



CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO

CEUTEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

PROYECTO DE GRADUACIÓN

**“MOTIVACIONES Y BARRERAS PARA EL EMPRENDIMIENTO EN LOS
ESTUDIANTES DE LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS DE LAS CARRERAS
UNIVERSITARIAS EN TEGUCIGALPA”**

SUSTENTADO POR:

- **ALEJANDRA DAMARIS GARCÍA FLORES**
- **AMBAR VALERIA ALVARENGA GARCÍA**
- **FRANK DOUGLAS ARÉVALO TOMÉ**

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

TEGUCIGALPA HONDURAS, C.A.

JULIO, 2022

CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO

CEUTEC

LICENCIATURA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

DECANA ACADÉMICA CEUTEC

DINA ELIZABETH VENTURA DÍAZ

SUB DIRECTORA ACADÉMICA CEUTEC

IRIS GABRIELA GONZALES ORTEGA

JEFA ACÁDEMICA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS:

CAROL IVONNE TURCIOS MARTÍNEZ

TEGUCIGALPA HONDURAS, C.A.

JULIO, 2022

**MOTIVACIONES Y BARRERAS PARA EL EMPRENDIMIENTO EN LOS
ESTUDIANTES DE LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS DE LAS CARRERAS
UNIVERSITARIAS EN TEGUCIGALPA**

TRABAJO PRESENTADO EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS

EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ASESOR:

SILVANA LARIZA TORRES PAZZETY

TERNA EXAMINADORA:

- **JOSÉ TRANCITO MEJÍA ALVARENGA**
- **CAROL IVONNE TURCIO MARTÍNEZ**
- **MELANY GERTENIA MOLINERO SALGADO**

TEGUCIGALPA HONDURAS, C.A.

JULIO, 2022

DEDICATORIA

A Dios por brindar salud y sabiduría permitiéndome llegar a este momento el cual presento este proyecto por escrito, confiando plenamente que es él quien ha guiado mis pasos y me seguirá fortaleciendo para continuar superando cada una de mis metas. A mi madre y padre que me han apoyado hasta este momento con sus consejos y acciones, con su ejemplo de esfuerzo y valentía, sin sus apoyos y amor, difícilmente hubiese llegado hasta este punto. A mi novio David, por su apoyo incondicional en aquellos momentos en que el estudio y trabajo ocuparon mi tiempo y esfuerzo, gracias porque has sido un pilar fundamental en todo este proceso académico, porque nunca me dejaste de tu mano, por tu comprensión, y sobre todo por tu inmenso amor. A mis hermanos por siempre alentarme y brindarme su cariño, por estar conmigo en todo momento durante este proceso académico gracias.

ALEJANDRA DAMARIS GARCÍA FLORES

Dedico este trabajo primeramente a Dios que me ha guiado a lo largo de este camino y que su presencia siempre ha estado conmigo, que ha bendecido mi vida con salud y a proveído lo económico en todo momento. A mis padres Víctor Rodolfo Alvarenga Escobar y Flor María García Torres, quienes a lo largo de la vida me mostraron lo lejos que puedo llegar y siempre me ha motivado a superarme como persona y a crear en mí una persona ética y entregada a las cosas de Dios y esforzarme al máximo, a mi hermano Víctor Alejandro Alvarenga García que ha sido un apoyo incondicional en todo momento y un gran ejemplo a seguir por ultimo dedico de todo corazón a mi abuela Ondina Torres Archaga que está en el cielo, y sin ella todo esto no habría sido posible por cada minuto que estuvo ahí para apoyarme y ser mi sostén, que me ha dado las fuerzas para continuar y llegar hasta el final.

AMBAR VALERIA ALVARENGA GARCÍA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mis padres que gracias a ellos soy quien soy, orgullosamente y con la cara en alto agradezco a Frank Douglas Arévalo Colindres y Suyapa J. Tomé Rosales, mi mayor inspiración, gracias a mis padres. A mi esposa la reina de mi corazón Lizzien Faride Aguilar Martínez y a mi hija mi princesita linda Rachele Lizzy Arévalo Aguilar, en el camino encuentras personas que iluminan tu vida, que con su apoyo alcanzas de la mejor manera tus metas, a través de sus consejos, de su amor, y paciencia me ayudo a concluir esta meta, si uno se propone algo lo puede conseguir con esfuerzo y gracias a ellos he culminar con éxito mis estudios de pregrado.

FRANK DOUGLAS ARÉVALO TOMÉ

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por permitir culminar esta meta y logro en mi vida, vencer cada adversidad que surgía en el camino, así mismo por proporcionarme la capacidad física y mental para cerrar con éxito esta etapa universitaria que requiere dedicación, esfuerzo y compromiso. Agradezco a mi familia, novio y amigos por brindarme su apoyo, respaldo y comprensión para alcanzar esta meta. Agradezco a mi jefa y compañeros de trabajo por darme el espacio y tiempo para llevar a cabo mis aspiraciones universitarias. Agradezco a CEUTEC y cada uno de los docentes que compone esta prestigiosa universidad por la oportunidad de ser su alumna y enseñarme no solo aprendizaje didáctico sino también valores, ética y miles de motivos por los cuales continuar emprendiendo, sin la ayuda de cada uno de los mencionados difícilmente estaría cumpliendo este sueño, gracias.

ALEJANDRA DAMARIS GARCÍA FLORES

Agradezco a Dios primeramente por darme la vida y permitirme llegar a cumplir mis metas agradezco a Víctor Rodolfo Alvarenga Escobar y Flor María García Torres por todo su apoyo incondicional, a Víctor Alejandro Alvarenga García, Erick Alejandro Rico Torres por ser siempre un ejemplo y ser mis compañeros a lo largo de mi vida agradezco a Ondina Torres Archaga y Abraham De Jesús Espinoza Martínez, por mostrarme tanto amor y estar siempre a mi lado, también le doy las gracias infinitas a todos mis maestros que me han ido formando a los largo de esta carrera.

AMBAR VALERIA ALVARENGA GARCÍA

Agradezco a Dios por bendecirme, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad. A mis padres: Frank Douglas Arévalo Colindres y Suyapa J. Tomé Rosales por ser mi mayor ejemplo a seguir, por los consejos, valores

y principios que me han inculcado. A mi esposa Lizzien Faride Aguilar Martínez, por ser el principal motor de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, mi mayor inspiración, a través de su amor, paciencia y apoyo incondicional hacia a mí.

FRANK DOUGLAS ARÉVALO TOMÉ

RESUMEN

El presente documento contiene una investigación basada en las motivaciones y barreras para el emprendimiento en los estudiantes de los dos últimos años de las carreras universitarias en Tegucigalpa, en el cual examinaremos las características indispensables para poder evitar las principales carencias que les limitan emprender, también conoceremos cuáles son las expectativas al momento que los estudiantes comienza a plasmar los conocimientos que alcanzan en las universidades. Alrededor del 60% y 70% de los empleos que existen en Honduras son generados por micro, pequeñas y medianas empresas según COHEP (Forbes México, 2018). Podemos decir que en los últimos cuatro años se les ha brindado más apoyo por parte de entidades gubernamentales y universitarias a los emprendedores.

Para que la actividad emprendedora de un país sea impulsada, no es suficiente con que los individuos tengan valores y virtudes para generar empresas; es primordial que el medio macroeconómico y empresarial colabore con un adecuado ecosistema que cree una cultura de apoyo, redes de contacto e instituciones eficientes. Por lo cual examinaremos ciertas partes como ser: factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos. El emprendimiento es una opción para la cual se concluye que para emprender es imprescindible ser un buen administrador, y se debe tener en cuenta que se enfrentará con muchas dificultades.

Palabras Claves: Emprendedurismo

ABSTRACT

This document contains an investigation based on the motivations and barriers to entrepreneurship in students of the last two years of university careers in Tegucigalpa, in which we will examine the essential characteristics to avoid the main shortcomings that limit them from the undertaking, we will also know what the expectations are now that students begin to capture the knowledge they achieve in universities. Around 60% to 70% of the jobs that exist in Honduras are generated by micro, small and medium enterprises according to COHEP (Forbes México, 2018). We can say that in the last four years more support has been provided by government and university entities to entrepreneurs.

For the entrepreneurial activity of a country to be promoted, it is not enough for individuals to have the values and virtues to generate companies; it is essential that the macroeconomic and business environment collaborates with a suitable ecosystem that creates a culture of support, and contact networks and efficient institutions. Therefore, we will examine certain parts such as political, economic, social, and technological factors. Entrepreneurship is an option for which it is concluded that to undertake it is essential to be a good administrator, and it must be considered that you will face many difficulties.

Key words: Entrepreneurship.

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
2.1 Antecedentes.....	3
2.2 Definición del problema.....	4
2.3 Preguntas de investigación.....	4
2.4 Justificación.....	6
III. OBJETIVOS.....	8
3.1 Objetivo General.....	8
3.2 Objetivos Específicos.....	8
IV. MARCO TEÓRICO.....	9
4.1 Emprendedurismo.....	11
4.2 Universidades.....	16
4.3 Formación que los Estudiantes.....	22
4.4 Competencias.....	24
4.5 BARRERAS.....	26
4.6 NEGOCIO.....	29
4.7 ESTRATEGIAS.....	33
V. METODOLOGÍA Y PROCESOS.....	37

5.1. Enfoque y método.....	37
5.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	44
5.3. Técnicas e Instrumentos.....	46
5.4. Fuentes de información.....	47
VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	50
VII. CONCLUSIONES.....	96
VIII. RECOMENDACIONES.....	98
IX. PROPUESTA.....	100
X. BIBLIOGRAFÍAS.....	106
XI. ANEXOS.....	112

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Diagrama Sagital de Variables.....	6
Figura 4.1 Características del Emprendedor.....	12
Figura 4.2 Logo HUB UNITEC.....	19
Figura 4.3 Logo de Centro de Emprendimiento e Innovación de CEUTEC.....	20
Figura 4.4 Logo de Avanza Centro de Innovación.....	21
Figura 4.5 Diagrama de Tipo de Formación.....	23
Figura 4.6 Diagrama de las principales Competencia de un Emprendedor.....	25
Figura 5.1 Cronología de trabajo.....	37

Figura 5.2 Formula.....	44
Figura 5.3 Parametros	45

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1.1 Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE)	31
Grafica 6.1 Genero.....	50
Grafica 6.2 Estado Civil.....	51
6.3 Grafica Edad	52
Grafica 6.4 ¿En qué universidad estudia?.....	53
Grafica 6.5¿En qué año de su carrera universitaria se encuentra?.....	54
Grafica 6.6 ¿Considera que su universidad Fomenta el emprendedurismo?	55
Grafica 6.7 ¿Por qué considera que su universidad no fomenta el emprendedurismo?	56
Grafica 6.8 ¿Como considera que su universidad fomenta el emprendedurismo?.....	57
Grafica 6.9 ¿Qué tan satisfecho esta con los conocimientos adquiridos en la universidad con respecto al emprendedurismo?.....	58
Grafica 6.10 Considera que su universidad cuenta con clases y talleres direccionados al emprendedurismo?.....	59
Grafica 6.11 ¿Cuáles son las clases y talleres direccionados al emprendedurismo que implementa su universidad?.....	60
Grafica 6.12 ¿Tiene conocimientos si en su universidad existen departamentos de emprendimiento?.....	61

Grafica 6.13 ¿Cuáles son los departamentos de emprendimiento que tiene su universidad?.....	62
Grafica 6.14 Después de terminar su carrera universitaria ¿Cree usted que está preparado para emprender un negocio?.....	63
Grafica 6.15 ¿Qué competencias considera que son más importantes para emprender?.....	64
Grafica 6.16 ¿Cuál de las siguientes competencias para emprender considera que son las que más ha desarrollado en los últimos dos años de su carrera universitaria?	65
Grafica 6.17 ¿De cuáles de las siguientes instituciones ha recibido apoyo para iniciar su emprendimiento?.....	66
Grafico 6.18 ¿Considera que la universidad donde estudia le ha brindado programas de apoyo para generar su propio negocio?	67
Grafica 6.19 ¿Cuáles son los programas de apoyo que universidad le brinda para generar su propio negocio?.....	68
Grafica 6.20 ¿Tiene o ha tenido algún emprendimiento?.....	69
Grafica 6.21 ¿Con que barreras se enfrentó al momento de iniciar su propio negocio?	70
Grafica 6.22 Si usted quisiera hacer su propio negocio ¿Qué lo motivaría a hacerlo?.....	71
Grafica 6.23 ¿Qué tipo de negocio le gustaría constituir?	72
Grafica 6.24 ¿Qué planes tiene después de que se gradué de la universidad?.....	73
Grafica 6.25 en qué universidad estudia vrs considera que su universidad fomenta el emprendedurismo.....	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.1 Plantilla de depuración del Marco Teórico.....	10
Tabla 6.1 Entrevista UNAH.....	82
Tabla 6.2 Entrevista UPNFM	84
Tabla 6.3 Entrevista UTH.....	86
Tabla 6.4 Entrevista UNICAH.....	88
Tabla 6.5 Entrevista UNITEC.....	90
Tabla 6.6 Entrevista CEUTEC.....	92
Tabla 6.7 Propuesta.....	103
Tabla 6.8 Cronología	105

GLOSARIO

- **Estrategias de Expansión Internacional:** Es una táctica de ingreso al mercado seleccionado. Estas incluyen diversas alternativas cruciales. También con estrategia de canales, posicionamientos y creación de modelos económicos operativos. Una estrategia optima de ingreso a los mercados garantizara el uso más efectivo y adecuado de los recursos industriales (ComercioExterior.la, 2022).
- **CEI:** Centro de Emprendimiento e Innovación.
- **COHEP:** Consejo Hondureño de la Empresa Privada.
- **Las plataformas globales:** se caracteriza por un formato que facilita el diálogo y el intercambio entre todas las partes interesadas, tanto gubernamentales como no gubernamentales. Cuenta con un diálogo de alto nivel que reúne a altos funcionarios gubernamentales, incluyendo jefes de Estado y de gobierno, ministros, alcaldes y parlamentarios y líderes del sector privado, la ciencia y la sociedad civil (UNISDR, 2017).
- **Mensurable:** Que se puede medir (RAE, 2022).
- **Adjudicar:** Asignar o atribuir algo a una persona o a una cosa (RAE, 2022).
- **Sinergia:** Acción de dos o más causas cuyo efecto es superior a la suma de los efectos individuales (RAE, 2022)
- **Neologismo:** Vocablo, acepción o giro nuevo en una lengua ((RAE, 2022).
- **Versátil:** Capaz de adaptarse con facilidad y rapidez a diversas funciones (RAE, 2022).
- **El modelo canvas:** se utiliza para pasar de idea a proyecto y plasmar nuestra idea en un modelo empresarial (econopimedia, 2022).

- **Modelo de negocio no escalable:** Se refiere a aquellos modelos de **negocio** en los que su estructura de costes crece de forma pareja a sus ingresos, es decir, que para ganar más hay que gastar más, de una forma lineal (Javiermegia, 2011).
- **Las empresas disruptivas:** son aquellas compañías que han adoptado modelos de negocios que hacen cambios drásticos para innovar en el mercado. Rompen con la oferta de productos y servicios tradicionales y establecen así nuevas formas de proceder (Dale la Vuelta, 2021).
- **La pre incubación:** es el proceso mediante el que se acompaña la formulación de los planes de negocios de los emprendedores que han identificado alguna oportunidad para crear empresa.
- **Investigación de Competencias:** Es el análisis de tus competidores y cómo se comparan ambos negocios. Evaluando las fortalezas y debilidades de tu competidor, pueden empezar a formular cómo darle a tu empresa una ventaja. El análisis es parte del plan de marketing de la compañía y da un contexto para el crecimiento de los planes. (shopify, 2022).
- **Idónea:** Adecuado y apropiado para algo (RAE, 2022).
- **Precariza:** Convertir algo, especialmente el empleo, en precario, inseguro o de poca calidad (RAE, 2022).
- **Microemprendimientos:** a la actividad económica de poca inversión llevada a cabo por uno o varios emprendedores que a su vez son socios, dueños y administradores (Forbes, 2021).

I. INTRODUCCIÓN

A nivel global se han visualizado esfuerzos por parte de algunas entidades en promover y potenciar el tema de emprendimiento, mediante el desarrollo de ciertas iniciativas. La visión de muchos países es brindar nuevos procesos de generación de productos y su constante necesidad es innovar en distintos ámbitos productivos y sociales (CEFIE UES, 2021). Es importante profundizar en estudios que permitan identificar, analizar y aprender los factores que determinan el comportamiento emprendedor orientado a mercados internacionales, teniendo en cuenta sus características personales, capacidades y recursos, así como los factores cognitivos referidos a la autopercepción y a la percepción del entorno económico y social (Centeno Rojas, 2017). Durante las últimas décadas, el estudio de las actividades emprendedoras ha recibido atención académica y gubernamental en torno a los factores que determinan la intención emprendedora (La Serena, 2020).

La presente investigación es sobre las motivaciones y barreras para el emprendimiento en los estudiantes de los dos últimos años de las carreras universitarias en Tegucigalpa, el cual se llevará a cabo en un tiempo de nueve semanas en diferentes etapas donde se investigará que los motiva a emprender una idea de negocio, tomando en consideración los posibles obstáculos que se tendrán que enfrentar para llevar a cabo con éxito su emprendedurismo.

En el capítulo II de la investigación se describe el Planteamiento del Problema, evaluando las posibles variables y generar hipótesis para lograr obtener un panorama más amplio, tomando en cuenta los puntos de vista desde el enfoque universitario y estudiantil para la evaluación de puntos de mejora.

En el capítulo III se definen el Objetivo General en el cual se plantea la solución al problema global de la investigación. De igual forma se establecen los Objetivos Específicos los cuales contienen las metas concretas y medibles con las que dará un respaldo al objetivo general.

En el capítulo IV se sustenta el Marco Teórico basándose en información obtenida mediante investigaciones en libros, publicaciones, noticias o conceptos de trabajos nacionales e internacionales previamente publicados. También se caracteriza por definir la disciplina a la cual pertenece el objeto de estudio escogido, los conceptos relevantes y el fenómeno en que se quiere profundizar o que se pretende estudiar. Su importancia radica en que permite justificar, demostrar, apoyar e interpretar las hipótesis y los resultados de una investigación de forma ordenada y coherente. Además, el marco teórico nos ayuda a formular de una forma confiable las conclusiones de un proyecto o, en su defecto, replantear las preguntas con mayor profundidad (Significados, 22).

En el capítulo V se desarrolla la metodología de la investigación el cual se refiere al como un investigador diseña sistemáticamente un estudio para garantizar resultados válidos y fiables que respondan a las metas y objetivos de la investigación. Es el método que se utiliza para resolver un problema de investigación mediante la recopilación de datos utilizando diversas técnicas, proporcionando una interpretación de los datos recopilados y sacando conclusiones sobre los datos de la investigación (QuestionPro, 2022).

En el capítulo VI se presenta los resultados obtenidos de la investigación en campo aplicado a estudiantes de los dos últimos años de las carreras universitarias y docentes en Tegucigalpa con el objetivo de contestar cada pregunta planteada mediante un análisis a profundidad.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Antecedentes

El emprendedor es aquella persona que tiene capacidad de transformación y cambio. Y esto aplica no solamente a aquellos perfiles que son capaces de generar una empresa nueva, sino a aquellos que son capaces de aplicar transformaciones en donde estén. El emprendedor también es aquel profesional que crea un negocio con el propósito de hacerlo crecer satisfaciendo tanto las necesidades de sus clientes como las propias, este último emprendedor se le llama empresario y establece planes y estrategias buscando la innovación, nuevos productos o servicios, mercados y mejores formas de administrar (Buendía (2005a), 2006).

La capacidad emprendedora corresponde a cualidad innata que toda persona potencialmente posee y que por circunstancias culturales se desarrolla en forma desigual en diversos contextos sociales y culturales. Lo relevante es comprender cuales son las competencias para emprender en el mundo de hoy y sobre todo en que consiste desarrollarlos (Grasso, 2013)

Los emprendedores son necesarios para el desarrollo de una comunidad y principalmente para el correcto desempeño de la economía de un país, es debido a esto que los estudiantes de las carreras de CENTROS UNIVERSITARIOS están preparados para ser formados con una educación innovadora, crear nuevas oportunidades de negocios y desarrollar las habilidades para un emprendimiento, el cual sea participante en los índices de mejora para la economía de Honduras.

Los centros universitarios a nivel nacional están destinados para que los estudiantes que desean emprender su idea de negocio utilicen este espacio de innovación y creatividad con el objetivo producir un beneficio colectivo en la sociedad. El emprendimiento y la innovación son dos palabras claves para desarrolla y aplica en el pensamiento de todos los estudiantes, logrando

reforzar el compromiso de las instituciones con el fortalecimiento y mejoramiento en la generación de proyecto e inauguración de empresas.

