



CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO

CEUTEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

PROYECTO DE GRADUACIÓN

**PERFIL DEL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE
LICENCIATURA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE
PENÚLTIMO Y ÚLTIMO AÑO DE CEUTEC, TEGUCIGALPA**

SUSTENTADO POR:

KARL EDUARDO GUTIÉRREZ GAMONEDA

KARLA MELISSA ORTEZ CARRANZA

ORLANDO JOSÉ SÁNCHEZ PALMA

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEGUCIGALPA, HONDURAS, C.A.
OCTUBRE, 2021**

CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO

CEUTEC

LICENCIATURA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTORA ACADÉMICA CEUTEC

DINA ELIZABETH VENTURA DÍAZ

DIRECTORA ACADÉMICA CEUTEC

IRIS GABRIELA GONZALES ORTEGA

JEFE ACADÉMICA CEUTEC TEGUCIGALPA

CAROL IVONNE TURCIOS MARTÍNEZ

TEGUCIGALPA, HONDURAS, C.A.

OCTUBRE 2021

**PERFIL DEL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE
LICENCIATURA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE
PENÚLTIMO Y ÚLTIMO AÑO DE CEUTEC, TEGUCIGALPA**

**TRABAJO PRESENTADO EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE:**

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ASESOR:

JOSÉ TRÁNCITO MEJÍA

TERNA EXAMINADORA:

CLAUDIA PAGOADA

CAROL TURCIOS

JOSÉ ROMERO

TEGUCIGALPA, HONDURAS, C.A. OCTUBRE, 2021

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto de graduación a mis padres quienes me apoyaron a lo largo de mi vida estudiantil. A mi prometida, Alison Ramírez, que me fortalece con su espléndido amor y sus palabras de aliento cuando más lo necesito.

Karl Eduardo Gutiérrez Gamoneda

En esta dedicatoria incluyo a mi familia, en especial a mis padres por haberme educado de la mejor forma y porque me han proporcionado lo necesario para cumplir con esta meta. Mi familia en general me ha brindado su apoyo incondicional que ha aportado un valor incalculable en mi vida para lograr este objetivo que llevo persiguiendo durante años.

Karla Melissa Ortez Carranza

El presente trabajo tiene una dedicatoria especial dirigida a mis padres, ya que Dios me bendijo con ambos y el apoyo incondicional de cada uno. Les hago mención por tanto sacrificio forjado a través de los años por mi bienestar y muy agradecido por formarme con valores y darme la educación que me ha llevado a concluir mi carrera universitaria.

Orlando José Sánchez Palma

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios que ha sido nuestra guía a lo largo de nuestra carrera universitaria, por nuestra salud, fuerzas, sabiduría y los medios económicos, que nos permitió perseverar en el camino hasta culminar nuestra carrera para ser profesionales de éxito.

Nuestra gratitud para la Universidad Ceutec, Tegucigalpa; que nos facilitó el logro de esta meta, con su programa de capacitación, catedráticos y apoyo estudiantil a lo largo de nuestra carrera. Especialmente gratitud al Doctor José Transito Mejía Alvarenga por brindar su amplio conocimiento, su apoyo y motivación para presentar un proyecto de graduación de excelencia.

A nuestros amigos, compañeros de la universidad y colegas del trabajo que brindaron consejos acertados y aportaron al logro de esta meta.

Karl Eduardo Gutiérrez Gamoneda

Karla Melissa Ortez Carranza

Orlando José Sánchez Palma

RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación plantea integrar las características de perfiles de emprendedores por necesidad, el inversionista, el cazador de oportunidades, el emprendedor al azar y el especialista, a las habilidades de los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa; a las necesidades personales para un mejor desempeño como personas; como aprendices continuos o como miembros de una comunidad y de una sociedad cada vez más universal.

La investigación desarrollada es descriptiva, utiliza una metodología cuantitativa enriquecida con instrumentos cualitativos. Para la selección de la muestra se utilizó el método no probabilístico por conveniencia; esta investigación es de tipo no experimental y al mismo tiempo transversal ya que recoge datos en tiempo único para ser analizados, interpretados, narrados y descritos fortalece el estudio de los perfiles de emprendedores de los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura en Administración de Empresas para el año 2021. El instrumento utilizado fue una encuesta en línea aplicada a los estudiantes.

El objetivo general que guía este estudio fue: Determinar el perfil de emprendedores de los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa; considerando el que emprende por necesidad, el inversionista, el cazador de oportunidades, el emprendedor al azar y el especialista; con la finalidad de identificar oportunidades de mejora. Se evidenció la importancia de las características de cada perfil de emprendedores como elemento estratégico en la formación de los futuros Administradores de Empresa, lo que constituye el soporte principal para llevar a cabo un proceso de aprendizaje autónomo.

ABSTRACT

This research aims to integrate the characteristics of profiles of entrepreneurs by necessity, the investor, the opportunity hunt, the random entrepreneur, and the specialist, to the skills of students of junior and senior year of the bachelor's in business administration of Ceutec, Tegucigalpa; for personal needs and better performance as individuals; as continuous learners or as members of an increasingly universal community and society.

The research developed is descriptive, uses a quantitative methodology enriched with qualitative instruments. For the selection of the sample the non-probabilistic method was used for convenience; this research is of a non-experimental type and at the same time transversal since it collects data in single time to be analyzed, interpreted, narrated, and described strengthens the study of the profiles of entrepreneurs o of junior and senior year of the bachelor's in business administration for the year 2021. The tool used was an online survey applied to students.

The general objective that guides this study was: To determine the profile of entrepreneurs of the students of the penultimate and final year of the Bachelor of Business Administration of Ceutec, Tegucigalpa; considering the one undertaken by necessity, the investor, the opportunity hunter, the random entrepreneur, and the specialist; to identify opportunities for improvement. The importance of the characteristics of each profile of entrepreneurs as a strategic element in the training of future Business Managers was evident, which is the main support to carry out an autonomous learning process.

TABLA DE CONTENIDO

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
2.1	ANTECEDENTES	3
2.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
2.2.1	Enunciado del problema	4
2.2.2	Formulación del Problema.....	5
2.2.3	Preguntas de Investigación	6
2.3	VARIABLES DE INVESTIGACIÓN.....	7
2.4	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	8
2.5	DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL DE LA INVESTIGACIÓN	9
III.	OBJETIVOS.....	10
3.1	OBJETIVO GENERAL	10
3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
IV.	MARCO TEÓRICO	11
4.1	ANÁLISIS DE ENTORNO	11
4.1.1	Macroentorno.....	11
4.1.2	Microentorno.....	20
4.2	TEORÍAS DE SUSTENTO.....	26
4.2.1	Teoría Kirzner Emprendimiento	26
4.2.2	Teoría de McClelland comportamiento del emprendedor	28
4.2.3	Enfoque de Emprendimiento según Gibb y Ritchie	31
4.3	CONCEPTUALIZACIÓN	34
4.3.1	EMPRENDEDOR.....	34
4.3.2	EMPRENDEDOR POR NECESIDAD	35
4.3.3	EMPRENDEDOR INVERSIONISTA	37
4.3.4	EMPRENDEDOR “CAZA OPORTUNIDADES”	38
4.3.5	EMPRENDEDOR AL AZAR.....	39
4.3.6	EMPRENDEDOR ESPECIALIZADO	39
V.	METODOLOGÍA Y PROCESOS	41
5.1	TABLA DE CONGRUENCIA METODOLÓGICA.....	41

5.1.1	TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	42
5.2	ENFOQUE Y MÉTODOS.....	43
5.2.1	ENFOQUE.....	43
5.3	ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	44
5.4	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
5.4.1	Población y Muestra	45
5.4.2	Muestra	47
5.5	UNIDAD DE ANÁLISIS	49
5.5.1	Unidad de Análisis.....	49
5.5.2	Unidad de Respuesta.....	49
5.6	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	50
5.6.1	Instrumentos.....	50
5.6.2	Cuestionario	50
5.7	FUENTES DE INFORMACIÓN	51
5.7.1	Fuente Primaria.....	51
5.7.2	Fuente Secundaria.....	52
5.8	CRONOGRAMA DE TRABAJO.....	53
VI.	RESULTADOS Y ANÁLISIS	54
6.1	DATOS PERSONALES DEL ESTUDIANTE	54
6.2	PERFIL DEL EMPRENDEDOR QUE ACTÚA POR NECESIDAD.....	58
6.3	PERFIL DEL EMPRENDEDOR INVERSIONISTA	61
6.4	PERFIL DEL EMPRENDEDOR CAZA OPORTUNIDADES.....	64
6.5	PERFIL DEL EMPRENDEDOR AL AZAR	67
6.6	PERFIL DEL EMPRENDEDOR ESPECIALISTA	70
VII.	CONCLUSIONES.....	74
VIII.	RECOMENDACIONES	76
IX.	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.....	78
X.	ANEXOS.....	82
10.1	ANEXO 1: CUESTIONARIO DE INVESTIGACIÓN	82

Índice de Figuras

<i>Figura 2. 1. Diagrama Sagital de Variables de investigación.....</i>	<i>7</i>
<i>Figura 4.1: Diagrama Análisis PESTEL.</i>	<i>12</i>
<i>Figura 4.2 : Diagrama de Porter.....</i>	<i>19</i>
<i>Figura 5.1 : Clasificación de las técnicas de muestreo.</i>	<i>44</i>

Índice de Tablas

<i>Tabla 4. 1 Leyes que fomentan el emprendimiento.....</i>	<i>13</i>
<i>Tabla 4. 2 Las Necesidad según McClelland (1961).....</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 4. 3 Etapas del proceso Idas y Vueltas por Gibbs & Ritchie (1982).....</i>	<i>32</i>
<i>Tabla 4. 4 Características de emprendedor por necesidad.....</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 5. 1 Pasos del Proceso de Muestreo.....</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 5. 2 Cálculo de muestra de alumnos de penúltimo y último año de Administración de empresas en CEUTEC, Tegucigalpa.....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 5. 3 Cronograma de actividades para la ejecución de la propuesta de proyecto.</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 6. 1: Resultados pregunta 1.....</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 6. 2: Resultados pregunta 2.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 6. 3: Resultados pregunta 3.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 6. 4: Resultados pregunta 4.....</i>	<i>57</i>
<i>Tabla 6. 5: Resultados pregunta 5.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabla 6. 6: Resultados pregunta 6.....</i>	<i>59</i>
<i>Tabla 6. 7: Resultados pregunta 7.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 6. 8: Resultados pregunta 8.....</i>	<i>61</i>

<i>Tabla 6. 9: Resultados pregunta 9</i>	62
<i>Tabla 6. 10: Resultados pregunta 10</i>	63
<i>Tabla 6. 11: Resultados pregunta 11</i>	64
<i>Tabla 6. 12: Resultados pregunta 12</i>	65
<i>Tabla 6. 13: Resultados pregunta 13</i>	66
<i>Tabla 6. 14: Resultados pregunta 14</i>	67
<i>Tabla 6. 15: Resultados pregunta 15</i>	68
<i>Tabla 6. 16: Resultados pregunta 16</i>	69
<i>Tabla 6. 17: Resultados pregunta 17</i>	70
<i>Tabla 6. 18: Resultados pregunta 18</i>	71
<i>Tabla 6. 19: Resultados pregunta 19</i>	72

Índice de Gráficos

<i>Gráfico 6. 1: Edad de los Estudiantes</i>	55
<i>Gráfico 6. 2: Género</i>	56
<i>Gráfico 6. 3: Nivel de Estudio</i>	56
<i>Gráfico 6. 4: Estatus Laboral</i>	57
<i>Gráfico 6. 5: La generación de ingresos es el factor más inmediato para un emprendimiento por necesidad</i>	58
<i>Gráfico 6. 6: La tolerancia al fracaso es de ayuda para la búsqueda de resultados inmediatos</i>	59
<i>Gráfico 6. 7: La búsqueda de resultados inmediatos es un criterio que mueve sus emprendimientos</i>	60
<i>Gráfico 6. 8: La rentabilidad es el factor más importante para emprender</i>	61
<i>Gráfico 6. 9: El mayor enemigo del espíritu emprendedor es la aversión al riesgo</i>	62
<i>Gráfico 6. 10: Una habilidad importante para el emprendedor es la capacidad de negociación</i>	63
<i>Gráfico 6. 11: El éxito de un emprendedor es poder identificar necesidades de los consumidores</i>	65
<i>Gráfico 6. 12: Los emprendedores están en búsqueda de nuevas ideas de negocio</i>	66
<i>Gráfico 6. 13: La capacidad de toma de decisiones aventuradas es un factor común para el emprendedor “Caza Oportunidades</i>	67

<i>Gráfico 6. 14: La capacidad de adaptación es fundamental para los nuevos emprendedores</i>	<i>68</i>
<i>Gráfico 6. 15: La visión de mercado le facilita encontrarse con un emprendimiento</i>	<i>69</i>
<i>Gráfico 6. 16: Un emprendedor puede afrontar riesgos</i>	<i>70</i>
<i>Gráfico 6. 17: Posee habilidades técnicas para poder emprender.....</i>	<i>71</i>
<i>Gráfico 6. 18: La identificación de oportunidades de mejora es un factor importante en su perfil de emprendedor especialista.....</i>	<i>72</i>
<i>Gráfico 6. 19: El emprendedor soluciona de manera creativa los problemas mediante sus habilidades.....</i>	<i>73</i>

I. INTRODUCCIÓN

Este estudio sobre El perfil de emprendedores de los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa; desde el punto de vista emprendedores por necesidad, el inversionista, el caza oportunidades, el emprendedor al azar y el especialista; es importante porque plantea la necesidad de identificar oportunidades de mejora en cada una de las características de los perfiles estudiados que permitan un mayor desarrollo humano y mejor desempeño como personas; como aprendices continuos o como miembros de una comunidad y de una sociedad cada vez más universal.

El proyecto propone describir los diferentes perfiles de emprendedores. Surgió con el objetivo de mejorar las características de los perfiles de emprendedores que podrán optar los estudiantes al desarrollar diferentes habilidades en el progreso de su carrera, fortaleciendo los puntos clave de cada perfil de emprendedor.

El estudio se inicia con un resumen ejecutivo que rápidamente describe la investigación y luego se distribuye en diez capítulos que contienen la información sobre la misma. El primer capítulo se contiene la introducción general de la investigación.

El segundo capítulo trata del planteamiento del problema, describiéndolo, enunciándolo y formulándolo. Aquí se establecieron las preguntas de investigación, se determinaron las variables. Se presentó la justificación y la delimitación espacial y temporal de la investigación.

El tercer capítulo presenta el objetivo general, intención central de lo que se quiere lograr en la investigación y los objetivos específicos que indican el qué, cómo y para qué del estudio, establecido en la investigación.

El cuarto capítulo plantea los conocimientos teóricos necesarios para entender el problema y sirven de base para la preparación de las preguntas, de la metodología, del instrumento, del análisis de los resultados. Incluye el análisis del entorno, macroentorno: factores políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos, legales, y el entorno de la competitividad empresarial y el microentorno donde se consideran los proveedores, compradores, servicios sustitutos, nuevas universidades potenciales y rivalidad entre competidores. Las teorías de sustento que explican

investigaciones previas y antecedentes en general del emprendimiento. Por último, se realiza la conceptualización de las variables independientes.

El quinto capítulo contiene el cuadro de congruencia metodología y la tabla de Operacionalización de variables. Se establece las consideraciones metodológicas que garantizan la calidad y veracidad del documento, se identifica la población, la muestra y los parámetros cuantitativos enriquecidos por instrumentos cualitativos que desarrolla la investigación. El método no probabilístico por conveniencia se utilizó con un diseño de investigación no experimental. El instrumento utilizado fue una encuesta en línea aplicada a los estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa, se obtuvo una participación de 249 encuestados.

El sexto capítulo presenta los valores obtenidos a través de la encuesta aplicada en línea a los estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa con el objetivo de identificar las características de los diferentes perfiles de emprendedores: emprendedores por necesidad, el inversionista, el caza oportunidades, el emprendedor al azar y el especialista. Los datos recopilados fueron tabulados para su interpretación. Los resultados obtenidos demostraron las principales características de los perfiles de emprendedores.

El séptimo capítulo de las conclusiones resume los resultados de los perfiles de emprendedores por necesidad, el inversionista, el caza oportunidades, el emprendedor al azar y el especialista a través de los datos del levantamiento de investigación confirmando las características de cada uno de los perfiles.

El octavo capítulo presenta las recomendaciones propuestas para cada uno de los perfiles de emprendedores que facilite al estudiante la elección del perfil más adecuado a sus características o necesidades personales; un mayor desarrollo humano y mejor desempeño como persona.

La bibliografía contiene las obras, trabajos y demás fuentes de información que dieron apoyo a la investigación. En el anexo se incluye el instrumento desarrollado para el levantamiento de datos correspondientes a la investigación.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Antecedentes

La administración de empresas está en constante adaptación a los cambios internos y externos determinadas por las costumbres, la cultura, las tradiciones y valores del entorno. La tecnología y los sistemas de información causan impactos en la estructura organizacional; la estandarización de actividades y operaciones implica que la única forma de desarrollar una empresa con efectividad en el mercado es contar con administradores eficientes y eficaces, que deban saber cómo adecuar y adaptar las principales variables empresariales: operaciones, tecnologías, estructura organizacional, personas y ambiente externo.

Chiavenato (2006) afirma: “El profesional que utiliza la administración como medio para vivir puede trabajar en los niveles más variados de una organización: desde el nivel jerárquico de la supervisión elemental hasta la dirección general” (p. 2).

En los últimos años ha habido un notable interés en el desarrollo y despliegue de habilidades, actividades que se han convertido en una necesidad cada vez más importante para las personas. Descubrir necesidades insatisfechas y seleccionar fórmulas apropiadas para satisfacerlas que requieran aplicar conceptos, técnicas de procesos, prácticas cuantitativas, conductuales y de sistemas.

El Centro Universitario Tecnológico (Ceutec), Tegucigalpa, en la carrera de Administración de Empresas forma profesionales preparados para el mundo laboral con habilidades gerenciales calificadas, formación ética y con un espíritu innovador a través de estrategias desarrolladas en proyectos de emprendimiento que incrementan las posibilidades de generar empresas y empleo.

Vainrub (2009) menciona: “las cualidades de un emprendedor es ser experto en trabajar en ambientes inciertos y capaz de decidir. Otro atributo que menciona es la capacidad de adaptación, ser un buen vendedor, trabajador, líder, detallista, independiente, testarudo, orientado a resultados, conocedor de sus limitaciones y generoso”.

Como resultado, la intención de la presente investigación es fortalecer a los estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa; determinando los perfiles de los emprendedores por necesidad, inversión, caza oportunidades, al azar y el emprendimiento del especialista; que les permitan conducirse como agentes de cambios y entes transformadores para la búsqueda de la excelencia que demanda la sociedad.

2.2 Planteamiento del Problema de Investigación

2.2.1 Enunciado del problema

El tema de emprendedor suele ser un tema recurrente ante el incremento de desempleo y subempleo y un mercado laboral saturado, el profesional en la rama administrativa recurre a la creatividad emprendedora para solventar el problema de ingreso y poder subsistir con sus familias. Subempleo es uno de los más graves de la actividad laboral, el que tiende a profundizar las condiciones de precariedad en las que ya viven miles de trabajadores hondureños en términos de ingreso. Es por ello que hoy en día el emprendimiento se ha vuelto una opción viable para la generación de ingresos de los estudiantes de penúltimo y último año de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa y con ello subsanar sus necesidades económicas.

