



Emprendimiento femenino en Puente Kyjhá, Paraguay

Female entrepreneurship in Puente Kyjhá, Paraguay

Derlis Daniel Duarte Sánchez

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6717-2873>

Email: duartesanchezderlisdaniel@Gmail.com

Afiliación: Universidad Nacional de Canindeyú-FACEM, Paraguay

María Samudio Zayas

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-3884-9447>

Email: mariazayas952@gmail.com

Afiliación: Universidad Nacional de Canindeyú, Paraguay

Gianina Jazmín Rizzi Román

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-0500-2468>

Email: jazminrizzi18@gmail.com

Afiliación: Universidad Nacional de Canindeyú, Paraguay

Autor para la correspondencia: duartesanchezderlisdaniel@Gmail.com

Líneas de publicación: Administración, Turismo, Marketing e innovación tecnológica y comunicación

Fecha de recepción: 13 de junio 2025

Fecha de aceptación: 21 de agosto 2025

Artículo revisado por doble pares ciego

Resumen

El emprendimiento femenino se refiere a la iniciativa de las mujeres para crear y gestionar negocios, impulsadas por la búsqueda de independencia económica y el empoderamiento personal. Este fenómeno no solo contribuye al crecimiento económico, sino que también promueve la igualdad de género y la diversidad en el ámbito empresarial. El objetivo de la investigación fue, describir la situación del emprendimiento femenino en Puente Kyjhá. Se utilizó una metodología de enfoque mixto, descriptivo, no experimental, la población estuvo compuesta por 20 emprendedoras, se les aplicó cuestionario de encuesta y preguntas abiertas a través de un trabajo de campo. Los resultados muestran que, el 40% de las participantes son jóvenes menores de 35 años, con el 75% de formación universitaria. Además, en el sector del emprendimiento, el 40% se dedica al comercio y el 20% a manufactura y artesanía. Aunque el 68% ha implementado estrategias innovadoras. El 89% de las emprendedoras se declara muy satisfecha con sus emprendimientos. La independencia financiera es la motivación principal para el 74% de las emprendedoras. A pesar de que el 37% se siente valorada en su comunidad. Con relación a los factores de éxito, para el 63% es el apoyo familiar y para el 27% capacitaciones. Las mujeres emprendedoras enfrentan desafíos multifacéticos, como el acceso limitado a financiamiento, la necesidad de capacitaciones y la falta de confianza. También, deben superar la autoexigencia y la



dificultad de equilibrar roles. A pesar de estos retos, la perseverancia y el apoyo familiar son clave para el éxito.

Palabras clave: Desarrollo económico, financiación, formación universitaria, inclusión, motivación.

Abstract

Female entrepreneurship refers to women's initiative to create and manage businesses, driven by the pursuit of economic independence and personal empowerment. This phenomenon not only contributes to economic growth but also promotes gender equality and diversity in the business sector. The aim of the research was to describe the state of female entrepreneurship in Puente Kyjhá. A mixed-methods, descriptive, non-experimental methodology was used, involving a population of 20 entrepreneurs. Surveys and open-ended questions were administered through fieldwork. The results show that 40% of participants are young women under 35, with 75% holding a university degree. Additionally, in the entrepreneurship sector, 40% are engaged in commerce and 20% in manufacturing and crafts. Although 68% have implemented innovative strategies, 89% of entrepreneurs report being very satisfied with their businesses. Financial independence is the main motivation for 74% of entrepreneurs, despite 37% feeling valued in their community. Regarding success factors, 63% cite family support, while 27% mention training. Women entrepreneurs face multifaceted challenges, including limited access to financing, the need for training, and a lack of confidence. They must also overcome self-expectations and the difficulty of balancing roles. Despite these challenges, perseverance and family support are key to success.

Keywords: Economic development, financing, university education, inclusion, motivation.

Introducción

El emprendimiento es un mecanismo de independencia económica y de sustento personal que requiere entender el contexto de oportunidades, así como estrategias que le permitan la sostenibilidad al negocio (Valero et al., 2023).

Según Naciones Unidas, (2025) “invertir en el empoderamiento económico de las mujeres promueve la igualdad de género y el crecimiento económico. A pesar de sus contribuciones significativas, enfrentan pobreza, discriminación y trabajos mal remunerados, siendo minoría en posiciones directivas”.

Además, “en América Latina y el Caribe es la región más emprendedora del mundo, con un 33 % de mujeres con intenciones de emprender y un 21 % en tasa de creación de negocios por parte de mujeres” (Forbes, 2024).

Anteriormente, las mujeres eran consideradas únicamente como cuidadoras del hogar y la familia, pero este rol ha ido cambiando con el paso de los años y han ganado prominencia en el mercado laboral (Araújo et al., 2023). Además, las mujeres emprendedoras enfrentan desafíos como el estatus socio-cultural, el acceso a información y financiamiento, que limitan su intención de emprender (Moreno Gavilanes et al., 2022).

En este contexto, la premio Nobel de Economía, Esther Duflo, menciona que “el empoderamiento de las mujeres y el desarrollo económico están estrechamente relacionados: por un lado, el desarrollo por sí solo puede desempeñar un papel fundamental en la reducción de la desigualdad



entre hombres y mujeres; por otro, el empoderamiento de las mujeres puede beneficiar al desarrollo” (Duflo, 2012).

Además, “se alinea con los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible y plan nacional 2030 de Paraguay, primero, con el ODS 1, fin de la pobreza, ODS 5, igualdad de género, ODS 8, trabajo decente y crecimiento económico, ODS 10, reducción de desigualdades” (Naciones Unidas, 2015; *Plan Nacional de Desarrollo Paraguay 2030*, 2014).

En Paraguay, existen investigaciones previas, González Burgos & Caballero Almirón (2022) estudiaron el rol de la mujer emprendedora y el impacto en la economía paraguaya, Navarro Garay & Areco Núñez (2023) sobre el entorno para emprender en la ciudad de Concepción. Una mirada desde el emprendimiento femenino, en este contexto, Navarro Garay & Argüello (2021) estudió sobre análisis de la competitividad empresarial. Estudio comparativo de género en la ciudad de Concepción, Sanabria Zotelo & Martínez Rivas (2024) estudiaron sobre el capital semilla y la academia en la sostenibilidad del negocio de mujeres emprendedoras beneficiarias del proyecto REEMUJER/MIC.

A nivel local, específicamente en la ciudad de Puente Kyjhá, (Duarte Sánchez et al., 2024), estudiaron sobre “innovación empresarial en quioscos de Puente Kyjhá, Paraguay”, además, Duarte Sanchez & Samudio Zayas (2025) “experiencias y recomendaciones para emprender; estudio de caso en emprendedores de quioscos en Puente Kyjhá, Paraguay” en sus resultados demuestran que, el 83% son de sexo femenino. De ahí nace la idea de estudiar específicamente a las emprendedoras.

