

Características de emprendedores en Cruce Guaraní, Paraguay

Characteristics of entrepreneurs in Cruce Guaraní, Paraguay

Derlis Daniel Duarte Sánchez
Universidad Nacional de Canindeyú, Paraguay
ORCID ID: [0000-0002-6717-2873](https://orcid.org/0000-0002-6717-2873)
duartesanchezderlisdaniel@gmail.com

Cinthia Carolina Zaracho Rojas
Universidad Nacional de Canindeyú, Paraguay
ORCID ID: [0009-0004-9725-6738](https://orcid.org/0009-0004-9725-6738)
carolinazaracho762@gmail.com

Recibido: 09/05/2024 – Aceptado: 29/07/2024

<https://doi.org/10.56216/radee022024ago.a03>

RESUMEN

Los emprendedores son individuos que identifican oportunidades de negocio y están dispuestos a asumir riesgos para crear, desarrollar y gestionar empresas. Su característica distintiva es la capacidad de innovar, adaptarse y perseverar en la búsqueda de soluciones creativas para satisfacer las necesidades del mercado. Son agentes de cambio que impulsan el crecimiento económico, la generación de empleo y la innovación en la sociedad. El objetivo de la investigación fue analizar las características de los emprendedores en Cruce Guaraní, Paraguay. Se utilizó una metodología de enfoque cuantitativo, descriptivo, no experimental, la población estuvo compuesta por 20 emprendedores activos, se les aplicó cuestionario de encuesta a través de un trabajo de campo. Los hallazgos revelan una diversidad en el perfil de los emprendedores, con una representación equitativa entre géneros y una amplia variedad de edades y experiencias empresariales. La ascendencia mayoritaria es brasileña, reflejando una fuerte influencia cultural en el entorno empresarial. Además, existe una diversidad educativa significativa, con la educación secundaria como la más común. En términos de actividad productiva, la agricultura de granos básicos y el comercio son las principales actividades, y la mayoría de las empresas son microempresas. Las motivaciones para emprender varían entre la oportunidad y la necesidad, mientras que las características clave de los emprendedores incluyen formación, innovación, motivación, perseverancia y experiencia previa.

Palabras clave: emprendedores; características; motivación; diversidad.



Este es un artículo publicado en acceso abierto bajo una Licencia Creative Commons
Autor para correspondencia: Derlis Daniel Duarte Sánchez, e-mail: duartesanchezderlisdaniel@gmail.com

Citación recomendada: Duarte Sánchez, D. D. & Zaracho Rojas, C. C. (2024). Características de emprendedores en Cruce Guaraní, Paraguay. *Revista de Análisis y Difusión de Perspectivas Educativas y Empresariales*, 4 (8): 33-45, <https://doi.org/10.56216/radee022024ago.a03>

ABSTRACT

Entrepreneurs are individuals who identify business opportunities and are willing to take risks to create, develop and manage companies. Its distinctive characteristic is the ability to innovate, adapt and persevere in the search for creative solutions to meet market needs. They are agents of change that drive economic growth, job creation and innovation in society. The objective of the research was to analyze the characteristics of entrepreneurs in Cruce Guaraní, Paraguay. A quantitative, descriptive, non-experimental approach methodology was used, the population was made up of 20 active entrepreneurs, a survey questionnaire was applied to them through field work. The findings reveal a diversity in the profile of entrepreneurs, with equal representation between genders and a wide variety of ages and business experiences. The majority of ancestry is Brazilian, reflecting a strong cultural influence in the business environment. Additionally, there is significant educational diversity, with secondary education being the most common. In terms of productive activity, basic grain agriculture and commerce are the main activities, and the majority of companies are microenterprises. Motivations for entrepreneurship vary between opportunity and necessity, while the key characteristics of entrepreneurs include training, innovation, motivation, perseverance and previous experience.

Keywords: entrepreneurs; characteristics; motivation; diversity.

El espíritu empresarial, tan arraigado en todos los mercados y tipologías organizativas, ha sido objeto de interés tanto para académicos como para profesionales a lo largo del tiempo. Este fenómeno ha experimentado un impulso significativo con la aparición de plataformas tecnológicas digitales, las cuales han facilitado y potenciado la actividad emprendedora (Chatterjee et al., 2022). Este impulso se debe en gran medida a que el espíritu empresarial se considera un motor fundamental del desarrollo social y económico, siendo los empresarios los principales impulsores del desarrollo endógeno (Adeel et al., 2023; Samli, 2009).

En este contexto, el emprendimiento desempeña un papel crucial en el desarrollo empresarial al enfocarse en la exploración de nuevas oportunidades de negocio. Su objetivo principal es generar valor mediante la identificación de nichos de mercado y la implementación de prácticas innovadoras en la toma de decisiones. El emprendedor, como actor clave en este proceso, introduce actividades novedosas que influyen significativamente en el rumbo y el éxito de las empresas (Adie Villafañe & Cárdenas Ortiz, 2021). Además, la creciente internacionalización ha suscitado un interés creciente en cualquier factor que pueda fortalecer la capacidad de una empresa para desarrollar una ventaja competitiva a largo plazo (Omri & Becuwe, 2014).

Las pequeñas y medianas empresas (PYME) dependen especialmente de las cualificaciones y conocimientos de los empresarios (Mayr et al., 2021). Esto se evidencia en un estudio realizado por Lecuna et al., (2017), quienes descubrieron un triple efecto de interacción entre emprendedores basados en oportunidades con mayores niveles de educación y orientación exportadora y sus expectativas de crecimiento, utilizando datos de la encuesta Global Entrepreneurship Monitor de más de 100.000 emprendedores en 19 países latinoamericanos.