El INE (2020) señala: “la tasa de desempleo abierto en el Distrito Central para el año 2020 es del 13% y la tasa de Subempleo Invisible es del 38.9%”. (p. 2)

La desocupación se concentra en la población joven; del total de 447,774 desempleados del país, 36.8% son jóvenes menores de 25 años. Existen en el país 996,554 personas con Subempleo Visible, es decir que, estando ocupados, trabajan menos de 36 horas a la semana y desean trabajar más. En cambio, las personas ocupadas bajo condiciones de Subempleo Invisible ascienden a 1,585,972. (INE, 2020, p. 2)

INE (2020) afirma:

El principal problema del mercado laboral no es el desempleo, sino el subempleo invisible, que asocia bajos ingresos con empleos de baja productividad; este último se define como las personas que trabajan más de 36 horas y tuvieron ingresos inferiores a un salario mínimo. (p. 2)

En este contexto, Ceutec, Tegucigalpa, en el cumplimiento de sus funciones básicas deberá convertirse en una institución para la previsión, la solución de problemas, la formación de profesionales que les permita hacerse cargo de la interdisciplinariedad de su quehacer, fortalecer sus relaciones con las comunidades locales e internacionales para desarrollar profundidad de conocimientos necesarios para desplegar el progreso humano y para buscar equilibrio en el avance intelectual, competencias para incrementar su desempeño productivo en las empresas. Desde esta perspectiva se deben de repensar los contenidos curriculares con competencias y cualidades de emprendimiento ya que el profesional universitario no está formado como emprendedor.

2.2.2 Formulación del Problema

Un sin número de planteamientos se han venido manejando con relación a la crisis que refleja el sistema laboral. Se requiere, formar en los profesionales de la Administración de Empresas aquellas capacidades de acción e interacción para desenvolverse en el mundo con una visión, una identidad propia y un pensamiento innovador.

Cada vez se requiere Administradores de Empresas con dominio en emprendimientos para dirigir efectivamente proyectos desde diferentes perfiles. Pero ¿Que hacer para poder incidir en el proceso de conocimiento de los estudiantes y desarrollar en ellos competencia que los lleve adoptar un comportamiento de líder emprendedor? ¿Cuáles son las competencias requeridas por los estudiantes universitarios para poder ser emprendedores? ¿Cómo se puede integrar la enseñanza universitaria a la formación de emprendedores?

Las preguntas anteriores podrían dar al menos dos respuestas: una, que los programas proporcionan las competencias necesarias que requieren los estudiantes para estructurar su proyecto de emprendimiento; y dos que los programas de la carrera de Administración de Empresas en Ceutec, Tegucigalpa deben implementar un plan de estudio con competencias para emprendedores.

En consecuencia, es fundamental realizar un estudio del perfil de emprendedores de los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa, considerando emprendimientos por necesidad, inversión, caza oportunidades, al azar y el emprendimiento del especialista; con la finalidad de identificar oportunidades de mejora.

2.2.3 Preguntas de Investigación

1. ¿Cuáles son las características del emprendedor que actúa por necesidad?
2. ¿Cuáles son las características del emprendedor denominado inversionista?
3. ¿Cuáles son las características del emprendedor denominado como Caza Oportunidades?
4. ¿Cuáles son las características del emprendedor denominado emprendedor al azar?
5. ¿Cuáles son las características del emprendedor denominado emprendedor especialista?

2.3 Variables de Investigación

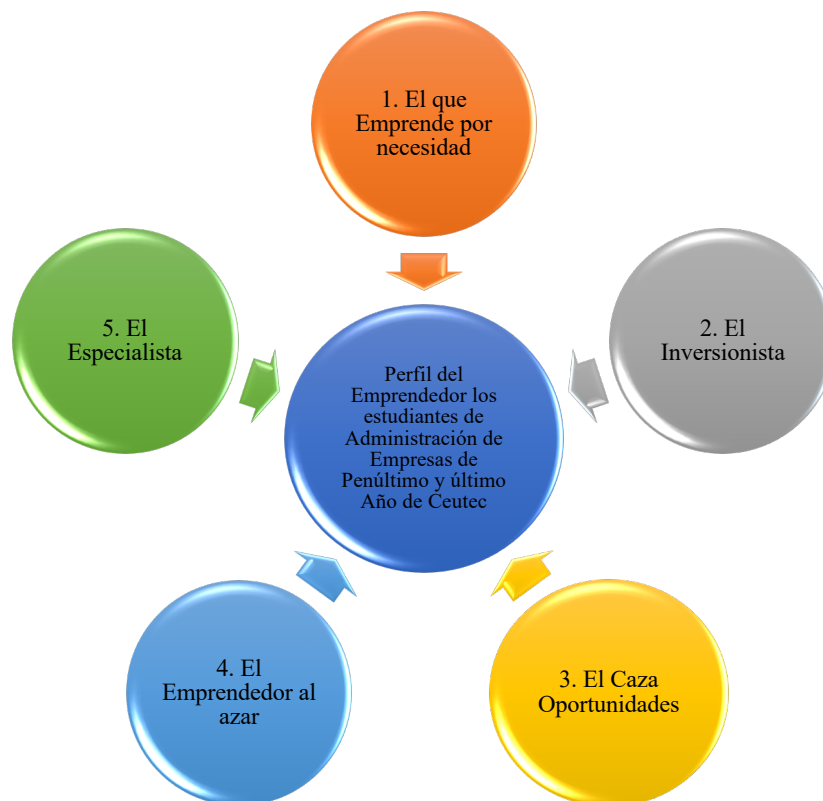


Figura 2. 1. Diagrama Sagital de Variables de investigación

2.4 Justificación de la Investigación

Esta investigación se justifica porque pretende determinar el perfil de emprendedores de los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa; considerando el que emprende por necesidad, el inversionista, el caza oportunidades, el emprendedor al azar y el especialista; con la finalidad de identificar oportunidades de mejora.

Hernández (2014) menciona evaluar la justificación de la investigación mediante los siguientes cinco criterios:

1. **Conveniencia:** se destaca la importancia de la investigación y la funcionalidad de esta para determinar el perfil de emprendedores de los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa, en futuros estudios requeridos.
2. **Relevancia Social:** esta investigación es de gran beneficio para los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa, para determinar los perfiles de emprendimientos por necesidad, inversión, caza oportunidades, al azar y el emprendimiento del especialista; propiciando el aprendizaje sobre el “emprendimiento”.
3. **Implicaciones Prácticas:** es una herramienta práctica que preparará directamente a los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa, en el desarrollo de las competencias para el emprendimiento.
4. **Valor Teórico:** Con la investigación se logra desarrollar conocimientos que apoyan teorías considerando los perfiles de emprendimientos por necesidad, inversión, caza oportunidades, al azar y el emprendimiento del especialista.
5. **Utilidad Metodológica:** en la investigación se elaboró un instrumento para recolectar y analizar las características para emprendimientos por necesidad, inversión, caza oportunidades, al azar y el emprendimiento del especialista; con la finalidad de identificar oportunidades de mejora.

La investigación contesta la interrogante: ¿Cuáles son las competencias requeridas por los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa, para un emprendimiento que brinde solución a las necesidades del mercado laboral?

2.5 Delimitación Espacial y Temporal de la Investigación

El objeto de estudio es “Perfil del Emprendedor de los estudiantes de Licenciatura de Administración de Empresas de penúltimo y último año de Ceutec, Tegucigalpa”.

- a. Espacial: Ceutec, Tegucigalpa.
- b. Temporal: 26 de Julio al 26 de Septiembre del 2021, aproximadamente ocho semanas.
- c. Clasificación: Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

III. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Determinar el perfil de emprendedores de los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa; considerando el que emprende por necesidad, el inversionista, el cazador de oportunidades, el emprendedor al azar y el especialista; con la finalidad de identificar oportunidades de mejora.

3.2 Objetivos Específicos

1. Describir las características del emprendedor que actúa por necesidad.
2. Describir las características del emprendedor denominado inversionista.
3. Describir las características del emprendedor denominado como Cazador de Oportunidades.
4. Describir las características del emprendedor denominado emprendedor al azar.
5. Describir las características del emprendedor denominado emprendedor especialista.

IV. MARCO TEÓRICO

4.1 Análisis de Entorno

4.1.1 Macroentorno

El éxito o la continuidad de un nuevo negocio dependerá de la capacidad del emprendedor en adaptarse a los cambios del entorno, por ello es importante contar con habilidades para desarrollar un negocio, así como un amplio conocimiento del entorno general, es decir los factores externos que inciden directamente con las actividades de los negocios.

Considerando la importancia del análisis del macroentorno Martínez & Milla, (2012), afirman: “Pronosticar, explorar y vigilar el entorno es muy importante para detectar tendencias y acontecimientos clave del pasado, presente y futuro de la sociedad” (p. 34).

Para el análisis del macroentorno del presente proyecto se utilizará la herramienta de análisis estratégico “PESTEL” que ofrece un panorama de la realidad actual y las tendencias del futuro en el entorno externo de los negocios. Este análisis es clave porque a partir de ello, los negocios establecen estrategias que les permiten hacer frente a estos desafíos y logren mantenerse en el mercado.

El análisis PESTEL evalúa la situación actual del entorno general de Honduras, ya que a partir de ello se dará a conocer como estos factores afecta a los nuevos negocios y a qué situación se enfrentan los emprendedores en la actualidad.

Para que este análisis sea eficaz, se debe definir los cuatro factores principales que tienen una influencia directa en los negocios. la siguiente figura expone dichos factores:

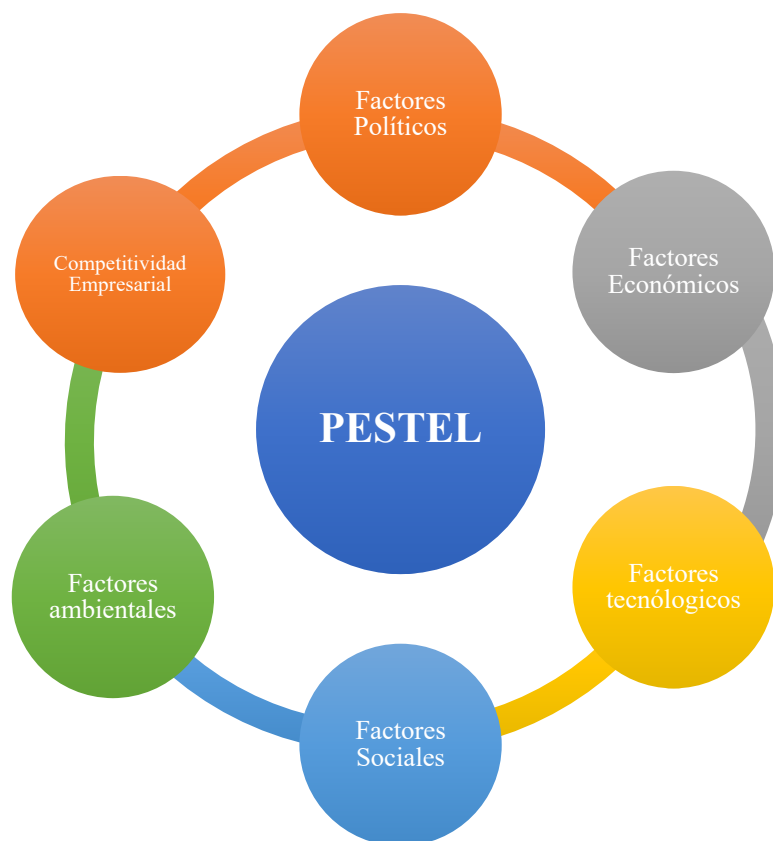


Figura 4. 1: Diagrama Análisis PESTEL.

Fuente: (Johnson et al., 2008)

Dentro de este análisis del macroentorno se considera el factor de competitividad empresarial para analizar en qué forma y con qué recursos cuenta el país para hacer posible que los negocios tengan alta competitividad y estén a la altura del mercado.

4.1.1.1 Factores Políticos

Martinez & Milla (2012) afirman: “Los procesos políticos y la legislación influyen las regulaciones del entorno a las que los sectores deben someterse. Las legislaciones gubernamentales pueden beneficiar o perjudicar de forma evidente los intereses de una compañía” (p. 36).

Al respecto COIPRODEN (2019) menciona: “Los problemas del mercado laboral tienen múltiples efectos negativos, directos e indirectos, en el desarrollo humano y calidad de vida de las personas, así como en el crecimiento económico del país” (p. 12).

Con relación a lo anterior, es de interés nacional generar e implementar programas y proyectos que impulsen el emprendimiento de tal forma que haya un crecimiento económico significativo en el sector de emprendimiento que apoyen al desarrollo de nuevos negocios. En los últimos 10 años encontramos las siguientes iniciativas:

Tabla 4. 1 *Leyes que fomentan el emprendimiento*

Año	Ley o iniciativa
2009	Ley para el Fomento y Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. (Decreto Legislativo 138-2009).
2013	Ley para la generación de empleo, fomento a la iniciativa empresarial, formalización de negocios y protección a los derechos de los inversionistas. (Decreto Legislativo No.284-2013).
2014	Estrategia Nacional de Fomento del Emprendimiento en Honduras.
2018	Ley de apoyo a la Micro y Pequeñas Empresas (Decreto Ejecutivo No. 145- 2018).
2019	Política de Emprendimiento (Pendiente de presentación al ejecutivo) Transición de estrategia a política. Responsable SDE.
2020	“ley especial de aceleración económica y protección social frente a los efectos del coronavirus covid-19”

Fuente: (COIPRODEN, 2019)

Estas iniciativas han tenido el objetivo de facilitar el desarrollo y crecimiento de las empresas, enfrentar las dificultades de la situación económica que enfrenta el país, e impulsado a reducir indicadores como el desempleo, la desigualdad, la desocupación y la migración. Mismos que hacen perder competitividad a nivel nacional y hacen menos atractivo la inversión extranjera.

Sin embargo, a pesar de estas iniciativas y leyes el país ha estado pasando por una crisis política que según Irías & Sosa (2018) en su informe de la CESPAD señalan: “Que Honduras padece una crisis de carácter histórico, estructural y multidimensional” (p.12).

Esta situación ha causado la inconformidad de una gran parte del sector de la sociedad y ha sido consecuencias que ha afectado negativamente la economía del país, creando movilizaciones, conflictos, manifestaciones que han persistido de tal modo que la inestabilidad política ha tenido un impacto significativo en la generación de nuevas empresas.

4.1.1.2 Factores Económicos

Los obstáculos que han limitado el logro de mejores resultados en la economía nacional en los últimos tiempos específicamente en el entorno empresarial, la falta de empleo en el país y el incumplimiento de un mínimo de condiciones laborales está determinada por los rasgos estructurales del mercado laboral que se traduce en una profundización de la pobreza y en una persistencia del empleo precario.

Martinez & Milla (2012) mencionan:” Existen multitud de factores económicos influyentes en el entorno de una sociedad, pero no todos tienen un impacto relevante sobre la actividad del sector, por lo tanto, la sociedad deberá escoger aquellos cuya evolución puede resultar útil consultar” (p. 35).

Para impulsar el crecimiento de la economía del país el sector emprendedor es clave y según un estudio del Banco Mundial (2013): “Se identificó una población de 590,437 MiPymes en todo el país, de las que 78.4% correspondían a trabajadores por cuenta propia con perfil de MIPYME y 16.2% a microempresas, que ocupan entre 1 a 4 empleados. La gran mayoría concentradas en San Pedro Sula y Tegucigalpa”.

Valenzuela (2013) en el informe diagnóstico sectorial de la MiPymes no agrícola en honduras menciona: “solo un 11% de estas unidades económicas recibe algún tipo de apoyo técnico para su desarrollo empresarial y 53% tienen acceso a servicios financieros, acceso que se reduce en la medida en que son más pequeñas” (p. 12).

Estas cifras permiten entender los principales desafíos económicos que se presentan en la sociedad emprendedora de Honduras. Limitantes como los servicios de crédito y activos productivos, las altas tasas de interés y una gran cantidad incongruentes de condiciones que impiden el crecimiento de los negocios, son algunos de los factores que influyen en el lento crecimiento económico del país.

Serrano (2016) menciona el siguiente análisis: Las cifras del Banco Central de Honduras ponen de manifiesto que el crecimiento promedio de la economía hondureña en los últimos 10 años ronda el 3.5% anual. Además, en base a información del INE, se estima que el crecimiento poblacional promedio del mismo período es de 2.5%, con lo cual, la brecha entre ambos crecimientos es de apenas el 1.0%. Con este panorama de bajo crecimiento económico y alto crecimiento poblacional, Honduras no saldría del subdesarrollo en el que se encuentra ni en 100 años.

4.1.1.3 Factores Sociales

CENPROMYPE (2018) afirman: “Para la población hondureña, el problema central del emprendimiento es la baja calidad, respuesta y debilidad institucional en el ecosistema de emprendimiento, en la industria de soporte, instrumentos financieros, articulación institucional, mentalidad-cultura y sistema educativo” (p. 15).

Berrios (2013) menciona: “Existe una gran variedad de organismos e iniciativas que trabajan en la promoción del emprendimiento. Dada la poca coordinación interinstitucional entre los organismos que tratan de brindar apoyo a los emprendedores, no existe una visión de largo plazo del proceso de apoyo” (p. 80).

Considerando lo anterior, se pueden identificar al menos dos problemas, en primer lugar, que la calidad de apoyo no es suficiente para fomentar el espíritu emprendedor y en segundo lugar las organizaciones creadas para fomentar el emprendimiento no tienen una coordinación adecuada que permita lograr la visión de generar mayor espíritu emprendedor.

Otro factor importante para considerar es la falta de desarrollo de actitud y aptitudes para emprender, mismas que no se inculcan adecuadamente en las instituciones académicas.

Berrios (2013) afirma: “Los centros de formación técnica parecen focalizarse más en la producción de técnicos trabajadores que en agentes emprendedores, solo 4 de cada 100 egresados de los centros técnicos vocacionales aspiraban a ser empresarios” (p. 83).

Ante estos factores antes mencionados, se debe crear una estructura que pueda incentivar el espíritu emprendedor mediante el enfoque en las habilidades que permitirán formar buenos emprendedores.

CENPROMYPE (2018) considera que la clave del cambio consiste en: “Crear instrumentos metodológicos y pedagógicos que permitan fomentar el emprendimiento en el sistema educativo: Fomentar la instalación de instrumentos como programas, talleres, seminarios conferencias, apoyo a la investigación y desarrollo, charlas, herramientas tecnológicas y contenidos digitales que promuevan el emprendimiento en todos los niveles educativos” (p. 18).

4.1.1.4 Factores Tecnológicos

Martinez & Milla (2012) la importancia de la tecnología radica en que: “Generan nuevos productos y servicios y mejoran la forma en la que se producen y se entregan al usuario final. Las innovaciones pueden crear nuevos sectores y alterar los límites en los sectores existentes” (p. 35).

Para Honduras la tecnología ha sido clave para el desarrollo de negocios, ha brindado facilidad de comunicación, ha ayudado a ahorrar tiempo y recursos, de esta manera se han reducido costos en procesos manuales que ahora son obsoletos. Sin embargo, en comparación a otras economías, Honduras aún tiene que trabajar en desarrollar una infraestructura funcional en donde pueda aprovechar el máximo potencial de la tecnología.

