



**Grupo de Estudios Sociales sobre Paraguay
IEALC-FSOC
Universidad de Buenos Aires, Argentina**



**Universidad Nacional de Pilar
Ñeembucú
Paraguay**

Línea presentada en el

XI Taller: “Paraguay desde las Ciencias Sociales”

Pilar. 7, 8 y 9 de junio de 2018

Universidad Nacional de Pilar

El perfil emprendedor en Paraguay, análisis de la población juvenil

Palabras claves: Características emprendedoras; población juvenil; motivaciones

**Ever Federico Villalba Benítez
Rolando Junior Ortega Carrasco**

**Universidad Nacional de Pilar
evervill@gmail.com**

“Este Proyecto es cofinanciado por el CONACYT-Paraguay través del Programa PROCENCIA con recursos del Fondo para la Excelencia de la Educación e Investigación – FEEL del FONACIDE”.

El perfil emprendedor en Paraguay, análisis de la población juvenil

Palabras claves: Características emprendedoras; población juvenil; motivaciones.

Resumen:

La juventud se constituye como motor y sustento del potencial de desarrollo del Paraguay, la estructura de su población permite decir que 1 de cada 4 paraguayos tienen entre 15 y 29 años, lo cual se establece como un bono demográfico, esto posibilita pensar en políticas de desarrollo a mediano y largo plazo.

Con esta línea de investigación se abordará el estudio sobre las características del perfil emprendedor de los jóvenes a nivel país, considerando este fenómeno como un factor asociado al desarrollo económico y social de las comunidades.

Se plantea un estudio con enfoque cuantitativo, de diseño transversal y prospectivo, como técnica se recurrirá a la encuesta en la que se utilizará el Test de Conductas Emprendedoras desarrollada por las Naciones Unidas, dirigida a jóvenes de 15 a 29 años, residentes en Asunción y en las ciudades capitales departamentales de la región oriental.

Introducción

El emprendedurismo como campo de estudio y de acción ha cobrado relevancia en diferentes áreas, tanto en lo académico-científico como en planes de desarrollo de los gobiernos por su capacidad de generar bienestar económico y social, mediante procesos innovadores y creativos (GEM, 2014).

Respaldan este planteamiento Saboia Leitão y Martín Cruz (2006, p. 3) refiriendo que “vivimos en un ambiente socio-económico global en que se comparte la percepción de que el espíritu emprendedor, manifestado en sus diversas formas, es factor preponderante del desarrollo, de la innovación y del bienestar social en una economía”.

Un elemento insoslayable que debe ser tenido en cuenta para el desarrollo del Paraguay es la población joven, para dar pleno uso al Bono Demográfico instituido por la población joven actual, surge la necesidad de conocer las características de la población, y en especial de aquellos que se encuentran en etapa de formación.

En estos terminos, es responsabilidad de los centros de investigación poner atención en procesos relacionados con esta finalidad con el fin de consolidar resultados formales que apoyen la operación de las unidades de emprendimiento en el logro de sus objetivos, así como también que fortalezcan los mecanismos para la construcción de empresas solidas en un

contexto sumamente volátil como lo es el de la globalización y particularmente el de América Latina (Carree, 2001).

Garzón Benítez (2004) explica que un proyecto de negocios tendrán mayores posibilidades de éxito en la medida que se conozca la capacidad emprendedora de la persona o personas que van a estar al frente de la empresa. En repetidas ocasiones, se ha probado que una misma idea de negocio, puede ser un éxito o un fracaso en función del emprendedor que lo desarrolle.

Así mismo, Barba Sánchez y Martínez Ruiz (2006) proponen como alternativa un enfoque al desarrollo local endógeno y la puesta en marcha de la capacidad emprendedora partiendo del recurso más importante con que cuenta todo emprendimiento, el sujeto emprendedor.

Con esta investigación se busca conocer el perfil emprendedor de los jóvenes de entre 15 a 29 años de la población paraguaya con el fin formular estrategias de intervención sobre sus fortalezas y debilidades por medio de políticas públicas entendiendo que la conducta emprendedora es un factor clave para dar soluciones a problemas en diversos ámbitos, pues se convierte en un elemento transversal, que integra capacidades, conocimientos, habilidades y actitudes vinculadas a la destreza de superar desafíos respondiendo con creatividad e innovación.

Características de Comportamiento Emprendedor

“McClelland define el emprendedor como una persona de éxito que ha desarrollado una fuerte necesidad de logro y que por lo tanto busca situaciones en donde satisfacerlas” (Pulgarin, 2013, p. 4). Esto se atribuye al factor motivacional que la mayoría de las personas cuentan, pero las ganas o la intención de llevar a cabo un emprendimiento va relacionado con la escala de motivaciones de cada persona (McClelland, 1989 citado en Olivera Rivera & Olmedo Pizarro, 2009).