Además, luego una revisión exhaustiva de literatura, no se ha encontrado un estudio sobre el emprendedurismo en mujeres en Puente Kyjhá, por lo tanto, se plantea la problemática a través de la siguiente pregunta de investigación; ¿Cuál es la situación del emprendimiento femenino en Puente Kyjhá? y como objetivo principal; describir la situación del emprendimiento femenino en Puente Kyjhá.

Marco Teórico

Emprendedurismo

El emprendimiento es creatividad. Su misión y sello se manifiestan en la creación de una nueva oferta, de acuerdo con la necesidad emergente, y la creación de un nuevo mercado a través de ella. Por lo tanto, el emprendimiento aporta riqueza a la sociedad al crear una nueva oferta, (Toxirovna & Qizi, 2024), además, la motivación emprendedora y la innovación responden a la decisión de crear nuevos valores que generen ventajas sostenibles y resultados exitosos (Eniola, 2021).

Cabe destacar que, el emprendimiento es un campo que involucra diferentes tópicos como financiación del emprendimiento, características del emprendedor, emprendimiento corporativo, empresas de familia, reconocimiento de oportunidades, aprendizaje y emprendimiento social, entre otros (Guzmán Vásquez & Trujillo Dávila, 2008). En este contexto, según Fong et al., (2020) la idea y la visión de negocio, obtener capital para la startup y encontrar la ubicación adecuada para el negocio son desafíos internos comunes que enfrentan los nuevos emprendedores. En cuanto a los desafíos externos, los nuevos emprendedores se enfrentan frecuentemente a desafíos como la competencia, retos comerciales imprevistos, etc.



Por lo tanto, la actividad emprendedora es un factor importante a tener en cuenta para reducir las incertidumbre, el iniciar cambios y generar oportunidades de negocios es lo que caracteriza al emprendedor convirtiéndose en el elemento fundamental de los procesos socioeconómicos (Angulo, 2021).

Empoderamiento femenino

El empoderamiento femenino es uno de los objetivos para el desarrollo del milenio y el emprendimiento es una de las vías para lograrlo (Ruíz et al., 2022), hablar del empoderamiento femenino es, consustancial a la propia esencia de la mujer desde su génesis existencial. La demostración de esta afirmación, no se resiste ante la evidencia de todo lo que alcanza a hacer una mujer desde sus inteligencias múltiples y su amplia capacidad para manifestarse con una suerte de don de la ubicuidad, en la casa, el trabajo, los hijos, la vida toda (Durán et al., 2025).

La posición de las mujeres emprendedoras en el crecimiento económico es innegable. Ayudan a crear empleos, reducir la pobreza y sostener el crecimiento económico; en consecuencia, empoderar a las mujeres y apoyarlas para que se conviertan en emprendedoras es esencial. El emprendimiento femenino debe estar adecuadamente formado con las características y la experiencia para adaptarse a los cambios en las tendencias y oportunidades para el país y los mercados mundiales. (Alsaad et al., 2023).

A esto se suma la inclusión financiera digital que promueve significativamente el comportamiento emprendedor de las mujeres. Asimismo, la inclusión financiera digital tiene un mayor efecto en el emprendimiento entre las mujeres vulnerables, como aquellas con menor educación o falta de autonomía financiera y aquellas que viven en zonas con alta desigualdad de género, lo que respalda la idea de que la inclusión financiera digital puede empoderar a las mujeres (Yang et al., 2022),

Además, la intervención activa de gobiernos, bancos e instituciones es crucial para fortalecer su empoderamiento y contribución al desarrollo económico, especialmente en zonas rurales (Ingalagi et al., 2021). Agrega, Ramya et al., (2024) menciona que las mujeres poseen mayor inteligencia emocional, resiliencia y capacidad para mantener un equilibrio saludable entre la vida laboral y personal; son mejores líderes empresariales y emprendedoras. Muchas empresas consideran que fomentar la incorporación de las mujeres al mercado laboral es clave para alcanzar los objetivos de sostenibilidad.

Materiales y Métodos

Se utilizó una metodología de enfoque mixto, en primer lugar cuantitativo porque los resultados se presentan de forma estadística (Duarte Sánchez & Guerrero Barreto, 2024) y se complementa con la investigación cualitativa, porque se aplicó cuestionario de preguntas abiertas para profundizar las experiencias y desafíos de las emprendedoras de forma narrativa (Duarte Sánchez & Barreto, 2024).



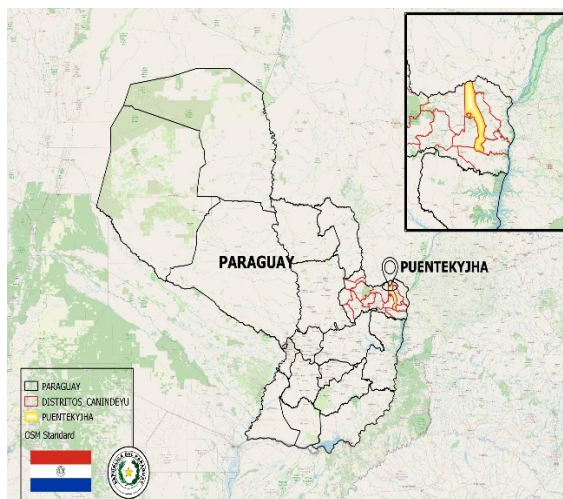
La población fueron mujeres emprendedoras, se seleccionó para la muestra a 20 emprendedoras en Puente Kyjhá, a través de un muestreo intencionado, el criterio de inclusión fue que sea “emprendedora con negocio en marcha”. El instrumento de recolección de datos fue el cuestionario, a través de encuesta y se ha complementado con preguntas abiertas. La recolección de datos fue transversal a través de trabajo de campo, que se realizó durante los meses de marzo, abril del año 2025. Para la elaboración de resultados se aplicó análisis teórico con base a la revisión de literatura en trabajos similares.

Tabla 1. Variables de la investigación

Categoría de Variables	Dimensiones	Unidad de Medida
Sección 1: Datos demográficos	Edades	Años
	Nivel educativo	Grados o niveles (Ej. Secundaria, Universitario)
	Años de emprendimiento	Años
	Sector del emprendimiento	Primario, secundario, terciario
Sección 2: Empoderamiento	Seguridad en la toma de decisiones	Escala de 1 a 5 (1: Muy de acuerdo, 5: Muy en desacuerdo)
	Acceso a recursos y oportunidades	Escala de 1 a 5
	Apoyo comunitario	Escala de 1 a 5
	Autonomía	Escala de 1 a 5
Sección 3: Emprendimiento	Satisfacción con el negocio	Escala de 1 a 5
	Implementación de estrategias innovadoras	Sí/No
	Motivación principal para emprender	(Independencia financiera, pasión, flexibilidad de horarios, otros)
	Factores éxito	(Apoyo familiar, espacios, financiamiento, capacitaciones)
Sección 4: Desafíos y experiencias	Desafíos como mujer emprendedora	Texto abierto
	Recomendaciones para otras mujeres	Texto abierto

Nota. Tabla que muestra las variables y categorías de análisis.

Ilustración 1. Mapa de Puente Kyjhá



Nota. Software QGIS.