Berrios (2013) analizando la situación en Honduras menciona: “Honduras continúa muy por debajo en el número de usuarios debido a la infraestructura que todavía está desarrollándose, bajos incentivos y costos más altos. A pesar de haber crecido a una fuerte tasa en la última década, a nivel global Honduras muestra un bajo índice de uso individual de internet” (p. 82).

Para tener una idea de lo antes mencionado, Honduras para el 2011 solo tenía un 15% de población con acceso al servicio de internet. Además, un 75% de la población carece de un servicio electrónico para facilitar procesos en sus negocios, esto permite analizar que los negocios en Honduras están lejos de lograr su máximo potencial a causa de la falta de recursos tecnológicos.

Honduras para aprovechar el avance de la tecnología debe enfocarse en la investigación y desarrollo a fin de poder adaptarse a estos cambios.

Berrios (2013) señala: “Honduras es el país que menos invierte en I+D Latinoamérica y el segundo país con menor generación de conocimiento en Centroamérica. La poca dinámica en I+D crea un entorno poco propicio para incentivar capacidad empresarial de innovar y adaptarse a nuevas tecnologías” (p. 82).

A pesar de las grandes dificultades en el acceso de la tecnología en Honduras, el impacto ha sido positivo.

Raudales (2017) citando a Spencer menciona que la tecnología ha provocado: “Reducción de los costos de transacción; velocidad, precisión y capacidad de coordinar actividades a distancia y mejoras análogas; acceso inmediato a recursos humanos valiosos” (p. 2).

4.1.1.5 Factores Ambientales

Honduras dispone de una gran riqueza natural gracias a su diversidad climática, extensos bosques, diversidad de relieves geográficos, abundantes mantos acuíferos, acceso a dos océanos y una gran capacidad de generar energía renovable. En las últimas décadas las condiciones han sufrido efectos por prácticas agrícolas, mineras y forestales no sustentables. La vulnerabilidad a desastres naturales y a los efectos globales del cambio climático ejerce presión sobre las empresas. El desafío para Honduras es adaptar sus actividades económicas a este nuevo escenario, lo cual implica costos de transformación pero a la vez abre la oportunidad para desarrollar nuevas tecnologías en este campo.

En la actualidad, Honduras ha tenido un fuerte crecimiento en producción de energías renovables, lo cual está transformando la matriz energética. El país tiene igualmente muchas oportunidades para explotar productos biológicos y extender los servicios turísticos ya desarrollados sobre todo alrededor de los arrecifes de corales, playas e islas del Caribe. En tal contexto, hay potencial para promover empresas sostenibles en una gran variedad de rubros.(Berrios, 2013, p. 121)

4.1.1.6 Competitividad Empresarial

Para Espinoza (2018) la competitividad: “Son los elementos como, recursos, territorio, ubicación como niveles políticos, económicos y sociales que ocasionan que el país tenga una ventaja competitiva que permita que se destaque dentro del resto de países” (p.39).

Considerando la definición de competitividad, se puede encontrar una gran cantidad de recursos o ventajas que permitan un pleno desarrollo en Honduras. Factores como estructura de economía abierta, ubicación geográfica, recursos naturales, el turismo y una gran cantidad de empresarios con espíritu de emprendedor son indispensables para liberar al país de los obstáculos que le impiden lograr su pleno potencial.

El Foro económico mundial (2016) menciona a doce pilares indispensables con los que debe contar una economía para garantizar la competitividad local y global, estos son: “Salud y Educación Primaria, Educación Superior y Capacitación, Eficiencia de los Mercados de Bienes, Eficiencia del Mercado Laboral, Desarrollo del Mercado Financiero, Preparación Tecnológico, Tamaño del mercado, Sofisticación de los Negocios e Innovación” (p. 1).

Estos pilares y las reformas mencionados anteriormente en los factores macroeconómicos en términos de corto, mediano y largo plazo permitirían a Honduras generar mejores condiciones para los emprendedores del país.

Berrios (2013) afirma: “Un ambiente macroeconómico de mercados crecientes y previsibles facilita el desarrollo empresarial, lo cual a su vez facilita las condiciones macroeconómicas” (p. 3).

4.1.2 Microentorno

El microentorno en este proyecto está basado en la herramienta de análisis de las cinco fuerzas de Porter que evalúa el entorno competitivo. Las cinco fuerzas señaladas por Porter: los clientes, los proveedores, las empresas de otras industrias que ofrecen servicios sustitutos y nuevas universidades potenciales.

Martínez & Milla (2012) afirman que la importancia de las cinco fuerzas: “Cada una de estas fuerzas afecta a la capacidad de una empresa para competir en un mercado concreto. Juntas determinan la rentabilidad potencial de un sector determinado, estas cinco fuerzas actúan permanentemente en contra de la rentabilidad del sector” (p. 40).

De acuerdo con el perfil de un emprendedor la realización del diagrama de Porter permite, la comprensión de las fuerzas competitivas y profundizar sus causas. Demuestra los orígenes del rendimiento actual, brinda un marco para pronosticar a la competencia e influir en ella y en los beneficios a largo plazo.



Figura 4. 2: Diagrama de Porter.

Fuente: (Thompson & Gamble, 2006, p. 55)

4.1.2.1 Proveedores

El proceso de compras de la empresa puede crear valor, afectando de forma directa el nivel de servicio de sus clientes. Uno de los objetivos estratégicos de toda empresa es poder contar con los mejores proveedores de productos o servicios.

En la búsqueda de la competitividad se debe analizar la competencia buscando conocer calidad y precios de los productos, sistemas de ventas, proveedores, etc., lo que posibilitará establecer estrategias que anticipen el efecto de sus acciones comerciales en la captación de clientes. (Del Río et al., 2014)

“Fortalecer los programas de servicio al cliente es recomendable porque permite potenciar las relaciones de las empresas del sector con sus usuarios a través de la generación de momentos de verdad que satisfagan sus expectativas” (García & Pérez, 2010, pp. 188-197).

La atención que se le brinda al proveedor debe ser parte de la cultura de la empresa, porque es fundamental alcanzar una ventaja competitiva y debe convertirse en algo que forme parte del diario vivir del talento humano dentro y fuera de la empresa.

“Cuando los emprendedores deciden crear una pequeña empresa deben asumir diversas funciones dentro de la organización, que van desde la operación de maquinaria, la promoción y venta del producto, la gestión con proveedores hasta las funciones directivas” (Bird, 1988, p. 442).

Lo anterior implica que la forma de gestionar el negocio también se encuentra mediada por las características propias del fundador, muchas de las cuales son inherentes a sus valores y creencias, es decir, la cultura que ha sido adquirida al estar inserto en un sistema social particular. (Mitchell et al., 2000, pp. 974–993)

Ceutec, Tegucigalpa cuenta con un sin números de proveedores desde mantenimiento, seguridad, computación y tecnología, publicidad hasta servicios públicos, nacionales e internacionales según el bien o servicio solicitado. Es de vital importancia señalar que esta fuerza determina el funcionamiento operativo. El desarrollo de los proveedores en Ceutec, Tegucigalpa podrá ser un área estrategia para canalizar la información, evaluarlos y seleccionar aquellos que cumplan con los requisitos de la institución. Sin embargo, el principal proveedor es el personal académico que eleva el prestigio, influencia según su cualificación académica al no existir un sustituto real, éste mantiene una posición negociadora sólida y un alto grado de poder.

4.1.2.2 Compradores

La clasificación de los compradores es estimada desde compradores internos, que son parte de la organización de la empresa, compradores externos que son los que tienen una relación comercial con la empresa y los compradores finales que son lo que utilizan los productos o servicios que brinda la empresa. En el caso de Ceutec, Tegucigalpa se identifican a los empleados de la institución y los estudiantes y/o padres de familia como los compradores más importantes.

Pueden considerarse como compradores del servicio educativo a los estudiantes, padres de familia, empleadores e industrias, los estudiantes son los principales compradores del servicio y han ganado más poder, debido a que ahora cuentan con un abanico de mayores opciones en su elección de instituciones educativas. El estudiante y sus padres, considerados como los principales clientes, tienen menos poder en comparación con los proveedores, excepto en los casos en que, están debidamente organizados y se encuentran representados en los órganos de decisión.(Salinas & Burga, 2019, p. 3)

Los compradores en un servicio educativo están establecidos a largo plazo con dependencia de las matrículas de los alumnos de una carrera seleccionada y las clases establecidas mediante un plan de estudios. En el caso de la universidad Ceutec, Tegucigalpa los estudiantes pagan por tener un servicio de calidad, accesible que les permita cumplir sus sueños y finalizar sus estudios priorizando la educación de prestigio.

Ceutec, Tegucigalpa ofrece a los compradores no solo brindar buenos servicios que cumplan con sus expectativas en cuanto a oferta, precios y los más altos niveles de calidad y liderazgo nacional e internacional. Es de suma importancia considerar la percepción del comprador sobre el precio por servicio recibido en relación con las ofertas de la competencia.

4.1.2.3 Servicios Sustitutos

Una institución empresarial no es interesante si existen servicios sustitutos reales o potenciales. La situación se dificulta si los sustitutos están más desarrollados tecnológicamente o pueden tener precios más competitivos bajando márgenes de utilidad.

Todas las empresas compiten con las industrias que generan servicios sustitutos, estos servicios limitan los rendimientos potenciales de un sector industrial, ya que imponen un límite superior a los precios que pueden cobrarse rentablemente en él, cuanto más atractiva sea la opción de precios que ofrecen los sustitutos, mayor será el margen de utilidad para las empresas que compiten contra ellos. Para descubrir estos servicios sustitutos es necesario buscar otros servicios que realicen la misma función que él de la industria. (Porter, 2008, p. 556)

En la industria de la educación las empresas ofrecen una gama de posibilidades desde tecnologías educativas son posibles de utilizar y hoy en día. Aparecen opciones más económicas y viables que son una amenaza para las empresas con clases virtuales o instituciones con clases presenciales que brindan mayores facilidades y diferentes opciones. Cada día crecen más la exigencia junto con la tecnología es por ello por lo que Ceutec, Tegucigalpa cuenta con mucha experiencia y buen servicio que incluye plataforma virtuales y docentes de calidad que garantiza la satisfacción del cliente generando confianza con proyectos innovadores.

Por otro lado, Ceutec, Tegucigalpa forma profesionales en diferentes carreras, pero sobre todo cuenta con la cultura presenta emprendimientos, herramientas que le permitan potenciar a los estudiantes las competencias personales y grupales necesarias para la creación de empresas que contribuyan a su empleabilidad e inserción laboral.

4.1.2.4 Nuevas Universidades Potenciales

El análisis de la amenaza de ingreso de nuevas universidades potenciales permite manifestar estrategias destinadas a frenar el ingreso de empresas que produzcan u ofrezcan estos servicios o, en todo caso, destrezas que permitan competir con ellas. La lealtad de los consumidores crea una barrera de entrada que impide el ingreso de nuevos competidores y hace más difícil de superar las características especiales del producto.

Porter (2008) afirma: “La diferenciación genera márgenes más altos de utilidad para enfrentar al poder de los proveedores, aminora además el poder de los compradores ya que estos no disponen de opciones similares y por tanto son menos sensibles al precio” (p. 54).

Ceutec, Tegucigalpa despliega proyectos de emprendimiento con la finalidad de incentivar el espíritu emprendedor en los estudiantes y el talento empresarial, de modo que puedan generar procesos creativos de nuevas ideas de negocio, adquirieran habilidades para realizar planes de negocio y crear estrategias para la gestión operativa. Es decir, alcancen competencias para la planificación, la organización y la gestión de pequeñas o microempresas.

Pérez (2011) señala: En el caso de que existan beneficios superiores a la media en el sector, atraerá mayor número de inversionistas, aumentando la competencia y, en consecuencia, bajando la rentabilidad del sector.

4.1.2.5 Rivalidad entre Competidores

Para una institución será más difícil competir en un mercado donde los competidores estén bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

Salinas & Burga, (2019) afirman: “La intensidad de la rivalidad entre los competidores depende del objeto de la competencia: estudiantes, profesores, donantes, fondos gubernamentales o fondos de investigación” (p. 3).

La rivalidad entre competidores en este tipo de sector está compuesta por varios oferentes y demandantes dado de que el producto no es homogéneo, en este caso se refiere al producto como el servicio educativo, ya que existe un poder de marca contrastando la calidad de este, y un servicio que tiende a distinguirse con mayor rapidez. Pero las estrategias actuales se enfocan más en atraer a los clientes que en desprestigiar o resaltar debilidades de la competencia ya que universidades con servicio privado o público en el país que es la mayor barrera competitiva y tanto que obliga a las universidades privadas como Ceutec, Tegucigalpa que realiza la innovación en plataformas tecnológicas y adecua sus diferentes programas a las exigencias del mercado.

Este efecto de acción y reacción puede mejorar la situación de la empresa, si se intensifican los ataques las compañías pueden sufrir las consecuencias y entonces la situación empeorará. Esta rivalidad se debe a que uno o más competidores se sienten presionados a mejorar su posición o ven la oportunidad para hacerlo. (Porter, 2008, p. 407)

4.2 Teorías de Sustento

4.2.1 Teoría Kirzner Emprendimiento

Es una teoría generada por la “Escuela Austriaca” que visualizan a los emprendedores como inventores de nuevas oportunidades. La aproximación de Kirzner se refiere a la teoría de mercados que acepta conocimientos imperfectos y describe el mercado como un proceso de hallazgo y aprendizaje. El emprendedor está alerta a las oportunidades económicas, maneja la información para su propio beneficio e inicia su proceso de mercado. El aprendizaje es una parte fundamental del proceso de manera que el emprendedor se ve forzado a utilizar el nuevo conocimiento para competir en el mercado (Kirzner, 1973).

En la teoría kirzniana, a través de la función empresarial, el emprendedor es el sujeto que logra obtener el error de los mercados para descubrir nuevas oportunidades y con ello la disposición del esfuerzo y los recursos necesarios de los nuevos nichos de mercado: estableciendo los mercados del futuro. Según la teoría austriaca de los mercados dinámicos el emprendedor desempeña su papel de coordinador económico, con lo que logra conducir los precios del mercado hacia el punto de equilibrio. Un equilibrio que nunca se alcanza.

Con relación a la escuela austriaca Kirzner señala que el emprendedor es el agente central en la economía capitalista. Toma sus decisiones apoyadas en juicios intuitivos; por lo que adquiere especial relevancia el proceso heurístico que tiene lugar en el mercado. Asimismo, el empresario oportunista de Kirzner puede ser cualquier agente económico.

Kirzner (1973) menciona que el homo economicus se trata de una versión ampliada predomina la capacidad de resolver situaciones inesperadas, en lugar de considerarle un empresario pasivo entre opciones conocidas.

En la teoría kirzniana, el desequilibrio del mercado es el producto de la ignorancia inconsciente en quienes toman las decisiones; pues en el proceso competitivo se vende y se compra en medio de la indecisión y a diferentes precios. En el curso de este proceso de libre competencia es donde los actores del mercado realizan los descubrimientos de oportunidades de beneficio empresarial. Asimismo, en un proceso de libre competencia, pueden aparecer oferentes que vendan por debajo de los precios que ofertan y los demandantes que compren por encima del precio que es pagado por otros.

Kirzner (1973) afirma: “cada etapa del proceso de emprendimiento consiste en una continua revisión de las opiniones de sus potenciales participantes referente a la situación del mercado” (p. 136)

La empresarialidad en el sistema de como la de Schumpeter por ejemplo consiste en una introducción a nuevos procesos en la producción. La producción de nuevos o de antiguos productos con nuevas formas, es un empresario innovador que al cumplir con su papel crea al mismo tiempo beneficios para sí mismo. Hasta aquí, sus teorías son similares; en lo que difieren, como lo manifiesta él mismo, que la característica importante de la empresarialidad no es tanto la capacidad de apartarse de la rutina como la de percibir nuevas oportunidades que otros aún no han advertido.

La empresarialidad para Kirzner no consiste tanto en la introducción de nuevos productos o nuevas técnicas de producción como en la habilidad de ver dónde los nuevos productos se han hecho insospechadamente valiosos para los consumidores. Dónde los nuevos métodos de producción se han hecho factibles. La función del empresario consiste en no alterar las curvas de costos o de ingresos, sino en advertir, lo cual ha cambiado. (Kirzner, 1973, p. 31)

Kirzner (1973) afirma:

Las oportunidades que aparecen sobre mercados existentes, lejos de ser omniscientes, los participantes en el mercado actúan en el marco de una racionalidad limitada y de una información incompleta. Es así como las creencias y las decisiones de los actores económicos son mancilladas por errores, lo que facilita que en algunas ocasiones otros saquen provecho de estos errores de mercado. (p. 32)

4.2.2 Teoría de McClelland comportamiento del 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” (Pulgarín, 2013, p. 4).

“Sobre el espíritu emprendedor la teoría fue primordial para el crecimiento de los saberes científicos, expone que el empresario tiene su mayor motivación en la necesidad de logro, realizar una buena tarea exigiendo cosas desafiantes” (Rivera & Pizarro, 2009)

McClelland (1961) plantea:

Las necesidades son el punto de partida del patrón del comportamiento de las personas, creando una resistencia interna y actúa como impulso para orientar la conducta a la hora de reducir la tensión. En ese contexto se piensa que el ser humano puede lograr las necesidades aprendiéndolas durante el progreso de su vida, por lo que muchas de ellas se aprenden de la cultura de la sociedad, éstas las clasificó en tres categorías: logro, poder y afiliación.

Tabla 4. 2 *Las Necesidad según McClelland (1961)*

Las Necesidad según McClelland (1961)	
La Necesidad del Logro	Tiene atracción por alcanzar las metas que reflejen todo el esfuerzo aplicado o incluso que existan ciertas habilidades y aptitudes para concebirlo, las personas en las que predomina esta necesidad tienden a lograr un nivel de eficacia a nivel individual y el manejo de puestos a gestión de nivel medio.
La Necesidad de Aflicción	Reflejo un deseo externo de ser parte de algo como grupos sociales , y la manera de buscar interacción social con las demás personas y por eso esta clase de personas tiene una mejor función sintiéndose parte de algún grupo siendo mejores como empleados y no tanto un rol de líder.
La Necesidad de Poder	Es una persona que logra la motivación personal impactando a las demás personas de algún modo con el fin de incluir o satisfacer necesidades propias sobre las demás situaciones competitivas predomina el poder y deseo de control y este tipo de personas si se lo disponen logran cumplir sus necesidades muchas veces sobre las necesidades del grupo.

