio

En este apartado se presenta el grado de competencias emprendedoras desarrolladas por los egresados universitarios de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas, según las carreras en el que estaban matriculados.

Para identificar el nivel de competencias emprendedoras se llevó a cabo la siguiente codificación: 1 = Nunca (0 – 20%), 2 = Casi nunca (21 – 40%), 3 = Frecuentemente (41 – 60%), 4 = Casi siempre (61 – 80%) y 5 = Siempre (81 – 100%).

Tabla 3*Competencias emprendedoras en los sujetos de estudio*

Competencias	Egresado:	
	Administración de Empresas	Contaduría Pública Nacional
Liderazgo	77,32 %	74,8 %
Tolerancia a la incertidumbre	63,8 %	66,72 %
Gestión de recursos	70,2 %	65,4 %
Negociación	73,24 %	77,56 %
Creatividad	74 %	72,6 %
Trabajo en equipo	76,4 %	74,92 %
Gestión del riesgo	58,92 %	64,84 %
Visión de negocio	77,92 %	77,08 %
Necesidad de independencia	75,86 %	73,24 %
Resolución de problemas	66,6 %	71,2 %
Comunicación	74,28 %	78,24 %
Capacidad de aprendizaje	68,72 %	74,28 %
Orientación a resultados	71,76 %	73,8 %
Proactividad	74,92 %	71,72 %
Promedio grupal	71,71 %	72,6 %

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 3 se resumen los resultados de la puntuación promedio por carrera según cada competencia emprendedora, la diferencia de la media entre ambos grupos es sutil, siendo el grupo de Contaduría Pública Nacional con el mayor puntaje, 72,6% y el de Administración de Empresas con 71,71%; ambas puntuaciones se encuentran en la franja de nivel de desarrollo intermedio.

Analizando las competencias por separado, se observa que, en la carrera de Administración de Empresas, dentro del contexto de desarrollo intermedio, se pueden identificar puntos fuertes y débiles, los puntajes promedios más altos se dan para las variables de Visión de negocio (77,92%), Liderazgo (77,32%), Trabajo en equipo (76,4%) y Necesidad de independencia (75,86%), mientras que los resultados más bajos

se dieron en competencias de Gestión del riesgo (58,92%), Tolerancia a la incertidumbre (63,8%) y Gestión de recursos (70,2%).

En la carrera de Contaduría Pública Nacional, en cuanto a las competencias de desarrollo intermedio sobresalen las variables de Comunicación (78,24%), Negociación (77,56%), Visión de Negocio (77,08%), Trabajo en Equipo (74,92%) y Liderazgo (74,8%); mientras que las tres pautas con menor puntaje fueron Tolerancia a la incertidumbre (66,72%), Gestión de recursos (65,4%) y Gestión del riesgo (64,84%).

Realizando una comparación entre ambos grupos, se visualiza que, si bien existen diferencias en los puntajes, hay coincidencias en que las competencias que más sobresalen son Visión de Negocio, Trabajo en equipo y Liderazgo, así mismo existen similitudes en las competencias que indican escaso desarrollo como son las variables de Gestión del riesgo, Tolerancia a la incertidumbre y Gestión de recursos.

Analizando las competencias con mayor desarrollo y coincidentes en ambos grupos, se puede apreciar como fortalezas la destreza para detectar y generar oportunidades; la capacidad de identificar fuerzas externas que puedan afectar la competitividad y efectividad de la empresa; la capacidad de fijar objetivos y por último la disposición para fomentar un ambiente de colaboración, comunicación y confianza con otros, estimulándolos hacia el logro de los objetivos comunes.