“La ciudad de Puente Kyjhá, distrito de Francisco Caballero Álvarez, se encuentra aproximadamente a 500 km de Asunción, la capital de Paraguay, sobre la ruta nacional N° 3. Sus habitantes se dedican a la agricultura, la ganadería, comercio e industria” (Duarte Sanchez & Samudio Zayas, 2025).

Resultados y Discusión

Tabla 1. Datos demográficos

Edades	%	Nivel educativo	%	Años en emprendimiento	%
Menos de 25 años	15%	Primaria	-	Menos de 1 año	11%
26-35 años	40%	Secundaria	25%	1-3 años	26%
36-44 años	25%	Universitaria	75%	Más de 3 años	63%
45 años o más	20%	-	-	-	-
Total	100%		100		100%

Nota. Tabla que presenta, las edades, el nivel educativo y los años de experiencia como emprendedora.

El 15% de ellas son menores de 25 años, que representa una nueva generación que se atreve a iniciar su propio camino. Sin embargo, el 40%, se encuentra en el grupo de 26 a 35 años, un período en el que muchas comienzan a establecerse profesionalmente. Entre las mujeres de 36 a 44 años, se encuentra un 25%, quienes probablemente ya han acumulado experiencia en el mercado laboral y están listas para llevar sus habilidades al ámbito del emprendimiento. Finalmente, un 20% de las emprendedoras tiene 45 años o más, lo que sugiere que nunca es tarde para comenzar un nuevo proyecto.



Por lo tanto, afirma Paz Calderón (2023) “el emprendimiento debe hacerse con un enfoque de género y desde la juventud”, lo que significa que desde temprana edad hay que promover el emprendedurismo en las mujeres jóvenes para que éstas puedan empoderarse. Agrega Cuarán Guerrero et al., (2021) que “la participación de las mujeres emprendedoras jóvenes en la construcción del tan anhelado desarrollo es muy importante, es necesario potencializar dichos esfuerzos a través de programas coordinados de empoderamiento de la mujer como ente productivo y agente de desarrollo en el mundo de los negocios”.

En cuanto al nivel educativo, el 75% de estas mujeres posee educación universitaria, lo que refleja una alta capacitación y preparación para enfrentar los desafíos del mercado. Y el 25% tiene estudios de secundaria, y no hay datos sobre aquellas con educación primaria, lo que indica que la hay un buen nivel educativo. Afirma Cardella et al., (2020) es importante la educación emprendedora, el emprendimiento social y el contexto sociocultural de referencia (p. ej., cultura, familia y apoyo institucional) como herramientas para superar la brecha de género; por otro, la importancia del emprendimiento femenino en el crecimiento económico del país (especialmente en economías en desarrollo).

El análisis de la experiencia emprendedora revela que el 63% de las mujeres lleva más de tres años en sus negocios, lo que indica que han logrado superar los desafíos iniciales y han encontrado su lugar en el mercado. Este hallazgo es consistente con la investigación de Staniewski (2016), que sugiere que la experiencia gerencial y el conocimiento específico son factores cruciales para el éxito empresarial. Las emprendedoras que han estado en el campo más tiempo probablemente han desarrollado habilidades clave y una comprensión más profunda de su industria, lo que les permite tomar decisiones más informadas y efectivas.

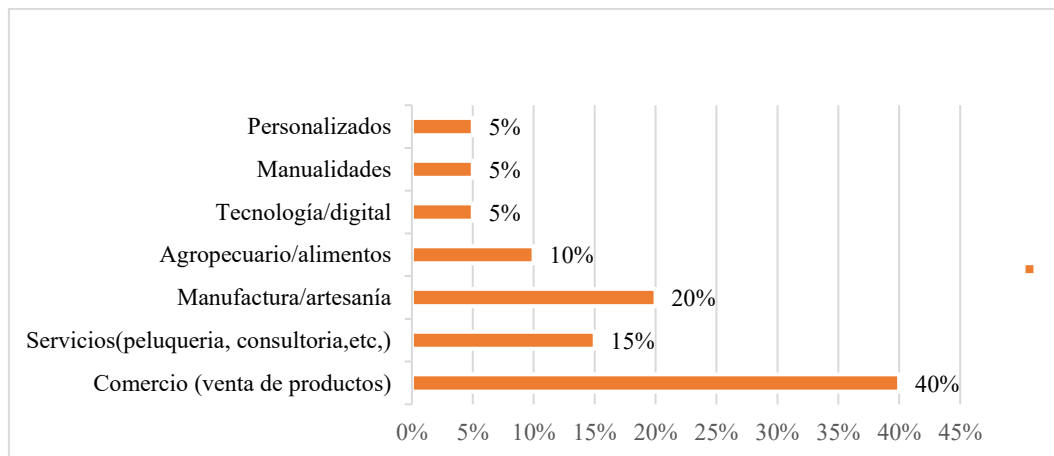
Por otro lado, el 26% que cuenta con entre uno y tres años de experiencia también está en una fase de crecimiento y aprendizaje, enfrentándose a retos que pueden fortalecer su capacidad para adaptarse y prosperar en el futuro. Esto se alinea con el argumento de Gupta et al., (2024), quienes destacan la importancia del liderazgo adaptativo y la colaboración para la supervivencia de empresas jóvenes. Las emprendedoras en esta categoría pueden beneficiarse al fomentar redes de apoyo y colaboración, lo que les proporcionaría no solo recursos, sino también una mayor resiliencia ante los desafíos.

Finalmente, el 11% que se encuentra en proceso de iniciación presenta una oportunidad interesante para el ecosistema emprendedor. Aunque su experiencia es limitada, su disposición para comenzar un viaje empresarial puede ser un motor de innovación. Según Brouder & and Eriksson (2013), las empresas que logran sobrevivir tienden a mejorar su rendimiento con el tiempo. Esto sugiere que, a pesar de los desafíos iniciales, estas nuevas emprendedoras tienen el potencial de aprender y adaptarse, contribuyendo al dinamismo del mercado.

Por lo tanto, la experiencia en el emprendimiento no solo influye en el éxito inmediato, sino que también establece un camino hacia la mejora continua y la adaptabilidad.