Fuente: (McClelland, 1961, p. 34)

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. (Benítez, 2004)

Fundamentándose 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 socioeconómico, religión, cultura, sexo o raza, en todos ellos se repetían en mayor o menor medida una serie de pautas de comportamiento. (Benítez, 2004)

Los hallazgos permitieron reglamentar los siguientes elementos de análisis:

- a) Existen 30 comportamientos comunes en los emprendedores consultados que son clave en su éxito. Benítez (2004)
- b) Estos 30 comportamientos se agrupan en diez pautas de comportamiento emprendedor: búsqueda de oportunidades e iniciativa, asumir riesgos calculados, requerir eficiencia y calidad, perseverancia, obediencia y cumplimiento, búsqueda de información, establecer metas y planificación. Benítez (2004)

El desarrollo de esta atribución está influenciado en la persona por la crianza y por aspectos sociales y culturales del entorno. Su aporte consistió, además de descubrir que este rasgo de la personalidad es indispensable para ser un emprendedor de éxito, en demostrar que este no es obligatoriamente innato, sino que se puede desarrollar. Diversos autores han identificado que las personas con alta necesidad de logro quieren hacer bien las cosas y obtener resultados mejores que otros; incluyendo a los que tienen más autoridad; disfrutan tomando responsabilidades personales y recibiendo realimentación por sus acciones. (McClelland, 1961, p. 89)

McClelland plantea que el punto de partida del patrón del comportamiento de las personas está condicionado por las necesidades, esto crea una tensión interna en la persona y actúa como una incitación que orienta que el emprendimiento puede adquirir. Adquiere las necesidades a través del aprendizaje durante el desarrollo de su vida fijando que cada perfil de emprendedor debe estar comprometidos con sus resultados y que su conducta impulsará sus acciones intentando siempre conseguir un ambiente cooperativo y seguro.

4.2.3 Enfoque de Emprendimiento según Gibb y Ritchie

El planteamiento de (Gibb & Ritchie, 1982, pp. 27 y 31) señala: “una propuesta de series de factores básicos que acuerdan el surgimiento y éxito de las nuevas empresas las cuales son la motivación y determinación, la idea de mercado, los recursos y habilidades” (pp. 27 y 31).

Éste proceso psicológico sigue tres dimensiones: la iniciación o elección, la intensidad y la persistencia. El término motivación implica más que la conducta motivada un proceso difícil que establece una meta que anhela, la elección de un curso de acción que logre la meta y lleve a cabo el curso de acción designado al modelo empresarial del aprendizaje.

En términos generales el proceso conserva la misma lógica que va desde la concepción del nuevo negocio, su construcción y las siguientes fases de desarrollo. Esta propuesta plantea un proceso emprendedor que tiene una concepción, una gestión y una infancia, con sus respectivas características. (Palmero et al., 2002)

Los perfiles de un emprendedor consideran los antecedentes y la educación laborales del individuo como dos elementos de relevancia para explicar la disposición a crear unas nuevas empresas. En Ceutec, Tegucigalpa se valora la probabilidad que cada individuo conozcan la problemática del mercado, los proveedores, la tecnología que se utiliza en el sector en cuál de ellos quieren ser empleados.

El enfoque del proceso social y del curso de vida, toman en cuenta la posible naturaleza formativa de las etapas tempranas de la vida como creadoras de las ambiciones básicas, poniendo igual énfasis en las ideas y ambiciones que surgen en la edad adulta. Esto no significa que los emprendedores pueden ser “hechos” simplemente orientando el entorno adecuadamente, sino que la idea de la nueva empresa está vincula a la experiencia previa del individuo y que tanto ésta como la ambición emprendedora surgen en la edad adulta.(Gibb & Ritchie, 1982, p. 32)

Gibb & Ritchie (1982) mencionan que la educación y los antecedentes laborales del individuo como dos elementos de relevancia para explicar la intención a crear una nueva empresa. El emprendedor usualmente concreto sus nuevas ideas empresariales a aquellas líneas de negocio con las cuales anteriormente estuvo relacionado como empleado o empleador. Es muy probable que conozcan la oportunidad del mercado, los proveedores y la tecnología que se utiliza en el sector en el cual ellos fueron empleados.

Gibb & Ritchie (1982) al crear la teoría sobre el emprendimiento identificaron un proceso creado de empresas compuesto por seis etapas que fue nombrado Idas y Vueltas y que se conforma mediante:

Tabla 4. 3 *Etapas del proceso Idas y Vueltas por Gibbs & Ritchie (1982)*

Idas y Vueltas por Gibbs & Ritchie (1982)
La adquisición de motivación
Búsqueda de la idea
Validación de la idea
Identificación de los recursos
Negociación previa a la entrada
Nacimiento y supervivencia

Fuente: (Gibb & Ritchie, 1982, p. 54)

Y al realizar las seis etapas se logra visualizar que su enfoque va dirigido a la afirmación de un espíritu emprendedor y que pueden llegar a ser abordado por diferentes premisas desde una índole económica hasta una índole interdisciplinaria variando en a los diferentes enfoques para analizar el fenómeno de un emprendedor.

En la otra corriente analítica de tipo no económica, se encuentran los que consideran que el emprendedor se hace. Estos analistas estiman que el proceso emprendedor es multivariado y complejo con factores contextuales determinantes en la toma de decisiones del emprendedor , los diversos autores que analizan el fenómeno emprendedor con una lógica conductual lo hacen desde diversas perspectivas (describir el proceso de creación, elucidar los factores de éxito, diferencias espaciales en las tasas de creación de empresas, papel que juegan las redes y nexos personales, etc.), pero todos ponen el énfasis en aspectos de índole contextual como explicativos del acto emprendedor. (Gibb & Ritchie, 1982, p. 30)

Las diferentes teorías de emprendimiento se fundamentan en la creación de las empresas llega a ser un proceso social que se lleva cabo por individuos por influencias o algunas relaciones de índole social que incurrieron en el pasado lo que desarticula toda ideología sobre el emprendimiento y el sacrificio de mismo dado que esos casos con diferentes perspectivas y factores que resultan detonantes que están vinculen el ejercicio de emprender a un vínculo entre un grupo de individuos relacionados socialmente.

4.3 Conceptualización

4.3.1 Emprendedor

Un emprendedor es una persona que tiene un sueño, una visión o un talento innato en el cual se puede articular un proyecto traducido en un producto o un servicio. Muestra actitud de liderazgo y acción, que con habilidades propias puede gestionar y desarrollar un proyecto personal y/o profesional. Son personas que independientemente de su condición física o jurídica son aptas para desarrollar un proyecto.

Emprendedor es el adjetivo que se asigna a la persona que tiene iniciativa y decisión para acometer empresas. Un emprendedor no es inventor, ni científico, ni dueño de capital; es un innovador que realiza procesos de cambios sociales y tiene carácter multidimensional. El emprendedor asume un proceso constante de innovación valioso por sí mismo y no por sus resultados. Los emprendedores son individuos que imaginan y llevan a la práctica nuevas respuestas a los problemas que enfrentan las sociedades a través del tiempo. Están atentos a las oportunidades para descubrir necesidades insatisfechas y seleccionar fórmulas apropiadas para satisfacerlas (Gámez, 2014, pp. 113–138).

La mayor parte del éxito del emprendedor se debe a sus competencias, persistencia y gran capacidad de trabajo, también ha tenido intuiciones acertadas. Con más aciertos que fracasos para sobrevivir. El perfil del emprendedor tiene numerosas características sin embargo se debe de tomar en cuenta cual es la motivación de emprender ya que las empresas creadas por personas que no encuentran oportunidad laboral en el mercado su tiempo de supervivencia es menor que aquellas personas que emprenden por otras motivaciones como ser encontrar la solución a una necesidad del mercado.

Las cualidades de los emprendedores suelen ser el interés por hacer algo distinto por ellos mismo y un estado de alerta del cual emerge el reconocimiento, descubrimiento o generación de una oportunidad de negocio con el fin de crear un valor económico social. Así mismo poseen características individuales de conocimiento, habilidades, estándares de vida y la imagen del emprendedor en la sociedad.

4.3.2 Emprendedor por Necesidad

Este tipo de emprendedor no está satisfecho con su situación profesional o económica y decide indagar nuevos rumbos. Son constantes y tenaces, por lo que acaban descubriendo la mejor manera de obtener los ingresos adecuados y/o necesarios para subsistir.

(Ochoa, 2017) menciona: desde que el mercado laboral ha tenido dificultad para ofrecer oportunidades de trabajo suficientes muchos profesionales y estos han optado tomar acción por su cuenta. Esto ha llevado que muchos levanten proyectos de emprendimiento por necesidad debido a la falta de oportunidades laborales o por la alta competitividad en el mercado. Los profesionales optan por este camino de emprender para subsistir, porque no ha conseguido un trabajo por cuenta ajena ni otra alternativa que le permita obtener unos ingresos aceptables.

Tabla 4. 4 *Características de emprendedor por necesidad*

Característica	Descripción
Inmediatez por monetizar	No dispone del mismo margen de maniobra que otro tipo de fundadores. Toma la decisión tras comprobar cómo su prestación por desempleo se agota y no encuentra un empleo fijo. Por lo tanto, hay cierta urgencia para conseguir clientes e ingresos. Eso puede llegar a ser un factor en su contra si acepta trabajos de poca calidad o mal pagados.
Excesivo celo o falta de riesgo	Estos fundadores no pueden arriesgar mucho más allá que la capitalización. No suelen poner más dinero, porque precisamente les hace bastante falta obtenerlo. Esto los lleva a ser más cautelosos y precavidos.
No existe un plan de negocio	Muchos de estos profesionales no se paran a elaborar un plan de negocio. En muchos casos ni siquiera tienen tiempo de detenerse a evaluar el mercado y sencillamente se ponen a ofrecer sus servicios.
Puede haber falta de pasión	Eso es más difícil que les ocurra a aquellos profesionales que inician un emprendimiento por necesidad, ya que en realidad su motivación es la obligación. Iniciar una actividad profesional por su cuenta es su última alternativa.
No hay un compromiso a largo plazo	Este tipo de emprendedores se hacen autónomos como una situación transitoria. De hecho, es muy probable que abandonen el trabajo por cuenta ajena si les ofrece un puesto de trabajo que colme sus expectativas laborales y económicas. La actividad puede cambiarse por otra que genera ingresos más altos o cesarse cuando alguien los contrate.
Crean micro pymes	Normalmente se trata de proyectos de muy pequeño tamaño y en su mayoría unipersonales. Pueden subcontratar a otros profesionales para algunos trabajos cuando no dan más de sí o les piden algo especializado, pero lo normal es que los hagan ellos mismos. No suelen tener interés en contratar a otras personas, sino en abarcar el mayor número de encargos posibles.

Fuente: (Ochoa, 2017)

El emprendimiento por necesidad proviene de una situación de escasez, normalmente de recursos económicos. Por ello, se suele caracterizar por estar orientado a la generación de ingresos en un corto periodo de tiempo. El empleo generado con este tipo de emprendimiento suele ser reducido, ya que los limitados recursos no posibilitan muchas contrataciones. Así, son muchos los casos en los que el emprendimiento por necesidad se reduce al autoempleo. Las empresas creadas a partir de una eminente necesidad también tienen un alto grado de fracaso. (S. L. M. Martínez, 2020, p. 2)

4.3.3 Emprendedor Inversionista

Tiene una visión excepcional para salir indemne de todas las crisis debido a que cuenta con capital y decide crear una compañía buscando la rentabilidad sobre todas las cosas.

Santillán Salgado et al., (2015) afirma: un emprendedor es consciente y se hace responsable de sus acciones, deseando lograr objetivos a través de un esfuerzo considerable. Cuando se habla del perfil necesario, el inversionista espera que el emprendedor sea capaz de mantener la tónica de su esfuerzo, de evaluar y de reaccionar adecuadamente ante los riesgos.

El emprendedor sabe que debe trabajar en equipo para poder lograr los objetivos comunes planteados y, así, cada miembro del equipo aportará sus habilidades para desempeñar satisfactoriamente las tareas que se presenten. Por esto, contar con la aportación de otros individuos ayuda a obtener mejores resultados. Consistente con trabajos previos, los inversionistas ponen especial atención en el equipo con que cuenta el emprendedor. (Santillán Salgado et al., 2015, p. 158)

El emprendedor se esmera en mantener a los clientes satisfechos y posiciona en primer lugar la buena calidad a largo plazo, encima del deseo de hacer dinero a corto plazo. Se comporta de forma que lo que hace, satisfaga. Además, desarrolla procedimientos para garantizar que el trabajo atienda a estándares de calidad (Santillán Salgado et al., 2015, p. 158).

Este emprendedor se involucra dónde puede acudir en tiempo y forma para reaccionar a situaciones adversas solucionando las dificultades de forma apropiada y efectivamente.

4.3.4 Emprendedor “Caza Oportunidades”

Cuenta con una mente muy racional y analítica, que le permite detectar donde se hacen las cosas de una forma poco práctica. Percibe los detalles mínimos y saca conclusiones insospechadas contando con la tendencia de ser muy versátiles.

(Kantis, 2009, p. 6) afirma:

Son aquellos que emprenden porque han detectado un problema, déficit o una insatisfacción en el mercado consumidor. Ellos creen poder aprovechar y capitalizar a través de sus ideas creativas e innovadoras de solución. Ese proceso se da a partir de la observación que les permite un trabajo en relación de dependencia y otras veces por circunstancias aleatorias; lo cierto es que la observación y la detección de oportunidades son aptitudes propias de un emprendedor. (p. 6)

Muñoz & Ruiz (2016) afirma “Se enfoca en factores como rápida capacidad para la toma de decisiones y flexibilidad organizacional a través de los cuales responder a los nuevos mercados y a las oportunidades tecnológicas”(p. 15).

4.3.5 Emprendedor al Azar

Emprendedores (2020) menciona que este perfil es un ejemplo claro de lo que es un emprendedor por accidente o casualidad sin embargo, muchos de los grandes empresarios que han comenzado sus negocios por casualidad; estos individuos tienen una gran adaptabilidad para los cambios y aprovechan los contratiempos.

Lockward & Valle (2019) ratifica: “La suerte juega un papel importante en este tipo de emprendedor. Está en el lugar adecuado en el momento oportuno. Y no le tiene miedo al cambio ni a los contratiempos. Los sabe aprovechar para emprender” (Lockward & Valle, 2019, p. 13).

Las circunstancias y/o las experiencias hacen que se les “ilumine la bombilla”. Normalmente surgen en mercados en crecimiento y con altas deficiencias donde se atreven y se lanzan a emprender. Suelen tener una visión clara de lo que necesita el mercado. Tienen una gran capacidad de adaptación y saben aprovechar los contratiempos. A menudo son el resultado del emprendedor por necesidad. Por el contrario, al tener una baja decisión en el proceso, le puede faltar implicación en el proyecto.(Solórzano & Soto, 2017, p. 32)

4.3.6 Emprendedor Especializado

Tiene un punto de agudeza visual para detectar donde se están cometiendo errores y encontrar la forma de realizar algo diferente. A menudo son individualistas y su éxito pasa por la cooperación.

Son los que se han profesionalizado en un área del conocimiento como ser: legal, contabilidad, psicología, medicina, diseño gráfico, entre otros. Han sobresalido en el desarrollo de servicios o industria, que les otorga conocimientos y experiencia. Se enfocan en rentabilizar sus conocimientos de manera independiente.

Aprovecha los errores de otros para encontrar una oportunidad para su negocio. Puede que no tenga una gran idea, pero sí sabe sacar provecho de los vacíos de otras ideas. Como es especialista en un área, suele necesitar de apoyos en otras.(Lockward & Valle, 2019, p. 13)

V. METODOLOGÍA Y PROCESOS

5.1 Tabla de Congruencia Metodológica

Título de la Investigación	Objetivo General de la investigación	Objetivos Específicos de la Investigación	Preguntas de Investigación
Perfil del Emprendedor de los estudiantes de Licenciatura de Administración de Empresas de penúltimo y último año de Ceutec, Tegucigalpa	Determinar el perfil de emprendedores de los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa; considerando emprendimientos por necesidad, inversión, caza oportunidades, al azar y el emprendimiento del especialista; con la finalidad de identificar oportunidades de mejora.	1. Describir las características del emprendedor que actúa por necesidad.	1. ¿Cuáles son las características del emprendedor que actúa por necesidad?
		2. Describir las características del emprendedor denominado inversionista.	2. ¿Cuáles son las características del emprendedor denominado inversionista?
		3. Describir las características del emprendedor denominado como Caza Oportunidades.	3. ¿Cuáles son las características del emprendedor denominado como Caza Oportunidades?
		4. Describir las características del emprendedor denominado emprendedor al azar.	4. ¿Cuáles son las características del emprendedor denominado emprendedor al azar?
		5. Describir las características del emprendedor denominado emprendedor especialista.	5. ¿Cuáles son las características del emprendedor denominado emprendedor especialista?

5.1.1 Tabla de Operacionalización de Variables

Variables Independientes	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Ítem
1. Perfil del emprendedor por que actúa por necesidad	Proviene de una situación de escasez, normalmente de recursos económicos. Por ello, se suele caracterizar por estar orientado a la generación de ingresos en un corto periodo de tiempo. El empleo generado con este tipo de emprendimiento suele ser reducido, ya que los limitados recursos no posibilitan muchas contrataciones. Así, son muchos los casos en los que el emprendimiento por necesidad se reduce al autoempleo. Las empresas creadas a partir de una eminente necesidad también tienen un alto grado de fracaso. (Martínez, 2020, p. 2)	Este tipo de emprendedor no está satisfecho con su situación profesional o económica, emprender por necesidad propia y no por necesidad del mercado, situación que los obliga a querer generar ingresos de forma rápida, esto implica trabajar de manera apresurada para poder obtener resultados esperados. De no ser así suelen modificar su proyecto con facilidad.	Generación de ingresos de manera inmediata	Cuestionario: Preguntas de 1.5 a 1.7
			Tolerancia al fracaso	
			Resultados inmediatos	
2. Perfil del Emprendedor Inversionista	Santillán Salgado (2015) afirma: un emprendedor es consciente y se hace responsable de sus acciones, deseando lograr objetivos a través de un esfuerzo considerable. Cuando se habla del perfil necesario, el inversionista espera que el emprendedor sea capaz de mantener la tónica de su esfuerzo, de evaluar y de reaccionar adecuadamente ante los riesgos.	Identifica oportunidades en cualquier circunstancia para obtener la mayor rentabilidad, también tiene la capacidad de salir librado de cualquier crisis ya que no tiene miedo al riesgo y generalmente cuenta de capacidad de negociación.	Rentabilidad	Cuestionario: Preguntas de 1.8 a 1.10
			Aversión al Riesgo	
			Capacidad de negociación	
3. Perfil del emprendedor Caza Oportunidades	Kantis (2009) afirma: Son aquellos que emprenden porque han detectado un problema, déficit o una insatisfacción en el mercado consumidor. Ellos creen poder aprovechar y capitalizar a través de sus ideas creativas e innovadoras de solución. Ese proceso se da a partir de la observación que les permite un	Identifica y aprovecha las necesidades de los consumidores creando nuevas ideas de negocio en el mercado mediante un profundo análisis y tomando decisiones oportunas.	Capacidad para identificar la necesidad de los consumidores	Cuestionario: Preguntas de 1.11 a 1.13
			Capacidad de generar nuevas ideas de negocio	

	trabajo en relación de dependencia y otras veces por circunstancias aleatorias; lo cierto es que la observación y la detección de oportunidades son aptitudes propias de un emprendedor. (p. 6)		Capacidad de toma de decisiones	
4. Perfil del Emprendedor al azar	“La suerte juega un papel importante en este tipo de emprendedor. Está en el lugar adecuado en el momento oportuno. Y no le tiene miedo al cambio ni a los contratiempos. Los sabe aprovechar para emprender” (Lockward & Valle, 2019, p. 13).	Elaboran sus negocios sin intención. Debido a que cuentan con gran capacidad de adaptarse a los cambios, su habilidad de superar los contratiempos y sus cualidades en arriesgarse y tener una visión clara de la necesidad del mercado.	Adaptabilidad al cambio	Cuestionario: Preguntas de 1.14 a 1.16
			Visión del mercado	
			Tolerancia al Riesgo	
5. Perfil del Emprendedor Especialista	Aprovecha los errores de otros para encontrar una oportunidad para su negocio. Puede que no tenga una gran idea, pero sí sabe sacar provecho de los vacíos de otras ideas. Como es especialista en un área, suele necesitar de apoyos en otras. (Lockward & Valle, 2019, p. 13)	Determinan sus sueños y hacen todo lo posible por cumplirlos mediante las habilidades técnicas que poseen que les permiten identificar oportunidades de mejora y capacidad a la solución creativa a los problemas.	Habilidades técnicas	Cuestionario: Preguntas de 1.17 a 1.19
			Capacidad de identificación de oportunidades de mejora	
			Capacidad a la solución creativa de problemas	

5.2 Enfoque y Métodos

5.2.1 Enfoque

El presente estudio se desarrolla con un enfoque cualitativo, analiza la realidad en su contexto natural, conceptos y comprensiones sobre los resultados de investigar el perfil de emprendedores de los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

González (2013) afirma: “La investigación cualitativa tiene como propósito la construcción de conocimiento sobre la realidad social, a partir de las condiciones particulares y la perspectiva de quienes la originan y la viven” (pp. 60–63).