La teoría fue primordial para el crecimiento de los saberes científicos sobre el espíritu emprendedor, expone que el empresario tiene su mayor motivación en la necesidad de logro, la de realizar una buena tarea exigiéndose cada vez más cosas desafiantes (Olivera Rivera & Olmedo Pizarro, 2009; Venturi, y otros, 2012).

McClelland plantea que el punto de partida del patrón del comportamiento de las personas está condicionada por las necesidades, esto crea una tensión interna en la persona y actúa como un estímulo que orienta el comportamiento para reducir la tensión. En ese contexto piensa que el ser humano puede adquirir las necesidades aprendiéndolas durante el

desarrollo de su vida, por lo que muchas de ellas se aprenden de la cultura de la sociedad, éstas las clasificó en tres categorías que son las de logro (n Log), de poder (n Pod), y de afiliación (n Afi) (McClelland, 1989).

Con el objeto de poder caracterizar las claves de éxito empresarial McClelland inició en los años 60 un proyecto de investigación a través de un cuestionario a emprendedores de todo el mundo que habían puesto en marcha con éxito sus ideas de negocio (Garzón Benítez, 2004).

Basándose en los resultados obtenidos a partir de los empresarios consultados, McClelland pudo determinar que independientemente al rubro a que se dediquen, de la región en el que se encuentren, el nivel socio-económico, religión, cultura, sexo o raza, en todos ellos se repetían en mayor o menor medida una serie de pautas de comportamiento (Garzón Benítez, 2004).

Los hallazgos permitieron sistematizar los siguientes elementos de análisis (Garzón Benítez, 2004):

a) Existen 30 comportamientos comunes en los emprendedores consultados que son clave en su éxito.

b) Estos 30 comportamientos se agrupan en 10 Pautas de Comportamiento Emprendedor:

- Búsqueda de Oportunidades e Iniciativa
- Correr Riesgos Calculados
- Exigir Eficiencia y Calidad
- Persistencia
- Cumplimiento
- Búsqueda de Información
- Fijar Metas
- Planificación Sistemática y Seguimiento
- Persuasión y Redes de Apoyo
- Autoconfianza e Independencia

Las Pautas de Comportamiento Emprendedor (PCEs) son decisivas a la hora de iniciar un emprendimiento, para su análisis mediante el test CCE pueden adoptar los valores entre 0 y 25. Sea cuál sea el valor, estas pautas se pueden desarrollar empleando técnicas específicas. Valores menores a 15 son considerados de bajo desarrollo, de 15 a 20 son de nivel intermedio, y de 21 a 25 son considerados de nivel alto.

b) Dichas pautas (y sus correspondientes comportamientos) están agrupadas en tres grandes grupos:

- Pautas del logro
- Pautas de la planificación
- Pautas del poder

Tabla 1 Pautas de Comportamiento Emprendedor

Pautas de Logro
Busca Oportunidades e iniciativas
Persistencia
Cumplimiento
Exigir eficiencia y calidad
Correr riesgos calculados
Pautas de Planificación
Fijar Metas
Búsqueda de información
Planificación Sistemático y seguimiento
Pautas de Poder
Persuasión y redes de apoyo
Autoconfianza e Independencia

Fuente: Elaboración adaptada del Manual del participante del taller de desarrollo de comportamiento emprendedor (Fundación CIRD - Centro de Información y Recursos para el Desarrollo, 2017).

- c) Las pautas se pueden analizar aisladamente (una a una) o estudiadas de manera interrelacionada entre ellas.
- d) Las relaciones teóricas entre pautas enumeradas por McClelland en los emprendedores de éxito son las siguientes:
- “Fijar Metas” debe tener la puntuación más alta, y en especial debe estar por encima de “Persistencia”
 - “Persistencia” debe tener una puntuación similar a “Búsqueda de Oportunidades e Iniciativa”. Lo aconsejable es que la distancia máxima entre ellas sea de 5 puntos.
 - La pauta “Correr Riesgos” está relacionada con las pautas “Autoconfianza e Independencia” y “Búsqueda de Información”.
 - “Autoconfianza e Independencia” debe tener una puntuación similar a “Cumplimiento”. Lo aconsejable es que la distancia máxima entre ellas sea de 5.

Materiales y métodos

Según Corbetta (2007) esta investigación es de carácter básica, con enfoque cuantitativo, adoptando un diseño observacional, descriptivo, transversal y prospectivo. El instrumento que se utilizará es el Test de Conductas Emprendedoras - CCE, diseñado por la Organización de las Naciones Unidas, a través de Empretec, en su programa para la investigación y fomento del emprendimiento, y sustentada en base a las teorías de McClelland (1989), acerca de los factores motivacionales asociados al comportamiento emprendedor. La metodología permite caracterizar 10 factores asociados a las necesidades de logro, afiliación y poder.