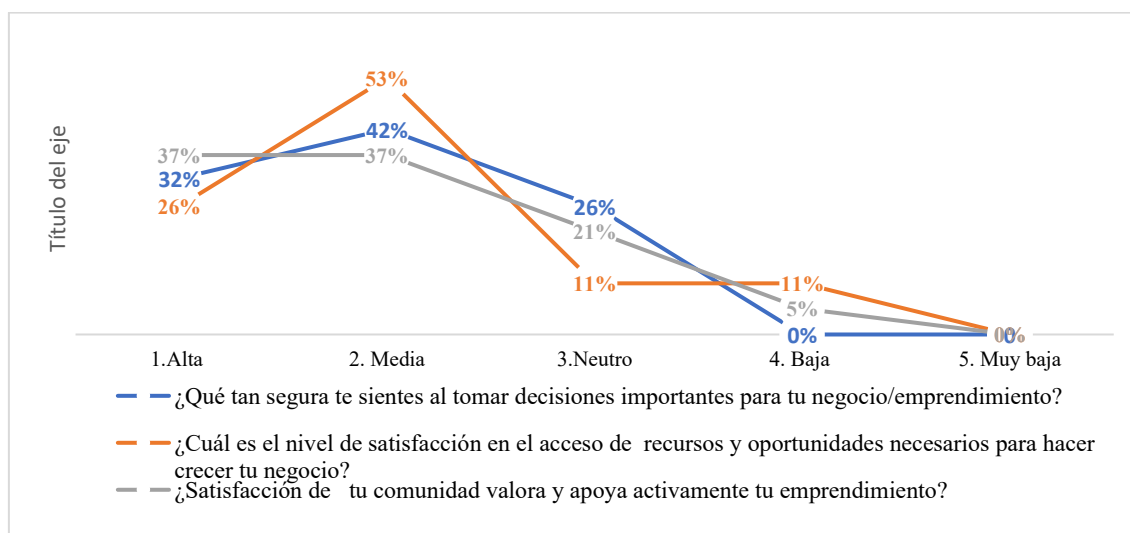
Figura 1. Sector del emprendimiento femenino



Fuente. Elaboración propia con base en el trabajo de campo.

En la figura 1, se destaca el comercio, que representa el 40% de sus actividades, centrado en la venta de productos. Un 15% se dedica a ofrecer servicios, como peluquería y consultoría, en que utilizan sus habilidades para ayudar a otros. El sector de manufactura y artesanía abarca el 20%, donde la creatividad se convierte en un valor añadido. También, el 10% se involucra en el ámbito agropecuario y de alimentos, que contribuye a la oferta de productos frescos. Por último, los sectores tecnológico y digital, manualidades y productos personalizados representan un 5% cada uno, que refleja la innovación y el enfoque en lo único que caracteriza a muchas de estas emprendedoras.

Figura 2. Empoderamiento



Fuente. Elaboración propia con base en el trabajo de campo.

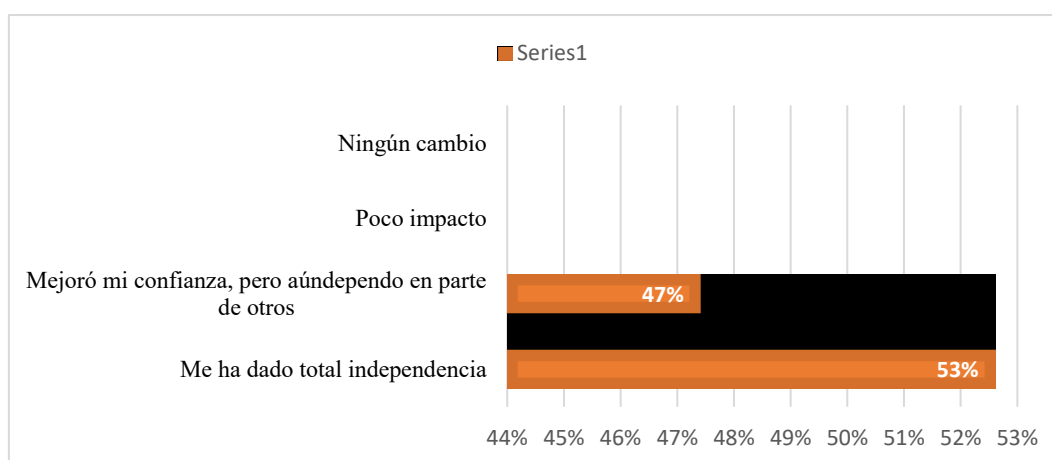


En la figura 2, se presenta que, las emprendedoras muestran un nivel específico de confianza al tomar decisiones para su negocio, con el 32% que se siente muy segura y un 42% que se siente segura. Sin embargo, el 26% se encuentra en un estado neutro, lo que indica que hay espacio para mejorar esta confianza. Con relación a la auto confianza, al caso boliviano por ejemplo permite observar que la conducta emprendedora se manifiesta en particular entre mujeres jóvenes con cierto respaldo económico y con altos niveles de autoconfianza (Querejazu, 2021). Además, una mayor confianza en uno mismo predice el ingreso al emprendimiento. En este contexto, una mayor confianza en uno mismo se asocia con un mayor éxito empresarial (Maczulskij & Viinikainen, 2023).

En cuanto al acceso a recursos y oportunidades, el 26% de las emprendedoras se siente muy satisfecha, mientras que un 53% se siente satisfecha, aunque un 11% expresa una satisfacción neutra y otro 11% se siente insatisfecho. Esto sugiere que, aunque hay satisfacción general, también existen áreas que requieren atención. En este contexto, al igual que en Europa, se puede replicar la afirmación de Martínez Rodríguez et al., (2022) se deberían aplicar las siguientes medidas políticas para promover el emprendimiento femenino: la optimización del gasto público (cursos de formación y tutoría, contratación pública, redes más fuertes, apoyo para conciliar la vida empresarial y familiar, etc.), los incentivos gubernamentales para subvencionar tipos de interés altos para apoyar a las mujeres en el acceso a la financiación y la mejora de la educación empresarial para aumentar la confianza de las mujeres en sus propias capacidades empresariales

Finalmente, respecto a la valoración y apoyo de la comunidad, un 37% siente que su emprendimiento es muy valorado, y otro 37% se siente valorado. A pesar de esto, un 21% se mantiene en un estado neutro y un 5% se siente insatisfecho, lo que indica que la percepción del apoyo comunitario podría fortalecerse. Con relación a nuestro resultado sobre la importancia del apoyo local para el fortalecimiento de los negocios local, afirma Hofer et al., (2024), el apoyo local es fundamental para el crecimiento de los negocios, ya que proporciona redes, recursos, conocimiento del mercado y contribuye a una economía más sostenible. Estos elementos son esenciales para el éxito a largo plazo de cualquier emprendimiento.

Figura 3. Impacto del emprendimiento en la autonomía de la emprendedora



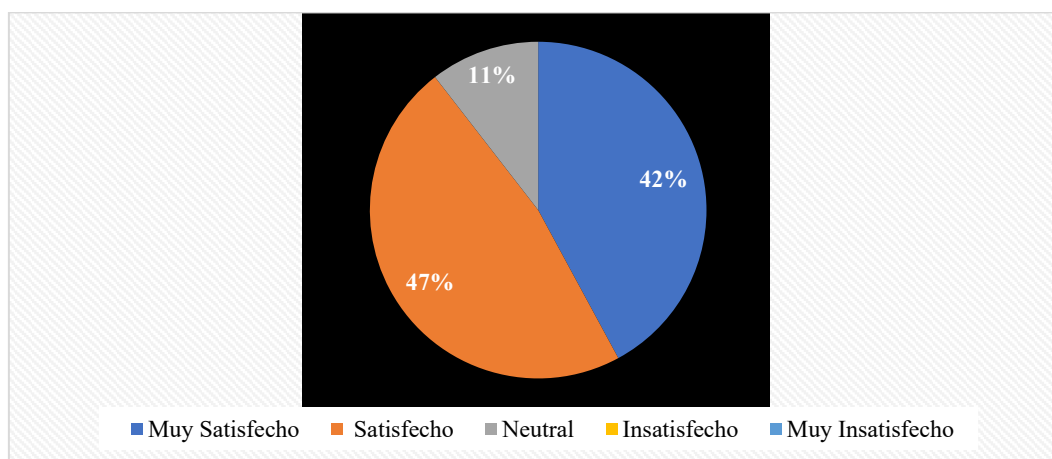
Fuente. Elaboración propia con base en el trabajo de campo.