Hernández (2014) menciona: “Los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos”. (p. 7)

Se pretende identificar oportunidades de mejora en los perfiles de emprendimientos por necesidad, inversión, caza oportunidades, al azar y el emprendimiento del especialista.

5.3 Alcance de la Investigación

Con el propósito de estudiar el perfil de emprendedores de los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa, se realiza la presente búsqueda caracterizada como investigación descriptiva porque se señalan los perfiles que deben tener un emprendimiento por necesidad, inversión, caza oportunidades, al azar y el emprendimiento del especialista; con la finalidad de identificar oportunidades de mejora.

Hernández (2014) “Los estudios descriptivos pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren” (p. 80).

Bernal (2010) “La investigación descriptiva es uno de los procedimientos investigativos más populares utilizados por los principiantes en la actividad investigativa, se guía por las preguntas de investigación que se formula el investigador” (p. 113).

5.4 Diseño de la Investigación

Corresponde esta investigación al tipo no experimental y al mismo tiempo transversal ya que recoge datos en tiempo único para ser analizados, interpretados, narrados y descritos que fortalezcan el estudio de los perfiles de emprendedores de los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura en Administración de Empresas para el año 2021.

Malhotra (2008) menciona que el objetivo de la mayoría de las investigaciones es obtener información acerca de las características o parámetros de una población siendo esta la suma de todos los elementos que son parte de un grupo compartiendo un número de características; así mismo se obtiene una muestra siendo esta un subgrupo de la población.

5.4.1 Población y Muestra

El universo total lo constituye Ceutec, Tegucigalpa; los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas en el tercer trimestre del presente año.

Tabla 5. 1 *Pasos del Proceso de Muestreo*

Pasos del Proceso de Muestreo
Determinar la población y los parámetros pertinentes
Escoger el Marco apropiado de Muestreo
Escoger entre el muestreo probabilístico y el muestro no probabilístico
Escoger un Método de Muestreo
Escoger el tamaño necesario de la Muestra
Seleccionar la manera de reunir la información
Validar la Muestra
Analizar los datos y presentar los resultados

Fuente: (Weiers, 1994, p. 101)

5.4.1.1 Población

La población a estudiar en esta investigación son los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas en Ceutec, Tegucigalpa: la cantidad de alumnos matriculados para el tercer trimestre del año 2021 refleja un total de 634 y constituyeron el presente objeto de estudio.

La población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación.

(Tamayo, 2012, p. 180)

5.4.1.2 Tipo de Muestra

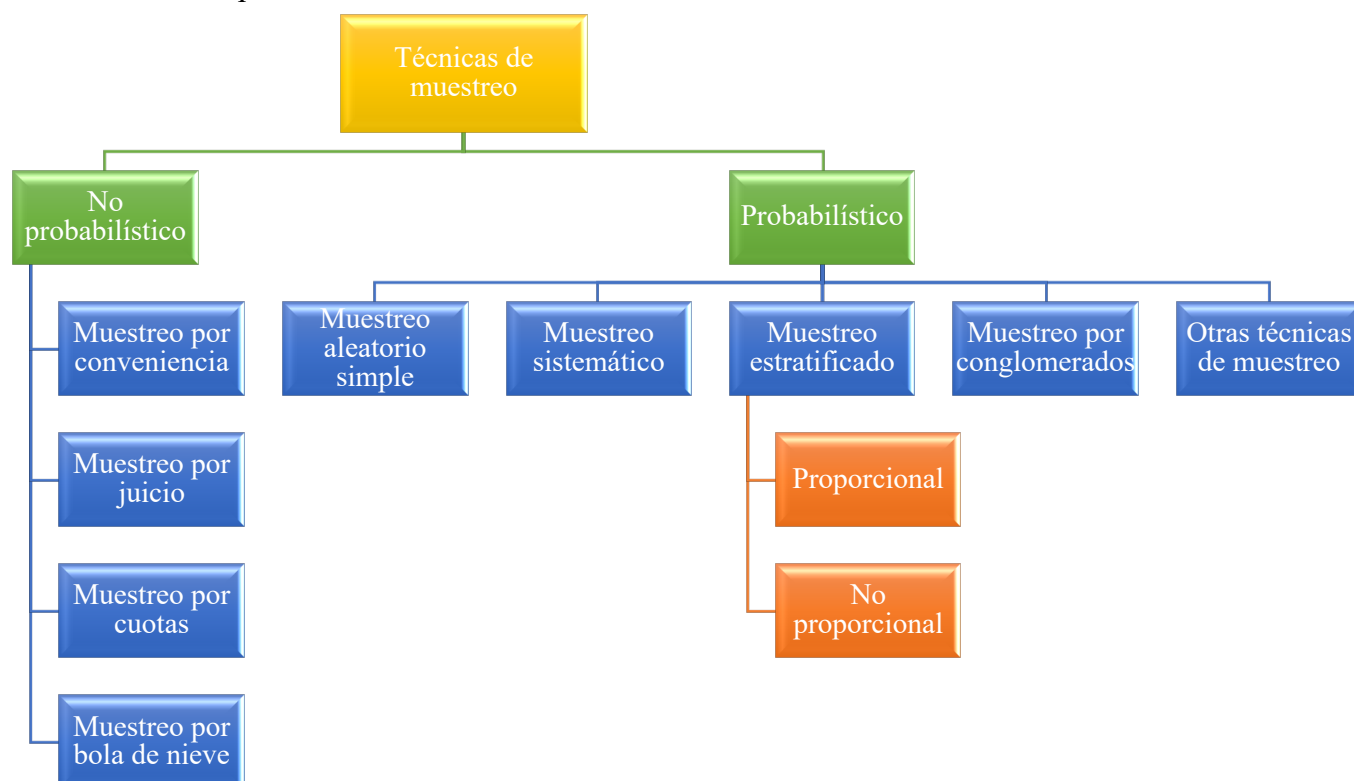


Figura 5. 1 Clasificación de las técnicas de muestreo
Fuente:(Malhotra, 2008, p. 340)

5.4.1.3 Marco Muestral

El marco muestral identifica con precisión los elementos que se deben tomar en cuenta en la elección de las muestras, que para este estudio fueron seleccionadas los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura en Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Hernández (2014) afirma: “Es un marco de referencia que nos permite identificar físicamente los elementos de la población, así como la posibilidad de enumerarlos y seleccionar los elementos muestrales” (p. 185).

5.4.2 Muestra

Para este estudio se aplicó el método no probabilístico por conveniencia. El método no probabilístico determina los miembros de la población que tiene una posibilidad de ser seleccionado, en otras palabras, no todos los miembros de la población tienen la oportunidad de participar en un estudio. Sin embargo, la técnica de muestreo por conveniencia no probabilística selecciona la muestra de la población porque están convenientemente fáciles de reclutar. Es por ello por lo que esta técnica de muestreo no probabilística es muy común, debido a su rapidez, costo, garantía y disponibilidad de la muestra.

Arias (2012) señala que muestreo no probabilístico: “es un procedimiento de selección en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra” (p. 84).

El Muestreo por conveniencia se configura de acuerdo con la conveniencia del investigador, ya sea económica, por tiempo u otra razón. La unidad o elemento de muestreo se autoselecciona o se ha seleccionado con base en su fácil disponibilidad. Se utiliza extensamente en la práctica.(Corral, 2015, p. 13)

Con el objetivo de presentar la muestra del total de población estudiada, se establece el cálculo con la fórmula de población finita (se conoce el total de unidades de observación que la integran):

Fórmula para cálculo de muestra:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{(N - 1) E^2 + Z^2 p q} = \text{muestra}$$

Simbología	Detalle de la Muestra
n =	Tamaño de la muestra
N =	Total, de la población (634)
Z =	Nivel de confianza (95%); es decir, un valor $Z = 1.96$
p =	Proporción de ocurrencia de un evento (0.5)
q =	Proporción de ocurrencia de un evento (0.5)
E =	Error Muestral

Tabla 5. 2 *Cálculo de muestra de alumnos de penúltimo y último año de Administración de empresas en CEUTEC, Tegucigalpa*

Cálculo de Muestra	
$Z = 1.96$	$n = \frac{Z^2 N p q}{(N - 1) E^2 + Z^2 p q}$ $n = \frac{1.96^2 (634) (0.50) (0.50)}{(634 - 1) 0.05^2 + 1.96^2 (0.50) (0.50)}$ <p style="text-align: center;"><u>n = 240</u></p>
$p = 0.50$	
$q = 0.50$	
$E = 0.05$	
$N = 634$	

Esto significa que **240** estudiantes de último y penúltimo año de la carrera de Administración de Empresas de CEUTEC, Tegucigalpa fue el resultado del cálculo de la muestra quienes brindaran la información que se requiere para este estudio. Sin embargo en el levantamiento de datos fueron 249 estudiantes que participaron en la encuesta.

5.5 Unidad de Análisis

5.5.1 Unidad de Análisis

Constituye al sujeto principal de análisis quienes son los estudiantes de último y penúltimo año de la carrera de Administración de Empresas de CEUTEC, Tegucigalpa; mediante las consideraciones de los perfiles de emprendimiento por necesidad, inversión, caza oportunidades, al azar y el emprendimiento especialista; con la finalidad de identificar oportunidades de mejora.

"La unidad de análisis es el fragmento del documento o comunicación que se toma como elemento que sirve de base para la investigación" (Cortez, 2020, p. 9).

5.5.2 Unidad de Respuesta

Los criterios que se plantean para la unidad de respuesta son las afirmaciones de los estudiantes de último y penúltimo año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa, al completar la encuesta que incluyen los perfiles del emprendedor según necesidad, inversión, caza oportunidades, al azar y el emprendedor especialista.

Heller (2012) afirma: "La unidad de respuestas está conformada por conteo o cantidades, como ser unidades, lempiras, dólares, %, metros, centímetros" (p.34).

Los resultados deben presentarse en una secuencia lógica de acuerdo con el orden de las variables y no necesariamente cronológica, haciendo uso de los medios más adecuados, prácticos y claros, resumiendo la información obtenida, describiendo los hallazgos más relevantes, incluso citando, en algunos casos, aquellos criterios contrarios a la hipótesis. Se estimula la separación de los párrafos por sus diferentes importancias científicas.(Zelaya et al., 2012, p. 18)

5.6 Técnicas e Instrumentos

5.6.1 Instrumentos

La investigación condujo al uso de una variedad de técnicas para recolectar la información. Se utilizó la encuesta en línea a los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa, el análisis documental para analizar la información de que se dispuso.

5.6.2 Cuestionario

Se utilizó una encuesta para ser aplicada en línea con pregunta cerradas de tipo dicótomas (si o no), tricotómicas (dan tres opciones), y cerradas multicotómicas; a estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa sobre el perfil de emprendedores considerando emprendimientos por necesidad, inversión, caza oportunidades, al azar y el emprendimiento del especialista.

La encuesta requiere una duración promedio de dos minutos para ser contestada sobre los perfiles de emprendimientos por necesidad, inversión, caza oportunidades, al azar y el emprendimiento del especialista, variables a describir en la investigación.

El cuestionario debe recoger información sobre todas las variables consideradas de interés. Sin embargo, antes de redactar las preguntas que forman el cuestionario, debemos conocer cuál es la población a la que se dirige (nivel cultural, edad, estado de salud) y el sistema por el que se va a aplicar, ya que serán estos aspectos los que condicionarán el número de preguntas, el lenguaje empleado y el formato de las respuestas.(Alcaraz et al., 2006, p. 2)

La encuesta aplicada a estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa contiene dos partes. Se incluye en el primer parte, preguntas de información general que exploran el perfil del participante en el estudio. La segunda contiene consultas en la que se solicita información sobre los perfiles de emprendimiento definidas conforme a los siguientes criterios: por necesidad, inversión, caza oportunidad, al azar y el emprendimiento por especialista.

5.7 Fuentes de información

Son los diferentes tipos de documento que nos brinda información para satisfacer la demanda de la investigación realizada. Al tomar en cuenta los documentos en cada fuente de información, se debe de utilizar un método de lectura sistemático que permita encontrar la información relevante para el problema que se va a investigar. Las dos fuentes utilizadas en la investigación son las primarias y secundaria.

Del Castillo & Olivares (2014) citando a Escalona afirma: “Las fuentes de información son todos los documentos que difunden los conocimientos propios de un área. Cada uno de estos documentos da origen a las fuentes primarias de información y éstos, a su vez, dan lugar a otros que conforman las fuentes secundarias y terciarias” (2001, p.133).

5.7.1 Fuente Primaria

Entre las principales fuentes de información primaria comúnmente utilizada están los libros, documentos oficiales, tesis, testimonio de expertos, videos documentales y foros. En esta investigación las fuentes primarias provienen de una encuesta elaborada con el fin de tener la información precisa sobre el perfil de los estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de administración de empresas en Ceutec Tegucigalpa. Con las respuestas obtenidas y el análisis que se realizará se pretende que dicho material sea referencia para futuras investigaciones.

Maranto (2015) considera estas fuentes como: “información original es decir son de primera mano, son el resultado de ideas, conceptos, teorías y resultados de investigaciones. Contienen información directa antes de ser interpretada, o evaluado por otra persona” (p. 4).

5.7.2 Fuente Secundaria

Estas fuentes facilitan al lector el acceso a fuentes primarias, en el caso de esta investigación, dichas fuentes se pueden visualizar en la bibliografía que se creó en base a las lecturas sistematizadas sobre el objetivo de dicha investigación.

Documentos que compilan y reseñan la información publicada en las fuentes primarias. Proporcionan una síntesis de la información que existe en los documentos primarios sobre temas de interés; además, se utilizan para remitir a los usuarios a documentos que ayudan a solucionar sus necesidades de información. (Del Castillo & Olivares, 2014, p. 133)

5.8 Cronograma de Trabajo

Tabla 5. 3 Cronograma de actividades para la ejecución de la propuesta de proyecto.

N	Nombre de la Actividad	Lugar	Descripción	Semana	L	M	M	J	V	S
1	Introducción	Virtual	Diagrama de variables del tema de proyecto de graduación	1						
2	Planteamiento de actividad	Virtual	Planteamiento del problema y objetivos	2						
3	Marco Teórico	Virtual	Objetivos y marco teórico	3						
4	Metodología de la investigación	Virtual	Capítulos Planteamiento del problema; Objetivos y Marco Teórico y Metodología de la Investigación	4						
5	Determinar cuál será nuestra posición meta	Virtual	Consolidación de Capítulos (2,3,4,5).	5						
6	Levantamiento de datos	Virtual	Evidencia de levantamiento de datos	6						
7	Análisis y Resultados de datos	Virtual	Avance 2. (Versión Cap. 2,3,4,5,6)	7						
8	Conclusiones y Recomendaciones	Virtual	Avance 2. Versión Completa Capítulos (2,3,4,5,6,7,8)	8						
9	Requisito universitario	Virtual	11. Curso Alfabetización Digital	9						
10		Virtual	S9- Tarea 12. Autoevaluación	10						

VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Los resultados que se describen a continuación se plantean con la finalidad de mostrar los valores obtenidos por medio de la encuesta aplicada. Con el objetivo primordial de conocer el perfil de emprendedores de los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa; considerando emprendimientos por necesidad, inversión, caza oportunidades, al azar y el emprendimiento del especialista. Para tal fin se utilizó la estadística descriptiva y relacionando los valores por indicadores los cuales se presentan en forma organizada en tablas de frecuencia y porcentaje, con gráficos (circular y combinado) lo que permite visualizar una síntesis de todos los aspectos derivados del instrumento aplicado. A continuación el análisis de los resultados de la aplicación de la encuesta.

6.1 Datos Personales del Estudiante

6.1.1 Edad

Tabla 6. 1: Resultados pregunta 1

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
19 años -21 años	18.07%	45
22 años -25 años	23.29%	58
26 años o más	58.63%	146
Total	100.00%	249

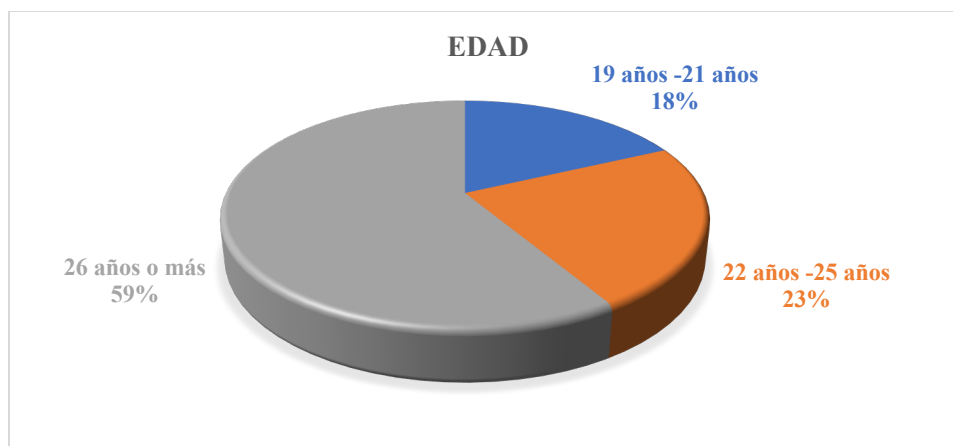


Gráfico 6. 1: Edad de los Estudiantes

Según los resultados brindados por la encuesta, el 59% de los estudiantes encuestados son estudiantes de 26 o más años, el 23% son estudiantes con edad oscilando entre los 22 a 25 años y el 18% son estudiantes de 19 a 21 años.

6.1.2 Género

Tabla 6. 2: Resultados pregunta 2

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Masculino	54.36%	131
Femenino	45.64%	110
Total	100.00%	241

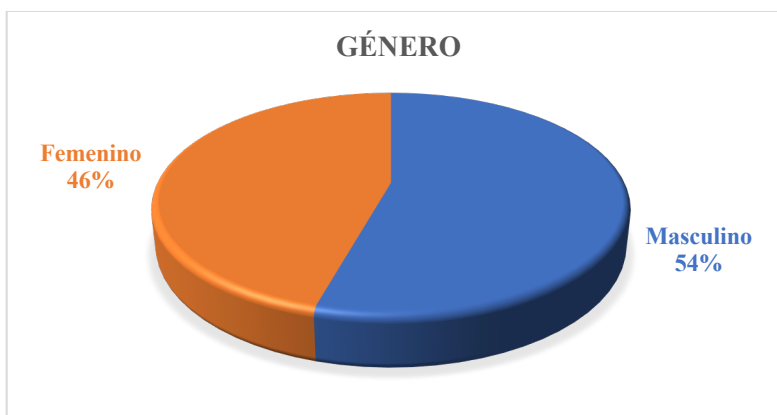


Gráfico 6. 2: Género

En la tabla 6.2 se indica el género de los estudiantes el resultado indica que un 56% de los encuestados son del género masculino y el 46% del género femenino.