Las empresas emprendedoras son actores centrales en el proceso de generación y difusión de la innovación digital, la cual ofrece una amplia gama de oportunidades para los emprendedores (Felicetti et al., 2024). El emprendimiento corporativo, por su parte, se conceptualiza como un entorno que busca, apoya y fomenta la mentalidad emprendedora de los individuos con el fin de llevar a cabo actividades innovadoras (Kuratko et al., 2023). El impacto de la actividad empresarial en el crecimiento económico regional sigue siendo objeto de investigación y atención por parte de formuladores de políticas en todo el mundo. Las empresas emergentes lideradas por innovadores desempeñan un papel crucial en la

introducción de cambios y en el fomento de un crecimiento económico positivo, especialmente cuando las condiciones favorecen su desarrollo (Kraus et al., 2021).

Agrega Domingo & Arús (2020), en su publicación en la Revista Harvard Deusto, mencionan que los ecosistemas emprendedores desempeñan un papel crucial en las economías nacionales al fomentar la innovación, la creatividad y las oportunidades. Estos entornos son reconocidos por su capacidad para generar soluciones eficientes y escalables a problemas reales, así como por su contribución a la creación de riqueza, empleo y crecimiento económico. Esta dinámica atrae a grandes inversores en busca de altos rendimientos financieros. Sin embargo, más recientemente, también ha surgido un interés en el impacto social positivo que pueden tener estas empresas, lo que ha llevado a un nuevo tipo de inversor motivado por la rentabilidad tanto financiera como social. A pesar del alto riesgo asociado, emprender ofrece la oportunidad de impulsar cambios incrementales e incluso disruptivos, creando nuevos productos, soluciones e incluso industrias enteras, como ejemplifican casos como Netflix o Spotify.

Según King et al., (2024), en su publicación en la revista *Industrial and Corporate Change*, editada por la Universidad de Oxford, mencionan que la heterogeneidad en el acceso al emprendimiento, es que los trabajadores de empresas pequeñas, en comparación con las grandes, tienen más probabilidades de convertirse en emprendedores (es decir, el “efecto de las pequeñas empresas”).

En este contexto, los autores Shin et al., (2023), en su publicación en la revista *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, que la geografía proporciona una plataforma importante para organizar la actividad económica, que la innovación está concentrada espacialmente y que los atributos tecnológicos de los lugares se definen a lo largo del tiempo mediante un proceso evolutivo.

Además, el marco de capacidades en la geografía económica evolutiva considera el desarrollo económico regional como un proceso de diversificación relacionada a través de la adquisición de capacidades que hacen que una economía regional sea más compleja (Frenken et al., 2023). Por lo tanto, Duran Peralta (2019), ha demostrado que, según análisis econométricos, existe una conexión intrínseca entre el nivel de desarrollo y la actividad emprendedora: un mayor grado de desarrollo impulsa la iniciativa empresarial, al mismo tiempo que un aumento en la actividad emprendedora contribuye al desarrollo local.

De todo lo anterior, la problemática se presenta a través de la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características distintivas de los emprendedores en el Cruce Guaraní, Paraguay?

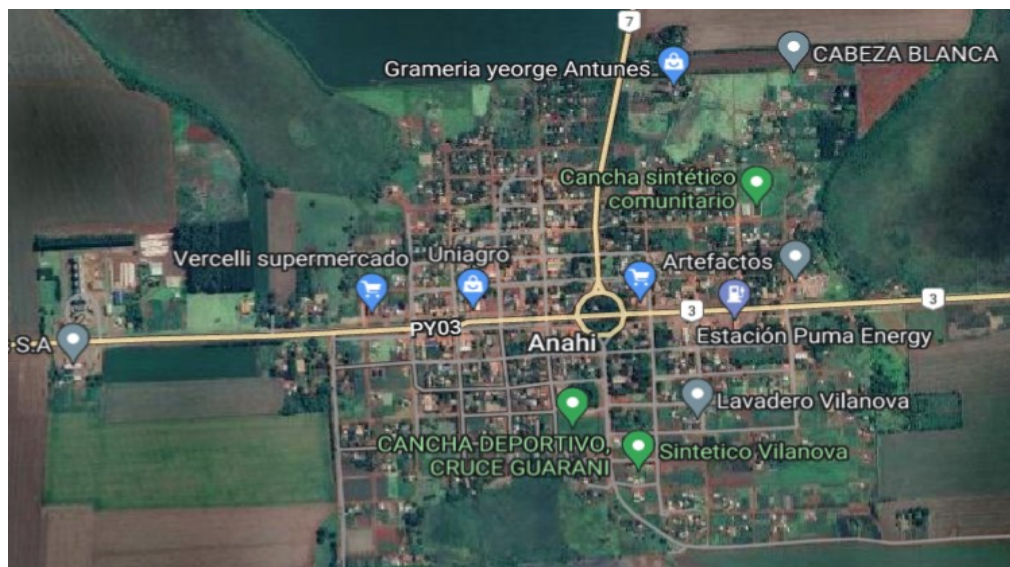
METODOLOGÍA

Se utilizó una metodología de enfoque cuantitativo para presentar los resultados de formas numéricas y cualitativo en la categorización de los principales resultados, además, el manuscrito es descriptivo, no experimental.

La población estuvo compuesta por 20 propietarios de empresas en sus diferentes tamaños y características como se presenta en los resultados.

El muestro fue intencionado porque la población es pequeña y se ha llegado a todas las pymes de la zona, por tanto, la investigación fue de campo donde los investigadores encuestaron a los emprendedores de forma presencial con visitas a sus locales comerciales. El lugar de la investigación fue en Cruce Guaraní ubicado en el departamento de Canindeyú, de Paraguay.

Figura 1. *Captura de Cruce Guarani.*



Fuente. Google Maps.

Con relación al instrumento de recolección de datos, se realizó con base a lectura del manuscrito de los autores Herrera Guerra (2012); Jaramillo Villanueva et al. (2012); & Valencia et al. (2020), que han realizado investigaciones similares. Los resultados se cargaron en hojas de Excel, donde se procesaron los datos para la realización de los gráficos.