La población de estudio lo constituyen los jóvenes de 15 a 29 años, estudiantes de colegios y universidades, residentes en Asunción, y en las ciudades capitales departamentales de la región oriental, además se tomará una muestra representativa de la región del Chaco paraguayo.

El instrumento a utilizarse en esta investigación es un cuestionario que consta de dos secciones fundamentales. En la primera se definen los perfiles generales de los participantes (características socioeconómicas mínimas) a través de una serie de preguntas básicas acerca de su persona, donde el encuestado responde de manera abierta a las mismas.

En la segunda sección, se utiliza parte del instrumento “preparándose para triunfar” desarrollado por EMPRETEC el cual se deriva del modelo de análisis de emprendedurismo de David McClelland. En esta sección del instrumento consta de 55 preguntas donde se indaga sobre las variables de interés, de manera tal que deben responder según el grado de identificación con las proposiciones planteadas para supuestas situaciones.

Cada ítem se responde en escala de likert según sea su apreciación del criterio, de acuerdo a la escala que se presenta a continuación.

1 = Nunca

2 = Raras veces

3 = Algunas veces

4 = Usualmente

5 = Siempre

El diseño metodológico del cuestionario consta de preguntas de control y márgenes de corrección que permiten mayor grado de objetividad a la hora de la obtención de los resultados finales.

Los resultados podrán ser analizados de manera descriptiva y también de manera analítica, mediante comparación y asociaciones de variables y categorías.

Resultados esperados

Conocer el perfil emprendedor de los jóvenes de entre 15 a 29 años de la población paraguaya con el fin proponer estrategias científicas de intervención sobre sus fortalezas y debilidades.

Describir y analizar el perfil emprendedor de los jóvenes de entre 15 a 29 años de la población paraguaya.

Identificar fortalezas y debilidades en el perfil emprendedor de los jóvenes paraguayos.

Contrastar los resultados con variables sociodemográficas para identificar asociaciones y correlaciones en los diferentes perfiles.

Proponer estrategias de intervención sobre las fortalezas y debilidades caracterizadas en el perfil emprendedor de los jóvenes paraguayos.

Difundir ante los actores sociales, gubernamentales, de educación y empresariales los resultados obtenidos.

Referencias

- Barba Sánchez, V., & Martínez Ruiz, M. (26 de junio de 2006). Cambios en el modelo de desarrollo económico y creación de empresas. *El emprendedor como factor clave del proceso de cambio*. Valencia, España: ICE.
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill.
- Fundación CIRD - Centro de Información y Recursos para el Desarrollo. (2017). Manual del Participante. *Taller de desarrollo del comportamiento emprendedor*. Asunción, Paraguay: Fundación CIRD.
- Garzón Benítez, M. D. (2004). Las pautas de comportamiento emprendedor como base para el diseño de planes formativos para emprendedores. *Revista de Economía*, 423-435.
- GEM. (2014). *Informe GEM España*. Madrid: Global Entrepreneurship Monitor.
- McClelland, D. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Madrid: Narcea.
- Olivera Rivera, E., & Olmedo Pizarro, L. (2009). Características emprendedoras de Egresados de Contador Auditor e Ingeniería en Administración de empresas de la Universidad Católica de Maule. (U. C. Maule, Ed.) *Revista UC Maule* (37), 49-72. Obtenido de <http://www.ucm.cl/uploads/media/Olivera.pdf>

- Pulgarín Molina, S. A., & Cardona Acevedo, M. (2013). Caracterización del Comportamiento Emprendedor para los estudiantes de Administración de la Universidad del Rosario. *Escuela de Administración de Negocios*, 22-39.
- Pulgarin, S. (2013). Caracterización del Comportamiento Emprendedor de los Estudiantes de PreGrado de la Universidad de Rosario. *Caracterización del Comportamiento Emprendedor de los Estudiantes de PreGrado de la Universidad de Rosario*. Rosario, Argentina: Universidad del Rosario.
- Saboia Leitão, F. A., & Martín Cruz, N. (2006). Los rasgos psicológicos del emprendedor y la continuidad del proyecto empresarial: un estudio empírico de los emprendedores de Brasil. *REAd*.
- Sung Park, S. I., & Duarte Masi, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Rev. Int. Investig. Cienc. Soc.*, 291-314.
- Venturi, J., Villalba Benítez, E. F., Godoy Caballero, R. C., Fretes Ayala, P. E., Ocampo del Valle, D., & Ferreiro Irala, H. M. (2012). *Formando Emprendedores*. Pilar, Paraguay: Universidad Nacional de Pilar.