2.2 Definición del problema

La situación de pobreza que se maneja en el país es de 66% (BANCO MUNDIAL , 2022) un porcentaje que en muchos años de gobierno ha pretendido reducir, sigue siendo uno de los principales problemas en los que se encuentra Honduras, es necesario que las universidades fomenten en sus estudiantes métodos activación económica para aumentar fuentes de empleo y mejora social, tome el control de la situación actual para mejorar el estilo de vida de los hondureños, para que las personas puedan tener una mejor calidad de vida. Por lo antes expuesto, dicha investigación se basa en conocer el grado de motivaciones y barreras para el emprendimiento en los estudiantes de los dos últimos años de las carreras universitarias en Tegucigalpa.

2.3 Preguntas de investigación

1. ¿Son las universidades un semillero de emprendedurismo para el país?
2. ¿Cuál es el apoyo que las universidades brinda a los estudiantes al generar su propio negocio?
3. ¿Cuál es la formación que los estudiantes reciben por parte de la universidad sobre emprendedurismo?
4. ¿Cuáles son las competencias que adquieren los estudiantes de las universidades al realizar emprendedurismo?
5. ¿Cuáles son las barreras con las que se enfrentan los estudiantes de las universidades cuando quieren crear su propio negocio?

6. ¿Qué motiva al estudiante a generar su propio negocio y que tipo de emprendimiento practica?
7. ¿Cuáles han sido las estrategias que los estudiantes han tenido que aplicar para hacer crecer su negocio?

VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

1. Variable Independiente:

1.1 Emprendedurismo: es aquella persona que tiene capacidad de transformación y cambio.

2. Variables Dependientes:

2.1.Universidades: es una institución académica de enseñanza superior e investigación que otorga títulos académicos en diferentes disciplinas.

2.2.Formación que los estudiantes: es la formación integral de los estudiantes pretende el desarrollo de capacidades, valores y habilidades que favorezcan su trayectoria académica; es un proceso continuo, permanente y participativo que busca lograr la realización plena del estudiante, preparándolo para enfrentar con éxito los problemas existentes en la sociedad.

2.3.Competencias: es un conjunto de características que subyacen en una persona y que les permiten demostrar un desempeño superior en un determinado rol o situación. Algunas competencias, son fácilmente identificables y mensurables; sin embargo, hay otras que son muy difíciles de detectar.

2.4.Barreras: Las barreras de entrada a un mercado son obstáculos de diverso tipo que complican o dificultan el ingreso de empresas, marcas o productos nuevos.

2.5.Negocio: Es cualquier actividad, ocupación o método que tiene como fin obtener una ganancia.

2.6.Estrategias: Es una metodología que busca alcanzar un objetivo por medio de un plan de acción que se descompone en objetivos estratégicos para cada área funcional de la organización.

Figura 1.1 Diagrama Sagital de Variables



2.4 Justificación

En este apartado se presentan las razones que se considera necesarias para la justificación orientado al enfoque económico y social con el fin de identificar las cualidades adquiridas, principales motivaciones y barreras que los estudiantes presentan al momento de emprender, así mismo como las expectativas de emprendimiento, la formación y carencias percibidas que tienen los estudiantes de los dos últimos años de las universidades de Tegucigalpa. Basándonos en las siguientes justificaciones:

1. **Justificación Económica:** Se maneja un índice de desempleo correspondiente al 8.5 % (BANCO MUNDIAL , 2022) que en los dos últimos años ha enfrentado el país, es una de las

principales motivaciones que presentan los estudiantes al momento de crear su propio negocio.

2. **Justificación Social:** Honduras se encuentra entre los países más peligrosos y con un alto nivel de delincuencia, el cual es uno de los principales factores que los emprendedores evalúan al momento de crear sus negocios. En la actualidad se busca un emprendimiento innovador lanzando al mercado nuevos productos que rompan tendencias y esto requiere de capacidades que permitan la toma de decisiones acertadas y oportunas, que lleve a la integración de esfuerzos individuales logrando procesos de sinergia, que implementen nuevos métodos a través de la ejecución de los avances en tecnología.
3. **Justificación Teórica:** El objetivo de la investigación es lograr adquirir un panorama más amplio de las perspectivas que tienen los estudiantes ante el mundo de la competencia global, así mismo la adquisición de cualidades de un emprendedor, conocer cuáles son las principales barreras y motivaciones para emprender y así culminar con éxito su visión.
4. **Justificación metodológica:** Con esta investigación se podrá crear un instrumento para la instancia de recolección y/o análisis de datos en la muestra de la población universitaria de Tegucigalpa (Salas Blas).

III. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Determinar las motivaciones y barreras que se les presentan a los estudiantes de los dos últimos años de las carreras universitarias en Tegucigalpa evaluando el desempeño y orientación que las universidades les brindan tomando en consideración la formación emprendedora, expectativas y principales obstáculos para llevar a cabo su emprendedurismo.

3.2 Objetivos Específicos

1. Investigar cuál es el apoyo que las universidades brindan a los estudiantes al generar su propio negocio
2. Determinar cuál es la formación que los estudiantes reciben por parte de la universidad sobre emprendedurismo
3. Identificar las competencias que adquieren los estudiantes de las universidades al realizar emprendedurismo
4. Conocer cuáles son las barreras con las que se enfrentan los estudiantes de las universidades al querer emprender su negocio
5. Identificar qué tipo de emprendimiento practican los estudiantes al generar su idea de negocio
6. Indagar cuáles han sido las estrategias que los estudiantes han tenido que aplicar para hacer crecer su negocio

IV. MARCO TEÓRICO

PLANTILLA DE DEPURACIÓN DEL MARCO TEÓRICO

Capítulo	Sección	Título de Capítulo	Objetivos	Preguntas de Investigación	Bibliografías
4	4.1	Emprendedurismo	Determinar las motivaciones y barreras que se le presentan a los estudiantes de los dos últimos años de las carreras universitarias en Tegucigalpa evaluando el desempeño y orientación que las universidades les brindan tomando en consideración la formación emprendedora, expectativas y principales obstáculos para llevar a cabo su emprendedurismo.	¿Son las universidades un semillero de emprendedurismo para el país?	(Rodríguez Alvarado & Tobar Guerra, 2021) (Torres Irías, 2020) (Mason & Brown, 2014).
	4.2	Universidades	Investigar cuál es el apoyo que las universidades brindan a los estudiantes al generar su propio negocio	¿Cuál es el apoyo que las universidades brinda a los estudiantes al generar su propio negocio?	(Universidad Nacional Autónoma de Honduras, 2022) (Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán, 2018) (UNITEC, 2020). (BlogUnitec, 2022)

4.3	Formación que los estudiantes	Determinar cuál es la formación que los estudiantes reciben por parte de la universidad sobre emprendedurismo	¿Cuál es la formación que los estudiantes reciben por parte de la universidad sobre emprendedurismo?	(Universidad del Rosario, 2017) (Universidad del Zulia, 2018) (Emprenderioja, 2013)
4.4	Competencias	Identificar las competencias que adquieren los estudiantes de las universidades al realizar emprendedurismo	¿Cuáles son las competencias que adquieren los estudiantes de las universidades al realizar emprendedurismo?	(Universidad Icesi) (Cuadrante Communication & Social) (Beñat & Lozano, 2021)
4.5	Barreras	Conocer cuáles son las barreras con las que se enfrentan los estudiantes de las universidades al querer emprender su negocio	. ¿Cuáles son las barreras con las que se enfrentan los estudiantes de las universidades cuando quieren crear su propio negocio?	Carlos Padilla (2019). (BANCO MUNDIAL, 2022). (EL NUEVO DIARIO, 2019)
4.6	Negocio	Identificar qué tipo de emprendimiento practican los estudiantes al generar su idea de negocio	¿Qué motiva al estudiante a generar su propio negocio y que tipo de emprendimiento practica?	(Valenzuela César, 2018) (BCIE, n.d.) (Drucker, 2013)
4.7	Estrategias	Indagar cuáles han sido las estrategias que los estudiantes han tenido que aplicar para hacer crecer su negocio	. ¿Cuáles han sido las estrategias que los estudiantes han tenido que aplicar para hacer crecer su negocio?	(Boletín de Prensa). (Banco Central de Honduras, 2021) (La Republica, 2013)

Tabla 4.1 Plantilla de depuración del Marco Teórico

El marco teórico, denominado para algunos autores simplemente como la revisión de la literatura (Restrepo M., 2010). Un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que puede estar vinculado con nuestro planteamiento del problema, y un producto que a su vez es parte de un producto mayor: el reporte de investigación (Yedigis y Winbach, 2005). El marco teórico proporciona una visión de donde se sitúa el planteamiento propuesto dentro del campo de conocimiento en el cual nos "moveremos". En términos de Mertens (2005), nos señala como encaja la investigación en el panorama ("big picture") de lo que se conoce sobre un tema o tópico estudiado. Asimismo, nos puede proporcionar ideas nuevas y nos es útil para compartir los descubrimientos recientes de otros investigadores (Creswell, 2005).

4.1 Emprendedurismo

En los últimos tiempos, la palabra emprendedurismo ha sido propagado en todos los medios empresariales, académicos y gubernamentales pretendiendo con esto promover iniciativas empresariales para desarrollar una cultura emprendedora, creación de empresas, generación de nuevos empleos y consecuentemente el desarrollo económico del país. Para Filion (1999) el Filian puede ser definido como el campo que estudia a los emprendedores. Examina sus iniciativas, características, efectos sociales y económicos, así como los métodos de soporte utilizados para facilitar la expresión de actividades emprendedoras (p.10).

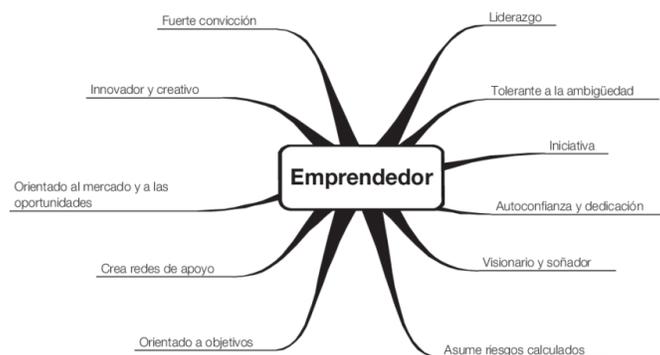
El emprendedurismo atrajo la atención de investigadores por el impacto social que provoca, tanto por la importancia en la generación de empleo como los efectos de la actividad emprendedora en los comportamientos sociales. Dentro de esta difícil tarea del empresario, es muy importante el estudio de aquellas actividades de naturaleza emprendedora, que se desarrollan especialmente durante el proceso de creación, inicio y desarrollo del proyecto empresarial. A estas actividades se las conoce como "emprendedurismo", tratándose esta designación de un neologismo derivado de

la palabra entrepreneurship, utilizado para designar los estudios relativos al emprendedor, su perfil y origen (Boveda Q & Oviedo, 2015, p. 6).

De acuerdo con (Pico, Cortina, & Trujillo, 2017) el emprendedurismo desempeña un papel fundamental en la creación de nuevos empleos, la incorporación de nuevas tecnologías y en la competitividad internacional. El emprendedurismo integra de forma determinante, la unión entre sistemas tecnológicos y la exploración de oportunidades de negocios latentes en el mercado (p.108). Estas nuevas necesidades de moldear profesionales emprendedores se ha vuelto un fuerte desafío para las IES, las cuales son criticadas por formar empleados y no generadores de empleo; no obstante, es oportuno estar conscientes que no todos los profesionales deberían ser empleados, así como no todos los profesionales deberían ser generadores de empleo, pero sí todos deberían ser emprendedores (Narváez Sandino, 2012).

El concepto más aceptado de "Emprendedor" fue popularizado por el economista Joseph Schumpeter en 1945, definiéndolo como alguien versátil, que posee las habilidades técnicas para saber producir, reunir recursos financieros, organizar las operaciones internas y capitalizar sus esfuerzos a través de las ventas (Boveda Q & Oviedo, 2015).

Figura 4.1 Características del Emprendedor



El emprendimiento es un mecanismo que mediante la innovación incrementa la productividad, con la disponibilidad de los recursos humanos y tecnológicos adecuados. Para lo cual es necesario analizar los factores que afectan a la actividad emprendedora como factor de crecimiento y competitividad: el ecosistema de los emprendimientos y los factores internos que en él intervienen. El ecosistema de emprendimiento hace referencia al conjunto de actores tales como entidades gubernamentales, organizaciones públicas y privadas, entidades financieras, instituciones educativas, que interactúan formal o informalmente para conectar, mediar y gobernar el desempeño en un ambiente local de emprendimiento, facilitando la creación y el desarrollo sostenible de nuevas empresas (Mason & Brown, 2014).

La mentalidad de un emprendedor debe estar focalizada en darle un nuevo significado a las cosas, por medio de la innovación, con nuevas ideas que ayuden a sus clientes para que mejoren su calidad de vida y dejen un sello indeleble en sus consumidores (Rodríguez Alvarado & Tobar Guerra, 2021). Porque toda empresa o proyecto de emprendimiento tiene su principio en la clara definición de las características que le dan forma e identidad a la idea de negocio por medio de un plan que se compone de las siguientes características que parten de: Inteligencias múltiples para un emprendimiento exitoso.

El ser humano es emprendedor por naturaleza quizás es un gen que ha evolucionado para adaptarse a los contextos históricos, trasladándonos al hoy, podemos hablar del emprendimiento como opción de vida para la generación de ingresos, en este sentido podemos encontrar los emprendimientos por oportunidad y por necesidad, cuyas diferencias están enmarcadas en una serie de factores tales como:

Emprendimiento por necesidad:

1. Es poner en marcha una idea de negocio rápidamente, quizá debido a la falta de opciones, y está orientado a la generación de ingresos en poco tiempo.
2. Es la solución a una necesidad propia o de su entorno que en algunos casos no está soportada por un estudio para entender el mercado y posibles clientes.
3. Generalmente depende de un solo emprendedor que al tiempo es empleado completo y ejecuta todos los roles.
4. El modelo de negocio no tiene la rigurosidad necesaria como por ejemplo un modelo canvas.
5. Son negocios no escalables, eso no quiere decir que aplique para todos, pero sus soluciones en varios casos solo satisfacen necesidad de un nicho específico.
6. Su idea de negocio parte de uno tradicional y los componentes innovadores son pocos.

Emprendimiento por oportunidad:

1. Desarrolla de una idea producto de observar o entender el mercado y encontrar necesidades.
2. Sueñan con tener una empresa disruptiva que genere alto impacto.
3. El modelo de negocio es escalable, es decir que se puede replicar en distintos lugares os sectores.
4. Normalmente está compuesto por equipos de trabajos con especialidades diferentes.
5. Está respaldado por una investigación de mercados y la idea se lleva a cabo mediante rutas definidas (Networking, 2018).

El término Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) se han vuelto común entre los hondureños, según estadísticas estos nuevos modelos de negocio emplean a un 70% de la población en edad de trabajo y en su mayoría son empresas familiares. El Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP) estima que Honduras es un ejemplo de Emprendedurismo, a nivel de MIPYME son la mayor generación de empleo con un estimado de 92%-95%, mientras que las PYMES tienen la cifra de un 90%, esto representa un estimado de dos millones de personas trabajando en el nivel informal (Torres Irías, 2020).

Y en algunos casos de empresas muy innovadoras es que sea el momento oportuno para ellas y no para los demás (EIPE). Aunque en la actualidad son cientos los hondureños que emprendieron y continúan emprendiendo su idea de negocio, la Universidad Nacional Autónoma del país (UNAH) indicó que la pobreza en Honduras aumentó al 70 % en 2020, con un alza de 10,7 puntos porcentuales con respecto al 59,3 % de 2019, impulsada por la pandemia de la covid-19 y las tormentas tropicales Eta e Iota, teniendo como consecuencia el incremento de la delincuencia en el país, el cual es considerado como una de las principales barreras del emprendedurismo en Honduras.

En nuestro país existe una carencia de empleo y muchos ciudadanos se han visto en la necesidad de usar su ingenio o habilidades para crear ideas de negocios y emprender su propia empresa, teniendo como respaldo los conocimientos adquiridos por medio de experiencias, pero sobre todo de las universidades, las cuales promueven el desarrollo de competencias específicas para emprender y que hoy en día son imprescindibles en cualquier idea de negocio.

4.2 Universidades

Son instituciones educativas de nivel superior que capacitan a los futuros egresados con competencias necesarias para poder desarrollarse en su ámbito profesional, las universidades se dividen en dos sectores público y privado.

- **Universidades públicas**

El 55% de los estudiantes universitario asisten al sector público y con un 41.5% pertenecen a la universidad Autónoma de Honduras (UNAH) (Universidad Autonoma de Honduras, 2018). Obteniendo una cantidad significativa de egresado por ejemplo en el tercer trimestre del 2021 se graduaron 7,041 estudiantes según (Universidad Autonoma de Honduras, 2021). El Centro Universitario Regional de Centro (CURC) revelo que el 98% de los estudiantes consideran la instalación universitaria como una incubadora de empresas (Universidad Autonoma de Honduras, 2021)

¿Qué papel desempeña esta incubadora en el contexto universitario?

Es la capacitación y asesoría a los estudiantes en temas relacionados con el emprendedurismo, así como la oportunidad de realizar servicio social y prácticas profesionales que les permitan desarrollar habilidades y afianzar conocimientos. Por otro lado, al concluir sus estudios pueden generar su autoempleo a partir del desarrollo de ideas propias sobre alguna actividad, con lo cual se genera el arraigo a sus comunidades o municipios de origen y en un mediano plazo podrán brindar nuevas plazas de trabajo. (Pymerang, 2022).

1. La Universidad Autónoma de Honduras ha creado un proyecto nombrado: **Aprender a Emprender con cultura y tecnología**.

Este proyecto se está desarrollando en conjunto con la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), y por parte de la UNAH, La Dirección de Gestión de Tecnología (DEGT) y el Centro de Emprendedores (CEM).

El principal objetivo de este proyecto es fortalecer las habilidades del emprendedurismo en la juventud universitaria mediante la promoción de competencias innovadoras en gestión empresarial, patrimonio cultural y uso de nuevas tecnologías.

Esta cooperación se enmarca en el programa “Cultura Emprendedora: Aprender a Emprender”, impulsado por la OEI y está orientado a estudiantes jóvenes y personas desempleadas.

El programa incluye el desarrollo de una serie de capacitaciones para fomentar en las participantes competencias que les permitan auto emplearse y asociarse para consolidar sus negocios.

La formación consiste en realizar un taller que incluye la integración de toda la cadena de emprendimiento, desde la sensibilización, la generación de IDEAS, Formulación que incluye las herramientas de Tecnología, puesta en marcha y crecimiento empresarial

El financiamiento del proyecto para poner en marcha el negocio y brindar oportunidad de ingresar a un sistema de crédito flexible, Este financiamiento será a través de un convenio entre la OEI y la Cooperativa de Estudiantes Lucem Espacio, la cual fue creada con esta finalidad de brindar oportunidad de crecimiento y mejora de las condiciones de vida de los estudiantes. (Universidad Nacional Autónoma de Honduras, 2022).

2. La universidad Pedagógica de Francisco Morazán (UNPFM) esta universidad es más orientada a la formación de docentes, pero aun así se vio obligada a tener una iniciativa “IMPACTON” que brinda apoyo a los estudiantes que preñen emprender cuenta con un 11.3% población estudiantil (Universidad Autónoma de Honduras, 2018).

Un grupo de docentes y estudiantes de la Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán (UPNFM) se sumaron como voluntarios en el “IMPACTON”, un evento de apoyo al emprendimiento en Honduras.

Todo ello en el marco del reciente convenio firmado entre la Red Global de Innovadores Sociales: ImpactHub y la UPNFM a través del Instituto de Innovación Tecnológica (IINTEC) para unir esfuerzos en el fomento y apoyo al emprendimiento en Honduras.

En el "IMPACTON", se realizaron diversas jornadas de capacitación, talleres, mentorías y presentaciones de casos de éxito de y para los emprendedores hondureños, como parte del programa de apoyo al emprendimiento "InnovAcción" dirigido por IMPACT HUB Tegucigalpa y el BID-FOMIN.

La UPNFM felicita así la buena ejecución de este evento por parte de su socio estratégico ImpactHuby se suma a los esfuerzos por fomentar y desarrollar el emprendimiento de triple impacto (económico, social y ambiental).

El IINTEC contará en adelante con el apoyo de ImpactHub en los procesos de incubación que se desarrollarán como parte de los Premios RADAR-2018, dirigidos a estudiantes de la UPNFM con ideas creativas de emprendimiento; así como en el programa de fomento al emprendimiento universitario que se estará realizando en la recientemente inaugurada Incubadora de Empresas de la UPNFM. Puedan desarrollar la innovación y creatividad empresarial promoviendo el espíritu emprendedor en el campo de los negocios.

El programa de emprendimiento tiene una duración de 72 horas con una diversidad de temas que vendrán a perfeccionar la formación de los estudiantes y graduados del Departamento de Educación Comercial (Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán, 2018).