Para la discusión se aplicó análisis teórico. A través de las principales categorías que son, empoderamiento de las personas a través del emprendedorismo, descendencia de los emprendedores, innovación empresarial, motivaciones y características de los emprendedores

RESULTADOS

Los resultados muestran una disparidad en la representación de género entre los emprendedores encuestados. De acuerdo con los datos recopilados, el 55% de los participantes identificaron su género como masculino, mientras que el 45% se identificaron como femenino (Figura 2). Con relación a las edades, muestran una amplia diversidad en cuanto a edades. Desde jóvenes explorando nuevas ideas hasta experimentados líderes empresariales, cada grupo demográfico aporta una perspectiva valiosa al mundo empresarial (Figura 3).

Por consiguiente, con relación a la experiencia de los emprendedores, en la Figura 4, se observa que el grupo más numeroso de emprendedores, representando un 30% del total, tiene entre 1 y 10 años de experiencia. Estos individuos están en las primeras etapas de su trayectoria empresarial, aun desarrollando y consolidando sus negocios. Un 20% de los emprendedores tienen entre 10 y 20 años de experiencia, marcando un paso hacia negocios más sólidos y una comprensión más profunda de su sector. Con una representación del 35%, el grupo de emprendedores con 20 a 30 años de experiencia muestra una considerable madurez empresarial, habiendo enfrentado múltiples desafíos a lo largo de su carrera. Aunque menos representativo, el 10% de los emprendedores tiene entre 30 y 40 años de experiencia, siendo considerados como veteranos en sus campos, con un profundo conocimiento de la industria. Finalmente, el grupo menos representado, con un 5%, son aquellos con más de 40 años de

experiencia empresarial, probablemente líderes en sus sectores y con una influencia significativa en el ámbito empresarial.

Figura 2. *sexo de los participantes*

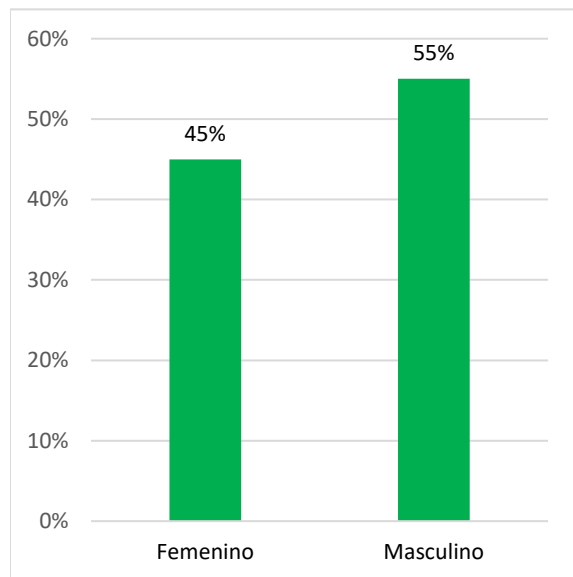


Figura 3. *edades de los participantes*

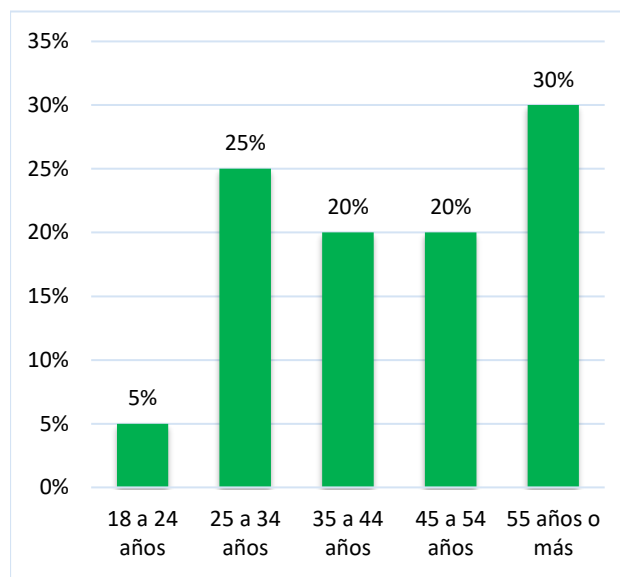


Figura 4. *años de experiencia en la actividad*

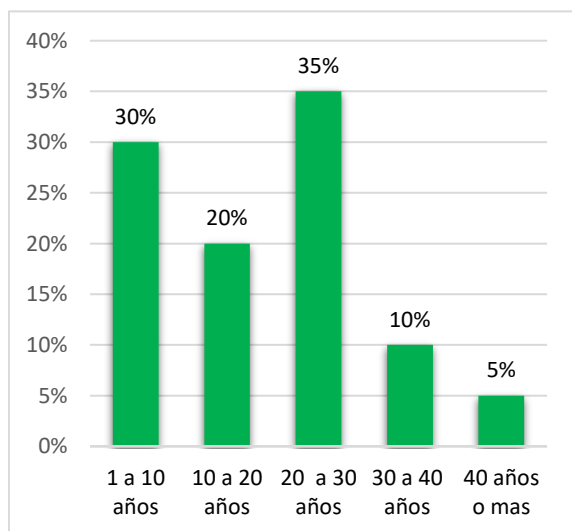
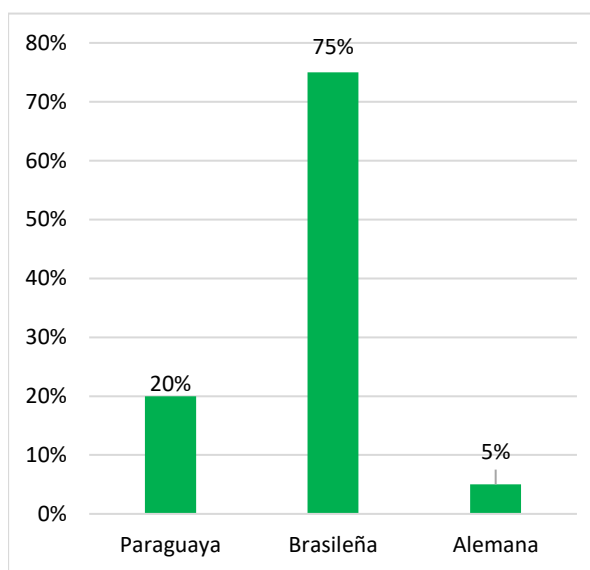