Considerando los puntos relativamente más bajos y que coinciden en ambos grupos de egresados, pueden considerarse como debilidades la capacidad de Gestión de recursos, Tolerancia a la incertidumbre y Gestión de riesgos. La primera competencia indica debilidad para adaptarse y trabajar en diferentes y variadas situaciones, sin condiciones claras ni definidas; la segunda implica dificultad para planificar y establecer los planes de acción necesarios para alcanzar los objetivos fijados con los recursos disponibles; y la última es la de menor puntaje, implica debilidad en la capacidad de calcular deliberadamente riesgos y evaluar alternativas, tomar decisiones y controlar resultados, que repercute en la capacidad de desarrollar iniciativas o aprovechar oportunidades fuera de lo común.

Estos resultados concuerdan con estudios desarrollados por Villalba y Ortega (2021), quienes afirman que los jóvenes paraguayos presentan un desarrollo intermedio de las pautas que conforman la conducta emprendedora, donde las variables que sobresalen son:

fijar metas y exigir eficiencia y calidad. Sin embargo algunas pautas son consideradas de escaso desarrollo, como las de correr riesgos calculados y planificar tareas.

3.3. Actitud hacia la creación de empresas

La actitud hacia la creación de empresas fue medida mediante tres factores: la motivación, las posibles barreras que se pueden encontrar en dicho proceso y las necesidades de apoyo institucional.

Para valorar el nivel de importancia de cada uno de los siguientes elementos se tuvo en cuenta la siguiente escala: 1 = Nada importante, 2 = Poco Importante, 3 = Más o menos importante, 4 = Importante y 5 = Muy importante.

Tabla 4

Motivación para la creación de una empresa

Motivos	Egresado:	
	Administración de Empresas	Contaduría Pública Nacional
Salida del Desempleo	4,29	4,41
Ingresos económicos	4,38	4,06
Recompensas personales	3,93	3,67
Horarios de trabajo flexible	3,74	3,51
Instrumentar propias ideas	3,79	2,94
Independencia/autonomía	4,81	4,64
Promedio grupal	4,16	3,87

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 4 se observa que para el total de los sujetos de estudio, la calificación promedio de los motivos analizados fue de 4,16 en la carrera de Administración de Empresas y 3,87 en la de Contaduría Pública Nacional; lo que indica que en general tienen una alta motivación para crear empresa propia. Los factores que más los alientan en el primer caso son las necesidades de independencia y las recompensas económicas, y en menor porcentaje, los horarios de trabajo flexible. En cambio, en el segundo caso, la necesidad de independencia y la salida de desempleo se constituyen como factores que influyen en la creación de empresas y la que menos es la instrumentación de sus propias ideas.

Estos resultados coinciden con lo expuesto por Robbins y Judge (2009), los cuales afirman que la búsqueda por la independencia es el mayor motivador de comportamientos emprendedores, revelando el deseo de quedar libre de autoridad y romper restricciones.

Tabla 5

Posibles barreras que se pueden encontrar en dicho proceso

Barreras	Egresado:	
	Administración de Empresas	Contaduría Pública Nacional
Riesgo económico	3,20	2,03
Temor a fracasar	3,56	4,31
Falta de capital para empezar y operar	4,76	2,64
Ambiente inestable de política económica	1,54	2,59
Tiempo limitado para otras actividades	1,10	2,94
Falta de apoyo y asesoría profesional	3,81	3,47
Ausencia de redes de contacto	3,97	1,96
Promedio grupal	3,13	2,85

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 5 se observa que para el conglomerado de sujetos de estudio la calificación promedio de las barreras analizadas, en cuanto a la creación de empresa propia; fue de 3.13 en la carrera de Administración de Empresas y 2,85 en la de Contaduría Pública Nacional; lo que indica que en general las perciben como medianamente importantes, siendo en el primer caso preocupantes la falta de capital y la ausencia de redes de contacto y las de menos, quedar con tiempo limitado y un ambiente inestable de política económica. Mientras que en el segundo caso son el temor al fracaso y la falta de apoyo y asesoría profesional; y con menor significancia la ausencia de redes de contacto.

Estos hallazgos coinciden con los de Borrayo, Valdez y Delgado (2019) donde el mayor obstáculo para emprender es el miedo a fracasar, seguido del factor económico y la falta de apoyo y asesoría profesional.