- **Universidades privadas**

1. El 45% de los estudiantes universitario asisten al sector privado y con un 14.8% la universidad Tecnológica Centroamérica (UNITEC)(Universidad Autónoma de Honduras, 2018).
Creo un espacio nombrado HUB Inspira, innova, conecta.



Figura 4.2 Logo HUB UNITEC

¿Qué es el HUB UNITEC? Es un espacio creativo ideal para que emprendedores, soñadores y personas innovadoras se conecten y a través de procesos de incubación y aceleración puedan hacer realidad sus sueños.

Es un espacio en donde mentores certificados ayudan a estudiantes a crecer con sus proyectos, a que no se desmotiven y sigan luchando por sus sueños, y en este mismo espacio se capacitan constantemente desde habilidades blandas, hasta el aprendizaje de las metodologías más avanzadas para emprender.

Es un espacio abierto directamente a la comunidad universitaria de Unitec y Ceutec e indirectamente a todos los jóvenes de Honduras (UNITEC, 2020).

2. El Centro Universitario Tecnológico (CEUTEC) creó un centro de Emprendimiento e Innovación (CEI).



Figura 4.3 Logo de Centro de Emprendimiento e Innovación de CEUTEC

El CEI de CEUTEC, es un espacio destinado a la innovación y creatividad de todas las personas que anhelan emprender para producir un beneficio colectivo en la sociedad. Este centro pondrá a disposición de los emprendedores, una serie de recursos, talleres y mentores que asesorarán las ideas para materializarlas.

El emprendimiento y la innovación son dos piezas clave dentro del engranaje de CEUTEC, que refuerzan el compromiso de la institución con el fortalecimiento de un ecosistema que facilite la generación de proyectos y empresas que favorezcan a la sociedad (BlogUnitec, 2022).



Figura 4.4 Logo de Avanza Centro de Innovación.

1. Universidad Tecnológica de Honduras (UTH) poseyendo su centro de Innovación UTH AVANZA cuenta con un 7.7% la población estudiantil (Universidad Autónoma de Honduras, 2018)

El Centro de Innovación UTH AVANZA es el primer Centro de Innovación Universitario en Honduras, dedicado a trabajar la pre incubación de empresas innovadoras y a realizar transferencia tecnológica de las invenciones de los equipos de investigación y desarrollo de UTH.

UTH AVANZA es una plataforma integral que fomenta el emprendimiento, dando servicios de gestión y asesoría para la formación de nuevas empresas con innovación e investigaciones que deriven de estas o en transferencia tecnológica a otras. Busca facilitar las herramientas y recursos necesarios para que estudiantes, egresados y comunidad empresarial cuenten con oportunidades para lograr que sus ideas de negocios sean una realidad. El objetivo es ofrecer a alumnos, egresados y comunidad emprendedora, un modelo de desarrollo de empresas que facilite la implantación, consolidación y mejora de las mismas. Apoyar a la formación de empresarios y empresas competitivas en el ámbito nacional e internacional, con habilidades, actitudes y valores que contribuyan al crecimiento económico y al desarrollo social de la comunidad (Universidad

Tecnologica de Honduras, 2022). Es complementario que las universidades cuenten con su centro de emprendimiento también es imprescindible con formación de calidad para los aspirantes a emprender.

4.3 Formación que los Estudiantes

Trata de un sistema para generar ideas innovadoras que busca entender y dar solución a las necesidades reales de los clientes, es un conjunto de herramientas que ayudan a fortalecer las competencias. “Los profesionales deben saber que hoy en día tienen que diversificarse y hacer que su capital humano sea flexible. Eso significa que tienen que estar dispuestos a reinventarse a sí mismos rápidamente”, afirma Alejandro Gaviria, decano de la Facultad de Economía en la Universidad de los Andes. (Universidad del Rosario, 2017).

Es difícil definir qué es lo que se requiere para ser un buen emprendedor. Montar un negocio es una aventura humana, que cambia prácticamente con cada proyecto y cada sector, pero que sin embargo tiene puntos en común. Necesitas vender, gastar menos de lo que ingresas, tener a tus clientes contentos, gestionar un equipo humano, etc. No es algo tan sencillo.

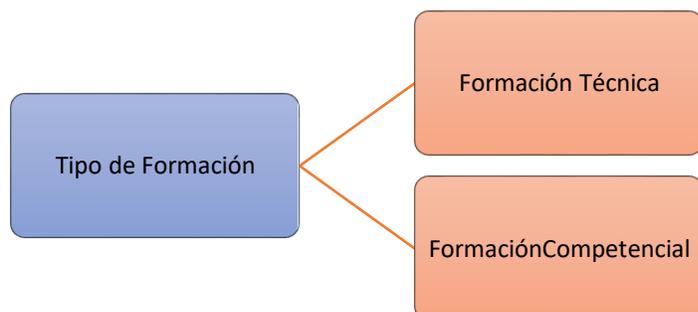
Cuando lo piensas, en una sociedad cada vez más compleja como la nuestra, con multitud de normas, códigos y variables, se hace constantemente más difícil resolver las cosas por pura intuición o talento. (Kerfant).

La formación de las personas es un factor determinante tanto para su desarrollo personal como profesional. En el ámbito empresarial, estos conocimientos deben ser considerados como un factor de producción que afecta indudablemente a la competitividad de nuestras empresas.

Asimismo, y si el emprendedor se constituye como trabajador autónomo debe ser consciente de que la formación le va a diferenciar del resto de profesionales y le va a aportar un valor añadido a su actividad dentro de un mercado altamente competitivo.

Tanto para todos los emprendedores como para cualquier otra persona que no haya optado por este camino, la formación debe ser una herramienta a utilizar a lo largo de toda su vida profesional y personal. Se debe diferenciar entre la formación técnica y la formación competencial de los emprendedores. Ambos campos son igual de importantes y pueden condicionar el éxito o fracaso de estas nuevas vidas empresariales.

Figura 4.5 Diagrama de Tipo de Formación



- **LA FORMACIÓN TÉCNICA:** La educación técnico profesional está conformada por los programas educativos orientados a desarrollar habilidades y destrezas para el trabajo. En prácticamente todos los países de América Latina la educación técnico profesional es una modalidad educativa del nivel secundario y del nivel superior (SITEAL).
- **LA FORMACIÓN COMPETENCIAL:** es un proceso de enseñanza y aprendizaje que está orientado a las personas con el fin de adquirir habilidades, conocimientos y actitudes para un desempeño idóneo (Universidad del Zulia, 2018).

En el área del emprendimiento nos encontramos con una formación de carácter esencial y básico dirigida a todos los emprendedores independientemente de su futura área de actividad, que les va a servir de gran apoyo en el inicio de esta nueva etapa profesional.

Esta formación que se centra en áreas de gestión empresarial suele incluir aspectos tales como el marketing, finanzas, formas jurídicas de una empresa. No se trata de una formación en profundidad o de nivel avanzado que vaya a permitir al emprendedor gestionar todos estos aspectos una vez creada su empresa, sino que le va a proporcionar unos conocimientos y una visión global que le permitirán conocer y estar al tanto de todas estas cuestiones.

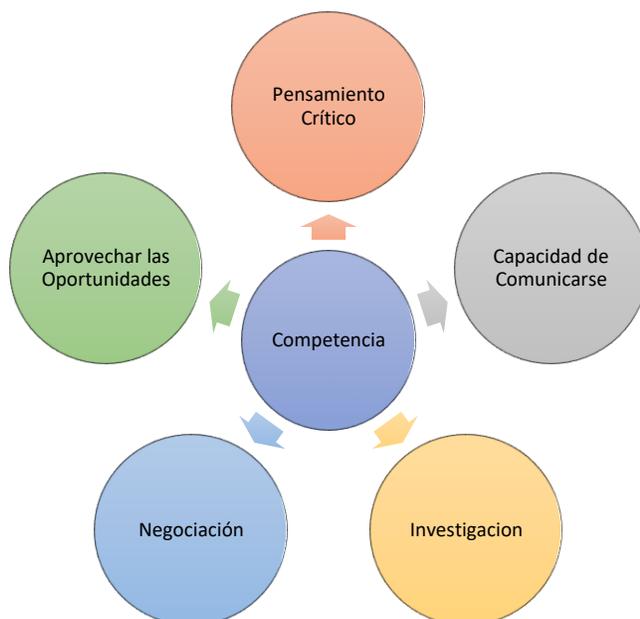
Generalmente, los emprendedores tienen un alto grado de conocimientos y formación en su propio sector, pero poseen mayores lagunas en estas otras cuestiones. De ahí que recibir formación en estas temáticas pueda suponer un apoyo fundamental en los comienzos (Emprenderioja, 2013).

4.4 Competencias

Definimos competencia como el conjunto de atributos (motivaciones, actitudes, valores, conocimientos y habilidades) de una persona que se manifiesta en comportamientos que son definibles, observables y medibles, y que están casualmente vinculados con un desempeño superior en la acción emprendimiento (Universidad Icesi).

Si conoces cuáles son las competencias de un emprendedor, vamos a poder desarrollarlas en nuestras vidas. Así tendremos recursos muy importantes para cumplir con nuestras responsabilidades y alcanzar el éxito.

Figura 4.6 Diagrama de las principales Competencia de un Emprendedor



- **EL PENSAMIENTO CRÍTICO:** nos permite valorar por nosotros mismos, formarnos una opinión fundamentada personal e intransferible de lo que nos rodea, y con el que vamos realizando nuestro día a día (aer, 2014).
- **CAPACIDAD DE COMUNICARSE:** la comunicación juega un rol importante, pues una persona emprendedora debe contar con facilidad de palabra y la capacidad de transmitir mensajes claros y objetivos a través de discursos, los cuales dan la oportunidad de explicar un proyecto, siempre y cuando capte el interés del público. (Cuadrante Communication & Social).
- **LA INVESTIGACIÓN:** de mercados ayuda a los proyectos emprendedores a tener mayores oportunidades de negocio y a desarrollar una mayor sostenibilidad (Beñat & Lozano, 2021).
- **NEGOCIACIÓN:** cumplen un rol esencial en la vida de los emprendedores. Ya sea que necesite negociar un precio con un proveedor, convencer a un cliente de que su producto es el

mejor o conseguir un inversionista para su proyecto, es importante que los empresarios dominen los fundamentos básicos de la negociación (Certus).

- **APROVECHAR LAS OPORTUNIDADES:** es la consecuencia de un trabajo continuado de búsqueda y de vigilancia, de estar en el sitio oportuno esperando con paciencia a que se produzca el momento oportuno.

Después de que descubrimos las competencias tenemos la obligación de identificar una serie de barreras que, en la mayoría de los casos, nos hacen pensarlo dos veces antes de continuar con nuestra iniciativa.

4.5 BARRERAS

A una gran cantidad de personas le cuesta emprender su idea de negocio, esto es debido a un conjunto de barreras que todo emprendedor tiene que enfrentar en un determinado tiempo, según Carlos Padilla (2019), Coordinador de Emprendimientos y Capacitaciones del proyecto Génesis de la Fundación Nacional para el desarrollo de Honduras (Funadeh), la primera barrera que un emprendedor debe vencer es él mismo. No obstante, Honduras tiene una gran cantidad de barreras las cuales se clasifican como: Internas y externas.

Internas

Falta de recursos Económico: En los últimos años la pobreza en Honduras ha mantenido un "comportamiento oscilante", una situación que "se agudiza por la caída en la producción" y, en consecuencia, provoca desempleo, disminución de ingresos y precarización social de la población (SWI, 2021). Con la llegada de la pandemia COVID-19, junto con dos huracanes de categoría 4 (Eta e Iota) en 2020, provocó una fuerte caída del PIB de 9%, mientras que los ingresos y el empleo también cayeron, con unas 400.000 personas que perdieron su trabajo durante ese año (Banco

Mundial en Honduras, 2022). Sin tener fuentes de ingresos ni posibles alternativas para un financiamiento, la falta de economía se vuelve como una de las principales barreras para que las personas realicen su emprendimiento.

Falta de conocimiento en el entorno legal: El emprendedor debe conocer las oportunidades que tiene disponibles en su país para lograr implementarlas en su idea de negocio, de igual forma conocer cuáles serían las consecuencias al no cumplir con ciertas normas como, por ejemplo, protección al consumidor.

La falta de asesoría legal adecuada es un obstáculo recurrente, esta falta de información ha llevado a que ocho de cada diez PyMES no lleguen a progresar, según datos de la Facultad de Administración y Contaduría de la UNAM. Esto permite hacer hincapié en la importancia de contar con una asesoría legal desde el arranque de operaciones, ya que, no contar con este apoyo puede conducir a errores fiscales que en el peor de los casos desembocan en delitos (Gob.mx, 2016).

Inseguridad personal: “Se debe romper esa barrera de temor al fracaso, el temor a rechazo, el temor a perder una inversión, vencer sus propias creencias de pobreza” este sentimiento te impide avanzar en tu proyecto de negocio.

Externas

Alto nivel de delincuencia: Muchos micro, pequeños y medianos empresarios de Honduras han tenido que cerrar sus negocios y otros están por hacerlo ante la imparable ola de extorsión por parte de bandas criminales que operan en varias ciudades del país. Los extorsionadores cobran lo que ellos denominan un “impuesto de guerra”, con lo que han llevado a la quiebra no solo a muchos emprendedores en el país (EL NUEVO DIARIO, 2019). No obstante, la extorsión no es su

principal amenaza debido a que también enfrenta delitos diversos como ser: robos, hurtos, atracos, fraudes y amenazas violentas exclamo Palma (2021).

Falta de ayudas gubernamentales: A pesar de la importancia de las universidades, el gobierno debe actuar en beneficio de los microemprendimientos ya que es quien más acceso tiene a recursos para dar incentivos a los jóvenes empresarios. Gibb menciona que en Reino Unido las universidades reciben financiamiento del estado para garantizar el impulso de emprendedores y la autonomía de los proyectos. La idea de involucrar al gobierno y a las universidades con el emprendimiento es fomentar el cambio institucional, que para Gibb y Hannon (2006) va más allá del cambio de las organizaciones y su estructura, sino que implica un cambio de los sistemas de gobierno y la cultura (Gibb y Hannon 2006).

Inestabilidad política: Entre las condiciones que afectan el entorno de negocios, los obstáculos más importantes según las empresas, se ubica en dos dimensiones: “Paz y estabilidad política” y “buena gobernanza”. En la dimensión de paz y estabilidad política el problema más sentido por las empresas para el desenvolvimiento de sus negocios, es la situación de criminalidad e inseguridad que vive el país (Gallardo & Berrios, 2013). El riesgo político es la posibilidad de que la situación política o la adopción de políticas por parte del gobierno modifiquen las condiciones en las que un negocio ha sido establecido. Situación que con seguridad desincentiva la creación de empresas y la inversión en negocios en sus primeras etapas en la nación.

Tomando en consideración lo antes expuesto, dicha parte de la investigación se basó en conocer el grado de barreras para emprender un negocio de los estudiantes de los dos últimos años de las carreras universitarias en Tegucigalpa.

4.6 NEGOCIO

Se proyecta que en los negocios a nivel nacional están vinculados directamente a los índices de la economía mundial registrará un crecimiento de 6% en 2021, que se moderaría a 4,4% en 2022. Las proyecciones de 2021 y 2022 superan las cifras del informe WEO de octubre de 2020 en 0.8 y 0.2 puntos porcentuales, por efecto del respaldo fiscal adicional de unas pocas grandes economías y la recuperación prevista para el segundo semestre del año gracias a la vacunación. Gracias a las políticas de respuesta sin precedentes, es probable que la recesión provocada por la COVID-19 deje menos cicatrices que la crisis financiera internacional de 2008. (Banco Central de Honduras)

A nivel internacional el impacto económico en los negocios debido a la pandemia COVID-19 ha permitido crear las condiciones necesarias para que las empresas puedan recuperarse, estos cambios también 14 en Honduras realizadas a las políticas monetarias como disminución del encaje legal entre otras para minimizar el impacto económico en los países, pero esto a nivel Pyme ha tenido altas repercusiones en vista de que varios sectores, por el giro de negocio al que pertenecen no han podido operar, otros han tenido que evolucionar en sus formas de hacer negocio. En el primer trimestre de 2021 la economía hondureña registró un alza de 6.2% en comparación con el cuarto trimestre de 2020; determinada por el dinamismo en la actividad económica; contrario a lo ocurrido en el trimestre anterior, en el cual ocurrió la depresión tropical Eta y el huracán Iota, que afectaron ciertas actividades productivas principalmente las agrícolas. (Banco Central de Honduras)

No obstante, las tasas de crecimiento económico previstas para ambos años, se esperaría que el nivel de producción registrado previo a la pandemia se alcance hasta” (Boletín de Prenda)pág. 3). Las condiciones económicas en el país no son estables, las pymes están en un proceso de

innovación y adaptación a las nuevas formas de hacer negocios, las universidades deben reinventarse y crear el marco adecuado para que los estudiantes tengan las características necesarias para evaluar oportunidades de negocios rentables y auto sostenibles en el tiempo. (HONDURAS) (Drucker)

La Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) es uno de los pilares de la economía hondureña y cumple un papel protagónico en la reactivación y desarrollo del país. Este sector aporta aproximadamente el 60% del Producto Interno Bruto (PIB) y origina 7 de cada 10 empleos en Honduras. (Inversiones)

Con la llegada de la pandemia, las MIPYME han sido el sector más golpeado por el confinamiento a causa del Covid-19, y, por ende, han recibido atención especial por parte de los organismos multilaterales y el propio Estado.

El Fondo Monetario Internacional (FMI), Banco Mundial (BM), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), así como el antes mencionado Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), han destinado fondos para su mantenimiento y sostenibilidad a través de créditos colocados en la banca nacional. (BCIE)

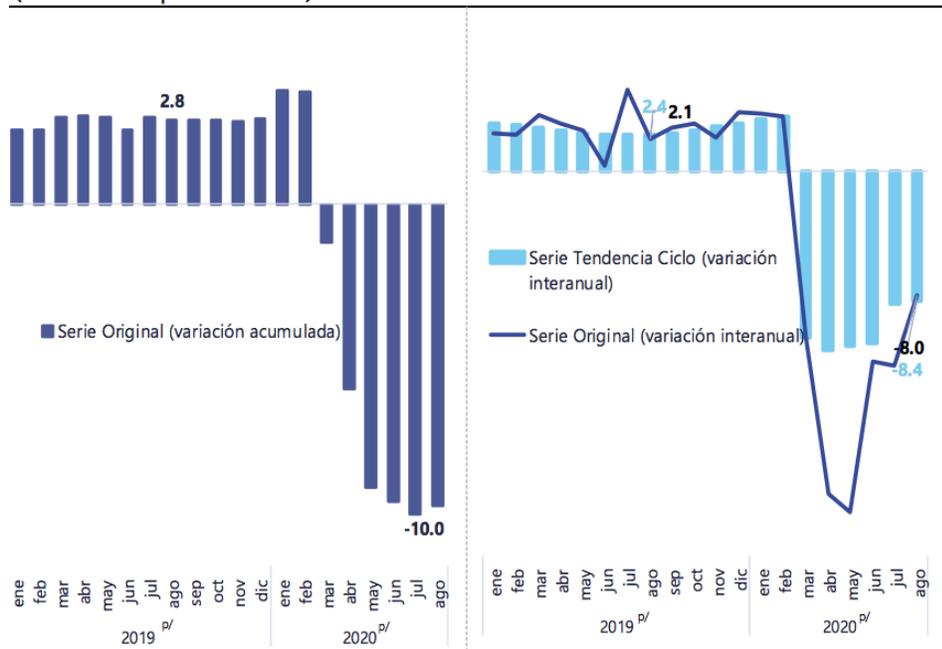
El BCIE por medio del Programa Facilidad de Apoyo al Sector Financiero para el Financiamiento de la MIPYME, desembolsó alrededor de 35.5 millones de dólares a tres instituciones financieras hondureñas para apoyar a los negocios cuyos ingresos se han visto afectados durante la Pandemia. (Inversiones)

Los fondos fueron canalizados a las MIPYMES para mantener los empleos, y para la contratación del personal despedido desde el 11 de marzo de 2020 en las empresas afectadas por la emergencia y que estaban orientadas a “la producción de la cadena agroalimentaria, hostelería y turismo, construcción, industria creativa y medios de comunicación, comercio

a nivel general, y empresas de provisión de servicios, entre otros”. De acuerdo con el BCIE, las MIPYMES fueron beneficiadas con financiamiento para atender necesidades de capital de trabajo y obligaciones operativas; esto a su vez permitirá proteger el empleo que genera este sector empresarial en el país.

Honduras: Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE)

(Variaciones porcentuales)



Fuente: Departamento de Estadísticas Macroeconómicas, BCH.

^{p/} Preliminar

Gráfica 1.1 Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE)

La inclusión financiera, de acuerdo con la entidad u organismos que la defina, tiene una gran variedad de acepciones, las cuales van desde generales hasta muy específicas.