6.1.3 Nivel de Estudio

Tabla 6. 3: Resultados pregunta 3

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Penúltimo año de carrera	47.77%	118
Último año de carrera	52.23%	129
Total	100.00%	247



Gráfico 6. 3: Nivel de Estudio

En base a los resultados obtenidos se observa en la tabla 6.3 que el 52% son estudiantes de último año y el 48% cursan el penúltimo año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

6.1.4 ¿ Cuenta con un empleo actualmente?

Tabla 6. 4: Resultados pregunta 4

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Si	64.92%	161
No	35.08%	87
Total	100.00%	248

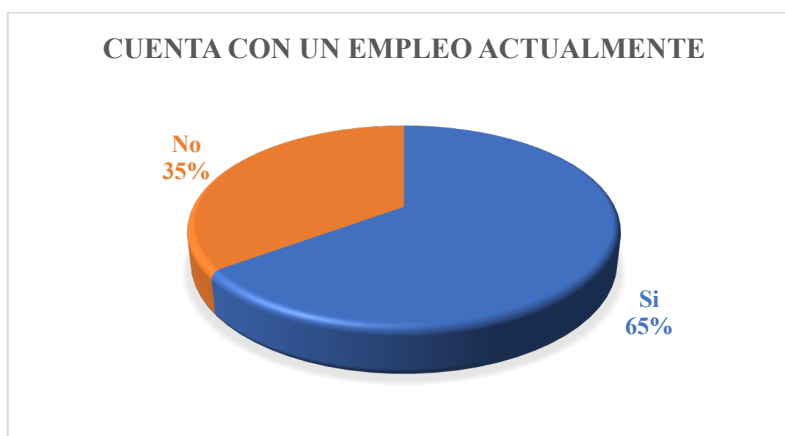


Gráfico 6. 4: Estatus Laboral

Según los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento de investigación muestra que el 65% de los estudiantes cuenta con un empleo actualmente, sin embargo el 35% de los estudiantes encuestados aun no cuentan con un empleo.

6.2 Perfil del emprendedor que actúa por necesidad

6.2.1 ¿La generación de ingresos es el factor más inmediato para un emprendimiento por necesidad?

Tabla 6. 5: Resultados pregunta 5

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Muy de acuerdo	45.56%	113
De acuerdo	38.71%	96
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12.10%	30
En desacuerdo	2.42%	6
Muy en desacuerdo	1.21%	3
Total	100.00%	248

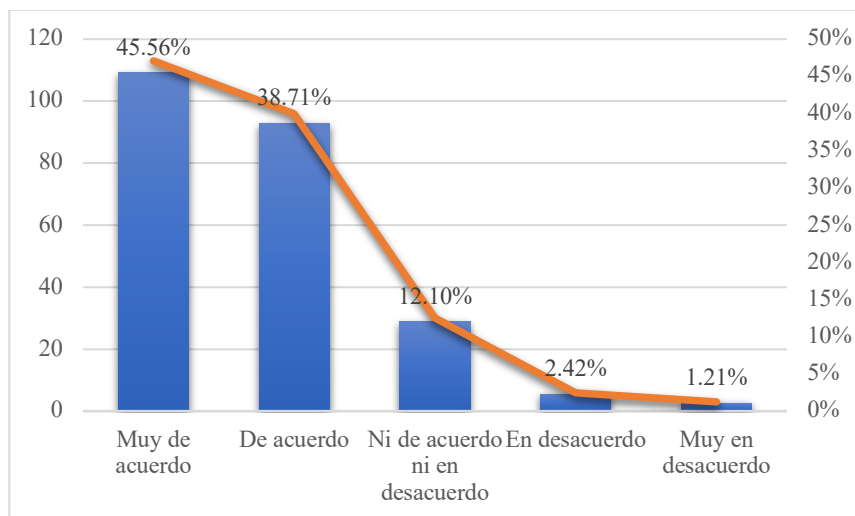


Gráfico 6. 5: La generación de ingresos es el factor más inmediato para un emprendimiento por necesidad

Los resultados obtenidos para la interrogante ¿La generación de ingresos es el factor más inmediato para un emprendimiento por necesidad?, un 45.56% está muy de acuerdo y un 38.71% está de acuerdo, reflejando un total de aceptación del 84.27% representando 209 de 248 estudiantes que afirman que la generación de ingresos es un factor importante para los que emprenden por necesidad. Sin embargo es importante recalcar que un 2.42% está en desacuerdo y 1.21% está muy en desacuerdo lo que suma un total de 3.63% de los estudiantes que no consideran indispensable que la generación de ingresos sea determinante para los que emprenden por necesidad solo 9 de 248 estudiantes encuestados.

6.2.2 ¿Considera que la tolerancia al fracaso es de ayuda para la búsqueda de resultados inmediatos?

Tabla 6. 6: Resultados pregunta 6

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Muy de acuerdo	40.56%	101
De acuerdo	40.96%	102
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14.06%	35
En desacuerdo	2.81%	7
Muy en desacuerdo	1.61%	4
Total	100.00%	249

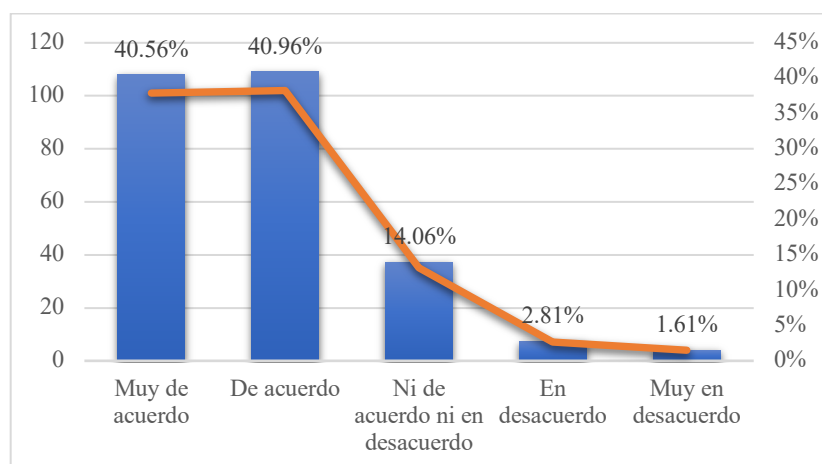


Gráfico 6. 6: La tolerancia al fracaso es de ayuda para la búsqueda de resultados inmediatos

Según los resultados la tolerancia al fracaso es de ayuda para la búsqueda de resultados inmediatos, un 40.56% está muy de acuerdo y un 40.96% está de acuerdo, reflejando un total de aceptación del 81.52% representando 203 de 249 estudiantes que afirman que la tolerancia al fracaso es un factor que ayuda a los emprendedores para la búsqueda de resultados inmediatos. En la tabla 6.6 también se observa que un 2.81% está en desacuerdo y 1.61% está muy en desacuerdo sumando un total de 4.42% de los estudiantes que no consideran indispensable este factor que sea determinante para este perfil de emprendedor siendo solo 11 de 249 estudiantes encuestados.

6.2.3 ¿La búsqueda de resultados inmediatos es un criterio que mueve sus emprendimientos?

Tabla 6. 7: Resultados pregunta 7

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Muy de acuerdo	42.57%	106
De acuerdo	40.56%	101
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11.65%	29
En desacuerdo	3.61%	9
Muy en desacuerdo	1.61%	4
Total	100.00%	249

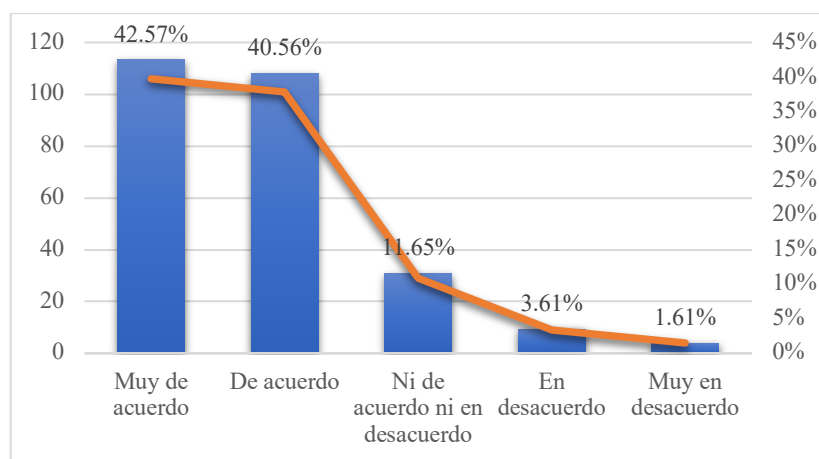


Gráfico 6. 7: La búsqueda de resultados inmediatos es un criterio que mueve sus emprendimientos

En base a los 207 de 249 estudiantes encuestados señalan que los resultados inmediatos es un criterio para llevar a cabo sus proyectos dentro del perfil del emprendedor por necesidad. Se observa que el 42.57% está muy de acuerdo y un 40.56% está de acuerdo, con un total de aceptación de 83.13%. También es importante recalcar que 13 estudiantes de 249 encuestados no consideran indispensable este factor para los que emprenden por necesidad. Un 3.61% está en desacuerdo y 1.61% está muy en desacuerdo sumando un total de 5.22% de los estudiantes.

6.3 Perfil del Emprendedor Inversionista

6.3.1 ¿La rentabilidad es el factor más importante para emprender?

Tabla 6. 8: Resultados pregunta 8

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Muy de acuerdo	44.18%	110
De acuerdo	36.55%	91
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9.24%	23
En desacuerdo	7.23%	18
Muy en desacuerdo	2.81%	7
Total	100.00%	249

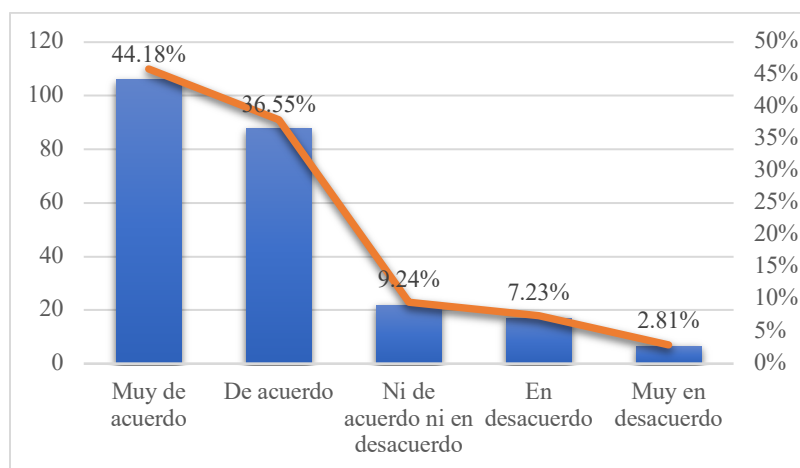


Gráfico 6. 8: La rentabilidad es el factor más importante para emprender

Un factor importante para el emprendedor inversionista es la rentabilidad algo que los estudiantes encuestados coinciden con un 44.18% está muy de acuerdo y el 36.55% de acuerdo reflejando un total de aceptación de un 80.73% descrito por 201 de 249 de los participantes; confirmando este indicador como determinante. Así mismo un 7.23% está en desacuerdo y 2.81% muy desacuerdo sumando un total de 10.04% solo 25 estudiantes de 249 encuestados.

6.3.2 ¿El mayor enemigo del espíritu emprendedor es la aversión al riesgo?

Tabla 6. 9: Resultados pregunta 9

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Muy de acuerdo	41.77%	104
De acuerdo	39.76%	99
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13.25%	33
En desacuerdo	3.61%	9
Muy en desacuerdo	1.61%	4
Total	100.00%	249

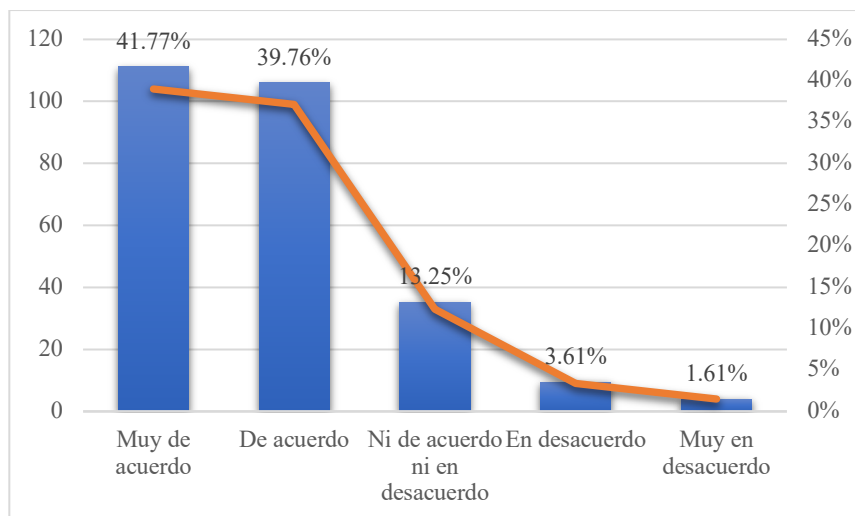


Gráfico 6. 9: El mayor enemigo del espíritu emprendedor es la aversión al riesgo

El enemigo del espíritu emprendedor es la aversión al riesgo en lo que la mayoría de los participantes de la encuesta confirman con un 41.77% muy de acuerdo y un 39.76% de acuerdo reflejando una aceptación del 81.53% determinado por 203 estudiantes de 249 de los encuestados indicando que es una característica del emprendedor inversionistas. Sin embargo un 3.61% está en desacuerdo y 1.61% está muy desacuerdo con un total de 5.22% solo 13 estudiantes de 249 encuestados.

6.3.3 ¿Una habilidad importante para el emprendedor es la capacidad de negociación?

Tabla 6. 10: Resultados pregunta 10

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Muy de acuerdo	49.40%	123
De acuerdo	34.54%	86
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10.44%	26
En desacuerdo	4.42%	11
Muy en desacuerdo	1.20%	3
Total	100.00%	249

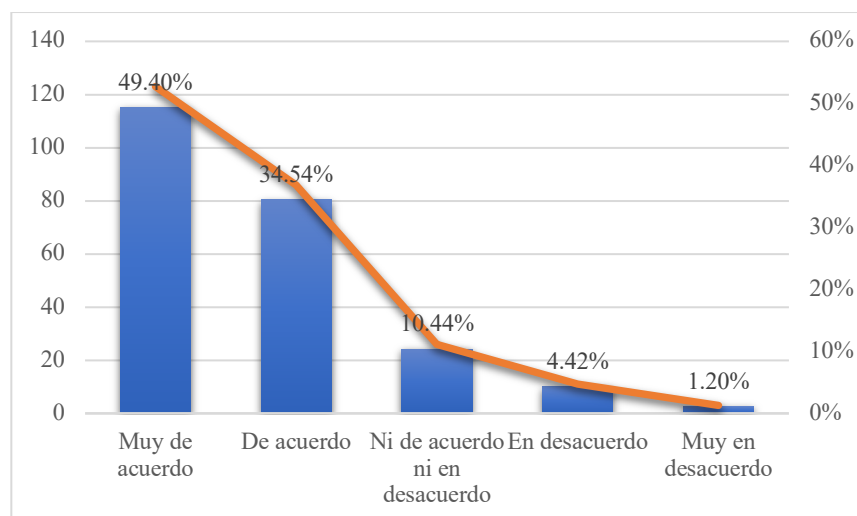


Gráfico 6. 10: Una habilidad importante para el emprendedor es la capacidad de negociación

La muestra representativa de la población indica que la capacidad de negociación es una habilidad importante para los emprendedores. Un 49.40% está muy de acuerdo y un 34.54% está de acuerdo, reflejando un total de aceptación del 83.94% representando 209 estudiantes de 249 encuestados que afirman que es una característica fundamental para el emprendedor inversionista. La pregunta arroja información de un 4.42% que está en desacuerdo y 1.02% está muy en desacuerdo sumando un total de 5.62% de los estudiantes que no consideran indispensable que la capacidad de negociación sea determinante para este perfil de emprendedor determinado por 14 estudiantes de 247 encuestados.

6.4 Perfil del emprendedor Caza Oportunidades

6.4.1 ¿Considera que el éxito de un emprendedor es poder identificar necesidades de los consumidores?

Tabla 6. 11: Resultados pregunta 11

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Muy de acuerdo	50.20%	125
De acuerdo	34.94%	87
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10.04%	25
En desacuerdo	3.61%	9
Muy en desacuerdo	1.20%	3
Total	100.00%	249

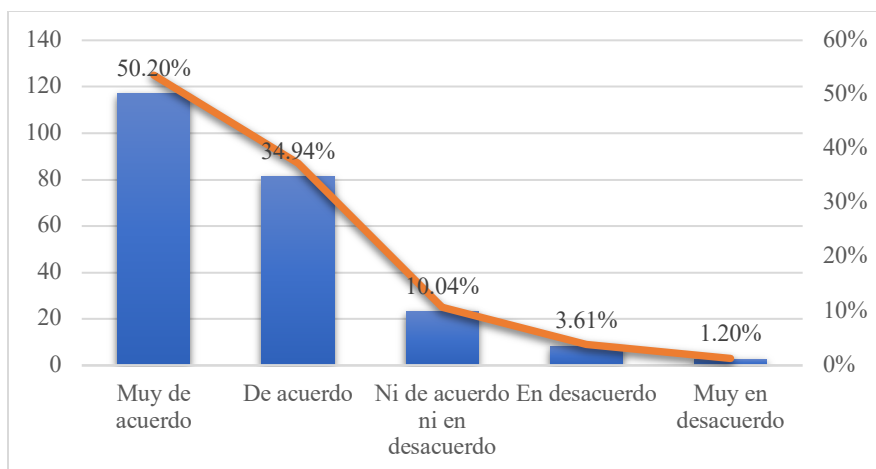


Gráfico 6. 11: El éxito de un emprendedor es poder identificar necesidades de los consumidores

La tabla 6.11 indica que un 50.20% está muy de acuerdo y un 34.94% está de acuerdo, con un total de aceptación de 85.14% determinado por 212 estudiantes de 249 encuestados que señalan que una de las características del emprendedor caza oportunidades es poder identificar las necesidades de los consumidores. Un 3.61% está en desacuerdo y 1.20% está muy en desacuerdo sumando un total de 4.81% de los estudiantes no consideran indispensable este criterio como determinante para el perfil del emprendedor caza oportunidades un total de 12 estudiantes de 249 encuestados.

6.4.2 ¿Los emprendedores están en búsqueda de nuevas ideas de negocio?