Tabla 6*Necesidades de apoyo institucional*

Apoyo	Egresado:	
	Administración de Empresas	Contaduría Pública Nacional
Capacitación con especialistas sobre mi producto o servicio	3,49	4,67
Ejercicios de planeamiento	2,18	1,22
Intermediación para fuentes de financiación	4,57	3,07
Bolsas de contactos con empresas	4,35	4,47
Coaching y asesoría	4,69	3,94
Promedio grupal	3,86	3,47

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 6 muestra los principales requerimientos solicitados como apoyo desde la universidad, según las opciones ofrecidas. Se observa en el primer caso una alta demanda de apoyo en cuanto a coaching y asesoría en general, bolsa de contactos con empresas e intermediación para fuentes de financiación. Sin embargo, en el segundo caso, se pone más énfasis a la necesidad de capacitación con especialistas en el área contable y bolsa de contactos con empresas.

4. CONCLUSIÓN O CONSIDERACIONES FINALES

El emprendedurismo hoy en día representa una alternativa profesional que permite a los egresados de las instituciones superiores crear proyectos que contribuyan al desarrollo económico del país, generando empleos, incentivando la innovación y fortaleciendo de esa forma al sector empresarial. Esto representa para las universidades un gran compromiso, dotar a la sociedad de profesionales capaces de responder a las exigencias y necesidades del entorno competitivo en el que habrán de desempeñarse (Torres et al., 2016).

Los resultados de la investigación arrojan una intención positiva por parte de los egresados universitarios hacia la generación de emprendimientos, una actitud auténtica de independencia y deseo por tener algo propio. Sin embargo un gran porcentaje de los

mismos no se sienten capaces, por temor al fracaso y dificultades en el acceso a créditos y capital. De ahí la necesidad de requerimientos señalados como apoyo desde la universidad en cuento a coaching y asesoría en general, bolsa de contactos con empresas e intermediación para fuentes de financiación.

Igualmente la investigación permitió conocer el nivel de desarrollo de las competencias desarrolladas por los egresados universitarios, el cual arrojó en el nivel intermedio, un puntaje por debajo del óptimo y una puntuación media para Administración de Empresas de 71,71% y para Contaduría Pública Nacional un puntaje promedio de 72,6%. Las diferencias respecto a las capacidades emprendedoras de los egresados de ambos grupos son mínimas; lo cual evidencia que las competencias con mejor manejo para ambas son tres, “Visión de negocio”, “Trabajo en Equipo” y “Liderazgo”. Sin embargo algunas competencias son consideradas de escaso desarrollo, como “Gestión de riesgos”, “Tolerancia a la incertidumbre” y “Gestión de recursos”.

Analizando las competencias con mayor puntuación podemos apreciar como fortalezas la capacidad de detectar y generar oportunidades, buscar autonomía, fijar metas claras y la predisposición para fomentar un ambiente de colaboración, comunicación y confianza con otros; estimulándolos hacia el logro de los objetivos comunes. Esta caracterización coincide con Rivas (2015), el cual señala que un emprendedor es aquella persona que tiene la capacidad de descubrir e identificar algún tipo de oportunidad de negocios, y en base en ello se fija metas y objetivos, y organiza una serie de recursos con el fin de dar inicio a la idea de negocio.

En cuanto a las competencias consideradas de escaso desarrollo indican debilidades en la conducta, en donde el sujeto debe calcular y evaluar riesgos, tomar decisiones en un ambiente de incertidumbres sobre una acción que va a suceder y sobre las consecuencias que existirán si esta acción ocurre; y por último, planificar y establecer los planes de acción necesarios para alcanzar los objetivos fijados atendiendo los recursos disponibles. Si hay excesiva aversión al riesgo, los jóvenes no se involucrarán en emprendimientos, optarán por metas como conseguir un empleo seguro o, si ya se encuentran laborando en relación de dependencia, no serán capaces de arriesgarse a renunciar a recibir un salario fijo (Villalba y Ortega, 2021). Pero como mencionan Marulanda, Montoya y Vélez (2014), este nivel de competencias no implican que sean estables o inmodificables, muy por el contrario, se pueden entrenar, desarrollar y perfeccionar.