Las definiciones de inclusión financiera, pese a la variedad existente, en su mayoría giran en torno a las siguientes cuatro dimensiones (AFI, 2010): a) **ACCESO**: se refiere a las capacidades de las personas para poder usar la variedad de los servicios financieros formales disponibles ofrecidos por las instituciones financieras, como son: cuenta de ahorro, créditos, seguros, tarjetas de créditos, tarjetas de débito, entre otros;

b) **CALIDAD:** se refiere a la calidad que se evidenciaría en los atributos de los productos y servicios si éstos se ajustan a las necesidades de los clientes y si el desarrollo de productos tiene en cuenta estas necesidades.

c) **BIENESTAR:** se refiere al “efecto positivo que un dispositivo o servicios financiero ha tenido en la vida de los consumidores”. (Valenzuela César)

Por lo tanto, la inclusión financiera en un enfoque integral aborda el acceso, uso y calidad de una amplia gama de servicios y productos financieros definidos por la capacidad de los consumidores, los cuales se espera se beneficien de los nuevos servicios y productos financieros ofertados y que éstos se encuentren vinculados a la protección del consumidor y a su capacidad financiera, que finalmente propicien como efecto positivo el bienestar en la vida del consumidor. Finalmente, la inclusión financiera por su definición se enfoca en dos tipos:

a) **MARGEN EXTENSIVO** de la inclusión financiera, el cual consiste en brindarle un acceso a todas aquellas personas que no lo tienen o bien que no acceden a ellas.

b) **MARGEN INTENSIVO** de la inclusión financiera, el cual consiste en el mejoramiento o perfeccionamiento del acceso y uso de los servicios y productos financieros de aquellas personas que aún no hacen un uso pleno de la oferta existente. (Valenzuela César)

La estrategia de negocio permite tanto a Pymes como a grandes corporaciones plantearse unos objetivos empresariales en concreto y sobre ello, basar su día a día en alcanzar los mismos en el largo plazo se debe permitir la obtención de determinados niveles de rendimiento financiero para la empresa.

4.7 ESTRATEGIAS

Las estrategias de emprendimiento se enfocan en desarrollar productos y/o servicios innovadores, crear portafolios corporativos impresos y en línea todo ello con el apoyo de las Tecnologías de la información y la comunicación que a su vez brinden mayor sostenibilidad al emprendimiento.

Peter Drucker (1963) ya había determinado en la década de los sesenta que la innovación es la provisión de más y mejores bienes y servicios, pero que no es suficiente para el negocio proveer bienes y servicios cualquiera que sea, deben proveerlos mejores y más económicos. Lo anterior muestra que la innovación puede desarrollarse en cualquiera de las fases del negocio. Puede innovarse el diseño, el producto, los métodos de comercialización, el precio, los servicios, la organización o las técnicas de gerencia. Citado por Garzón (Drucker) e Ibarra, 2013, p.49)

En innovación social hay todas las posibilidades de crecimiento y competitividad, tomando distancia del criterio economicista que antepone el signo pesos al éxito. Las evidencias muestran que más allá de inversiones en equipamiento y “trenes que arrastren cocinas”, como diría Gabo, la inversión es en la gente, no en aparatos sofisticados. (Universidad de Nariño)

Julio Andrés Rozo, consultor del Centro Colaborador del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente en Consumo y Producción Sostenible (CSCP) en Alemania plantea en Corporación Ventures que el “emprendimiento sostenible, aparte de ser una alternativa de generación de ingresos y aumento de la base de empleo en la sociedad, puede ser también un motor que permite afrontar retos ambientales. (Velasco y Ortega, 2014, p.215)

Por lo tanto, responde a tres líneas de impacto muy importantes: económico, social y ambiental. Esto a través del desarrollo de innovaciones que promuevan conductas de consumo sostenible (CPS) dentro del mercado” (La República, 2013).

Las empresas de hoy en día están implementando en sus estrategias nuevas formas de marketing, el marketing digital. Pues éste está conformado por la integración y combinación de conceptos relacionados con el desarrollo de los grupos sociales, el cambio de mentalidad en las personas, debido a los cambios tecnológicos y a las nuevas facilidades de comunicación, que ayudan a las empresas han acceder ha información esencial sobre sus clientes. El marketing digital se ha posicionado como el nuevo rumbo para el desarrollo de las estrategias empresariales en el contexto de la globalización, articulado a los avances del mercado de las comunicaciones y la tecnología. Es por esto que las llamadas TIC han cobrado tanta importancia y su uso marca la pauta dentro del ámbito empresarial, hacia el éxito con una utilización eficaz o hacia el fracaso con una mala utilización de las organizaciones (Andrade, 2016).

Las tecnologías de la información y la comunicación hacen posible poner a disposición de los actores involucrados en los procesos educativos múltiples escenarios. La enseñanza y aprendizaje de las lenguas, la educación básica, los nuevos ambientes de aprendizaje, los modelos pedagógicos y didácticos, la alfabetización tecnológica, el pensamiento complejo, el aprendizaje combinado y la construcción compartida del conocimiento, entre otros, ofrecen una diversidad de maneras de asumir la innovación educativa. (La Republica)

Es una herramienta de gestión, que ayuda a la toma de decisiones en los diferentes entornos ya sea político, económico o social que se atraviesen dentro de la compañía, encaminando todos los

esfuerzo y estrategias, adecuando los cambios respectivos que impone el entorno, buscando mayor eficacia, eficiencia y calidad en los bienes y servicios que brinda la compañía.

El objetivo de una planeación estratégica es implementar los recursos de forma eficiente y de esta forma incrementar la productividad de una compañía u organización, con el propósito de aumentar sus ganancias y crecimiento dentro de su área. Se estima que es un proceso constante, el cual requiere una retroalimentación acerca del manejo y funcionamiento que le estén dando a las estrategias.

Algunas empresas cuentan con indicaciones claros para medir el rendimiento de la compañía, tales como; retorno sobre inversión, utilidades, ventas, entre otros. Estos indicadores arrojan información útil acerca del funcionamiento de las estrategias, con las cuales se pueden efectuar ajustes y mejoras para la compañía. (Dalle)

Estrategia empresarial es el plan general de acciones orientado a establecer el modo en que una empresa interviene en un mercado, con el fin de obtener una ventaja sobre la competencia y alcanzar los fines expresados en su misión. (Etecé)

La estrategia funcional está relacionada con la gestión de recursos y habilidades de cada sección de la empresa, con el fin de optimizar sus aplicaciones. Deben estar alineadas con las estrategias corporativas y competitivas para un correcto funcionamiento de los procesos. Son cortoplacistas y básicas para mantener un nivel de productividad importante dentro de la compañía. En los últimos años este tipo de estrategias están siendo especialmente trabajadas por los directivos de las empresas. Con la llegada de la pandemia han cobrado mayor importancia. (Figuroa)

Las estrategias empresariales son un conjunto de acciones que se llevan a cabo en una empresa con el fin de lograr crear una ventaja competitiva. Existen diferentes tipos de estrategias que las universidades están enseñando a sus estudiantes dando la importancia de cualidades competitivas (producto y marketing), funcionales (optimización de recursos), y corporativas (imagen de empresa).

V. METODOLOGÍA Y PROCESOS

Cronología de trabajo



Figura 5.1 Cronología de trabajo

5.1. Enfoque y método

5.1.1. Enfoque

El enfoque cualitativo busca principalmente la “dispersión o expansión” de los datos e información, mientras que el enfoque cuantitativo pretende “acotar” intencionalmente la información (medir con precisión las variables del estudio, tener “foco”). Mientras que un estudio

cuantitativo se basa en investigaciones previas, el estudio cualitativo se fundamenta primordialmente en sí mismo. El cuantitativo se utiliza para consolidar las creencias (formuladas de manera lógica en una teoría o un esquema teórico) y establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población; y el cualitativo, para que el investigador se forme creencias propias sobre el fenómeno estudiado, como lo sería un grupo de personas únicas o un proceso particular (Sampieri, 2014)

En esta investigación se evaluará el emprendedurismo en los estudiantes universitarios de penúltimo y último año de las universidades de Tegucigalpa, se desarrollará un **enfoque mixto**, debido a que se realizará un enfoque cuantitativo y cualitativo mediante encuesta y entrevistas.

5.1.2. Método

Método no experimental debido a que no se manipulará las variables basándose en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir; sin que el investigador altere el objeto de investigación.

5.1.3. Estudio

El estudio a utilizar es el descriptivos debido a que buscan especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Danhke, 1989) Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.

5.1.4. Diseño de la Investigación

Se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema (Wentz, 2014).

Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no se hacen variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. En un experimento se “construye” una realidad. En cambio, en un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya antes vistas, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos (Sampieri, 2014) p. 152).

De acuerdo con lo anterior en este estudio de investigación no se pretende la manipulación de variables independientes, se estará utilizando el Diseño No Experimental Transversal Simple, en virtud de que la recolección de datos se hará una única vez.

5.1.5. Alcance de la Investigación

La investigación se desarrolla bajo un alcance descriptivo ya que se consideran que miden conceptos y se definen variables de personas, grupos o comunidades como ser los estudiantes universitarios de penúltimo y último año de las universidades de Tegucigalpa, el cual únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren anteriormente.

5.1.1. Tabla de Operacionalización de Variables

Variable	Definición Operacional	Objetivos	Dimensión	Tipo	Escala	Indicador	Fuente de Verificación
Emprendedurismo	Es aquella persona que tiene capacidad de transformación y cambio.	Determinar las motivaciones y barreras que se le presentan a los estudiantes de los dos últimos años de las carreras universitarias en Tegucigalpa evaluando el desempeño y orientación que las universidades les brindan tomando en consideración la formación emprendedora, expectativas y principales obstáculos para llevar a cabo su emprendedurismo.	Temporal	Cualitativo Y Cualitativo	Nominal	Mediante de encuestas realizadas a estudiantes	Encuesta/Entrevista

Universidades	Es una institución académica de enseñanza superior e investigación que otorga títulos académicos en diferentes disciplinas.	Investigar cuál es el apoyo que las universidades brindan a los estudiantes al generar su propio negocio	Temporal	Cualitativo Y Cualitativo	Nominal	Por medio de programas de apoyo por parte de las universidades	Encuesta/Entrevista
Formación que los estudiantes	Es la formación integral de los estudiantes pretende el desarrollo de capacidades, valores y habilidades que favorezcan su trayectoria académica; es un proceso continuo, permanente y participativo que busca lograr la realización plena del estudiante, preparándolo para enfrentar con éxito los problemas existentes en la sociedad.	Determinar cuál es la formación que los estudiantes reciben por parte de la universidad sobre emprendedurismo	Temporal	Cualitativo	Nominal	Por medio de planes de estudios de las carreras universitarias	Entrevista

Competencias	Es un conjunto de características que subyacen en una persona y que les permiten demostrar un desempeño superior en un determinado rol o situación. Algunas competencias, son fácilmente identificables y mensurables; sin embargo, hay otras que son muy difíciles de detectar.	Identificar las competencias que adquieren los estudiantes de las universidades al realizar emprendedurismo	Temporal	Cualitativo	Nominal	Por medio de entrevistas realizadas a docentes	Entrevista
Barreras	Las barreras de entrada a un mercado son obstáculos de diverso tipo que complican o dificultan el ingreso de empresas, marcas o productos nuevos.	Conocer cuáles son las barreras con las que se enfrentan los estudiantes de las universidades al querer emprender su negocio	Temporal	Cuantitativo	Nominal	Mediante de encuestas realizadas a estudiantes	Encuesta
Negocio	Es cualquier actividad, ocupación o método que tiene como fin obtener una ganancia.	Identificar qué tipo de emprendimiento practican los estudiantes al generar su idea de negocio	Temporal	Cuantitativo	Nominal	Mediante de encuestas realizadas a estudiantes	Encuesta

Estrategias	Es una metodología que busca alcanzar un objetivo por medio de un plan de acción que se descompone en objetivos estratégicos para cada área funcional de la organización.	Indagar cuáles han sido las estrategias que los estudiantes han tenido que aplicar para hacer crecer su negocio	Temporal	Cuantitativo	Nominal	Por medio de planes de estudios de las carreras universitarias	Encuesta
--------------------	---	---	----------	--------------	---------	--	----------

Solís (2013) afirma: “El paso de una variable teórica a indicadores empíricos verificables y medibles e ítems o equivalentes se le denomina operacionalización. La operacionalización se fundamenta en la definición conceptual y operacional de la variable” (p. 211).

5.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

5.2.1. Población

La población es la suma de todos los elementos que comparten un conjunto común de características y que constituyen el universo para el propósito del problema de la investigación. Considerando que la población a estudiar en esta investigación, son los estudiantes de penúltimo y último año de las carreras universitarias en Tegucigalpa.

5.2.2. Muestra

La muestra es un subgrupo de elementos de la población seleccionado para participar en el estudio. En el presente estudio, el tipo de muestreo a utilizar es, el muestreo no probabilístico por conveniencia, de acuerdo con el interés de la investigación; considerando su velocidad, costo-efectividad y facilidad de disponibilidad de la muestra.

El muestreo no probabilístico; consiste en seleccionar a los individuos que convienen al investigador para la muestra. Esta conveniencia se produce porque al investigador le resulta más sencillo examinar a estos sujetos, ya sea por proximidad geográfica, por ser sus amigos, etc. (Requena Serra, 2014).

La Fórmula que se utilizó para determinar la muestra infinita se detalla a continuación:

$$n = \frac{z^2 (p * q)}{e^2 + \frac{z^2 (p * q)}{N}}$$

Figura 5.2 *Formula*

Parámetro	Detalle
N	Tamaño de Población
Z	Parámetro Estadístico, Nivel de Confianza
P	Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)
Q	Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado (fracaso)
e	Error Muestral

Parámetro	Valores
N	222214
Z	95%
P	50%
Q	50%
e	5%

Figura 5.3 Parametros

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{(0.95)^2(0.5 \times 0.5)}{(0.05)^2 + \frac{(0.95)^2(0.5 \times 0.5)}{222,214}}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.002504322}$$

$$n = 383.50$$

N= 384

La muestra es de 384 estudiantes de las universidades de Tegucigalpa que están cursando penúltimo y ultimo año de sus carreras universitarias.

5.3. Técnicas e Instrumentos

En la investigación se dispone de múltiples tipos de instrumentos para medir las variables de interés y en algunos casos llegan a combinarse varias técnicas de recolección de los datos. En esta investigación se utilizará la encuesta y entrevista para obtener los datos que den respuesta a las variables y objetivos.

5.3.1. Encuestas

La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz (Repullo Labrador & Casas Anguita, 2003). García Ferrando define la encuesta como, una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características.

En la presente investigación la encuesta se realizará con opciones, escalas de Likert, el cual se aplicará a los estudiantes de las carreras de penúltimo y último año de las universidades de Tegucigalpa.

5.3.2. Entrevista

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar (Díaz-Bravo, 2013) Las entrevistas, según Grinnell, se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas.

En las entrevistas estructuradas, el entrevistador realizara su labor basándose en una guía de

preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a esta. Las entrevistas semiestructuradas en una guía de preguntas y el entrevistador tienen la independencia de agregar preguntas adicionales para asegurar conceptos u obtener más información. Las entrevistas abiertas se fundamentan en una guía general de contenido y el entrevistador posee toda la flexibilidad para manejarla. (Hernández, S. 1997).

Para el tema de estudio, la entrevista realizada al docente fue estructurada haciendo una serie de preguntas específicas para hacer énfasis en las variables y objetivos de investigación.

5.4. Fuentes de información

En una investigación, se habla de fuentes de información o fuentes documentales lo cual se refiere al origen de una información determinada, el soporte en el cual se encuentra información, también se referiré a terceros para que, a su vez, la recuperen para sí mismos (Enciclopedia Concepto, 2022).

“Las fuentes de información son documentos de distintos tipos y orígenes que proveen datos y recursos sobre un tema o área determinada y según su nivel de información pueden ser clasificadas como: fuentes primarias, fuentes secundarias y fuentes terciarias.” (tutfg, 2021)

5.4.1. Fuentes primarias

“Son aquellas que brindan información nueva u original, que no ha sido recogida o recopilada de antemano. Principalmente se trata de la información que se incluye en monografías o publicaciones seriadas (libros y revistas), y sus partes, como los capítulos, artículos, etc. De ellas obtenemos directamente la información.” (Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 2.5 License, 2022). Cuando se trabaja con fuentes

primarias, es importante comenzar con algunas preguntas de observación e interpretación que nos pueda sugerir futuras direcciones de investigación.

¿Cuándo fue creada la fuente? Si la fuente no está fechada, ¿puedes consultar otros recursos para hacer una suposición del periodo histórico?

¿Quién lo creó? Si el nombre de un individuo no es aparente, ¿puedes inferir su posición dentro de la sociedad?

¿Cuál fue el propósito original de esta fuente? ¿Por qué fue creado y cuál fue su intención?

¿Cómo podrías usar esta fuente como una evidencia? ¿Qué preguntas de investigación podría ayudar a responder? ¿Qué historia podrías contar usando esta fuente? (Universidad de Puerto Rico Recinto de Río de Piedra, 2022)

5.4.2. Fuentes secundarias

Son aquellas que, por el contrario, no tienen como objetivo principal ofrecer información sino indicar qué fuente o documento nos la puede proporcionar, podemos decir, nos facilitan la localización e identificación de los documentos. No contienen información acabada, siempre remiten a documentos primarios. Son bibliografías, catálogos, bases de datos, etc. (Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 2.5 License, 2022). Entre las características principales que presenta una fuente secundaria cabe destacar:

- Es un documento basado en un documento original.
- Puede presentarse en distintos formatos.
- Recoge una información que es objeto de estudio.

- Esta información ha sido desarrollada por una persona, con base en una investigación original.
- Esta información está adulterada, por lo que no expone fielmente lo que plasmó el autor.
- Hace referencia a una obra original, evidencia directa en una investigación.

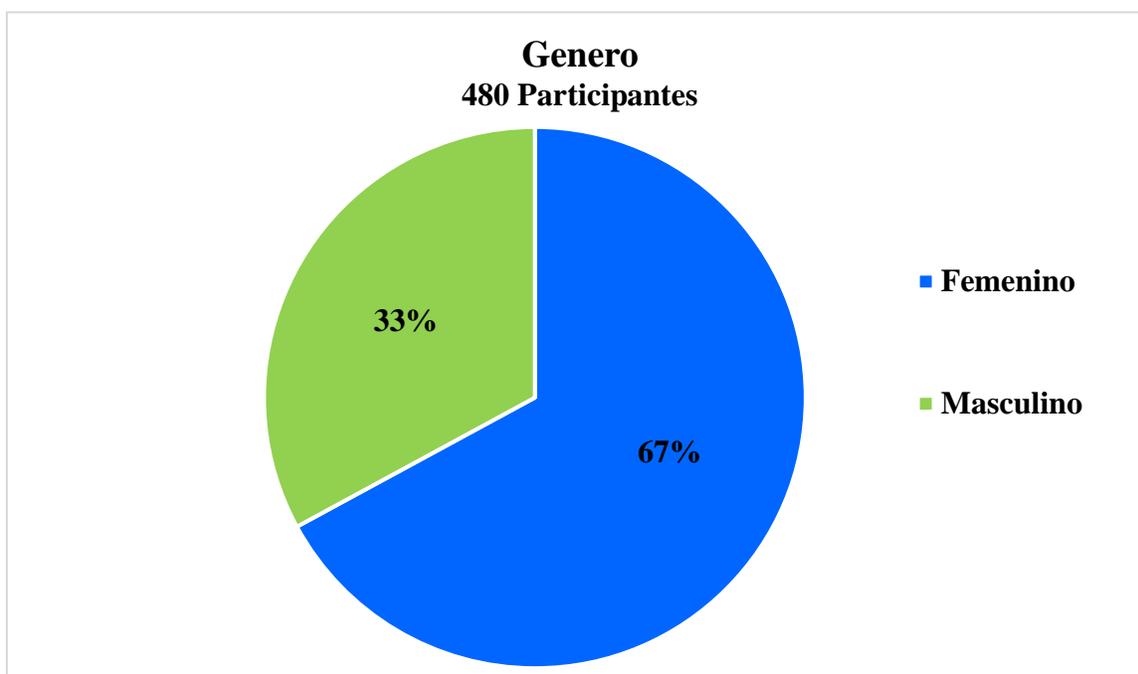
No tratan de exponer información como tal, sino el lugar en el que adquirir dicha información. (economipedia, 2022).

VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS

6.1 Gráficos y análisis de encuestas

Se aplicó un total de 480 encuestas de las cuales únicamente el 83% representa 398 personas que cumplían con el filtro que se determinó en un comienzo el cual es encuestar a los estudiantes de penúltimo y último año de las carreras universitarias en Tegucigalpa.