Tabla 6. 12: Resultados pregunta 12

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Muy de acuerdo	49.00%	122
De acuerdo	35.34%	88
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9.24%	23
En desacuerdo	4.02%	10
Muy en desacuerdo	2.41%	6
Total	100.00%	249

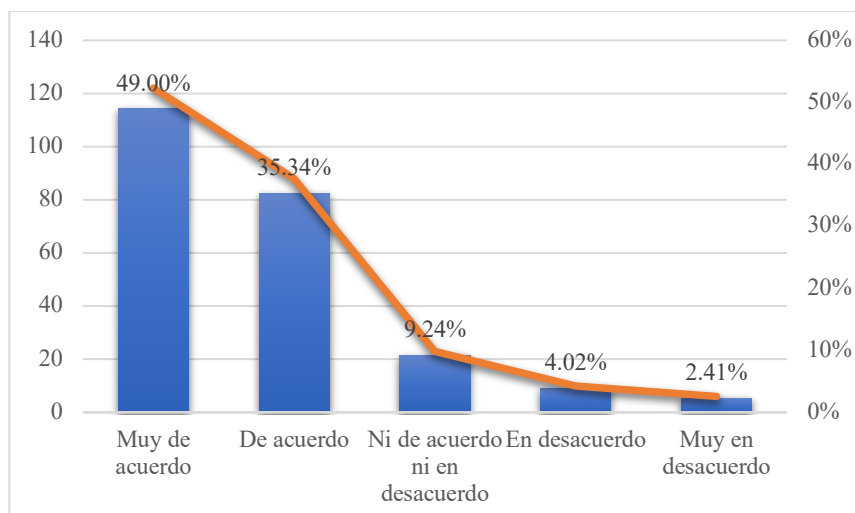


Gráfico 6. 12: Los emprendedores están en búsqueda de nuevas ideas de negocio

Un factor importante para el emprendedor caza oportunidades es la búsqueda de nuevas ideas de negocio algo que los estudiantes encuestados coinciden con un 49.00% muy de acuerdo y el 35.34% de acuerdo reflejando un total de aceptación de un 84.34% señalado por 210 estudiantes 249 participantes; confirmando esta característica determinante. Así mismo un 4.02% está en desacuerdo y 2.41% en muy desacuerdo sumando un total de 6.43% que representan 16 estudiantes de 249 encuestados.

6.4.3 ¿Considera que capacidad de toma de decisiones aventuradas es un factor común para el emprendedor “Caza Oportunidades”?

Tabla 6. 13: Resultados pregunta 13

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Muy de acuerdo	43.78%	109
De acuerdo	38.55%	96
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12.45%	31
En desacuerdo	3.61%	9
Muy en desacuerdo	1.61%	4
Total	100.00%	249

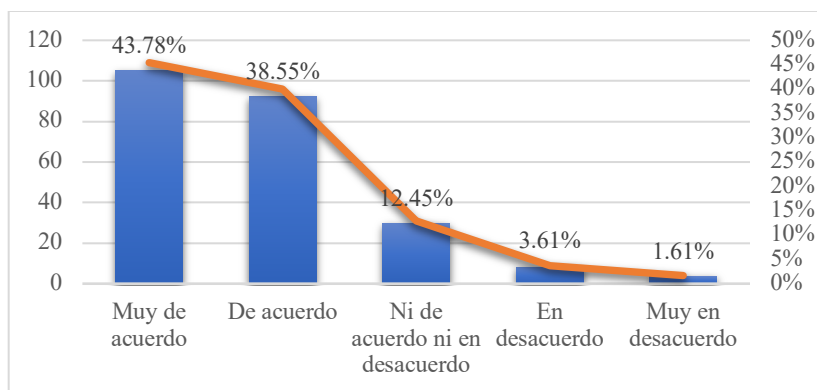


Gráfico 6. 13: La capacidad de toma de decisiones aventuradas es un factor común para el emprendedor “Caza Oportunidades

La muestra representativa de la población indica que la capacidad de toma de decisiones aventuradas es un factor común para el emprendedor “Caza Oportunidades”. Un 43.78% está muy de acuerdo y un 38.55% está de acuerdo, reflejando un total de aceptación del 82.33% determinado por 205 estudiantes de 249 encuestados que afirman que es una característica fundamental para el emprendedor “Caza Oportunidades”. Es importante señalar que un 3.61% está en desacuerdo y 1.61% está muy en desacuerdo sumando un total de 5.22% de los estudiantes que no consideran indispensable la capacidad de toma de decisiones aventuradas para este perfil de emprendedor señalado por 13 estudiantes de 247 encuestados.

6.5 Perfil del Emprendedor al azar

6.5.1 ¿La capacidad de adaptación es fundamental para los nuevos emprendedores?

Tabla 6. 14: Resultados pregunta 14

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Muy de acuerdo	47.77%	118
De acuerdo	34.82%	86
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10.53%	26
En desacuerdo	4.86%	12
Muy en desacuerdo	2.02%	5
Total	100.00%	247

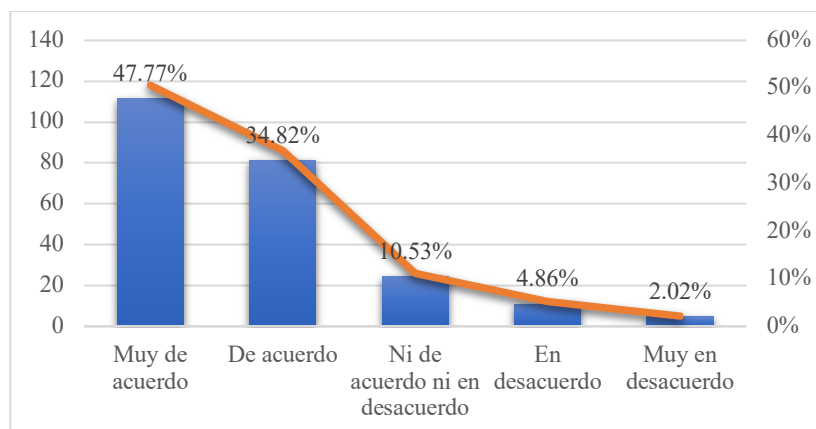


Gráfico 6. 14: La capacidad de adaptación es fundamental para los nuevos emprendedores

De acuerdo con la interrogante sobre la capacidad de adaptación es fundamental para los nuevos emprendedores, se obtuvo un 47.77% muy de acuerdo y un 34.82% de acuerdo, con un total de aceptación del 82.59% representando 204/247 estudiantes que afirman que mantener esta cualidad es fundamental para los nuevos emprendedores. Un 4.86% está en desacuerdo y 2.02% está muy en desacuerdo sumando un total de 6.88% de los estudiantes que no consideran indispensable que los nuevos emprendedores tengan capacidad de adaptación esto representa solo 17 estudiantes de 247 encuestados.

6.5.2 ¿Cree que la visión de mercado le facilita encontrarse con un emprendimiento?

Tabla 6. 15: Resultados pregunta 15

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Muy de acuerdo	39.27%	97
De acuerdo	37.65%	93
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17.00%	42
En desacuerdo	2.43%	6
Muy en desacuerdo	3.64%	9
Total	100.00%	247

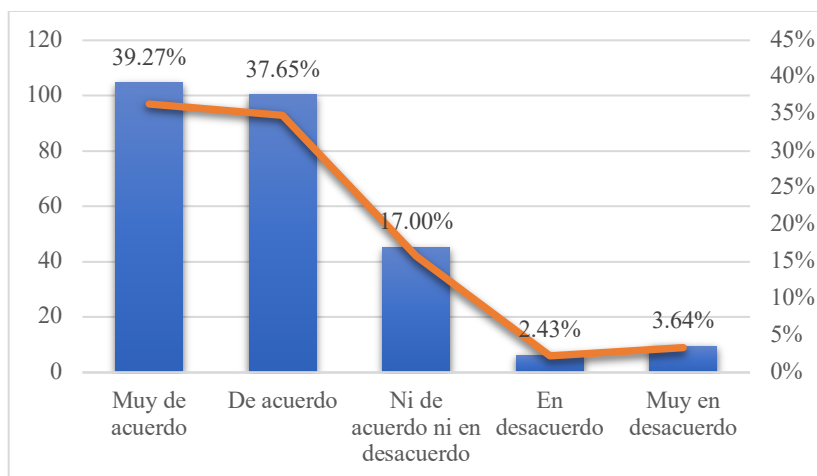


Gráfico 6. 15: La visión de mercado le facilita encontrarse con un emprendimiento

En base a los resultados obtenidos de un 39.27% muy de acuerdo y un 37.65% de acuerdo, con un total de aceptación del 76.92% determinado por 190 estudiantes de 247 encuestados afirman que la visión del mercado le facilita encontrarse con un emprendimiento. También es importante recalcar que un 2.43% está en desacuerdo y 3.64% está muy en desacuerdo lo que suma un total de 6.07% de los estudiantes que no consideran indispensable tener visión de mercados para encontrar oportunidades de emprendimiento señalado por 15 estudiantes de 247 encuestados.

6.5.3 ¿Un emprendedor puede afrontar riesgos?

Tabla 6. 16: Resultados pregunta 16

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Muy de acuerdo	40.49%	100
De acuerdo	41.30%	102
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12.15%	30
En desacuerdo	4.45%	11
Muy en desacuerdo	1.62%	4
Total	100.00%	247

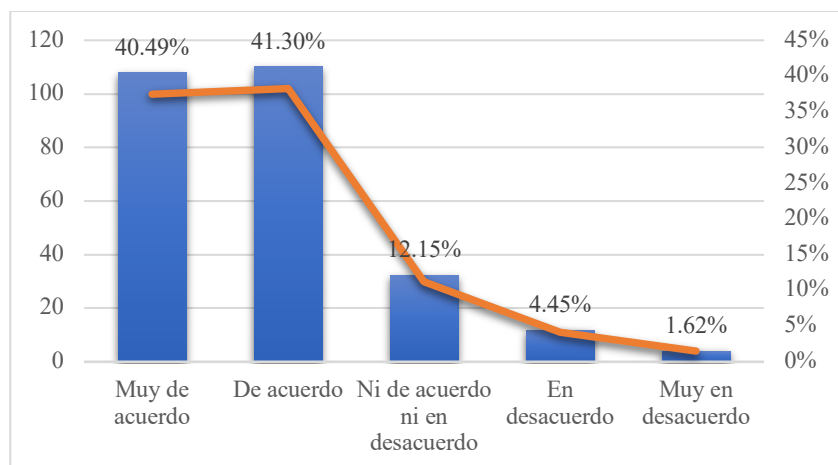


Gráfico 6.16: Un emprendedor puede afrontar riesgos

La muestra representativa de la población indica que sí el emprendedor es capaz de afrontar riesgos. Un 40.49% está muy de acuerdo y un 41.30% está de acuerdo, reflejando un total de aceptación del 81.78% señalado por 202 estudiantes de 247 participantes que afirman que un emprendedor tiene la capacidad de afrontar riesgos. Y por otro lado un 4.45% está en desacuerdo y 1.62% está muy en desacuerdo sumando un total de 6.07% de los estudiantes que no consideran que un emprendedor afronte riesgos determinado por solo 15 estudiantes de 247 encuestados.

6.6 Perfil del Emprendedor Especialista

6.6.1 ¿Cuenta con habilidades técnicas para poder emprender?

Tabla 6.17: Resultados pregunta 17

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Muy de acuerdo	40.56%	101
De acuerdo	32.93%	82
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19.68%	49
En desacuerdo	4.82%	12
Muy en desacuerdo	2.01%	5
Total	100.00%	249

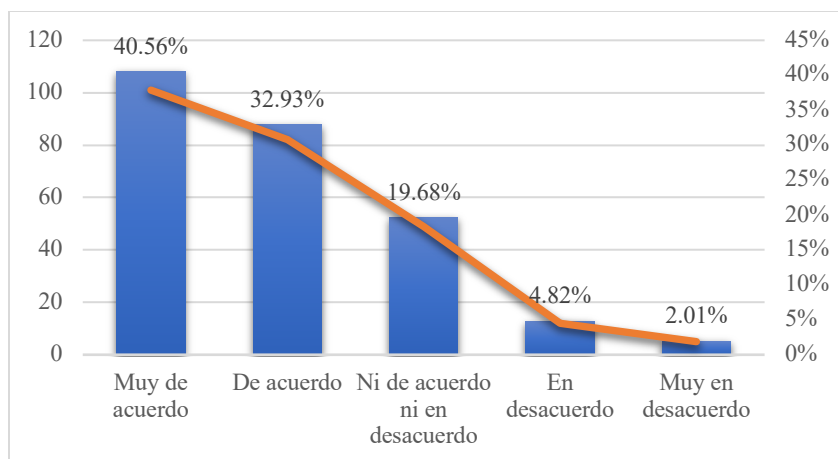


Gráfico 6. 17: Posee habilidades técnicas para poder emprender

Un factor importante para el emprendedor especialista es poseer habilidades técnicas para poder emprender para lo cual los estudiantes encuestados coinciden con un 40.56% muy de acuerdo y el 32.93% de acuerdo que refleja un total de aceptación de un 73.49% determinado por 183 estudiantes de 249 de los participantes; confirmando ser una característica importante para el perfil del especialista. Así mismo un 4.82% está en desacuerdo y 2.01% muy desacuerdo sumando un total de 6.83% que no consideran que las habilidades técnicas sea un factor importante para este tipo de perfil señalado por solo 17 estudiantes de 249 encuestados.

6.6.2 ¿La identificación de oportunidades de mejora es un factor importante en su perfil de emprendedor especialista?

Tabla 6. 18: Resultados pregunta 18

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Muy de acuerdo	52.61%	131
De acuerdo	31.73%	79
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8.43%	21
En desacuerdo	4.42%	11
Muy en desacuerdo	2.81%	7
Total	100.00%	249

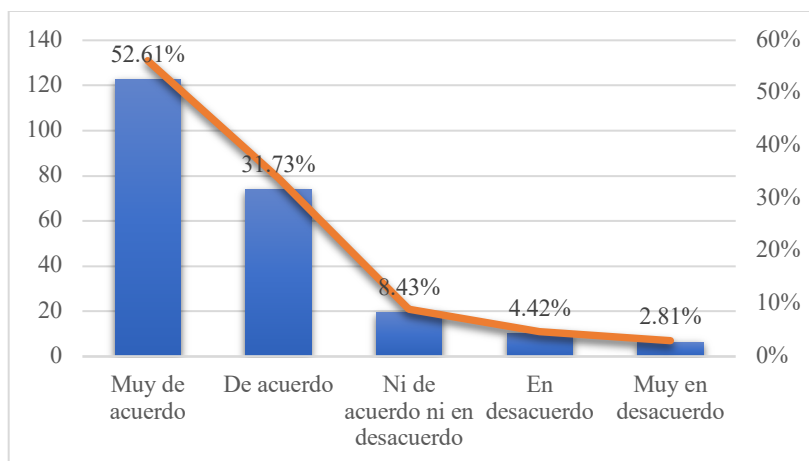


Gráfico 6. 18: La identificación de oportunidades de mejora es un factor importante en su perfil de emprendedor especialista

La identificación de oportunidades es parte del perfil de un emprendedor especialista. Un 52.61% está muy de acuerdo y un 31.73% está de acuerdo, para un total de aceptación del 84.34% determinado por 210 estudiantes de 249 encuestados que afirman que la identificación de oportunidades de mejora es parte fundamental de un emprendedor especialista. Por otro lado un 4.42% está en desacuerdo y 2.81% está muy en desacuerdo sumando un total de 7.23% de los estudiantes que no consideran que la identificación de oportunidades de mejora sea parte del perfil de un emprendedor especialista señalado por 18 estudiantes de 249 encuestados.

6.6.3 ¿El emprendedor soluciona de manera creativa los problemas mediante sus habilidades?

Tabla 6. 19: Resultados pregunta 19

Cuestionario Perfil de Emprendedores de los Estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa.

Escala	Porcentaje	Frecuencia
Muy de acuerdo	47.77%	118
De acuerdo	39.68%	98
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5.67%	14
En desacuerdo	4.05%	10
Muy en desacuerdo	2.83%	7
Total	100.00%	247

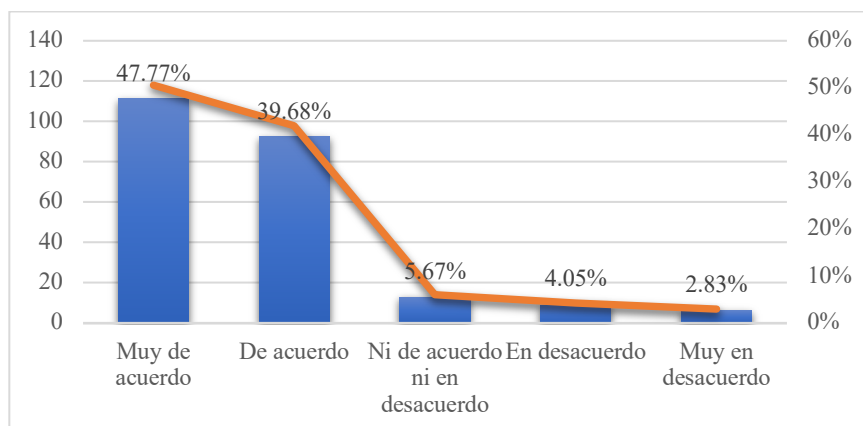


Gráfico 6. 19: El emprendedor soluciona de manera creativa los problemas mediante sus habilidades

De acuerdo con la interrogante sobre si el emprendedor soluciona de manera creativa los problemas mediante sus habilidades un 47.77% está muy de acuerdo y un 39.68% está de acuerdo, con un total de aceptación del 87.45% determinado por 216 estudiantes 247 participantes que afirman que un emprendedor con sus habilidades soluciona de manera creativa los problemas. Así mismo Un 4.05% está en desacuerdo y 2.83% está muy en desacuerdo lo que suma un total de 6.88% de los estudiantes que no consideran que un emprendedor pueda solucionar los problemas de manera creativa señalado por 17 estudiantes de 247 encuestados.

VII. CONCLUSIONES

Este estudio expresa la importancia de los perfiles de emprendedores de los estudiantes de penúltimo y último año de la carrera de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa. Entre los principales hallazgos se encontró:

1. Según los resultados obtenidos para el perfil del emprendedor que actúa por necesidad se identificó que el 84% coinciden que la generación de ingresos es una de las principales características para los emprendedores por necesidad porque tiene urgencia para conseguir ingresos y con ello subsanar sus necesidades económicas. El 82% concuerda que la tolerancia al fracaso es debido a la falta de un plan de negocios que ayudaría a conseguir los resultados deseados y el 83% considera que los resultados deben de ser inmediatos para poder comenzar a generar utilidad. Las principales características del emprendedor que actúa por necesidad: generación de ingresos, tolerancia al fracaso y resultados inmediatos.
2. El perfil del Emprendedor Inversionista identifica que un 84% considera que es importante que posea habilidades de negociación ya que la capacidad de desenvolverse con confianza y habilidad en entornos muy cambiantes y de colaborar con distintas personas es imprescindible para desarrollar una iniciativa emprendedora. Un 82% afirma que uno de los mayores enemigos del emprendedor es la aversión al riesgo ya que el fracaso es una parte del proceso diario de un emprendedor y el 81% de los resultados coinciden que la rentabilidad es primordial para capitalizar la inversión aportada al emprendimiento.
3. El perfil del emprendedor caza oportunidades detectó que el 85% de los encuestados determinan que el éxito para un emprendedor de este perfil es saber identificar las necesidades de los consumidores son minuciosos con las formas y los modos y acostumbran a sacar conclusiones insospechadas, el 84% considera que es una cualidad elemental generar nuevas ideas de negocios al analizar la situación y detectar dónde existen oportunidades de mejora; el 82% señala que tienen la capacidad de tomar decisiones espontáneas.