Los egresados de la carrera de Administración de Empresas evidencian puntos fuertes en cuanto a “Visión de negocio”, “Liderazgo” y “Trabajo en equipo”, fortalezas en la capacidad para influir sobre las personas para que voluntariamente se unan al logro de los objetivos del grupo. La visión, importante en el perfil emprendedor, los lleva a ejecutar un grupo de esfuerzos organizados en la búsqueda de oportunidades; y la disposición para fomentar un ambiente de colaboración, comunicación y confianza con otros, estimulándolos hacia el logro de los objetivos comunes.

Así mismo, en el grupo de Contaduría Pública Nacional tuvieron como puntos más favorables las fortalezas de “Comunicación”, “Negociación” y “Visión de negocio”, competencias que indican capacidad para comunicar, detectar y generar oportunidades; y destrezas para el logro de acuerdos.

Por todo lo expuesto, la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas de la Universidad Nacional de Pilar - Paraguay, debe fortalecer y promover el desarrollo del espíritu emprendedor de los estudiantes, a fin de lograr la formación de profesionales competitivos y capaces de transformar sus ideas en la creación de empresas sustentables e innovadoras.

A modo de potenciar el emprendedurismo universitario se recomienda generar programas de capacitación para fortalecer el perfil emprendedor, a través de prestación de servicios de asesoría y consultoría empresarial a pymes; organizando talleres que promuevan la creación de empresas, que incluyan trabajos de campo, donde se estudien a fondo el sistema de acción de empresarios; brindando un servicio integral de apoyo en todas las fases del proceso de creación de una empresa, desde el nacimiento de la idea de negocio hasta la consolidación de la misma. Se hace necesario impulsar jornadas de sensibilización a objeto de crear conciencia y lograr un cambio cultural hacia el autoempleo.

Por lo tanto, la educación para el emprendimiento debe ayudar a los alumnos al logro de herramientas que orienten su disposición hacia el deseo de emprender, generar mayores compromisos con su realidad local, y ubicar a los mismos en el rol de protagonistas de su propio desarrollo y el de la sociedad.

5. LISTA DE REFERENCIAS

Borrayo Rodríguez, C., Valdez Zepeda, A., & Delgado Melgarejo, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de*

- Ciencias Sociales.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28060161005/html/>
- Camacho, D. (2003). La importancia de formar jóvenes emprendedores. *Apuntes del CENES*, 15. Obtenido de https://www.redib.org/record/oai_articulo1686608-la-importancia-de-formar-j%C3%B3venes-emprendedores
- Ceja Oseguera, S., De la Torre Hidalgo, T., & Ramírez Murillo, L. (2018). Análisis de las competencias para el emprendedurismo que se desarrollan en los cursos presenciales de las licenciaturas del área de negocios. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 18.
- Chávez Moreno, E. (2020). Análisis comparativo de competencias emprendedoras entre estudiantes de la UABC. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 20. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s2007-74672020000100131&lang=es
- Correa Correa, Z., Delgado Hurtado, C., & Conde Cardona, Y. (2011). Formación en emprendimiento en estudiantes de la carrera de administración de empresas en la Universidad Pública de Popayán. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 51. Obtenido de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/revista/article/view/550/538>
- Duarte Masi, S., & Sung Park, S. (2019). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 24. Obtenido de https://www.redib.org/record/oai_articulo797820-el-perfil-del-emprendedor-y-los-estudios-relacionados-a-los-emprendedores-iberoamericanos
- Encina Ayala, L., & López Méndez, G. (2021). Emprendedurismo Femenino: Un estudio multi-caso de factores que influyen en la Intención Emprendedora. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 18. Obtenido de https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i2.374
- FCCA-E-UNP (2017). *Perfil de Egreso*. Obtenido de <http://contables.unp.edu.py/contaduria/>