Figura 5. *descendencia familiar*



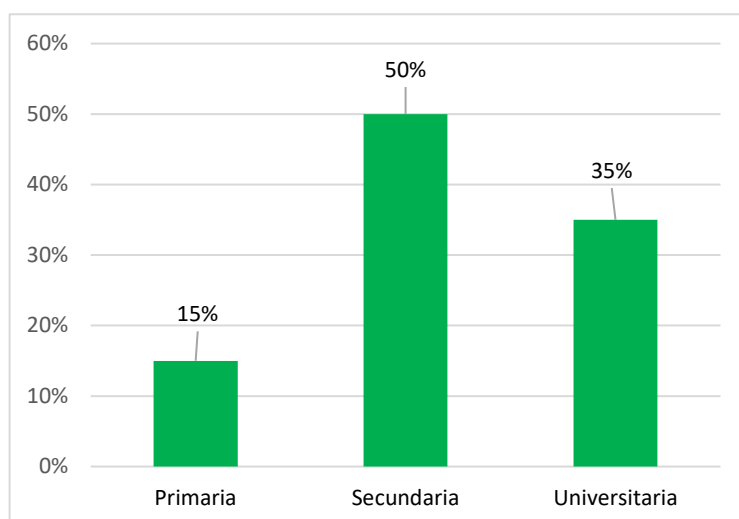
Fuente. Elaboración propia en base a los resultados del estudio

Con relación a la descendencia de los emprendedores encuestados, en la Figura 5, se revela una interesante mezcla cultural en el panorama empresarial. Un 20% de los emprendedores tiene descendencia paraguaya, lo que refleja un arraigo local y posiblemente una conexión profunda con la comunidad y la cultura del país. Por otro lado, un abrumador 75% tiene descendencia brasileña, lo que sugiere una fuerte influencia de la cultura y las

tradiciones brasileñas en el entorno empresarial. El 5% restante de los emprendedores tiene ascendencia alemana, lo que añade una dimensión internacional al grupo. La presencia de esta ascendencia minoritaria puede reflejar una diversidad étnica dentro del grupo de emprendedores.

Y con relación al nivel educativo, la distribución de este indicador entre los emprendedores muestra una variedad significativa: el 50% tiene educación secundaria, el 35% ha alcanzado la universidad y el 15% tiene educación primaria (Figura 6). Esto refleja una diversidad en los antecedentes educativos de los emprendedores, con una proporción considerablemente menor de aquellos con educación universitaria en comparación con aquellos que tienen educación secundaria o primaria. Esta diversidad educativa puede influir en las estrategias empresariales, la toma de decisiones y la capacidad para enfrentar desafíos comerciales.

Figura 6. nivel educativo



Fuente. Elaboración propia en base a los resultados del estudio.

En la Figura 7, la actividad productiva de los encuestados revela una diversidad en la economía: el 45% se dedica a la agricultura de granos básicos, seguido por un 40% dedicado al comercio. Una minoría se involucra en actividades agrícolas de hortalizas, flores y frutales (5%), así como en la producción pecuaria de bovinos y ovinos (5%). También se destaca la participación en el sector de artesanía (5%). Esta variedad refleja una combinación de sectores económicos y puede influir en la dinámica comercial y de desarrollo en la región.

La Figura 8 se observa que la actividad empresarial se distribuye de manera diversa, con un 50% de las empresas clasificadas como microempresas, (empleando hasta 10 personas o facturando hasta G. 500.000.000 anuales). Las pequeñas empresas representan el 10% de la actividad, (facturando hasta G. 2.500.000.000 o empleando hasta 30 trabajadores). Un 40% corresponde a medianas empresas, (facturando hasta G. 6.000.000.000 o empleando hasta 50 trabajadores). Esta distribución refleja la estructura empresarial variada y puede influir en la competencia, el crecimiento y la estabilidad económica.

En la Figura 9, se puede ver que la modalidad de mercadeo se distribuye entre dos enfoques principales: el 60% de las empresas optan por la venta directa al consumidor, mientras que el 40% restante prefiere la venta a través de intermediarios. Esta distribución refleja

distintas estrategias comerciales, donde algunas empresas priorizan la relación directa con los clientes, mientras que otras prefieren utilizar intermediarios para llegar al mercado. Ambas modalidades tienen sus ventajas y desafíos, y pueden influir en la eficacia y la rentabilidad de las operaciones comerciales.

La Figura 10 muestra como los emprendedores aplican una variedad de innovaciones en sus negocios, siendo el uso de nuevos insumos el más predominante, con un 60% de adopción. La incorporación de nuevas tecnologías de producción sigue de cerca, con un 45% de emprendedores que la implementan. Además, un 40% de los emprendedores aplican estrategias innovadoras de marketing y promoción. Esta diversidad en los tipos de innovación refleja una búsqueda continua de mejora y adaptación en los negocios para mantener la competitividad y responder a las demandas del mercado.