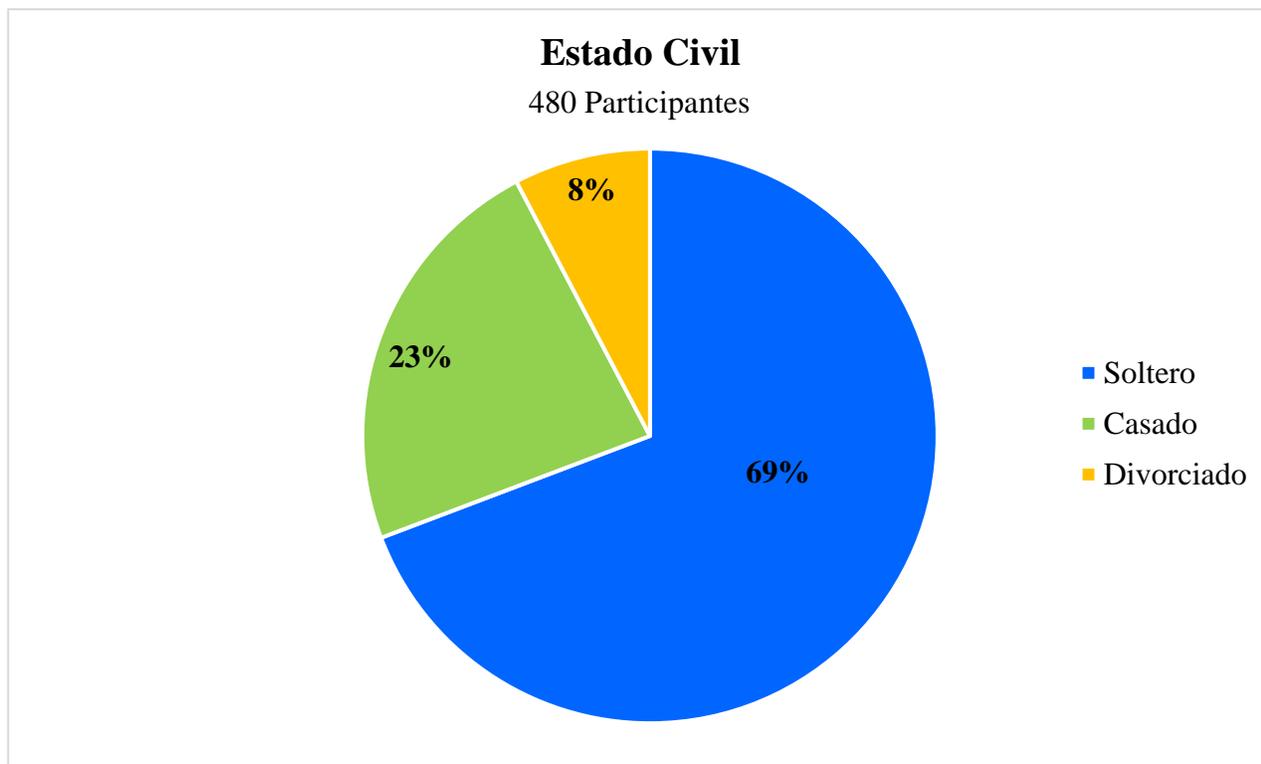
1. Pregunta: Genero



Grafica 6.1 Genero

Análisis: Según la investigación se observar que el mayor porcentaje de personas encuestadas representan al género femenino con un 67% y un porcentaje 33 % pertenece al género masculino.

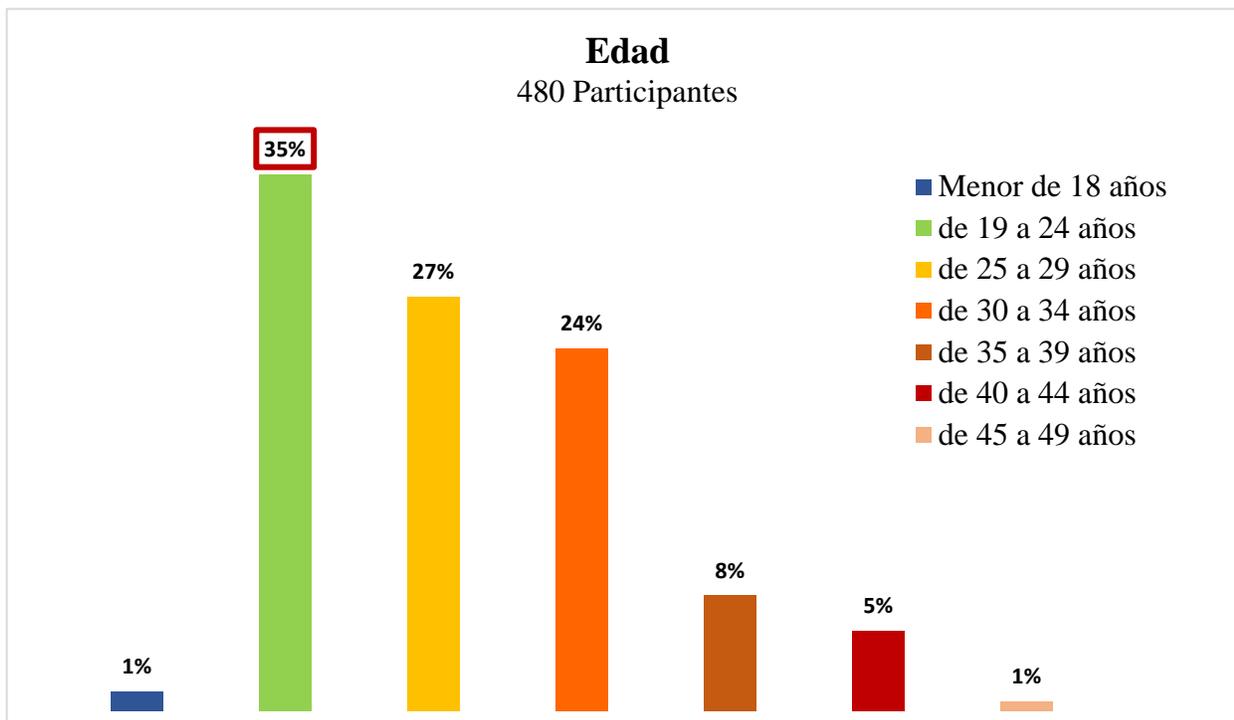
2. Pregunta: Estado Civil



Grafica 6.2 Estado Civil

Análisis: Según la investigación aplicada a la población se entrevistó a estudiantes de las universidades del DC teniendo como resultado un porcentaje de 69% correspondiente a personas con estado civil soltero un 23% de la población encuestada se encuentra Casada y un 8% de la población se encuentra en estado civil Divorciado.

3. Pregunta: Edad



6.3 Grafica Edad

Análisis: El 35 % de los encuestados oscilan en un rango de edad entre los 19 a 24 años, el 27 % están dentro del rango de edad entre 25 a 29 años, el 24% % tiene una edad de entre los 30 a los 34, el 8 % está entre los 35 y 39 años, el 5% en el rango de 40 a 44 años, mientras que el 1% en personas entre las edades de 45 a 49 años y menor a 18.

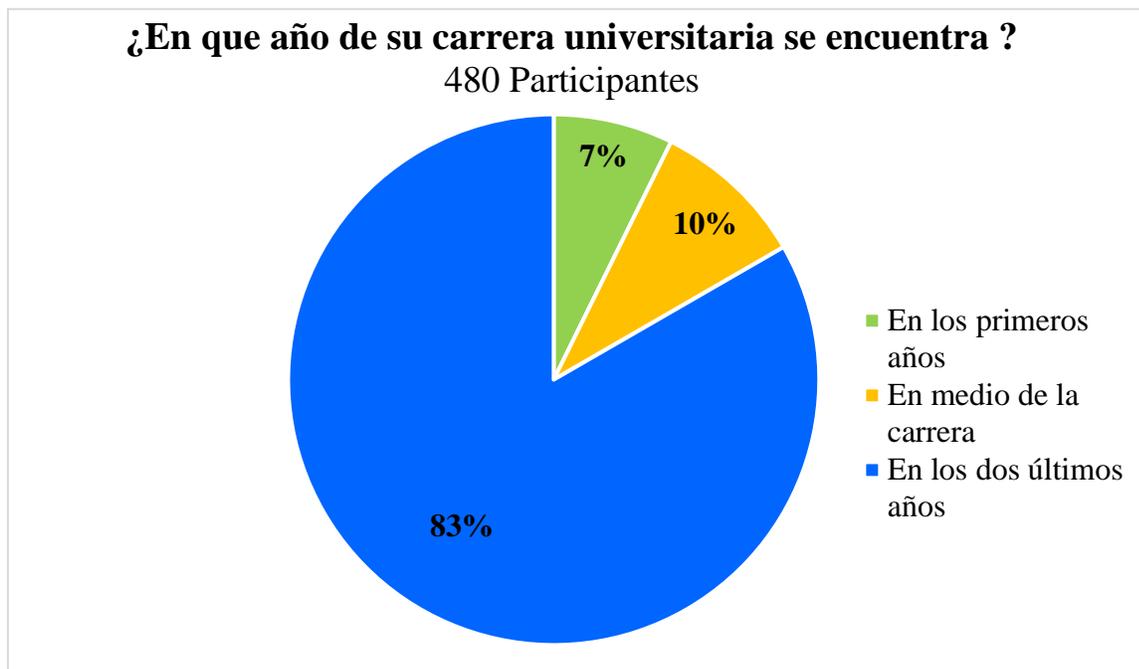
4. Pregunta: ¿En qué universidad estudia?



Grafica 6.4 ¿En qué universidad estudia?

Análisis: En el grafico se puede observar que en la población encuestada se obtuvo un 23% de estudiantes de CEUTEC, un 17% en UPNFM Y UNICAH, seguidamente con un 16% en UNAH, 15% en UNITEC, y un 12% correspondiente a la universidad UTH.

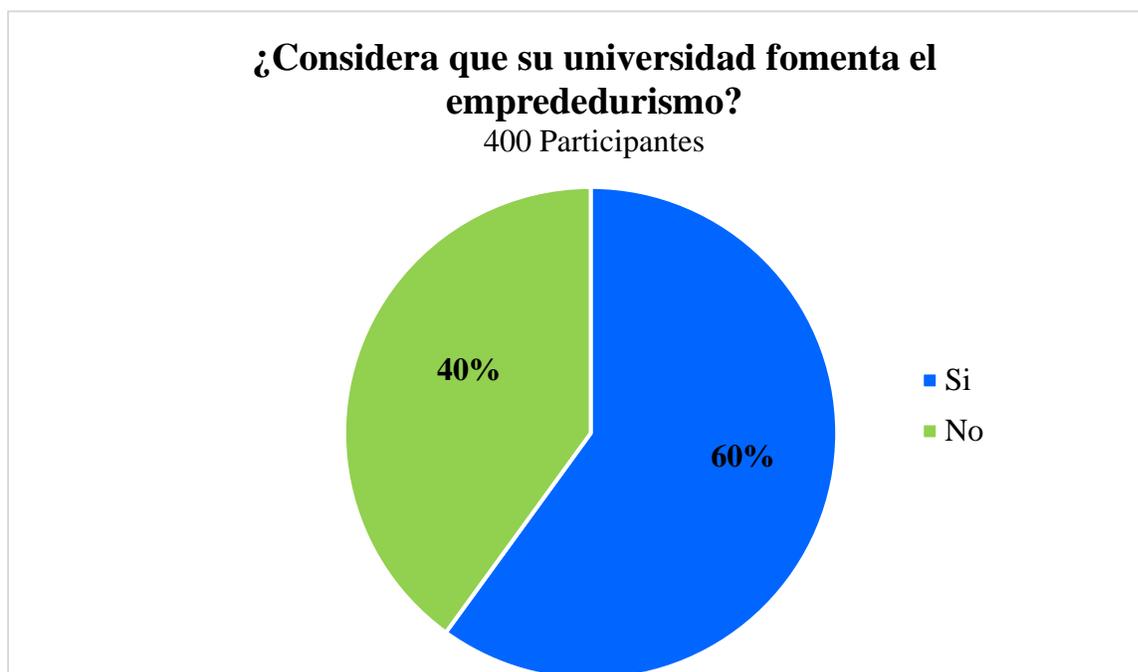
5. Pregunta: ¿En qué año de su carrera universitaria se encuentra?



Grafica 6.5 ¿En qué año de su carrera universitaria se encuentra?

Análisis: Se pudo determinar que en la investigación el 83% de las encuestas realizadas se encuentra en los dos últimos años de la carrera, un 10% en medio de la carrera y un 7% en los primeros años de su carrera universitaria.

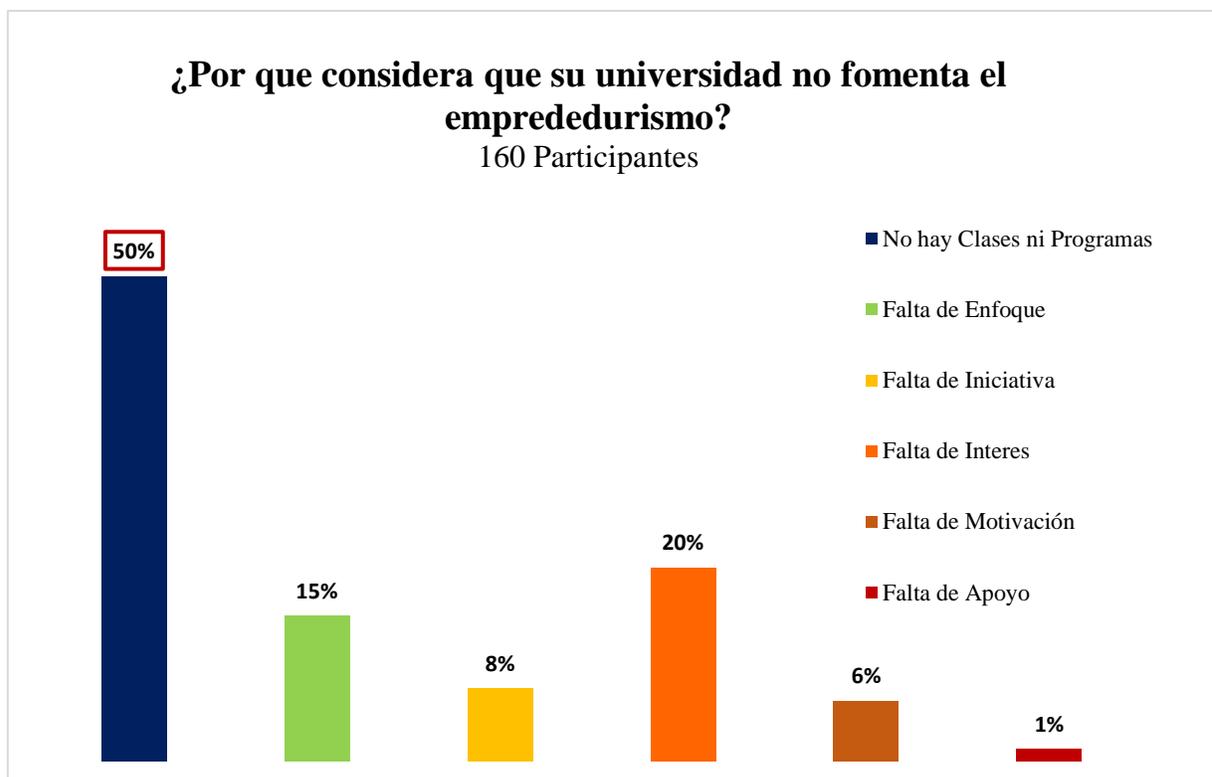
6. Pregunta: ¿Considera que su universidad Fomenta el emprendedurismo?



Grafica 6.6 ¿Considera que su universidad Fomenta el emprendedurismo?

Análisis: La encuesta determino que en la población encuestada un 60% Considera que su universidad fomenta el emprendedurismo y un 40 % determino que no considera que su universidad fomenta el emprendedurismo.

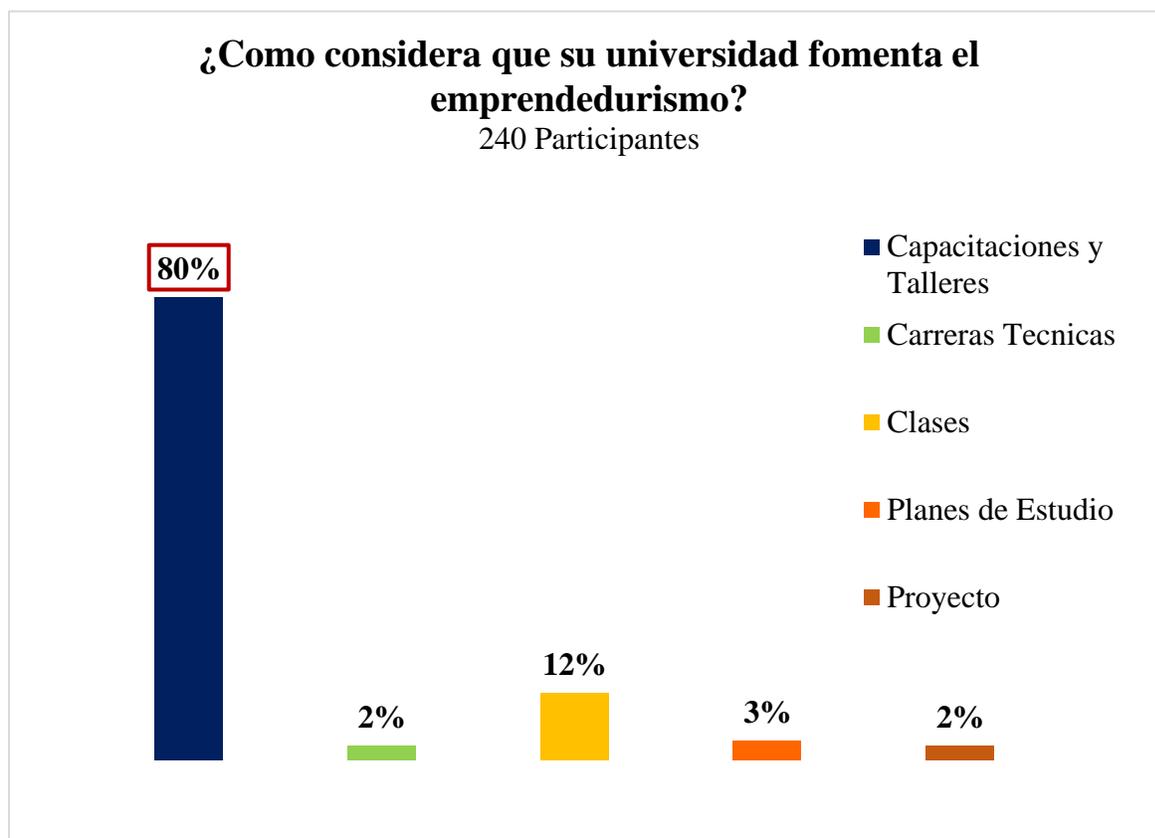
6.1 Pregunta: ¿Por qué considera que su universidad no fomenta el emprendedurismo?



Grafica 6.7 ¿Por qué considera que su universidad no fomenta el emprendedurismo?

Análisis: Según la investigación se determinaron razones por la que la población encuestada consideran que su universidad no fomenta el emprendedurismo arrojando un 50% por falta de programas y orientación de emprendedurismo en las clases, un 20% en falta de interés, un 15% en falta de enfoque en el emprendedurismo, un 8% en falta de iniciativa, 6% en falta de motivación y un 1% falta de programas de apoyo.