- Giraldo, J. (2018). Orientación Universitaria. *Universia Perú*. Obtenido de <https://orientacion.universia.edu.pe/infodetail/consejos/orientacion/mas-mujeres-optan-por-las-carreras-de-administracion--2774.html>
- Gómez, L., & Jacobsohn, G. (2007). *Desarrollo de competencias emprendedoras - La formación básica de la Universidad del Norte*. Barranquilla: Ediciones Uninorte.
- Gutiérrez Huby, A., & Amador Murguía, M. (2011). El potencial emprendedor en los estudiantes de la carrera de contabilidad de las universidades San Marcos de Perú y Guadalajara de México – Centro Universitario de los Altos – Un análisis comparativo. *Quipukamayoc- Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 20.
- Jiménez Sáez, F., & Arroyo Vázquez, M. (2006). El fomento del emprendedurismo universitario a través de un modelo integrador. *Instituto ingenio*, 17. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/36031597.pdf>
- Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión Empresarial*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/277259963_actitudes_emprendedoras_de_los_estudiantes_universitarios_el_caso_de_la_universidad_catolica_del_uruguay
- Martínez, F., & Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de “Competencias Emprendedoras”: Valor social e implicaciones educativas. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/40496765_aproximacion_al_concepto_de_competencias_emprendedoras_valor_social_e_implicaciones_educativas
- Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/265961531_aportes_teoricos_y_empiricos_al_estudio_del_emprendedor
- Rivas, J. (2015). *Guía para las personas que quieren emprender pero no saben como empezar*. México: Ediciones de Ideas Business.
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional (J. Brito, Trad.)*. México: Pearson Educación. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/robbins%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf

- Ruiz Jiménez, J., Cabeza Pulles, D., & Briano Turrent, G. (2012). Universidad y Emprendimiento: Un caso de estudio en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UGR. *ReiDoCrea*, 14. Obtenido de <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/21988/reido-crea-vol.1-art.20-ruiz-cabeza-briano.pdf?sequence=1&isallowed=y>
- Sobrado Fernández, L., & Fernández Rey, E. (2010). Competencias Emprendedoras y Desarrollo del Espíritu Empresarial en los Centros Educativos. *UNED Revistas Científicas*, 24. Obtenido de <http://revistas.uned.es/index.php/educacionxx1/article/view/275/231>
- Stradi Granados, S. (2016). El emprendedurismo universitario en estudiantes de administración de empresas de la UNED de Costa Rica. *Universidad Estatal a Distancia*, 22. Obtenido de <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/rna/article/view/1574>
- Torres, M., Mendoza, L., Lara, Y., & Zazueta, J. (2016). Emprendimiento y su percepción en los estudiantes de la Licenciatura en Negocios y Comercio Internacionales. *Universidad de Sonora*, 21.
- Vargas, L., & Bedoya, M. (2015). *Determinantes psicológicos de la intención de creación de empresas en los aprendices del Centro de Gestión Tecnológica de Servicios del SENA – Cali (trabajo de grado)*. Cali: Universidad del Valle.
- Villalba Benítez, E., & Ortega Carrasco, R. (2021). El perfil emprendedor en Paraguay, análisis de la población juvenil. *Fundación Universitaria Konrad Lorenz*, 10. Obtenido de http://revistasumadenegocios.konradlorenz.edu.co/wp-content/uploads/2020/10/rsn_1226_04_perfil_emprendedor.pdf
- Viloria Escobar, J., Daza Corredor, A., & Miranda Terraza, L. (2016). Perfil emprendedor de los graduados de administración de empresas de la Universidad del Magdalena, 2010-2014. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/314300983_perfil_emprendedor_de_los_graduados_de_administracion_de_empresas_de_la_universidad_del_magdalena_2010-2014