Figura 7. actividad productiva

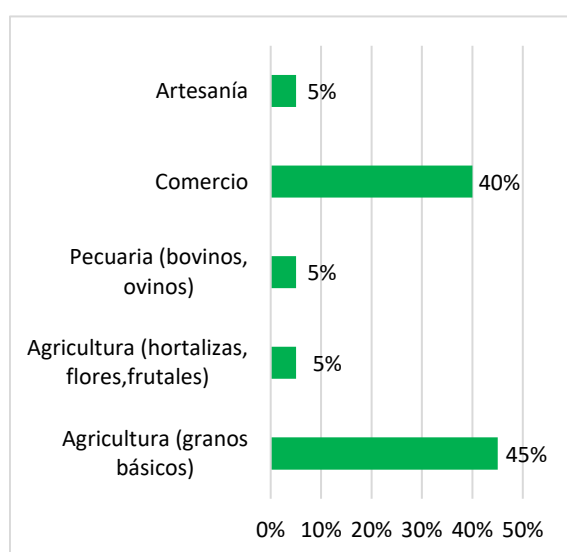


Figura 8. tamaño de la empresa

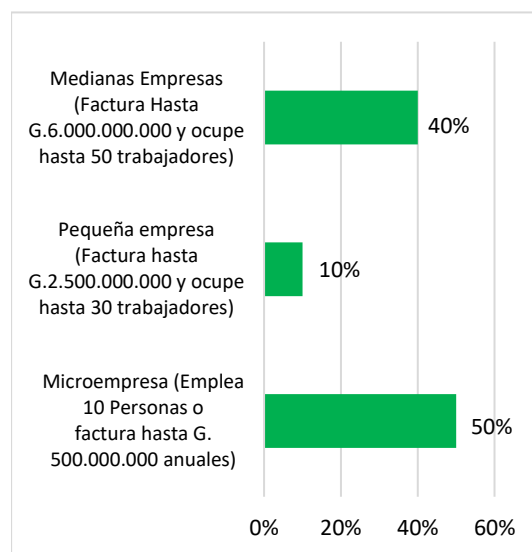


Figura 9. modalidad de mercado

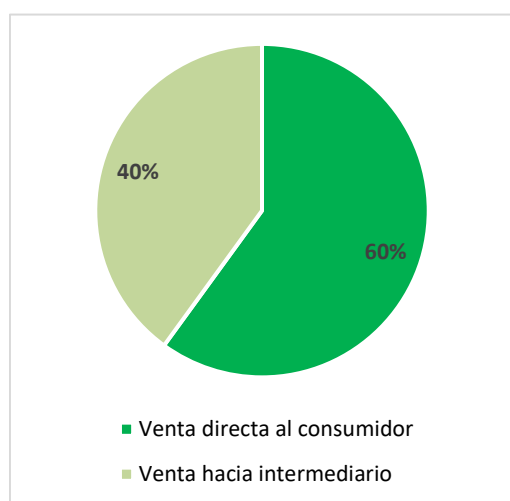


Figura 10. tipo de innovaciones que aplica (puede marcar más de uno)



Fuente. Elaboración propia con base en los resultados.

Con relación a las motivaciones para crear la empresa, el 50% lo hace por oportunidad, aprovechando las circunstancias favorables del mercado. Mientras que, el 45% inicia su negocio por necesidad, buscando soluciones a problemas o carencias específicas. Además, el 15% de los emprendedores lo hace para generar autoempleo, mientras que solo el 5% se motiva principalmente por la intención de generar empleo para otros (Figura 11).

Figura 11. motivación para crear la empresa (puede marcar más de uno)

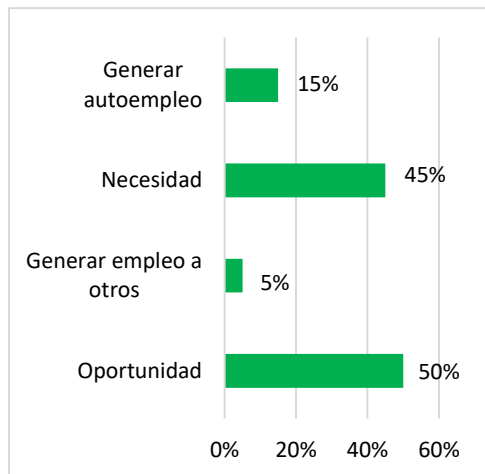
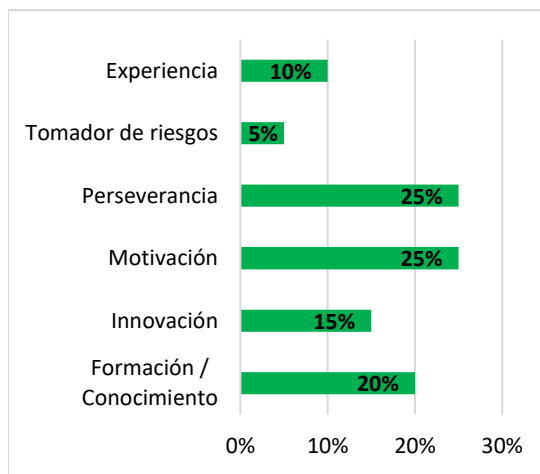


Figura 12. características que debe tener un emprendedor



Fuente. Elaboración propia con base en los resultados.

Por otra parte, en la Figura 12 se destacan las características fundamentales que debe poseer un emprendedor para alcanzar el éxito en su actividad. Se encontró que la formación y el conocimiento, representando el 20%, son esenciales para comprender el entorno empresarial y tomar decisiones informadas. La capacidad de innovación, con un 15%, permite al emprendedor destacarse en un mercado competitivo mediante la introducción de soluciones creativas. Además, se resalta la importancia de la motivación (25%) y la perseverancia (25%), que impulsan al emprendedor a seguir adelante a pesar de los desafíos. Aunque menos prominente, ser un tomador de riesgos (5%) y contar con experiencia previa (10%) también son aspectos valiosos que contribuyen al éxito empresarial. En conjunto, estas características forman un perfil integral de un emprendedor capaz de enfrentar los retos y aprovechar las oportunidades en el mundo empresarial.

DISCUSIÓN

Empoderamiento a través del emprendedorismo

Con relación al sexo de los emprendedores, hay poca diferencia entre hombres y mujeres, pero, siempre es importante el empoderamiento de ambos para el desarrollo local. Por lo tanto, la contribución de las mujeres surge específicamente en términos de adoptar un papel de mayordomía, fomentar la resiliencia y formar redes familiares y comerciales (Discua Cruz et al., 2022). Pero, hoy en día, el espíritu empresarial de las mujeres crece rápidamente en las pequeñas y medianas empresas. La diferencia de género ya no es una barrera para dirigir un negocio y convertirse en emprendedor (Hani et al., 2012). Una revisión profunda de la

literatura sobre emprendimiento revela que no existe una herramienta de información específica para medir la preparación de los individuos para emprender (Coduras et al., 2016).