En la figura 3, se presenta el impacto del emprendimiento en la autonomía personal en las emprendedoras, es importante porque el 53% de las emprendedoras afirman que les ha proporcionado total independencia. Por otro lado, el 47% menciona que ha mejorado su confianza, aunque aún siente que depende parcialmente de otros. Sin embargo, no hay respuestas que indiquen poco impacto o ningún cambio, lo que sugiere que el emprendimiento, en general, ha sido un motor de transformación personal para la mayoría.

Al igual que nuestros resultados Gertrudes (2005) demuestra que, la experiencia de emprender proporciona satisfacción a las mujeres porque les genera un fuerte sentido de autorrealización, que se refleja en una alta autoestima. Por otro lado, su gran satisfacción reside en que su propio negocio es algo con lo que se identifican, a lo que se dedican con pasión y que les permite crear y afirmar sus propios valores, ya que les brinda autonomía, independencia y libertad para tomar la iniciativa y desarrollar ideas. Además, las emprendedoras obtienen su propia satisfacción de la satisfacción del cliente y del reconocimiento del mercado.

Figura 4. Satisfacción con el emprendimiento



Fuente. Elaboración propia con base en el trabajo de campo.

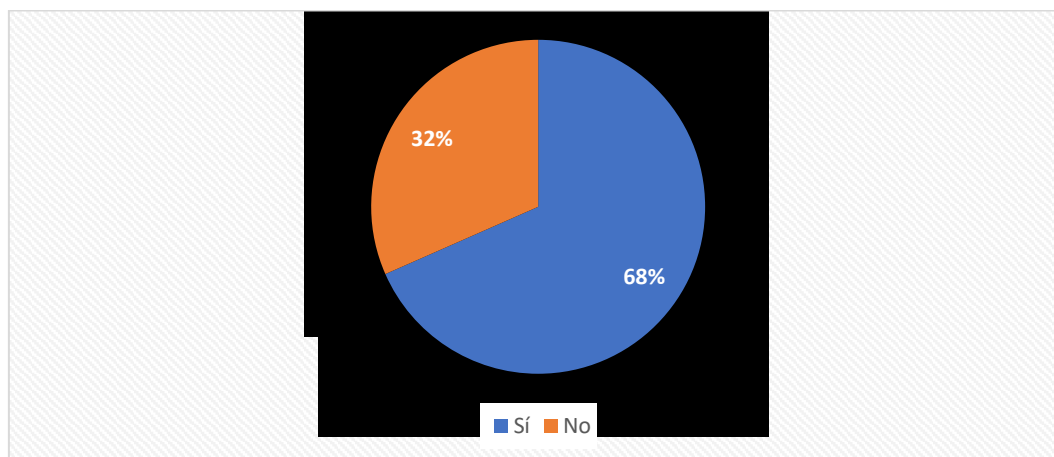
En la figura 4, los datos indican que el 42% de las emprendedoras se declara muy satisfecha con sus emprendimientos, mientras que el 47% se siente satisfecha. Esta percepción positiva general sugiere un fuerte grado de satisfacción con los logros y experiencias en el ámbito empresarial. La ausencia de reportes de insatisfacción, junto con el 11% en un estado neutral, resalta que la mayoría de las emprendedoras están contentas con su trayectoria.

Este panorama positivo puede ser interpretado como un reflejo del crecimiento y la resiliencia en el entorno empresarial, donde muchas mujeres han logrado superar obstáculos y construir negocios exitosos. La satisfacción puede estar relacionada con la autonomía, el sentido de logro y las oportunidades de desarrollo personal que el emprendimiento proporciona.

Sin embargo, es interesante contrastar estos hallazgos con los resultados de De Oliveira Nunes & Sanches (2022), que indican que las mujeres que emprendieron por necesidad son más felices que aquellas que lo hicieron por oportunidad. Este hallazgo sugiere que, aunque el emprendimiento por oportunidad puede ofrecer ventajas como mayores recursos y redes de apoyo, las circunstancias que

llevan a emprender por necesidad pueden estar ligadas a una mayor apreciación de los logros alcanzados en contextos desafiantes. Además, según Silva & Ferreira (2023) el emprendimiento puede surgir como una alternativa de supervivencia y como un medio de empoderamiento individual, y puede promover mejoras individuales en ciertas condiciones de vida.

Figura 5. Implementación de estrategia innovadora



Fuente. Elaboración propia con base en el trabajo de campo.

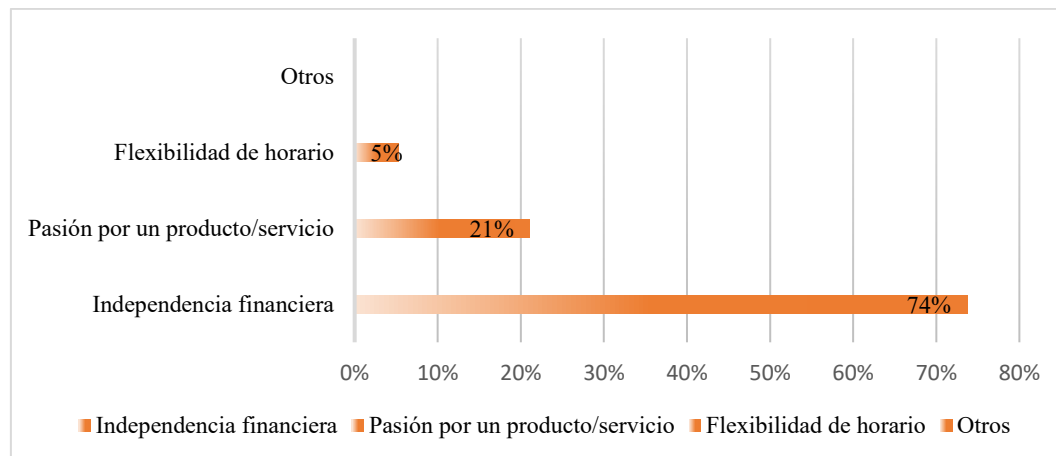
En la figura 5, se presenta que el 68% de las emprendedoras ha implementado estrategias innovadoras en sus negocios, lo que refleja un fuerte impulso hacia la creatividad y la adaptación en un entorno competitivo. Por otro lado, un 32% no ha adoptado ninguna innovación.