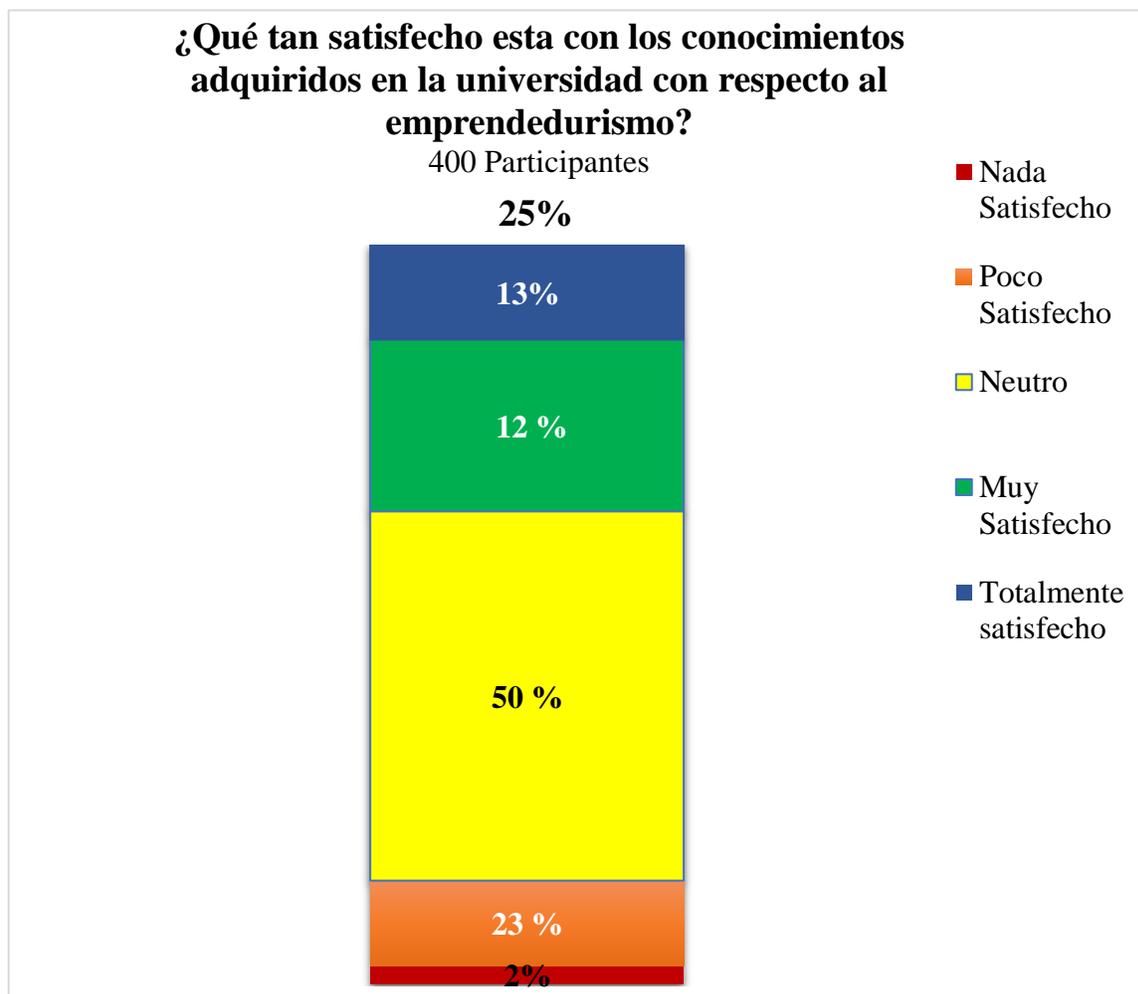
6.2 Pregunta: ¿Cómo considera que su universidad fomenta el emprendedurismo?



Grafica 6.8 ¿Cómo considera que su universidad fomenta el emprendedurismo?

Análisis: Según las encuestas la población considera que un 80% del fomento por parte de la universidad se encuentra en las capacitaciones y talleres, un 12% en contenido de las clases, 3% se ve fomentado dentro de los planes de estudio y un 2% en carreras técnicas y proyectos.

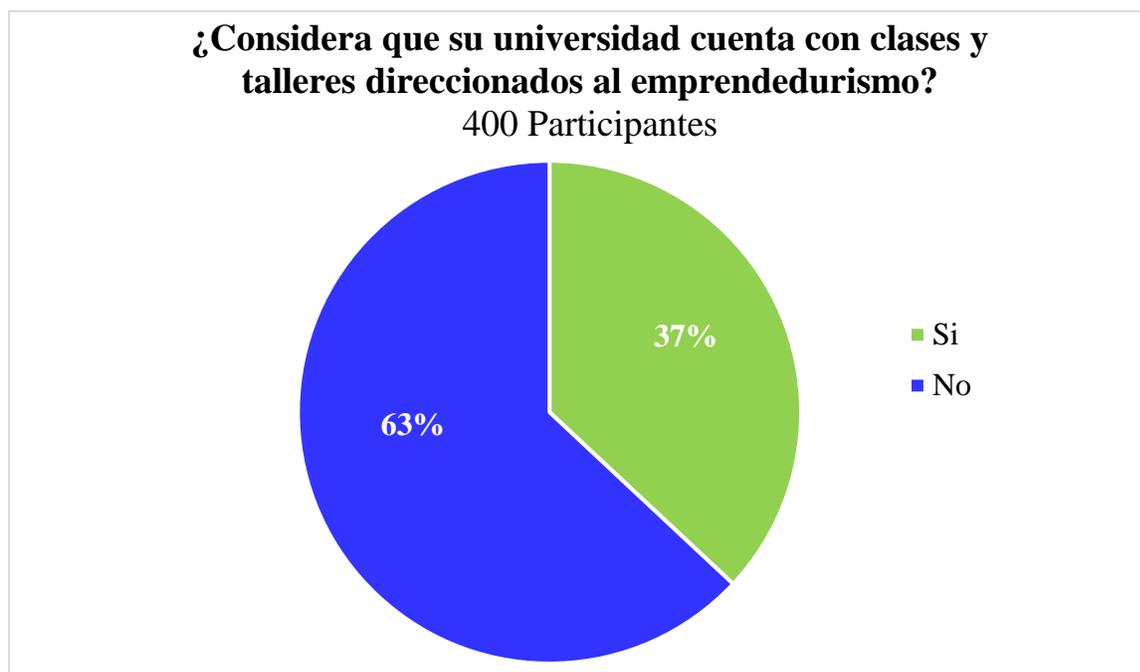
7. Pregunta: ¿Qué tan satisfecho esta con los conocimientos adquiridos en la universidad con respecto al emprendedurismo?



Grafica 6.9 ¿Qué tan satisfecho esta con los conocimientos adquiridos en la universidad con respecto al emprendedurismo?

Análisis: Al calificar la satisfacción de los estudiantes en cuanto a los conocimientos adquiridos en la universidad con respecto al emprendedurismo se obtuvo un 50% en Neutro, un 23% en Poco satisfecho, 13% Totalmente satisfecho, 12% en Muy satisfecho y un 2% Nada satisfecho.

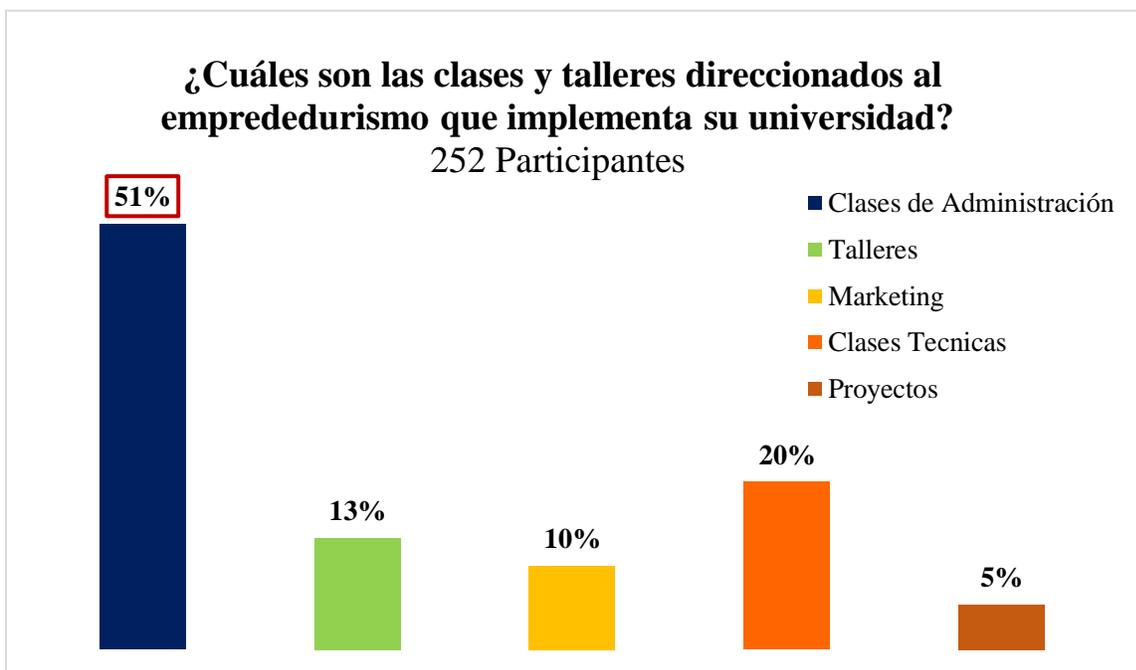
Pregunta: ¿Considera que su universidad cuenta con clases y talleres direccionados al emprendedurismo?



Grafica 6.10 Considera que su universidad cuenta con clases y talleres direccionados al emprendedurismo?

Análisis: Según la investigación el 63% de la población encuestada considera que su universidad “Si” cuenta con clases y talleres direccionados al emprendedurismo y un 37% considera que su universidad “No” cuenta con clases y talleres enfocados en el emprendedurismo.

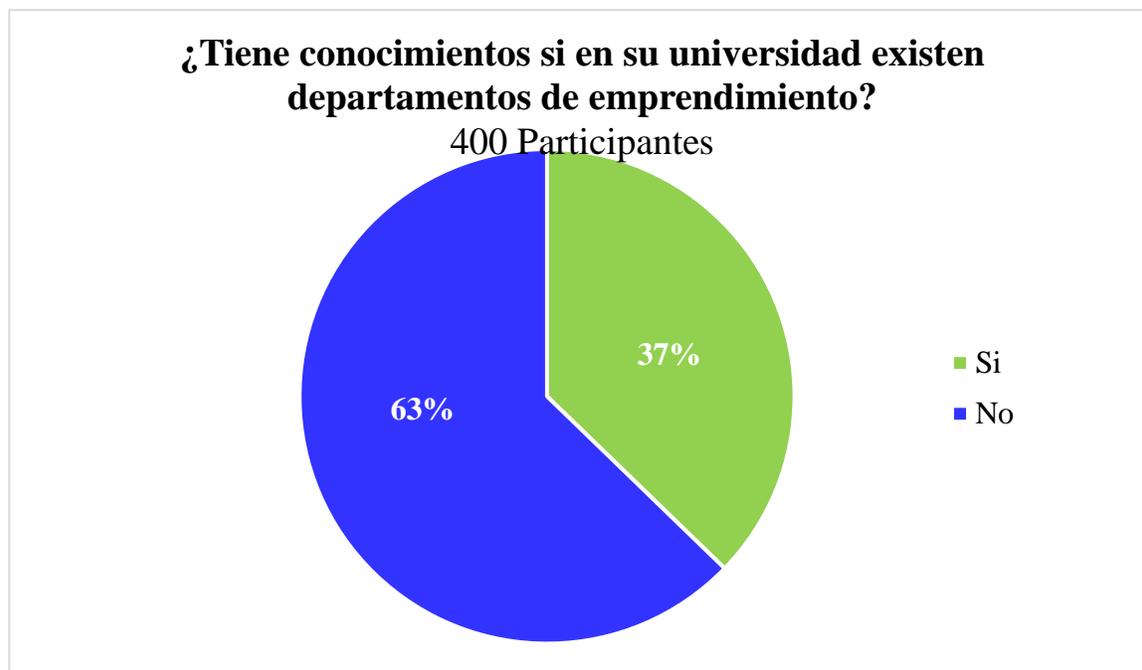
7.1 Pregunta: ¿Cuáles son las clases y talleres direccionados al emprendedurismo que implementa su universidad?



Grafica 6.11 ¿Cuáles son las clases y talleres direccionados al emprendedurismo que implementa su universidad?

Análisis: Mediante las encuestas aplicadas a la población estudiantil se determinó un 51% siendo clases de administración como ser: Generación y creación de empresas, Administración, Formulación y gestión de proyecto. Un 20% en las clases técnicas de las carreras compuestas por: Investigación y creación de empresas. Un 13% en talleres varios dentro de los planes de estudio, 10% en las clases de marketing y un 5% en los proyectos realizados a lo largo de la carrera universitaria.

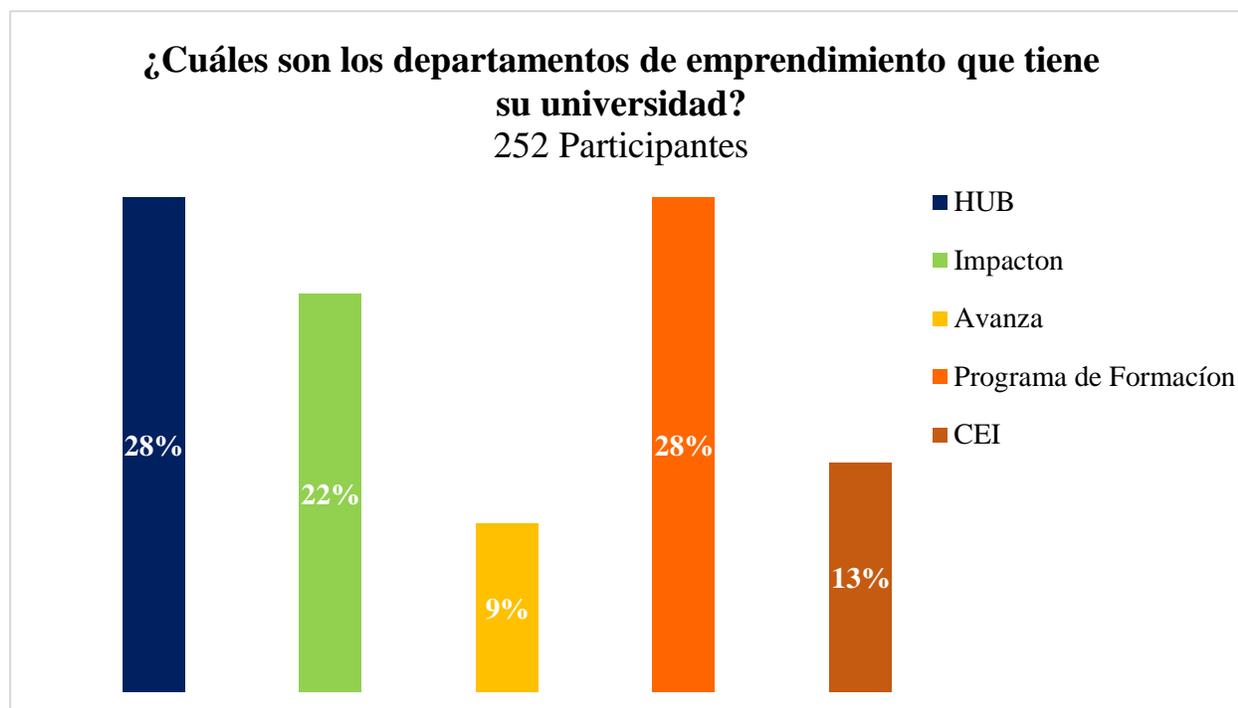
8. **Pregunta: ¿Tiene conocimientos si en su universidad existen departamentos de emprendimiento?**



Grafica 6.12 ¿Tiene conocimientos si en su universidad existen departamentos de emprendimiento?

Análisis: Según la investigación se muestra un porcentaje muy alto de personas que, si tienen conocimiento de la existencia de departamentos de emprendimiento en la universidad con un 63%, lo cual es un buen indicio de la excelente comunicación que hay entre los docentes y área administrativo con sus alumnos. Un 37% indico que no tiene conocimientos de la existencia de departamentos de emprendimiento en la universidad.

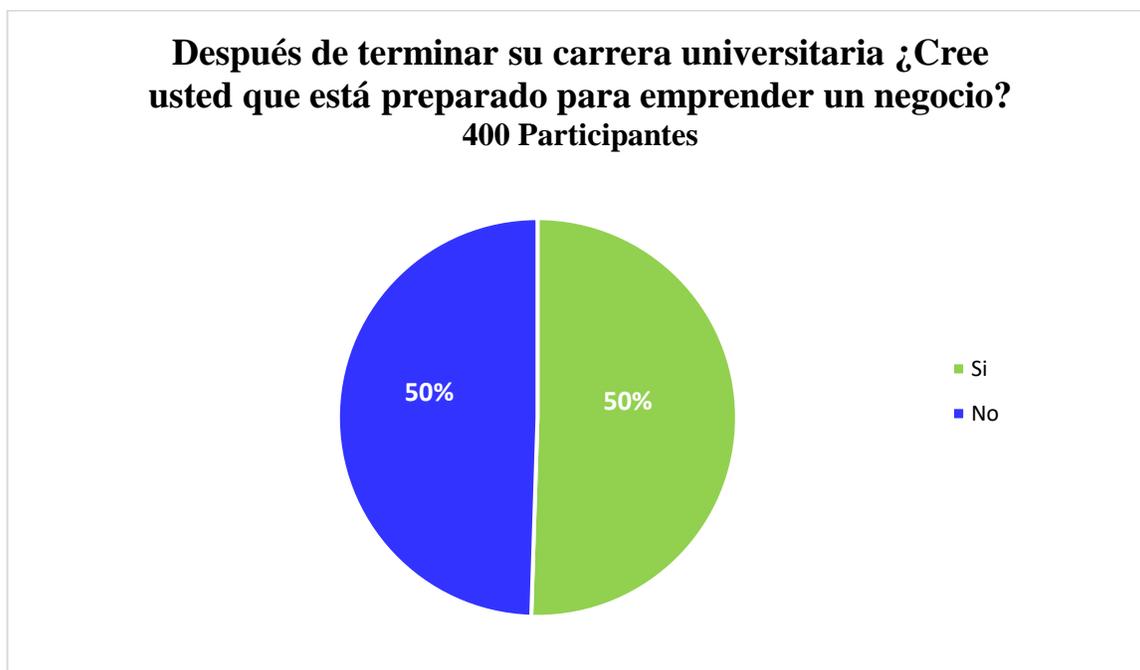
8.1 Pregunta: ¿Cuáles son los departamentos de emprendimiento que tiene su universidad?



Grafica 6.13 ¿Cuáles son los departamentos de emprendimiento que tiene su universidad?

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos en los gráficos los departamentos de HUB y Programa de Formación obtuvieron ambos un 28% de conocimiento de la existencia de estos departamentos su universidad generando automáticamente un gran impacto en la utilización de estos departamentos. El departamento de Impactan está representado con el 22% siendo el segundo más conocido y utilizado; finalmente los porcentajes bajos está el CEI con el 13% y Avanza con un 9%.

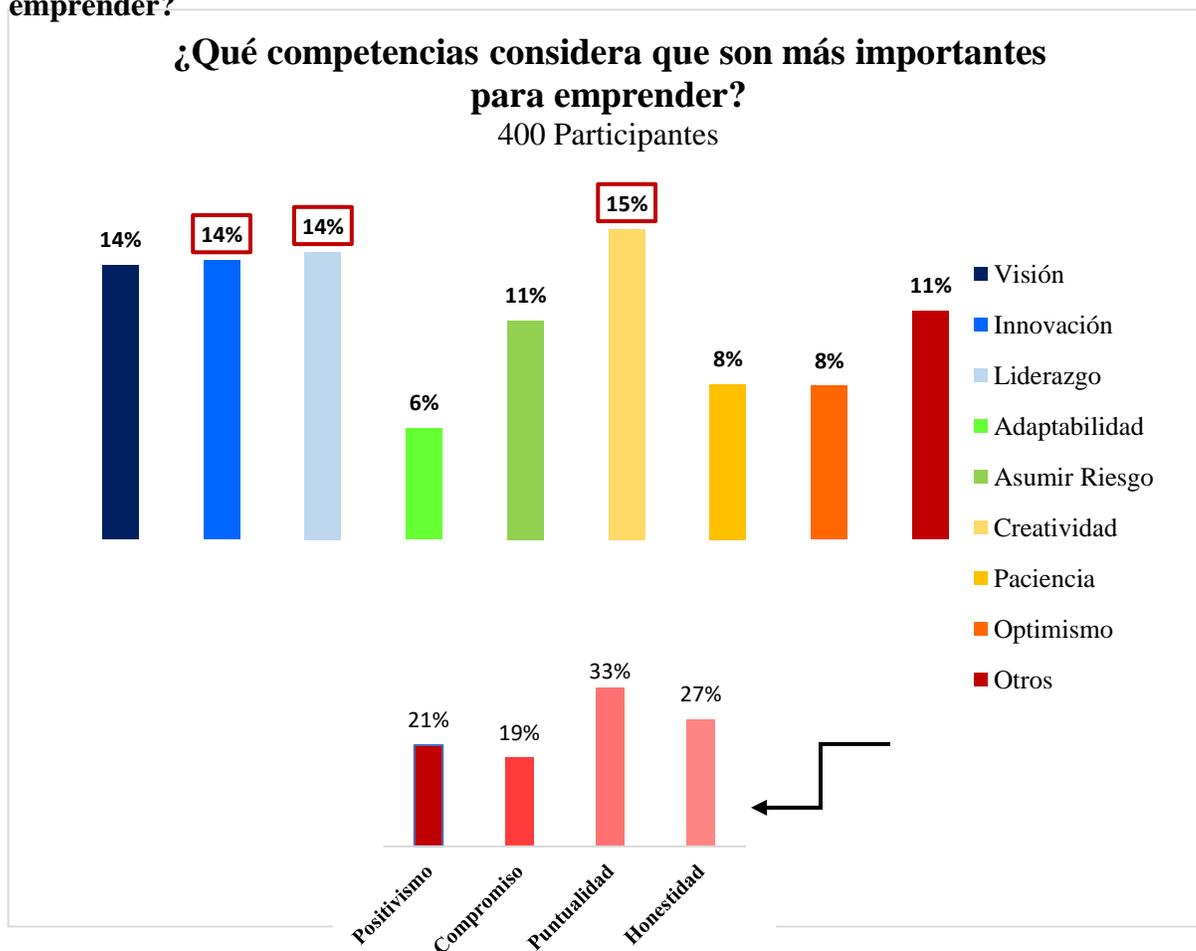
9. **Pregunta: Después de terminar su carrera universitaria ¿Cree usted que está preparado para emprender un negocio?**



Grafica 6.14 Después de terminar su carrera universitaria ¿Cree usted que está preparado para emprender un negocio?