En este mismo contexto, el empoderamiento de la mujer es un término conceptual utilizado para describir un proceso mediante el cual las sociedades avanzan hacia la igualdad de género, que en sí misma abarca la igualdad de derechos de mujeres y hombres, “acceso y control sobre los recursos y poder para influir en asuntos que los confirman o los afectan” (Sahrakorpi & Bandi, 2021). En este mismo contexto, a pesar de la reducción de las brechas de género rurales en la matriculación escolar con el tiempo, las mujeres rurales enfrentan desigualdades sustanciales en el desarrollo de habilidades y la capacidad de buscar mejores oportunidades económicas (Koolwal, 2021). Incluso, numerosos estudios han documentado que las jóvenes agricultoras muestran una gran preocupación por las prácticas agrícolas respetuosas con el medio ambiente en comparación con los jóvenes agricultores varones (Unay Gailhard & Bojnec, 2021).

Ascendencia de los emprendedores

Hemos detectado que hay muchos descendientes brasileños en la zona y con emprendimientos, a diferencia de los paraguayos, es una zona de muchos inmigrantes, en la que los descendientes se asentaron y ya quedan en la zona.

En este contexto, en el estudio de Saboia Leitão y Martín Cruz (2006), citado en Sung Park & Duarte Masi (2015), investigaron a emprendedores brasileños, enfocándose en aspectos psicológicos y la continuidad de sus proyectos empresariales. Utilizaron datos de 1.448 participantes del programa EMPRETEC en Brasil. Encontraron que la creatividad, la innovación, el liderazgo y el apoyo social influyen en la supervivencia de los proyectos empresariales. Destacaron la importancia de la formación y la experiencia previa, observando que los emprendedores con historial profesional tienen mayores probabilidades de éxito.

Otro punto es, el espacio de frontera entre Paraguay y Brasil en la actualidad es conocido por su intenso flujo de personas que diariamente cruzan la frontera entre estos dos países por motivos diversos, siendo el comercial uno de los principales (Salinas Benítez, 2022).

Además, del espacio fronterizo, Paraguay a nivel América Latina, tiene el sistema tributario menos costoso de la región a diferencia de Brasil, en Paraguay el IVA es 10% y el impuesto a la renta es 10%, es lo más bajo de la región que es atractivo para los extranjeros (Borda & Caballero, 2017).

Por consiguiente según Farinha et al., (2020), en un estudio fronterizo el contexto social en el que se insertan tres grupos de personas que tienen en común el hecho de vivir en zonas naturales fronterizas e insisten en la búsqueda de una mejor calidad de vida. La frontera siempre ha sido un reto. En vista de su característica única que influye en la formación del espacio, que combina las diferencias para constituirse, aunque haya una falta de interacción entre los residentes de estos lugares. Las observaciones realizadas durante la clase de campo permitieron comprender las peculiaridades de la frontera y la necesidad de planificar estrategias para el desarrollo de estos lugares, que deben contemplar la multiculturalidad existente, fomentando la interacción entre estas culturas, desde el respeto a las diferencias.

Por lo tanto, Rocha & Ferrari (2020) las redes de consumo no se limitan al estado de Paraná, se pudo observar que se extienden a varios estados brasileños, durante la investigación de campo se observaron vehículos de todas las regiones del país en el centro comercial de Salto Del Guairá, como se puede ver en la ilustración 3. Esto demuestra que las redes de consumo además de ejercer un fuerte impacto en la región fronteriza son capaces de involucrar a municipios y personas que residen a grandes distancias de Salto Del Guairá.

Innovación empresarial

En cuanto a innovación, utilizan nuevos insumos, incorporan nuevas tecnologías y aplican estrategias innovadoras de marketing. El término innovación, se ha convertido en un referente para todos los discursos de empresarios directivos y académicos, también está presente total o parcialmente en marcas de firmas, productos o servicios y tradicionalmente se ha visto asociado a inventos, y patentes, a la llamada tecnología dura (Suárez Mella, 2018).

Según Echevarría (2008), la innovación es la entrada de un producto (bien o servicio), proceso, nuevo método de marketing o nuevo método organizativo nuevo o mejorado en la práctica interna de la empresa, en la organización del lugar de trabajo o en las relaciones externas y de las siguientes maneras: Introducción al producto, su comercialización; en términos de métodos, procesos e innovación organizacional, su desarrollo en la actividad organizacional.

Se entiende que se refiere a "la transformación del conocimiento en nuevos productos, servicios o procesos para ser llevados al mercado". De esta manera, la innovación puede asociarse a la capacidad de poner en común e intercambiar conocimientos generados por el capital humano (Pizarro Moreno et al., 2011). De este modo, la capacidad de innovar puede permitir a distintas empresas "obtener una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y convertirse en un factor decisivo del crecimiento económico (Pérez de Lema et al., 2013) Por tanto, la innovación empresarial es una tendencia competitiva importante dada a la creciente demanda del mercado en materia de oportunidades en los servicios y productos de valor agregado (Pérez, 2019).

Por tanto, la innovación puede hacer o deshacer una empresa. En un mundo globalizado, la innovación es una tarea diaria, un proceso continuo y dinámico, no estacional. La innovación debe ir de la mano de la responsabilidad social corporativa, ya que debe ser una herramienta que brinde a las empresas una ventaja competitiva y al mismo tiempo proporcione beneficios reales a todos los grupos de partes interesadas y al medio ambiente (Muñoz, 2020). Además, las empresas enfrentan innumerables problemas continuos que a veces se convierten en una de las causas fundamentales del cierre de empresas (Palacio Fierro et al., 2017).

Motivaciones y características de los emprendedores

Los emprendedores muestran una diversidad de motivaciones para iniciar sus negocios. La mitad de ellos se embarcan en la empresa por oportunidad, mientras que casi la misma proporción lo hace por necesidad. Una minoría busca generar autoempleo, y solo un pequeño porcentaje tiene la intención de crear empleo para otros.