En los resultados de Santos (2022) se demuestra que, que las prácticas de innovación en marketing sugeridas a las empresas ayudaron a los emprendedoras a superar las dificultades que la pandemia causó en sus negocios, lo que les permitió ampliar el alcance de su marca, conquistar nuevos nichos de clientes y ampliar su cartera de productos y servicios. Además, según Nair (2020) si bien el emprendimiento femenino es sinónimo de empoderamiento femenino y contribuye enormemente al crecimiento económico, el emprendimiento sostenible requiere innovación y una difusión exitosa. Barreras como una menor capacidad empresarial y la falta de fondos, entre otras, a menudo inhiben las innovaciones empresariales de las mujeres.

Por lo tanto, mientras que una gran parte de las emprendedoras está adoptando la innovación como parte de sus estrategias, es fundamental abordar las barreras que enfrentan aquellas que aún no lo han hecho. La promoción de un ecosistema empresarial inclusivo y de apoyo puede ser la clave para maximizar el potencial de innovación y, por ende, el éxito de las emprendedoras en el futuro.



Figura 6. Motivación para emprender

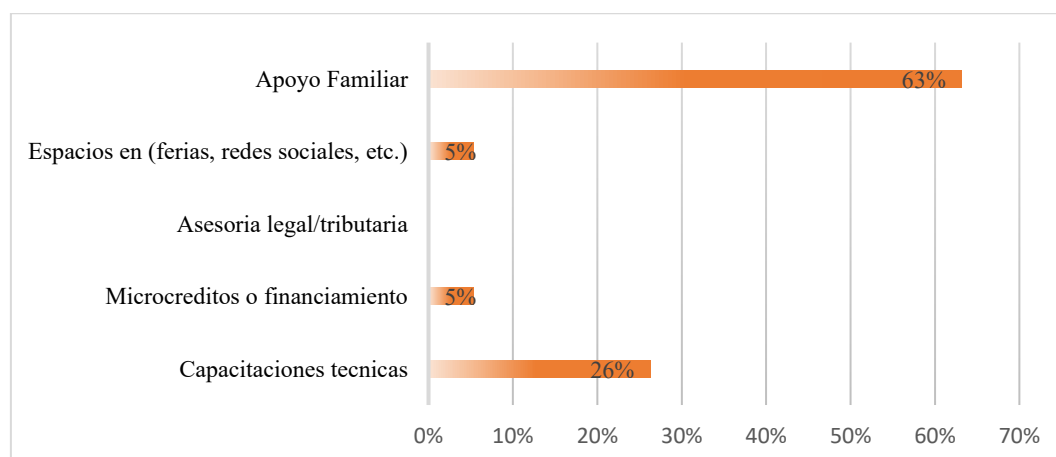


Fuente. Elaboración propia con base en el trabajo de campo.

En la figura 6, se demuestra que la independencia financiera se erige como la motivación principal para el 74% de las emprendedoras, que destaca el deseo de autonomía económica. El 21% menciona su pasión por un producto o servicio, lo que refleja una conexión profunda con lo que ofrecen. Por último, solo un 5% señala la flexibilidad de horario como su razón principal.

Por lo tanto, Silva et al., (2019) se considera que el emprendimiento femenino, es como una fuente de independencia financiera para muchas mujeres, generando confianza y autoestima capaces de ayudarlas a combatir cualquier tipo de abuso derivado tanto del ámbito empresarial como del familiar. Además, en Paraguay, Duarte Sánchez & Guerrero Barreto (2024) afirman que, la participación activa de las mujeres, en actividades como el comercio al por menor y las actividades industriales es un indicador positivo del papel creciente de las mujeres en el emprendimiento y la gestión de negocios. Esto no sólo contribuye a la igualdad de género, sino que también puede tener un impacto positivo en la economía local mediante la generación de empleo y el fomento del desarrollo sostenible.

Figura 7. Factores de éxito durante la gestión del negocio



Fuente. Elaboración propia con base en el trabajo de campo.



En la figura 7, los resultados demuestran que, el apoyo familiar se destaca como el recurso más valioso para el 63% de las emprendedoras, que destaca, la importancia de contar con un respaldo emocional y práctico en su trayectoria. Las capacitaciones técnicas también son relevantes, que beneficia al 26% de ellas, mientras que, un 5% menciona el acceso a microcréditos o financiamiento y otro 5% valora los espacios en ferias y redes sociales.

Según Rosado Cubero et al., (2022) el entorno familiar influye positivamente en el emprendimiento. Además, la creatividad, la iniciativa, la toma de riesgos y la gestión eficiente son importantes para convertirse en emprendedor. Además, en los resultados de Powell & Eddleston (2013) respaldaron sustancialmente la idea de que las emprendedoras se benefician de los vínculos entre el enriquecimiento y el apoyo familiar para el éxito empresarial.

Por otra parte, la capacitación también es un factor de éxito en nuestros resultados, es por ello que, es crucial las capacitaciones técnicas para las emprendedoras (Cortés Rodríguez et al., 2022). Además, Gavigan et al., (2020) han demostrado que, un aumento en el índice de conocimiento empresarial y el índice de competencia empresarial en una unidad puede llevar a un aumento del 6 por ciento y del 2,7 por ciento en la probabilidad de ser autoempleo.

Principales desafíos

Los principales desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras son multifacéticos y reflejan la complejidad de equilibrar sus roles. En primer lugar, *“el acceso a lo financiero es uno de los desafíos”*, lo que limita las oportunidades de crecimiento y expansión de sus negocios. Además, la necesidad de *“capacitaciones”* es crucial para adquirir las habilidades necesarias para competir en el mercado.

Otro aspecto importante es la falta de confianza. *“La falta de confianza, por el hecho de ser mujer, genera cierta duda sobre el potencial”*, lo que puede desincentivar a muchas a seguir adelante. A esto se suma *“la falta de recursos”*, ya que muchas emprendedoras deben buscar materiales en otras ciudades, lo que conlleva tiempo—un recurso que es extremadamente valioso para cualquier emprendedor.

Asimismo, *“el mayor desafío que enfrentamos como mujeres siempre es la auto superación de sí misma”*. Las emprendedoras se ven constantemente desafiadas a salir de su zona de confort para buscar materiales que no están disponibles localmente. Sin embargo, es esencial *“no tener miedo a querer salir de la zona de confort”*. Aunque emprender puede ser sumamente desafiante y comprometedor, *“observar los frutos de tu esfuerzo diario no hay mejor recompensa.”*

Finalmente, *“ser emprendedora no es fácil, porque además está ser ama de casa”* La necesidad de dividir horarios para cumplir con pedidos de artesanía, como el bordado a mano, añade otra capa de dificultad, lo que demuestra la complejidad de ser una mujer emprendedora en el contexto actual.



Recomendaciones para otras mujeres que desean emprender en la ciudad

El camino del emprendimiento es un viaje lleno de retos, pero también de oportunidades. Para las mujeres que se atreven a dar este paso, hay un mensaje claro: *“Lo importante es que querer salir adelante, creer en uno mismo, tener la confianza, construir su propio mundo en donde pueda depender sola.”* Esta creencia en uno mismo es fundamental para afrontar los desafíos que se presentan.