Análisis: En la investigación realizada se determinó al momento de aplicar la encuesta a la población que los estudiantes de las universidades se encuentran en un 50% no están preparados para emprender y un 50% si están preparados para emprender.

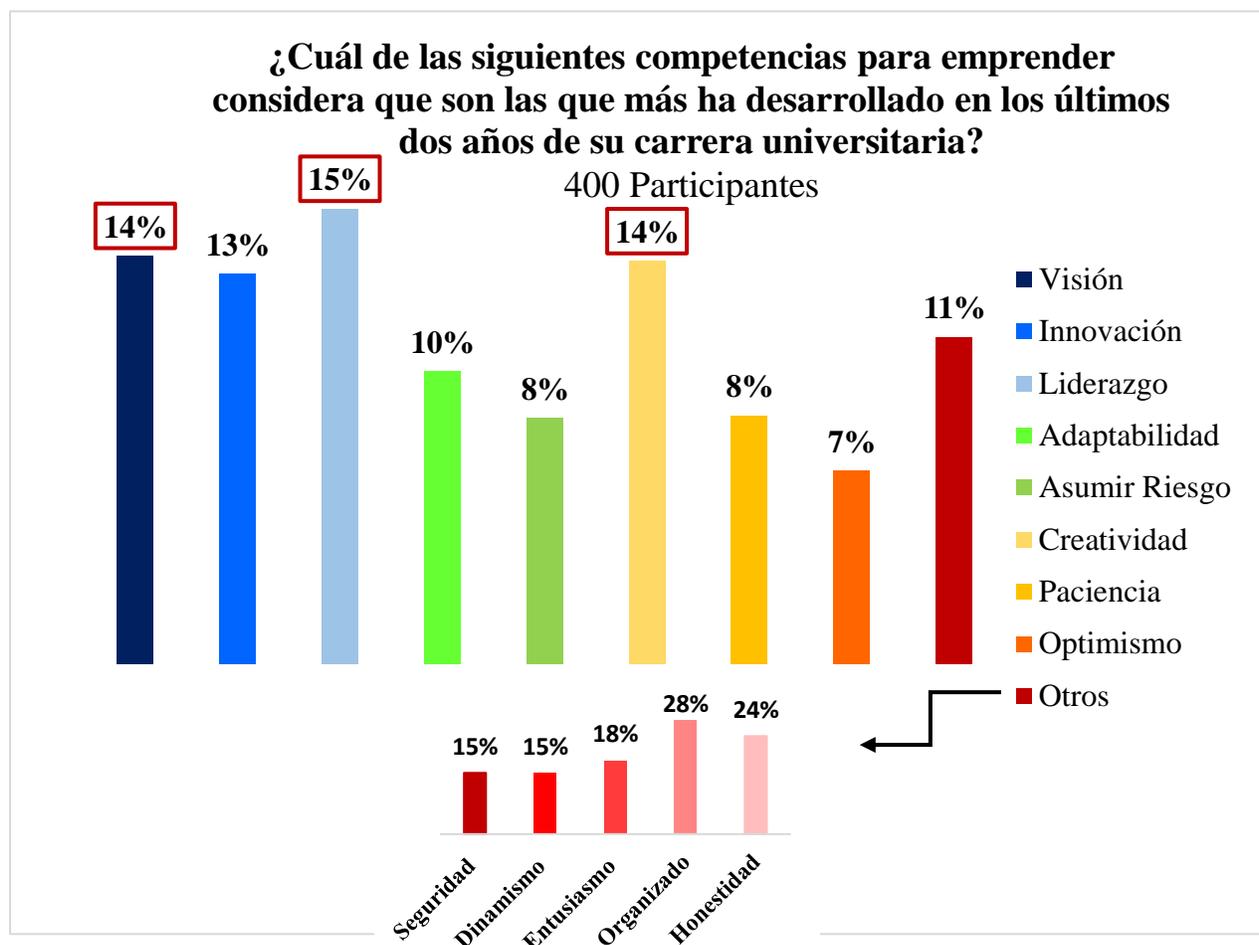
10. Pregunta: ¿Qué competencias considera que son más importantes para emprender?



Grafica 6.15 ¿Qué competencias considera que son más importantes para emprender?

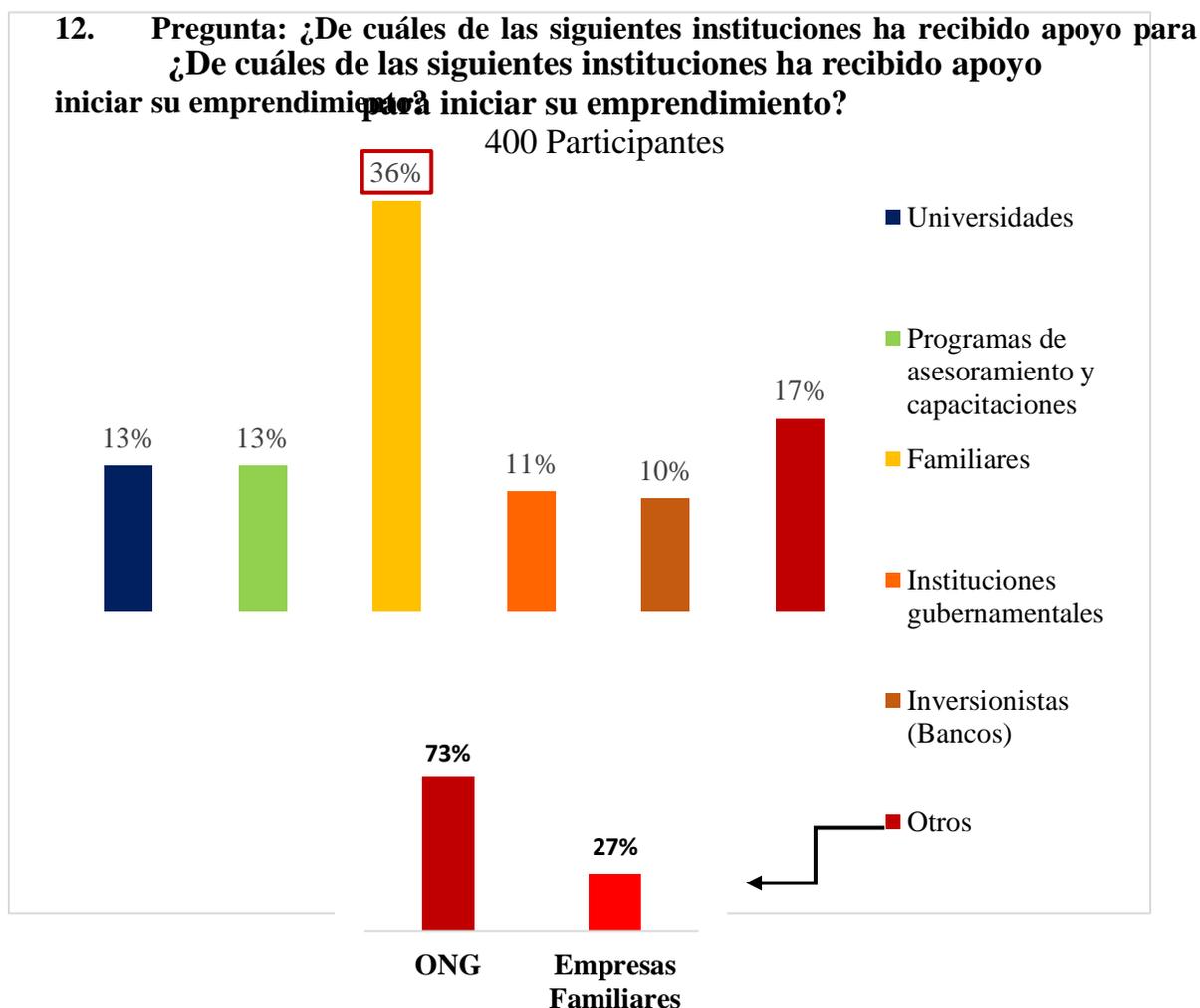
Análisis: Las personas encuestadas afirman que la creatividad es la principal competencia que un emprendedor debe de tener y se representa con un resultado del 15% del total encuestados, trabajando de la mano con visión, innovación y liderazgo los cuales representaron el 14% cada una. Asumir riesgos esta con un 11% en total de los encuestados. La paciencia y optimismo con un 8% y por último adaptabilidad con un 6% de los encuestados. En la variable de otros se obtuvo un 21% en positivismo, 19% en compromiso, 33% en puntualidad y 27% en honestidad.

11. **Pregunta: ¿Cuál de las siguientes competencias para emprender considera que son las que más ha desarrollado en los últimos dos años de su carrera universitaria?**



Grafica 6.16 ¿Cuál de las siguientes competencias para emprender considera que son las que más ha desarrollado en los últimos dos años de su carrera universitaria?

Análisis: La competencia que más han desarrollado los estudiantes en los últimos dos años de sus carreras universitarias es el liderazgo con un 15% de los encuestados, las otras competencias más desarrolladas son visión y creatividad que representan el 14% cada una, innovación con un 13%, adaptabilidad con el 10%, asumir riesgos y paciencia con un 8% cada una y optimismo con un 7%. En la variable de otros se obtuvo un 15% en seguridad y Dinamismo 18% en entusiasmo, 28% en Organización y 24% en honestidad.



Grafica 6.17 ¿De cuáles de las siguientes instituciones ha recibido apoyo para iniciar su emprendimiento?

Análisis: En base a los resultados obtenidos mediante la investigación se afirma que un 36% de los estudiantes de los dos últimos años de las carreras universitarias de Tegucigalpa recibieron apoyo de sus familias para comenzar su emprendimiento siendo este el principal medio de ayuda para los alumnos. Las universidades, programas de asesoramiento y capacitaciones representa un 13% de los encuestados cada uno. Las instituciones gubernamentales con un 11% e inversionistas (bancos) con un 10%. En la variable de otros se obtuvo un 73% en ONG y 27% en empresas familiares.

13. Pregunta: ¿Considera que la universidad donde estudia le ha brindado programas de apoyo para generar su propio negocio?

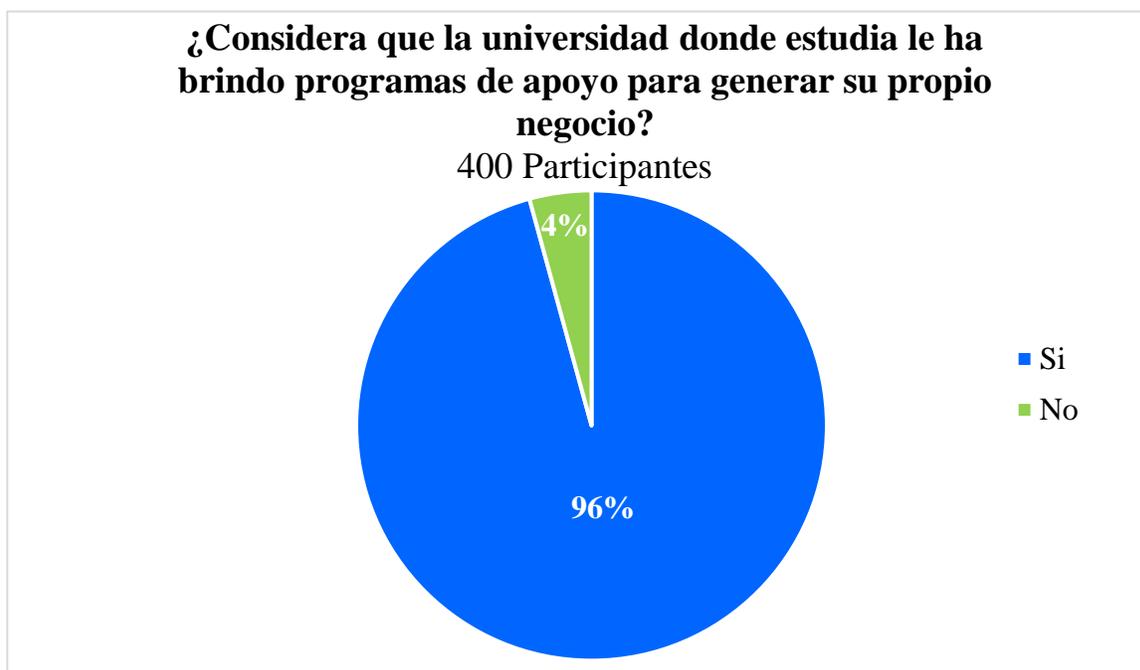
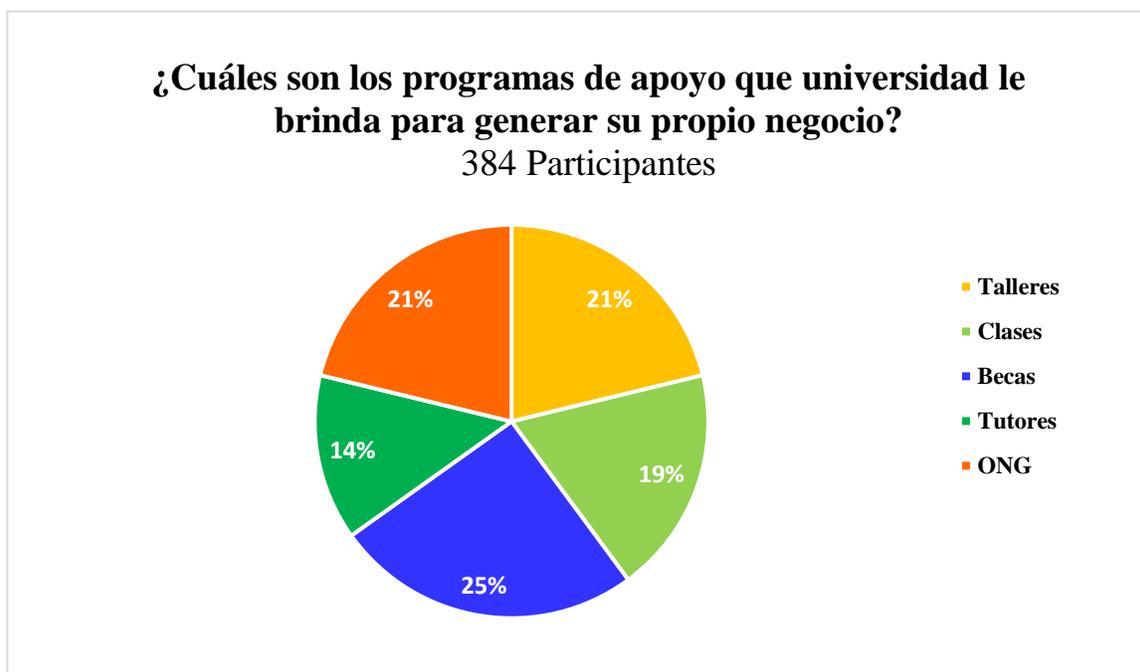


Gráfico 6.18 ¿Considera que la universidad donde estudia le ha brindado programas de apoyo para generar su propio negocio?

Análisis: Con los resultados obtenidos en el gráfico se afirma de forma clara que los estudiantes de las universidades mencionadas “sí” brindan programas de apoyo para generar su propio negocio representando el 96% del total de las encuestas realizadas y el 4% afirmó que no.

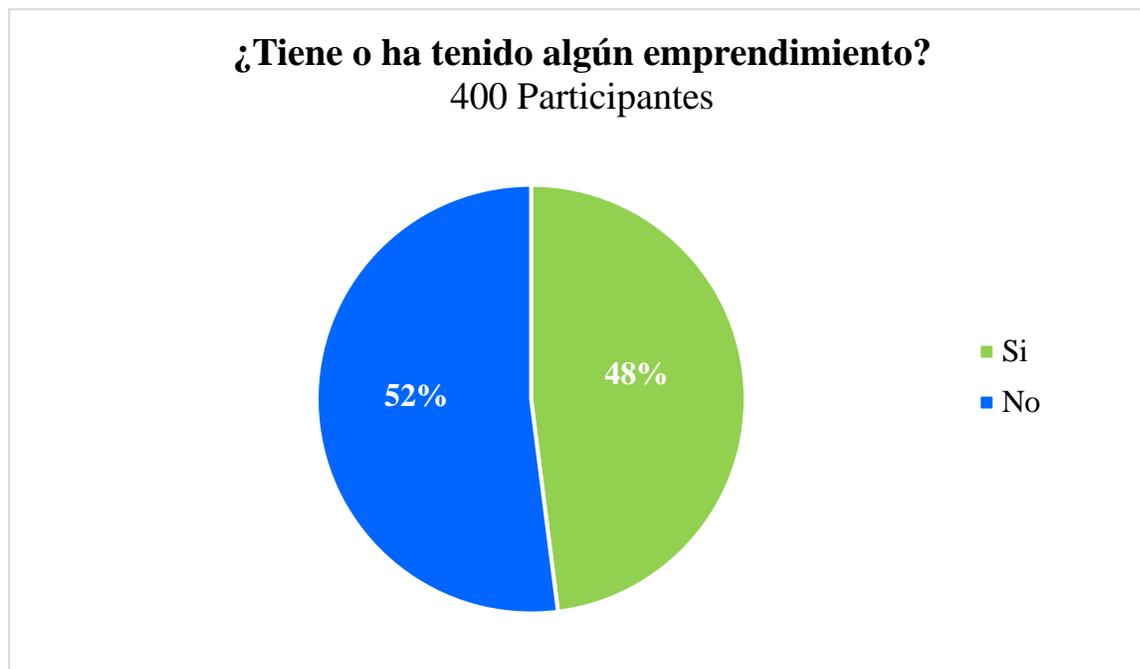
14.1 Pregunta: ¿Cuáles son los programas de apoyo que universidad le brinda para generar su propio negocio?



Grafica 6.19 ¿Cuáles son los programas de apoyo que universidad le brinda para generar su propio negocio?

Análisis: Según la investigación los programas de apoyo que universidad le brinda para generar su propio negocio son becas con 25%, talleres con un 21%, ONG con un 21%, clases con 19% y tutores con un 14%.

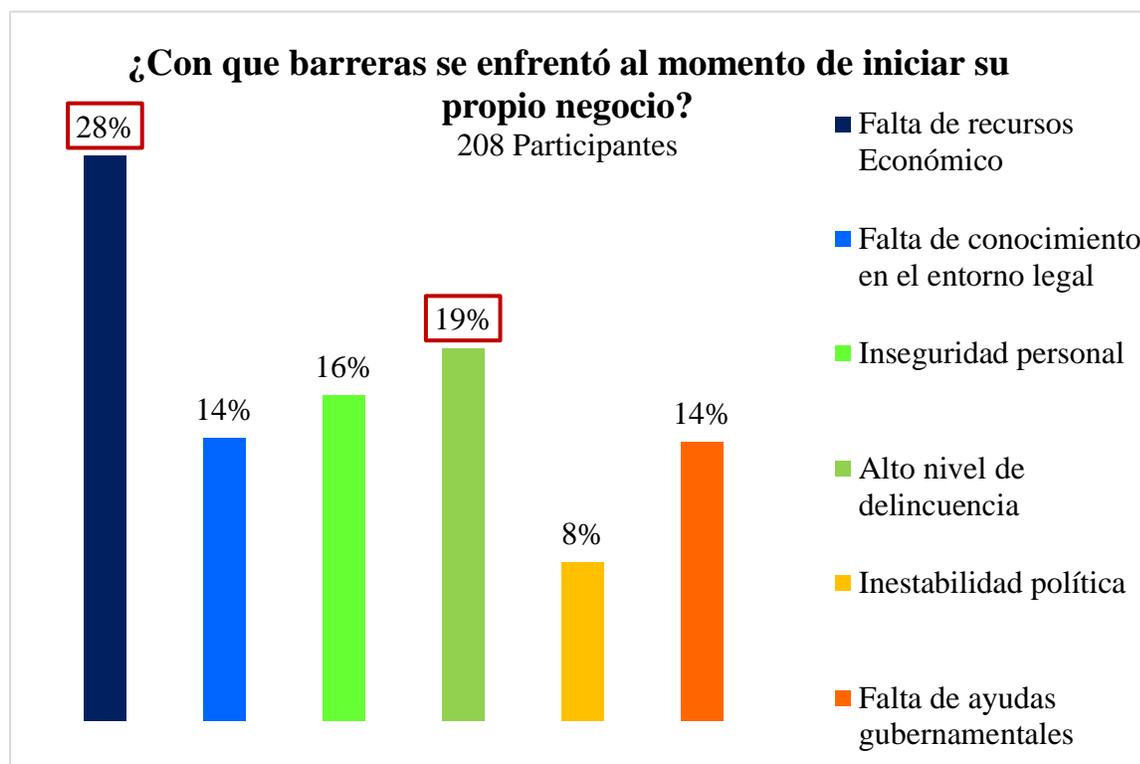
14. Pregunta: ¿Tiene o ha tenido algún emprendimiento?