Con relación a nuestro resultado, los autores Marulanda Valencia et al., (2019), en la investigación titulada "El individuo y sus motivaciones en el proceso de emprendimiento", han demostrado que, los nuevos desafíos y la necesidad de independencia resultaron ser los factores más importantes para tomar la decisión; mientras que los aspectos económicos y ambientales fueron menos significativos.

En cuanto a las características esenciales del emprendedor, se destacan varias cualidades. La formación y el conocimiento son aspectos fundamentales para comprender el entorno empresarial, seguidos de la innovación como clave para destacarse en un mercado competitivo. La motivación y la perseverancia son aspectos cruciales que impulsan al emprendedor a superar desafíos. Además, la capacidad para asumir riesgos y la experiencia previa también juegan un papel importante en el éxito empresarial.

Afirma, Portuguese Castro et al., (2020), que las características que debe tener un emprendedor es la perseverancia, la actitud para lograr un objetivo, la capacidad de identificar

oportunidades y la motivación. Por lo tanto, el fenómeno emprendedor empresarial en la actualidad alrededor del mundo ha sido analizado por su gran importancia, al promover la creación de nuevas empresas, empleos y contribuyen a un bienestar de la sociedad al resolver una problemática o necesidad, así como a los emprendedores y colaboradores (Paredes et al., 2020).

A pesar de los esfuerzos por establecer un perfil general válido para el emprendedor exitoso, cada emprendedor posee características únicas, lo que hace improbable la creación de un perfil estándar (Costin, 2012). Además, es importante reconocer que cada emprendedor cuenta con sus propias fortalezas y debilidades, y que su contribución al crecimiento y desarrollo de la empresa varía según sus capacidades individuales. Las actividades emprendidas por estos empresarios, como la generación de empleo y la promoción de la innovación, tienen un impacto significativo en el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) y en la mejora de la competitividad económica, impulsando así el progreso y el desarrollo general de la sociedad.

CONCLUSIÓN

En esta investigación, se analizó las características de los emprendedores en el Cruce Guaraní, Paraguay. En cuanto al género, se observa una disparidad, con un 55% de participantes identificándose como masculinos y un 45% como femeninos. Además, la distribución por edades refleja una amplia variedad, desde jóvenes explorando nuevas ideas hasta experimentados líderes empresariales.

En términos de experiencia, se destaca que el grupo más numeroso tiene entre 1 y 10 años en el mundo empresarial, seguido por una representación significativa de emprendedores con entre 20 y 30 años de experiencia. La descendencia de los encuestados muestra una mezcla cultural interesante, con un predominio de ascendencia brasileña.

En cuanto al nivel educativo, existe una diversidad significativa, siendo la educación secundaria la más común. Respecto a la actividad productiva, se observa una variedad en la economía, con la agricultura de granos básicos y el comercio como las principales actividades.

La distribución empresarial muestra una predominancia de microempresas, seguidas por pequeñas y medianas empresas. La modalidad de mercadeo varía entre la venta directa al consumidor y la venta a través de intermediarios.

Finalmente, las motivaciones para emprender incluyen tanto la oportunidad como la necesidad, mientras que las características fundamentales de un emprendedor exitoso incluyen formación, innovación, motivación, perseverancia y experiencia previa. Estos hallazgos subrayan la complejidad y la diversidad del panorama emprendedor en la región, destacando la importancia de comprender estos aspectos para impulsar el crecimiento y el desarrollo económico.

REFERENCIAS

- Adeel, S., Daniel, A. D., & Botelho, A. (2023). The effect of entrepreneurship education on the determinants of entrepreneurial behaviour among higher education students: A multi-group analysis. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(1), 100324. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100324>
- Adie Villafañe, J., & Cárdenas Ortiz, L.-C. (2021). Perfil y características del emprendedor como aspectos determinantes en el progreso de ideas empresariales. *Desarrollo Gerencial*, 13(1), <https://doi.org/10.17081/dege.13.1.4219>
- Borda, D., & Caballero, M. (2017). Desempeño e Institucionalidad Tributaria en Paraguay. *Población y Desarrollo*, 23(44), 60-71. [https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2017.023\(44\)060-071](https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2017.023(44)060-071)

- Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2022). SME entrepreneurship and digitalization – the potentialities and moderating role of demographic factors. *Technological Forecasting and Social Change*, 179, 121648. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121648>
- Coduras, A., Saiz Alvarez, J. M., & Ruiz, J. (2016). Measuring readiness for entrepreneurship: An information tool proposal. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1(2), 99-108. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.02.003>
- Costin, G.-D. (2012). The Profile of an Entrepreneur in a Modern Society. 13-16. <https://www.proquest.com/docview/1399684587?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Discua Cruz, A., Hamilton, E., Campopiano, G., & Jack, S. L. (2022). Women's entrepreneurial stewardship: The contribution of women to family business continuity in rural areas of Honduras. *Journal of Family Business Strategy*, 100505. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2022.100505>
- Domingo, S., & Arús, A. (2020). Los factores que determinan el éxito de una «startup» | Harvard Deusto. *Revista Harvard Deusto*, 35. <https://www.harvard-deusto.com/los-factores-que-determinan-el-exito-de-una-startup>
- Duran Peralta, J. (2019). Desarrollo regional y emprendimiento: Evidencia para Colombia. *El trimestre económico*, 86(342), 467-490. <https://doi.org/10.20430/ete.v86i342.656>
- Echevarría, J. (2008). El Manual de Oslo y la innovación social. *Arbor*, 184(732), Article 732. <https://doi.org/10.3989/arbor.2008.i732.210>
- Felicetti, A. M., Corvello, V., & Ammirato, S. (2024). Digital innovation in entrepreneurial firms: A systematic literature review. *Review of Managerial Science*, 18(2), 315-362. <https://doi.org/10.1007/s11846-023-00638-9>
- Frenken, K., Neffke, F., & van Dam, A. (2023). Capabilities, institutions and regional economic development: A proposed synthesis. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 16(3), 405-416. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsad021>
- Hani, U., Rachmania, I. N., Setyaningsih, S., & Putri, R. C. (2012). Patterns of Indonesian Women Entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 4, 274-285. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00342-5](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00342-5)
- Herrera Guerra, C. E. (2012). Una investigación en emprendimiento: Caracterización del emprendedor. *ECONÓMICAS CUC*, 33(1), Article 1. <https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/194>
- Jaramillo Villanueva, J. L., Escobedo Garrido, J. S., Morales Jiménez, J., & Ramos Castro, J. G. (2012). Perfil emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en El Valle de Puebla, México. *Entramado*, 8(1), 44-57. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1900-38032012000100004&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- King, B., Ganco, M., & Starr, E. (2024). Reconciling theories on why employees of small firms are more likely to become entrepreneurs. *Industrial and Corporate Change*, 33(1), 194-215. <https://doi.org/10.1093/icc/dtad024>
- Koolwal, G. B. (2021). Improving the measurement of rural women's employment: Global momentum and survey priorities. *World Development*, 147, 105627. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2021.105627>
- Kraus, S., McDowell, W., Ribeiro-Soriano, D. E., & Rodríguez-García, M. (2021). The role of innovation and knowledge for entrepreneurship and regional development. *Entrepreneurship & Regional Development*, 33(3-4), 175-184. <https://doi.org/10.1080/22797254.2021.1872929>
- Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & McKelvie, A. (2023). Entrepreneurial mindset in corporate entrepreneurship: Forms, impediments, and actions for research. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 132-154. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1907585>
- Lecuna, A., Cohen, B., & Chavez, R. (2017). Characteristics of high-growth entrepreneurs in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(1), 141-159. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0402-y>
- Marulanda Valencia, F. Á., Montoya Restrepo, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2019). El individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. *Revista Universidad y Empresa*, 21(36), 149-174. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6197>
- Mayr, S., Mitter, C., Kücher, A., & Duller, C. (2021). Entrepreneur characteristics and differences in reasons for business failure: Evidence from bankrupt Austrian SMEs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 33(5), 539-558. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1786647>
- Muñoz, L. D. C. (2020). Elementos clave de la innovación empresarial. Una revisión desde las tendencias contemporáneas. *REVISTA INNOVA ITFIP*, 6(1), <https://doi.org/10.54198/innova06.03>
-

- Omri, W., & Becuwe, A. (2014). Managerial characteristics and entrepreneurial internationalization: A study of Tunisian SMEs. *Journal of International Entrepreneurship*, 12(1), 8-42. <https://doi.org/10.1007/s10843-013-0119-8>
- Palacio Fierro, A., Arévalo Chávez, P., & Guadalupe Lanás, J. (2017). Tipología de la Innovación Empresarial según Manual de Oslo. *CienciAmérica*, 6(1), 97-102. <https://www.cienciamerica.edu.ec/>
- Paredes, A. P., Torres-Flórez, D., Flores, A. T., & Cifuentes, W. F. S. (2020). Características y elementos del fenómeno emprendedor en Villavicencio, Colombia. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16(30), <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.2782>
- Pérez, C. M. (2019). Innovación empresarial al servicio de la micro y pequeña empresa nortesantandereana: Por la competitividad regional. *ECONÓMICAS CUC*, 40(1), <https://doi.org/10.17981/econcuc.40.1.2019.06>
- Pérez de Lema, D. G., Zuluaga, B. B., & Guijarro, A. M. (2013). Financiación de la innovación en las Mipyme iberoamericanas. *Estudios Gerenciales*, 29(126), 12-16. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(13\)70015-9](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(13)70015-9)
- Pizarro Moreno, I., Real, J. C., & Rosa, M. D. (2011). La incidencia del capital humano y la cultura emprendedora en la innovación. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(3), 139-150. <https://doi.org/10.1016/j.cede.2010.09.001>
- Portuguez Castro, M., Ross Scheede, C., & Gómez Zermeño, M. (2020). Entrepreneur profile and entrepreneurship skills: Expert's analysis in the Mexican entrepreneurial ecosystem. *2020 International Conference on Technology and Entrepreneurship - Virtual (ICTE-V)*, 1-6. <https://doi.org/10.1109/ICTE-V50708.2020.9114372>
- Sahrakorpi, T., & Bandi, V. (2021). Empowerment or employment? Uncovering the paradoxes of social entrepreneurship for women via Husk Power Systems in rural North India. *Energy Research & Social Science*, 79, 102153. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2021.102153>
- Salinas Benitez, A. B. (2022). Paraguay – Brasil: Inmigración y la Construcción de la Identidad. <https://dspace.unila.edu.br/handle/123456789/6488>
- Samli, A. C. (2009). Personal Characteristics of Entrepreneurs. En *International Entrepreneurship: Innovative Solutions for a Fragile Planet* (pp. 27-33). Springer. https://doi.org/10.1007/978-0-387-88597-1_4
- Shin, H., Kim, K., Lee, J., & Kogler, D. F. (2023). Inventors, firms and localities: Insights into the nexus that forms and alters the evolution of regional knowledge spaces. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 16(3), 511-528. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsad019>
- Suárez Mella, R. (2018). Reflexiones sobre el concepto de innovación. *Revista San Gregorio*, 24 (Julio-septiembre), 120-131. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6839735>
- Sung Park, S., & Duarte Masi, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 11(2), 291-314. <https://doi.org/10.18004/riics.2015.diciembre.291-314>
- Unay Gailhard, Í., & Bojnec, Š. (2021). Gender and the environmental concerns of young farmers: Do young women farmers make a difference on family farms? *Journal of Rural Studies*, 88, 71-82. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.09.027>
- Valencia, F. J. E., Pérez, I. R., & Jiménez, L. M. L. J. L. (2020). Características emprendedoras de los propietarios de las PyMES en Sonora.: Entrepreneurial characteristics of the owners of SMEs in Sonora. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: Facultad Interdisciplinaria de Ciencias Económicas Administrativas - Departamento de Ciencias Económico Administrativas-Campus Navojoa*, 33, Article 33. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi33.312>.