Además, es vital que cada mujer se anime a *“luchar por su sueño que siempre has anhelado y que sea una mujer independientemente sea una.”* Emprender implica enfrentarse a la incertidumbre, pero *“que empiece a emprender sin miedo y que no se rinda con el primer obstáculo.”* La perseverancia es clave en este camino.

Es una lucha constante, y siempre hay que recordar que *“Querer es poder, siempre.”* Con *“foco, fuerza y fe,”* las mujeres pueden superar cualquier barrera. Es fundamental que se *“anime a emprender por el talento,”* ya que este se demuestra y no se oculta. Además, siempre habrá *“apoyo familiar y de amistades”* que brindará el respaldo necesario en los momentos difíciles. Así, el mensaje es claro: no solo se trata de emprender, sino de hacerlo con la convicción de que cada paso cuenta hacia la realización de sus sueños.

Conclusiones

Al inicio de la investigación nos planteamos la siguiente pregunta ¿Cuál es la situación del emprendimiento femenino en Puente Kyjhá?, se concluye que, el 40% se encuentra en el rango de edad de 26 a 35 años, lo que indica una etapa de establecimiento profesional. El 75% de ellas cuentan con educación universitaria, se evidencia una sólida preparación que les permite enfrentar los retos del mercado. El 63% de las emprendedoras tiene más de tres años de experiencia en sus negocios, lo que revela que han superado desafíos iniciales y desarrollado habilidades clave para la toma de decisiones.

En cuanto al sector del emprendimiento, el 40% se dedica al comercio, seguido por un 20% en manufactura y artesanía. Aunque el 68% ha implementado estrategias innovadoras, persisten desafíos, como el acceso a financiamiento y la falta de confianza, que requieren atención para maximizar su potencial.

La independencia financiera es la motivación principal para el 74% de las emprendedoras, lo que se traduce en un deseo de autonomía y empoderamiento. A pesar de que el 37% se siente muy valorada en su comunidad, un 21% se mantiene en un estado neutro, indicando que hay espacio para mejorar el reconocimiento del emprendimiento femenino.

Por lo tanto, el emprendimiento femenino no solo representa una fuente de ingresos, sino también un camino hacia la transformación personal y la mejora de la calidad de vida. Fomentar un entorno que promueva la educación, el acceso a recursos y el apoyo comunitario será fundamental para impulsar aún más el crecimiento y el empoderamiento de las mujeres emprendedoras.



Referencias

- Alsaad, R. I., Hamdan, A., Binsaddig, R., & Kanan, M. A. (2023). Empowerment sustainability perspectives for Bahraini women as entrepreneurs. *International Journal of Innovation Studies*, 7(4), 245-262. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2023.04.003>
- Angulo, E (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Investigación & Negocios*, 14(23). <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>
- Araújo, L., Silva, V., & Ferreira, P. (2023). O empreendedorismo feminino e a psicologia: Uma revisão de literatura. *Revista JRG de Estudos Acadêmicos*, 6, 1976-1991. <https://doi.org/10.55892/jrg.v6i13.804>
- Brouder, P., & Eriksson, R. H. (2013). Staying Power: What Influences Micro-firm Survival in Tourism? *Tourism Geographies*, 15(1), 125-144. <https://doi.org/10.1080/14616688.2011.647326>
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2020). Women Entrepreneurship: A Systematic Review to Outline the Boundaries of Scientific Literature. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01557>
- Cortés-Rodríguez, C. A., Martínez-Gómez, G., Vega-Martínez, D., & Sangerman-Jarquín, D. M. (2022). Capacitación para el emprendimiento agrícola: Un análisis bibliométrico. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 13(7), 1271-1283. <https://doi.org/10.29312/remexca.v13i7.3136>
- Cuarán Guerrero, M. S., Torres Merlo, O. X., & Pacífico Fichamba, L. (2021). El emprendimiento joven: Un desafío para el desarrollo local. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 9(1). <https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i1.2880>
- De Oliveira Nunes, D., & Sánchez, C. (2022). Empreendedorismo feminino: Uma análise do sentimento em relação ao trabalho das mulheres empreendedoras. *Revista da Micro e Pequena Empresa*, 16(2), 144-178. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8739183>
- Duarte Sánchez, D. D., & Barreto, R. G. (2024). Métodos y técnicas en investigación cualitativa: una revisión integral en ciencias sociales. *Revista de la Sociedad Científica del Paraguay*, 29(2). <https://doi.org/10.32480/rscp.2024.29.2.90102>
- Duarte Sanchez, D. D., & Guerrero Barreto, R. (2024). Revisión de la inclusión financiera en Paraguay. *Revista Científica UPAP*, 4(1), 80-91. <https://doi.org/10.54360/rcupap.v4i1.172>
- Duarte Sánchez, D. D., Samudio Zayas, M., & Ramírez Girett, V. A. (2024). Innovación empresarial en quioscos de Puente Kyjhá, Paraguay. *Boletín Informativo CEI*, 11(2). <https://revistas.umariana.edu.co/index.php/BoletinInformativoCEI/article/view/4279>
- Duarte Sánchez, D. D., & Samudio Zayas, M. S. (2025). Experiencias y recomendaciones para emprender; estudio de caso en emprendedores de quioscos en Puente Kyjhá, Paraguay. *Población y Desarrollo*, 31(60). <https://revistascientificas.una.py/index.php/RE/article/view/5334>
- Duarte Sánchez, D., & Guerrero Barreto, R. (2024). La investigación cuantitativa en las ciencias sociales. *REVISTA CIENTÍFICA UNE*, 7(1), . http://revistas.une.edu.py/index.php/revista_une/article/view/275
- Duflo, E. (2012). Women Empowerment and Economic Development. *Journal of Economic Literature*, 50(4), 1051-1079. <https://doi.org/10.1257/jel.50.4.1051>