4. El perfil del emprendedor al azar señala que un 83% coincide que la capacidad de adaptación es fundamental para nuevos empresarios tomando en cuenta que se vive en un mundo globalizado y la velocidad del cambio tecnológico se acelera provocando una transformación constante en el mundo laboral. Un 82% identifica que los emprendedores pueden afrontar los riesgos desde el momento que se involucra en un proyecto. Y un 77% considera que el tener una visión del mercado facilita detectar una oportunidad en el mundo del emprendimiento.

5. El perfil del emprendedor especialista refleja que un 87% solucionan problemas de manera creativa. Un 84% señala que la identificación de oportunidades de mejora es un factor importante; y un 73% de los participantes confirma que cuenta con habilidades técnicas muy buenos en procesos operacionales que implican cálculos y trabajos de razonamiento. permitiéndoles desenvolverse de manera óptima en un rubro determinado.

En definitiva, es importante resaltar que un gran porcentaje de los estudiantes encuestados, señalan una formación competente con el objetivo de desarrollar procesos formativos para emprendedores en los estudiantes de penúltimo y último año de la licenciatura en Administración de Empresas: afirman también que deben poseer características como tomar decisiones, habilidades de negociación, visión de mercado, capacidad para identificar la necesidad de los consumidores y tolerancia al fracaso. Con el fin de adquirir habilidades de modo permanente a lo largo de su vida. Donde el estudiante sepa enfrentar los diferentes retos que se encuentran en los mercados de negocios y laboral; ayude a la resolución de problemas y les permita ser parte del mercado de emprendedores.

VIII. RECOMENDACIONES

Las conclusiones antes expuestas y dada la importancia que tiene el análisis de determinar el perfil de emprendedores de los estudiantes de penúltimo y último año de la Licenciatura de Administración de Empresas de Ceutec, Tegucigalpa; considerando el que emprende por necesidad, el inversionista, el caza oportunidades, el emprendedor al azar y el especialista, se presentan las siguientes recomendaciones:

1. Desde la perspectiva de los estudiantes es necesario que el emprendedor por necesidad en el momento que toma la decisión de emprender genere utilidad de manera inmediata. Estos emprendedores deben escoger una actividad que les agrade y con ello poder realizar las actividades con mayor eficacia para una productividad óptima. Así mismo deberá de desarrollar un plan de negocios para evitar el fracaso, que facilitará la mejora, control y manejo de procesos con el objetivo de obtener mejores rendimientos a corto o mediano plazo logrando los resultados esperados. Se recomienda utilizar programas como lo es “Empleo y Emprendimiento Juvenil” otorgado por el Banco Centroamericano de Desarrollo de Integración (BCIE), entre otros.
2. Recomendaciones para el emprendedor inversionista debe establecer expectativas y definir límites, anticiparse a escenarios negativos que pongan en riesgo el negocio procurando mantener e incluso expandir con el objetivo de seguir generando ganancias e incrementando las utilidades en el emprendimiento. Esto lo llevará a encontrar nuevas oportunidades en futuros emprendimientos.
3. El emprendedor caza oportunidades detecta oportunidades de negocios según las necesidades de los consumidores considerando sus habilidades para crear planes de negocio gracias a sus competencias y conocimientos para el desarrollo, planeación y ejecución de un proyecto. Se recomienda utilizar la herramienta Lean Canvas para mejorar mercados potenciales, esta es una herramienta para hacer frente a los obstáculos que se encuentre y reducir el riesgo de emprender.

4. Encontrar un motivo adecuado para incursionar en el emprendimiento, se recomienda que para el emprendedor al azar participe en talleres o seminarios impartidos por egresados de la universidad que cuenten con un emprendimiento con el fin de identificar todos aquellos emprendedores o potenciales emprendedores que se encuentran como estudiantes mediante un levantamiento de datos para recopilar información respecto a los intereses o áreas en donde los estudiantes suelen emprender. En base a los intereses motivar e incentivar a los estudiantes que deseen incursionar en el mundo de emprendimientos de acuerdo con su convicción fortaleciendo el compromiso al momento de llevarlo a cabo.

5. El emprendedor especialista identifica capacidades y habilidades técnicas con las que cuenta, considera el involucramiento en un emprendimiento tomando estas cualidades como primordiales; una vez que decide incursionar en los negocios. Se recomienda reforzar estas habilidades mediante cursos y talleres tanto de habilidades técnicas como administrativas y gerenciales. Formar un equipo muy diverso en habilidades para tener éxito como emprendedor. También requiere un aliado poderoso para sacar adelante proyectos operacionales

IX. FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaraz, F. G., Espín, A. A., Martínez, A. H., & Alarcón, M. M. (2006). *Diseño de Cuestionarios para la recogida de información: Metodología y limitaciones*. 6.
- Arias, F. G. (2012). El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica (sexta). Episteme.
- Benítez, G. (2004). Las pautas de comportamiento emprendedor como base para el diseño de planes formativos para emprendedores. *Revista de Economía*.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (3era ed.). Pearson.
- Berrios, M. (2013a). Evaluación del entorno para empresas sostenibles. <http://www.comunidadilgo.org/cohep/evaluacion.pdf>
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, 13.
- CENPROMYPE. (2018). Estrategia de fomento al emprendimiento de Honduras. <https://redcoiproden.org/wp-content/uploads/2019/09/Investigaci%C3%B3n-y-An%C3%A1lisis-de-propuestas-del-actual-Gobierno-de-Honduras-en-materia-de-Empleabilidad-y-Emprendimiento.pdf>
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (7ma ed.). McGraw-Hill.
- COIPRODEN. (2019). Investigación y análisis de la propuesta de gobierno de Honduras en materia de empleabilidad y emprendimiento. <https://redcoiproden.org/wp-content/uploads/2019/09/Investigaci%C3%B3n-y-An%C3%A1lisis-de-propuestas-del-actual-Gobierno-de-Honduras-en-materia-de-Empleabilidad-y-Emprendimiento.pdf>
- Corral, Y. (2015). *PROCEDIMIENTOS DE MUESTREO*. Universidad de Carabobo, 17.
- Cortez, A. E. (2020). Análisis de resoluciones y sentencias. *ORMUSA*, 37.
- Del Castillo, & Olivares. (2014). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/ereader/unitechn/39410?page=133>
- Del Río, A., Tamayo, Y., & Salazar, H. (2014). Análisis de los factores que inciden en la competitividad de las pequeñas empresas colombianas. *Panorama Económico*, 22.

- Emprendedores, R. (2020, noviembre 16). Los 7 tipos de emprendedor más comunes. Emprendedores.es. <https://www.emprendedores.es/gestion/los-ochos-tipos-de-emprendedor/>
- Gámez, J. (2014). Currículo y emprendimiento. Universidad La Salle., 113-138.
- García, J., & Pérez, M. J. (2010). El éxito empresarial. Sus niveles de análisis y formas alternativas para su evaluación. Departamento de Organización de Empresas Universidad Complutense de Madrid.
- Gibb, A., & Ritchie, J. (1982). Understanding the process of starting small businesses. *European Small Business Journal*, 1.
- González, E. M. (2013). Acerca del estado de la cuestión o sobre un pasado reciente en la investigación cualitativa con enfoque hermenéutico (Vol. 13). Uni-pluriversidad. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/unip/article/view/16119/13980>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación (6ta ed.). McGraw-Hill.
- INE. (2020). Encuesta Telefónica De Hogares Para Medir Empleo 2020 (XXIV; p. 4). INE. <https://www.ine.gov.hk/V3/imag-doc/2021/02/Resumen-ejecutivo-Junio-2020.pdf>
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). Exploring Corporate Strategy (8va ed.).
- Kantis, H. (2009). Aportes para el diseño de Programas Nacionales de Desarrollo Emprendedor en América Latina | Publications. BID. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Aportes-para-el-dise%C3%B1o-de-Programas-Nacionales-de-Desarrollo-Emprendedor-en-Am%C3%A9rica-Latina.pdf>
- Kirzner, I. (1973). Competition and Entrepreneurship. University of Chicago Press.
- Lockward, A., & Valle, J. (2019). EMPRENDIMIENTO NIVEL SECUNDARIO, MODALIDAD TÉCNICO PROFESIONAL (Primera). https://oei.int/downloads/disk/manual-emprendedoresdocentes.pdf?content_type=application%2Fpdf&disposition=inline%3B+filename%3D%22manual-emprendedoresdocentes.pdf%22%3B+filename%2A%3DUTF-8%27%27manual-emprendedores-docentes.pdf
- Malhotra, M. (2008). Investigación de Mercados (5ta ed.). Pearson.
- Maranto, M. (2015). Fuentes de Información. 5.
- Martínez, D., & Milla, A. (2012). Análisis del Entorno. Ediciones Díaz de Santos.

- Martínez, S. L. M. (2020). EL EMPRENDIMIENTO POR NECESIDAD Y POR OPORTUNIDAD: RELACIÓN CON EL DESEMPLEO EN ESPAÑA. 9.
- McClelland, D. (1961). *The achieving society*. Princeton, N.J., Van Nostrand.
- Mitchell, R., Smith, B., Seawright, K., & Morse, E. (2000). Crosscultural cognitions and the venture creation decision. *Academy of Management Journal*, 43.
- Muñoz, P., & Ruiz, S. (2016). Sobre el concepto de emprendimiento. Laboratorio de Innovación y Emprendimiento. <https://www.openbeauchef.cl/wp-content/uploads/2016/12/Sobre-el-concepto-de-emprendimiento.pdf>
- Ochoa, I. (2017, octubre 10). Principales características del emprendimiento por necesidad. El argumento del capital. <https://igorochoa.net/2017/10/10/emprendimiento-por-necesidad-emprendedores-plan-de-negocio/>
- Palmero, F., Fernández, E., Choliz, M., & Martínez, F. (2002). *Psicología de la motivación y emoción*. McGraw-Hill/Interamericana.
- Pérez, J. (2011). Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter.
- Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review*. https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf
- Pulgarín, S. (2013). *Caracterización del Comportamiento Emprendedor de los Estudiantes de Pregrado de la Universidad de Rosario*. <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n71/n71a03.pdf>
- Rivera, O., & Pizarro, O. (2009). Características emprendedoras de Egresados de Contador Auditor e Ingeniería en Administración de empresas de la Universidad Católica de Maule. *Revista UC Maule*, 37. <http://www.ucm.cl/uploads/media/Olivera.pdf>
- Salinas, L. E. R., & Burga, M. M. F. (2019). Análisis estratégico del sector de educación superior universitaria en el Perú: Una aplicación del modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, XV(28). <https://www.redalyc.org/journal/4096/409659500002/html/>
- Santillán Salgado, R. J., Domínguez, E. G., & Perales, N. A. H. (2015). El perfil del emprendedor que apoyan los fondos de capital privado/capital emprendedor en México. *Contaduría y Administración*, 60, 149-174. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.08.011>

- Solórzano, A., & Soto, C. (2017). *Emprendimiento, La inversión para tu vida*. Primera Edición, 277.
- Tamayo, M. (2012). *El Proceso de la Investigación Científica (Cuarta)*. Limusa.
- Thompson, P., & Gamble, S. (2006). *Administración Estratégica* (18.^a ed.). McGraw-Hill.
- Valenzuela, C. (2013). *Diagnóstico Sectorial de la MIPYME No Agrícola en Honduras*. Tegucigalpa.
- Weiers, R. (1994). *Investigación de Mercados*.
- Zelaya, C., Paredes, J., & Roveló, M. (2012). *MANUAL PARA LA REDACCIÓN DE TESIS DE PREGRADO*. UNITEC.

X. ANEXOS

10.1 Anexo 1: Cuestionario de Investigación



Como estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas del Centro de Estudios Universitarios (Ceutec), con la finalidad de realizar una investigación sobre los Perfiles de Emprendedores de los estudiantes de penúltimo y último año de esta carrera, en la ciudad de Tegucigalpa. Es de vital importancia su apoyo de la objetividad de su respuesta depende la confiabilidad de los resultados a obtener.

El cuestionario consta de dos partes: la primera se refiere a sus datos personales y la segunda se refiere a una serie de proposiciones referidas a los perfiles de emprendedores.

Finalmente expresamos nuestro agradecimiento por su receptividad para responder el presente instrumento.

Instrucciones: Se le presentan las siguientes preguntas, en las cuales debe marcar con una (X) en la casilla en blanco según la respuesta que se adapten a su beneficio. No deje de responder ninguna de las preguntas.

Parte 1

Datos Personales	1.1 Edad		1.3 Nivel de Estudio	
	<input type="checkbox"/>	19 años -21 años	<input type="checkbox"/>	Penúltimo año
	<input type="checkbox"/>	22 años -25 años	<input type="checkbox"/>	Último año
	<input type="checkbox"/>	26 años o más		
	1.2 Género		1.4 ¿ Cuenta con un empleo actualmente?	
	<input type="checkbox"/>	Masculino	<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>	No	

Parte 2

Perfil del Emprendedor por Necesidad	<p>1.5 ¿La generación de ingresos es el factor más inmediato para un emprendimiento por necesidad?</p> <table border="1"> <tr><td></td><td>Muy de acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>De acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>En desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Muy en desacuerdo</td></tr> </table>		Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo	<p>1.7 ¿La búsqueda de resultados inmediatos es un criterio que mueve sus emprendimientos?</p> <table border="1"> <tr><td></td><td>Muy de acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>De acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>En desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Muy en desacuerdo</td></tr> </table>		Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo
		Muy de acuerdo																				
		De acuerdo																				
		Ni de acuerdo ni en desacuerdo																				
		En desacuerdo																				
		Muy en desacuerdo																				
		Muy de acuerdo																				
		De acuerdo																				
		Ni de acuerdo ni en desacuerdo																				
		En desacuerdo																				
	Muy en desacuerdo																					
<p>1.6 ¿Considera que la tolerancia al fracaso es de ayuda para la búsqueda de resultados inmediatos?</p> <table border="1"> <tr><td></td><td>Muy de acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>De acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>En desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Muy en desacuerdo</td></tr> </table>		Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo												
	Muy de acuerdo																					
	De acuerdo																					
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo																					
	En desacuerdo																					
	Muy en desacuerdo																					

Perfil del Emprendedor Inversionista	<p>1.8 ¿La rentabilidad es el factor más importante para emprender?</p> <table border="1" data-bbox="331 302 792 527"> <tr><td></td><td>Muy de acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>De acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>En desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Muy en desacuerdo</td></tr> </table> <p>1.9 ¿El mayor enemigo del espíritu emprendedor es la aversión al riesgo?</p> <table border="1" data-bbox="331 709 792 934"> <tr><td></td><td>Muy de acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>De acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>En desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Muy en desacuerdo</td></tr> </table>		Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo		Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo	<p>1.10 ¿Una habilidad importante para el emprendedor es la capacidad de negociación?</p> <table border="1" data-bbox="812 338 1273 562"> <tr><td></td><td>Muy de acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>De acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>En desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Muy en desacuerdo</td></tr> </table>		Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo
		Muy de acuerdo																														
	De acuerdo																															
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo																															
	En desacuerdo																															
	Muy en desacuerdo																															
	Muy de acuerdo																															
	De acuerdo																															
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo																															
	En desacuerdo																															
	Muy en desacuerdo																															
	Muy de acuerdo																															
	De acuerdo																															
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo																															
	En desacuerdo																															
	Muy en desacuerdo																															
Perfil del Emprendedor Caza Oportunidades	<p>1.11 ¿Considera que el éxito de un emprendedor es poder identificar necesidades de los consumidores?</p> <table border="1" data-bbox="331 1150 792 1375"> <tr><td></td><td>Muy de acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>De acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>En desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Muy en desacuerdo</td></tr> </table> <p>1.12 ¿Los emprendedores están en búsqueda de nuevas ideas de negocio?</p> <table border="1" data-bbox="331 1558 792 1782"> <tr><td></td><td>Muy de acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>De acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>En desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Muy en desacuerdo</td></tr> </table>		Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo		Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo	<p>1.13 ¿Considera que capacidad de toma de decisiones aventuradas es un factor común para el emprendedor “Caza Oportunidades”?</p> <table border="1" data-bbox="812 1186 1273 1411"> <tr><td></td><td>Muy de acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>De acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>En desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Muy en desacuerdo</td></tr> </table>		Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo
	Muy de acuerdo																															
	De acuerdo																															
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo																															
	En desacuerdo																															
	Muy en desacuerdo																															
	Muy de acuerdo																															
	De acuerdo																															
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo																															
	En desacuerdo																															
	Muy en desacuerdo																															
	Muy de acuerdo																															
	De acuerdo																															
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo																															
	En desacuerdo																															
	Muy en desacuerdo																															

Perfil del Emprendedor (que Emprende) al Azar	<p>1.14 ¿La capacidad de adaptación es fundamental para los nuevos emprendedores?</p> <table border="1"> <tr><td></td><td>Muy de acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>De acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>En desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Muy en desacuerdo</td></tr> </table>		Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo	<p>1.16 ¿Un emprendedor puede afrontar riesgos?</p> <table border="1"> <tr><td></td><td>Muy de acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>De acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>En desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Muy en desacuerdo</td></tr> </table>		Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo
		Muy de acuerdo																				
	De acuerdo																					
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo																					
	En desacuerdo																					
	Muy en desacuerdo																					
	Muy de acuerdo																					
	De acuerdo																					
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo																					
	En desacuerdo																					
	Muy en desacuerdo																					
Perfil del Emprendedor Especializado	<p>1.15 ¿Cree que la visión de mercado le facilita encontrarse con un emprendimiento?</p> <table border="1"> <tr><td></td><td>Muy de acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>De acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>En desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Muy en desacuerdo</td></tr> </table>		Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo	<p>1.17 ¿Cuenta con habilidades técnicas para poder emprender?</p> <table border="1"> <tr><td></td><td>Muy de acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>De acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>En desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Muy en desacuerdo</td></tr> </table>		Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo
		Muy de acuerdo																				
	De acuerdo																					
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo																					
	En desacuerdo																					
	Muy en desacuerdo																					
	Muy de acuerdo																					
	De acuerdo																					
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo																					
	En desacuerdo																					
	Muy en desacuerdo																					
	<p>1.18 ¿La identificación de oportunidades de mejora es un factor importante en su perfil de emprendedor especialista?</p> <table border="1"> <tr><td></td><td>Muy de acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>De acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>En desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Muy en desacuerdo</td></tr> </table>		Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo	<p>1.19 ¿El emprendedor soluciona de manera creativa los problemas mediante sus habilidades?</p> <table border="1"> <tr><td></td><td>Muy de acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>De acuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>En desacuerdo</td></tr> <tr><td></td><td>Muy en desacuerdo</td></tr> </table>		Muy de acuerdo		De acuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		En desacuerdo		Muy en desacuerdo
	Muy de acuerdo																					
	De acuerdo																					
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo																					
	En desacuerdo																					
	Muy en desacuerdo																					
	Muy de acuerdo																					
	De acuerdo																					
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo																					
	En desacuerdo																					
	Muy en desacuerdo																					

Muchas gracias por su colaboración.