- Durán, M. T. M., Salinas, A. L., & Ángeles, D. M. M. (2025). Empoderamiento y emprendimiento femenino en la era postpandemia: Desafíos y oportunidades. *Revista SPINOR*. <https://spinor.buap.mx/index.php/revista/article/view/109>
- Eniola, A. A. (2021). The Entrepreneur Motivation and Financing Sources. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 25. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010025>
- Fong, E. Y., Jabor, M. K. B., Zulkifli, A. H., & Hashim, M. R. (2020). *Challenges Faced by New Entrepreneurs and Suggestions How to Overcome Them*. 223-227. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200921.037>
- Forbes. (2024, marzo 12). *Una de cada tres mujeres en Latinoamérica quiere emprender, según un informe del GEM*. Forbes Colombia. <https://forbes.co/2024/03/12/emprendedores/una-de-cada-tres-mujeres-en-latinoamerica-quiere-emprender/>
- Gavigan, S., Ciprikis, K., & Cooney, T. (2020). The impact of entrepreneurship training on self-employment of rural female entrepreneurs in Uganda. *Small Enterprise Research*, 27(2), 180-194. <https://doi.org/10.1080/13215906.2020.1769715>
- Gertrudes, E. (2005). Mulheres empreendedoras: Medos, conquistas e qualidade de vida. *Psicologia em Estudo*, 10, 373-382. <https://doi.org/10.1590/S1413-73722005000300005>
- González Burgos, P., & Caballero Almirón, N. (2022). El rol de la mujer emprendedora y el impacto en la economía paraguaya. *Ciencias Económicas* ISSN- 2788-6425, 3(5). <https://revistascientificas.una.py/index.php/reco/article/view/2509>
- Gupta, N., Sardana, D., & Lee, R. (2024). Dynamic capabilities that matter for business failure versus survival. *Industrial Marketing Management*, 116, 40-50. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.11.004>
- Guzmán Vásquez, A., & Trujillo Dávila, M. A. (2008). Emprendimiento social – revisión de literatura. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-125. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(08\)70055-X](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(08)70055-X)
- Hofer, K., Wicki, M., & Kaufmann, D. (2024). Public support for participation in local development. *World Development*, 178, 106569. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2024.106569>
- Ingalagi, S. S., Nawaz, N., Rahiman, H. U., Hariharasudan, A., & Hundekar, V. (2021). Unveiling the Crucial Factors of Women Entrepreneurship in the 21st Century. *Social Sciences*, 10(5). <https://doi.org/10.3390/socsci10050153>
- Maczulskij, T., & Viinikainen, J. (2023). Self-confidence predicts entrepreneurship and entrepreneurial success. *Journal of Business Venturing Insights*, 19, e00382. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2023.e00382>
- Martínez-Rodríguez, I., Quintana-Rojo, C., Gento, P., & Callejas-Albiñana, F.-E. (2022). Public policy recommendations for promoting female entrepreneurship in Europe. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18(3), 1235-1262. <https://doi.org/10.1007/s11365-021-00751-9>
- Moreno Gavilanes, K. M., Medina López, D. A., Cepeda Rivera, D. R., Moreno Gavilanes, K. M., Medina López, D. A., & Cepeda Rivera, D. R. (2022). Actitudes de decisión de emprendimiento de las mujeres de la provincia de Tungurahua (Ecuador). *Revista de Economía del Caribe*, 29, 99-116. <https://doi.org/10.14482/ecoca.29.504.662>

- Naciones Unidas. (2015). Objetivos y metas de desarrollo sostenible. *Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Naciones Unidas. (2025). *Empoderamiento económico*. ONU Mujeres. <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/economic-empowerment>
- Nair, S. R. (2020). The link between women entrepreneurship, innovation and stakeholder engagement: A review. *Journal of Business Research*, 119, 283-290. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.06.038>
- Navarro Garay, A., & Areco Núñez, L. (2023). El entorno para emprender en la ciudad de Concepción. Una mirada desde el emprendimiento femenino. *Desarrollo Regional (Encarnación)*, 1(1). <https://revistas.uni.edu.py/index.php/desarrolloregional/article/view/431>
- Navarro Garay, A. E. L., & Argüello, J. L. (2021). Análisis de la competitividad empresarial. Estudio comparativo de género en la ciudad de Concepción, Paraguay. *ScientiAmericana*, 8(1). <https://doi.org/10.30545/scientiamericana.2021.ene-jun.4>
- Paz-Calderón, Y. (2023). Una aproximación al tema de emprendimiento de mujeres jóvenes en México. *Revista Espiga*, 22(45), 78-95. <https://doi.org/10.22458/re.v22i45.4645>
- Plan Nacional de Desarrollo Paraguay 2030. (2014). <https://www.stp.gov.py/pnd/wp-content/uploads/2014/12/pnd2030.pdf>
- Powell, G. N., & Eddleston, K. A. (2013). Linking family-to-business enrichment and support to entrepreneurial success: Do female and male entrepreneurs experience different outcomes? *Journal of Business Venturing*, 28(2), 261-280. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.02.007>
- Querejazu, V. (2021). Emprendimiento femenino en Bolivia y autoconfianza. *Revista Latinoamericana de Desarrollo Económico*, 19(36). <https://doi.org/10.35319/lajed.202136452>
- Ramya, U., Pushpa, A., & Ghosh, N. (2024). Women Entrepreneurship – A Way Towards Sustainability. En *The Framework for Resilient Industry: A Holistic Approach for Developing Economies* (world; pp. 281-299). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83753-734-120241020>
- Rosado-Cubero, A., Freire-Rubio, T., & Hernández, A. (2022). Entrepreneurship: What matters most. *Journal of Business Research*, 144, 250-263. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.087>
- Ruíz, L. P., Sánchez, M. del C. R., & Ulloa, L. G. Y. P. (2022). Emprendimiento femenino para lograr el empoderamiento económico. *Desarrollo Gerencial*, 14(2). <https://doi.org/10.17081/dege.14.2.5252>
- Sanabria Zotelo, M. E., & Martínez Rivas, D. A. (2024). El capital semilla y la academia en la sostenibilidad del negocio de mujeres emprendedoras beneficiarias del proyecto REEMUJER/MIC. *Revista de la Sociedad Científica del Paraguay*, 29(2), 43-55. <https://doi.org/10.32480/rscp.2024.29.2.4355>
- Santos, L. V. R. dos. (2022). *Empreendedorismo feminino: Inovação em marketing no combate aos efeitos negativos da pandemia da covid-19 em pequenos negócios* [bachelorThesis]. <http://repositorio.ifpb.edu.br/jspui/handle/177683/1829>
- Silva, M. L. da, & Ferreira, L. S. (2023). Gênero e trabalho: Pode o empreendedorismo ser um meio para o empoderamento das mulheres? *Estudos de Sociologia*, e023026-e023026. <https://doi.org/10.52780/res.v28i00.17796>



- Silva, G. F., Pereira, M. F. de F., & Santos, É. J. dos. (2019). Empreendedorismo feminino como ferramenta para independência financeira. *Revista H-TEC Humanidades e Tecnologia*, 3(2). <https://www.fateccruzeiro.edu.br/revista/index.php/htec/article/view/116>
- Staniewski, M. W. (2016). The contribution of business experience and knowledge to successful entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 69(11), 5147-5152. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.095>
- Toxirovna, T. S., & Qizi, X. L. B. (2024). The socio-economic importance of entrepreneurship. *JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY BULLETIN*, 7(1). <https://sirpublishers.org/index.php/jomb/article/view/558>
- Valero, E. C. S., Valero, M. F. F., Acosta, G. W. A., & Macías, N. D. M. (2023). Tipos de emprendimiento y su contribución a la sociedad en Ecuador. *Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios*, 10(2). <https://doi.org/10.48204/j.colonciencias.v10n2.a4155>
- Yang, X., Huang, Y., & Gao, M. (2022). Can digital financial inclusion promote female entrepreneurship? Evidence and mechanisms. *The North American Journal of Economics and Finance*, 63, 101800. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2022.101800>