Grafica 6.20 ¿Tiene o ha tenido algún emprendimiento?

Análisis: Los resultados que se obtuvieron en el presente grafico afirman que un 52% de los encuestados ya tienen o han tenido un emprendimiento y el 48% no ha emprendido.

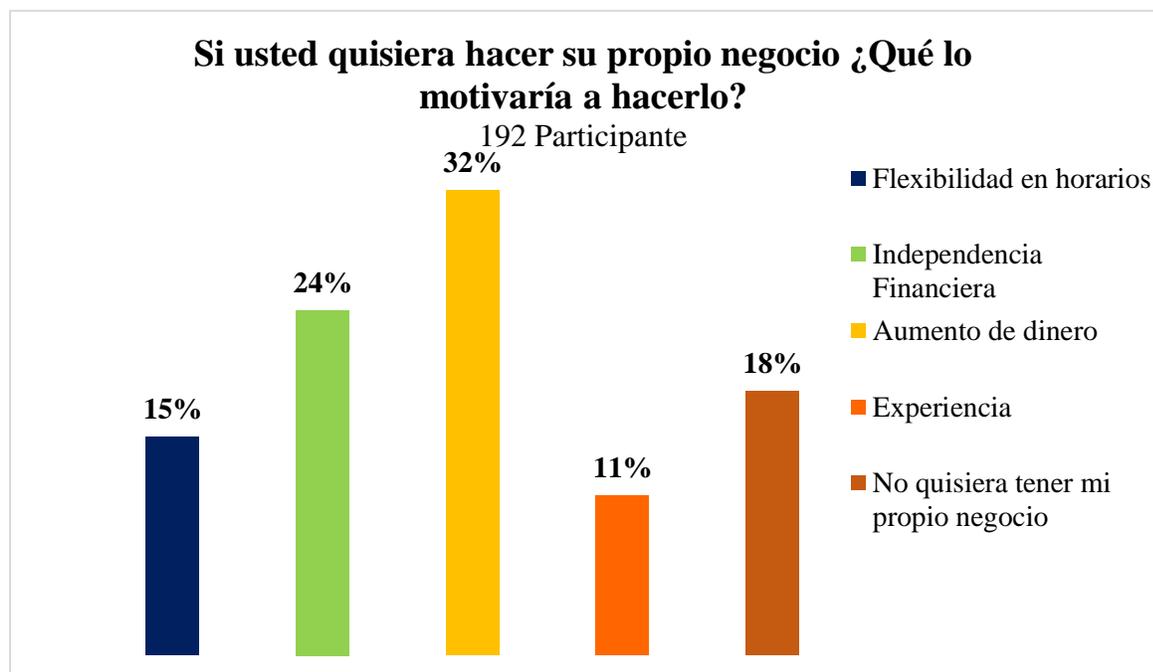
15. Pregunta: ¿Con que barreras se enfrentó al momento de iniciar su propio negocio?



Grafica 6.21 ¿Con que barreras se enfrentó al momento de iniciar su propio negocio?

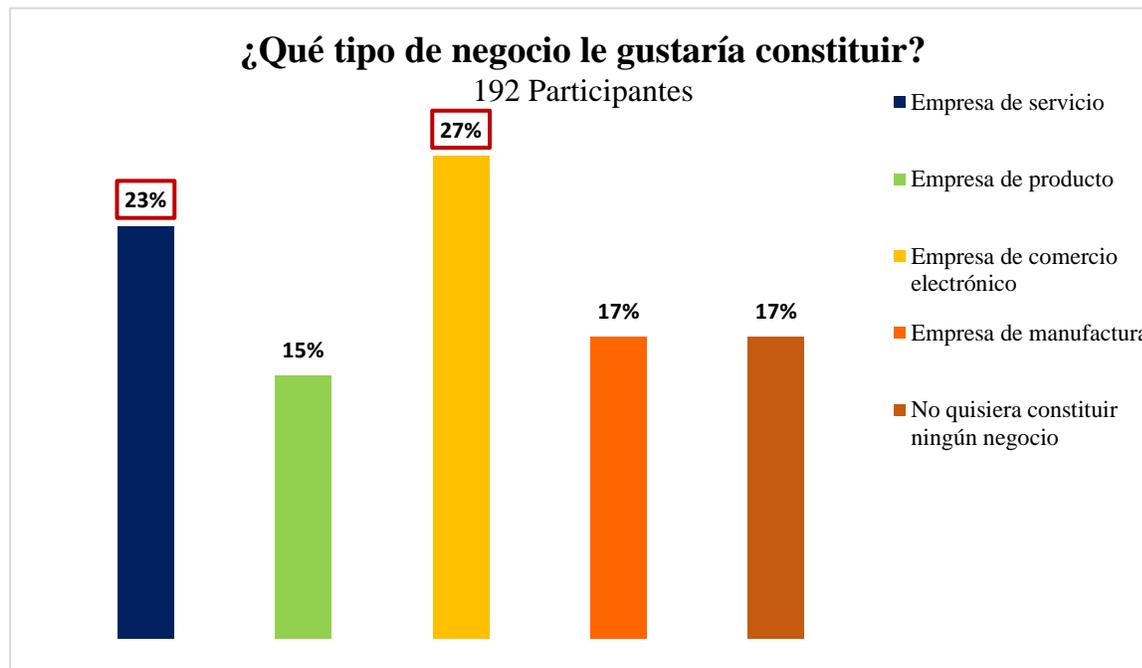
Análisis: El 28% de los encuestados indicaron que la principal barrera a la cual se enfrentaron al momento de emprender su negocio fue la falta de recursos económicos seguidos con un 19% el alto nivel de delincuencia en la que se encuentra nuestro país. La inseguridad personal se destacó como la tercera barrera más difícil con un 16% del total de los encuestados, la falta de conocimientos en el entorno legal con un 14%, la inestabilidad política con un 8% y falta de ayuda gubernamental con un 14%.

16. Pregunta: Si usted quisiera hacer su propio negocio ¿Qué lo motivaría a hacerlo?



Grafica 6.22 Si usted quisiera hacer su propio negocio ¿Qué lo motivaría a hacerlo?

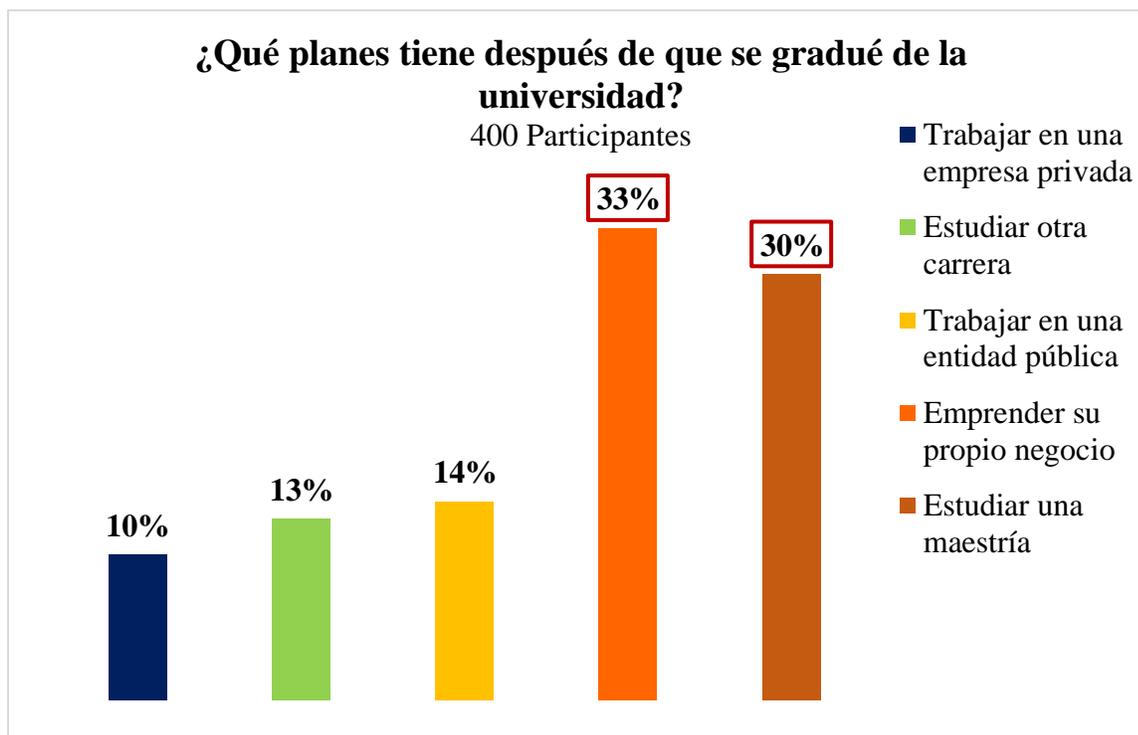
Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos en el grafico el aumento de dinero es el principal motivo por el cual los estudiantes deciden emprender y se ve refleja con un 32% del total de encuestados, seguido de la independencia financiera con un 24%. En este grafico tuvo una representación significativa del 18% de los estudiantes no quieren emprender una idea de negocio. En la experiencia se refleja un 15% y la flexibilidad de horarios en un 11% del total de los encuestados.

17. Pregunta: ¿Qué tipo de negocio le gustaría constituir?

Grafica 6.23 ¿Qué tipo de negocio le gustaría constituir?

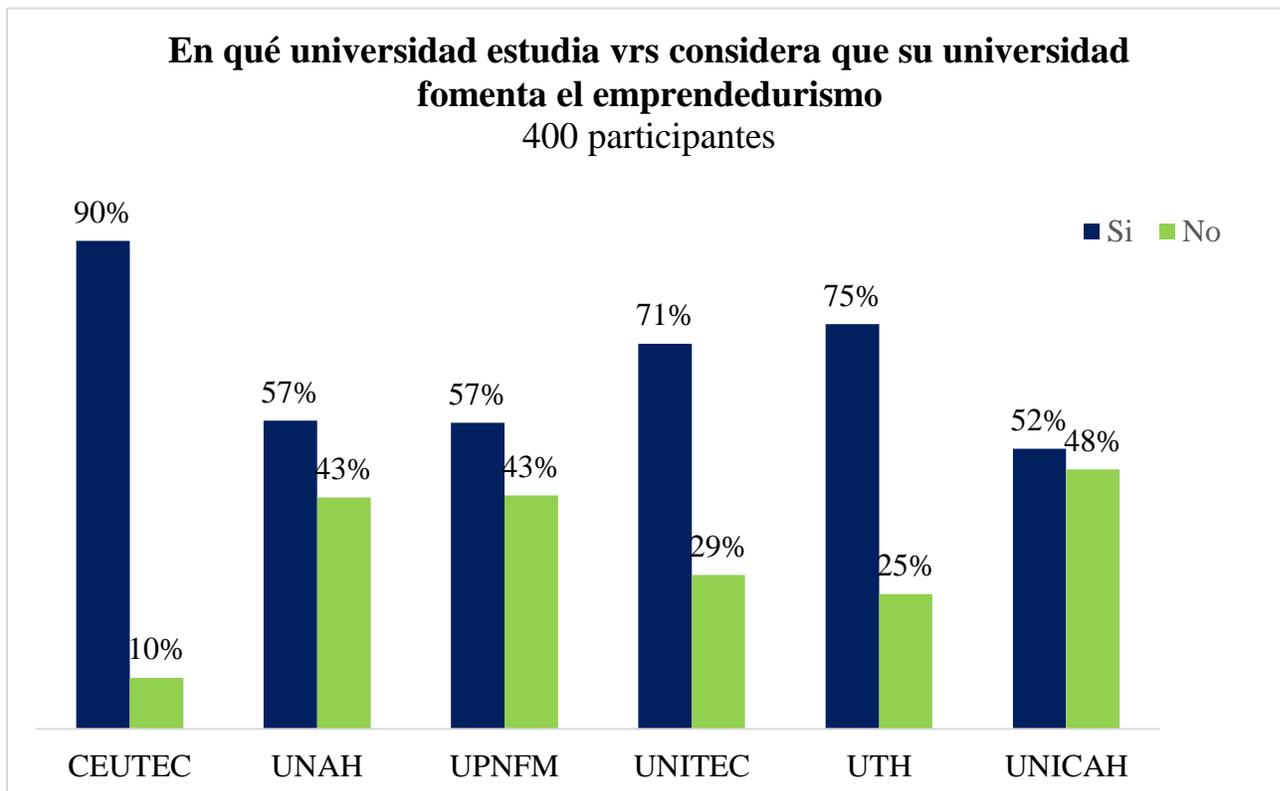
Análisis: Las personas encuestadas indicaron que un 27% le gustaría constituir una empresa de comercio electrónico, el 23% desea emprender una empresa de servicio, el 15% una empresa de producto, un 17% una empresa manufacturera y un dato importante que otro 17% de personas no desean constituir ningún negocio.

18. Pregunta: ¿Qué planes tiene después de que se gradué de la universidad?



Grafica 6.24 ¿Qué planes tiene después de que se gradué de la universidad?

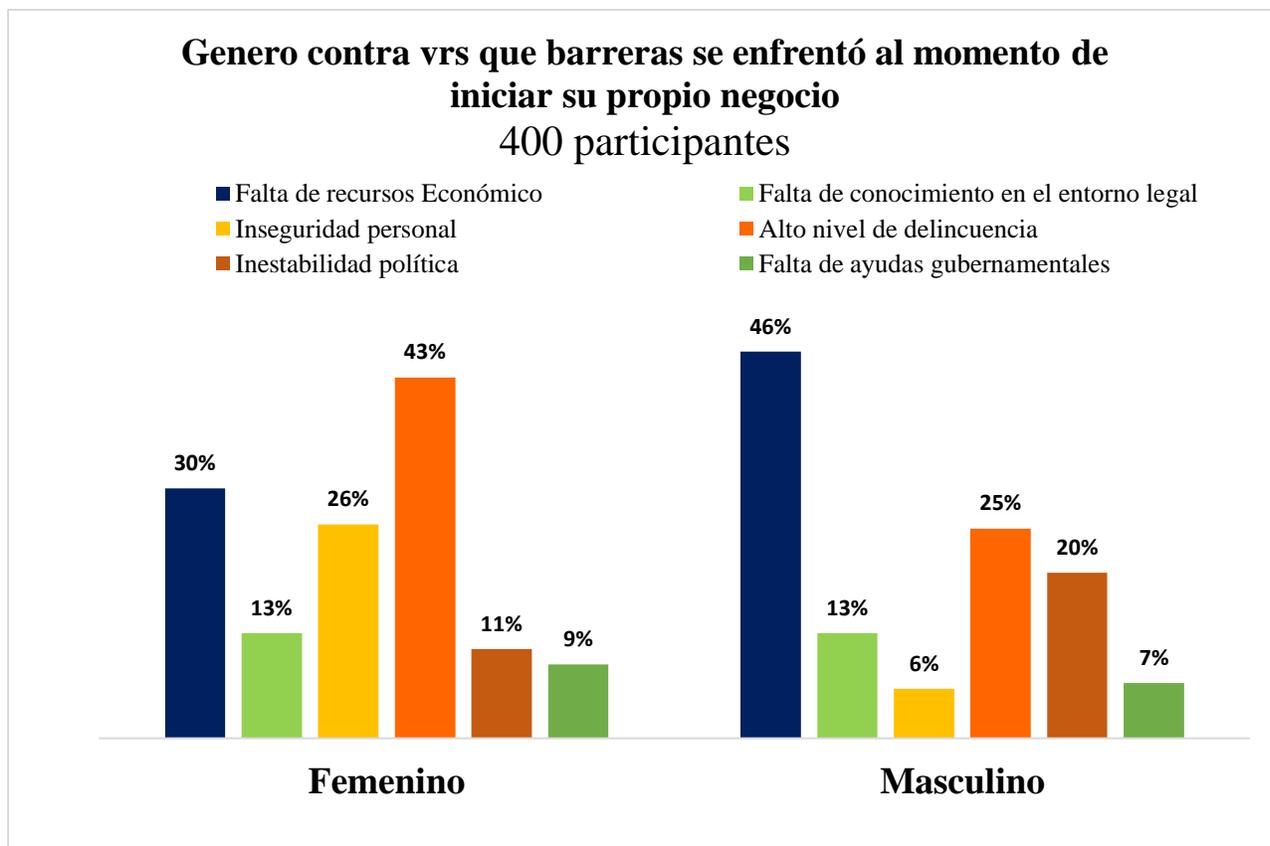
Análisis: Se afirma que un 33% de las personas que se encuestaron desean emprender su propio negocio seguido de un 30% que desea estudiar su maestría, el 14% de las personas encuestadas afirman que desean trabajar en una entidad pública, un 13% desea estudiar otra carrera universitaria y un 10% del total de los encuestados desea trabajar para una empresa privada.



6.1.1 Cruce de variables

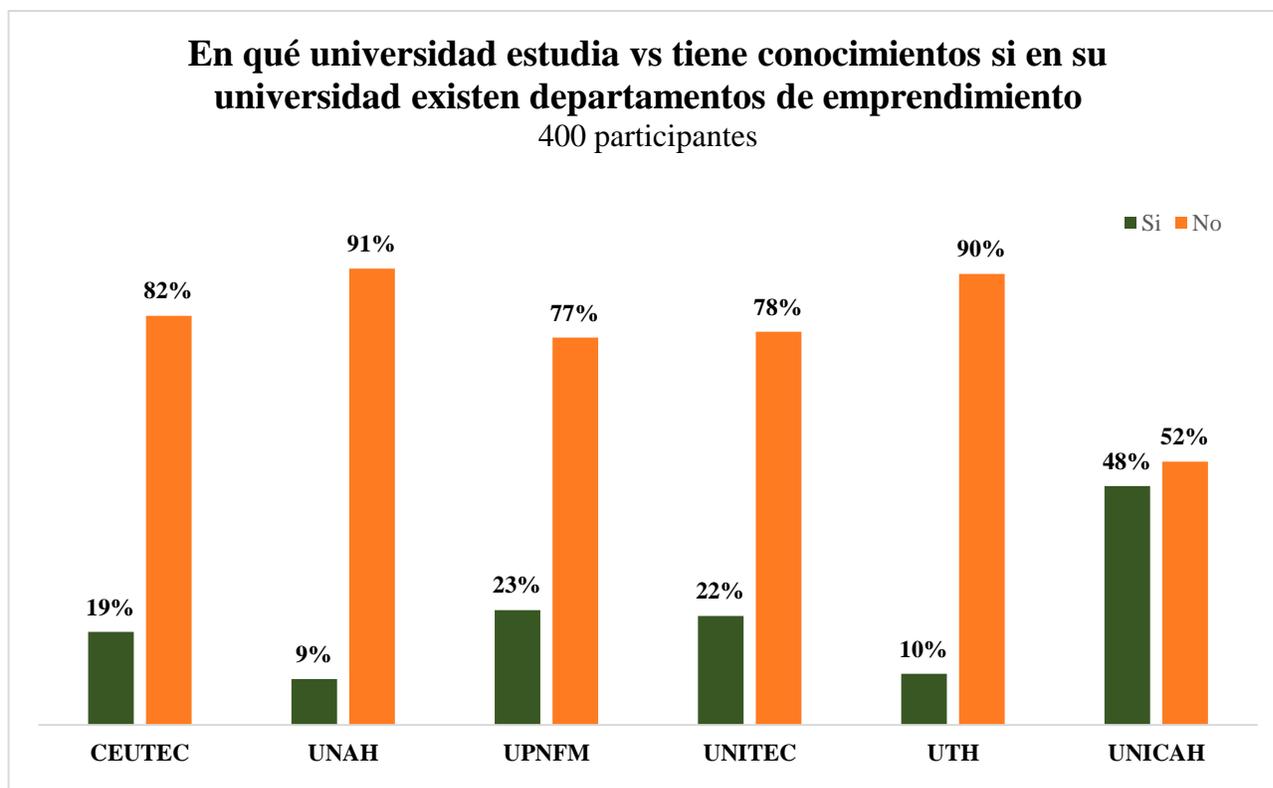
Grafica 6.25 en qué universidad estudia vrs considera que su universidad fomenta el emprendedurismo

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos en ambos gráficos hay una mejor perspectiva sobre el desarrollo que tienen las universidades con respecto al fomento del emprendedurismo, en el cruce de variables se destaca que el porcentaje de afirmación del fomento supera a la variante negativa, exceptuando la Universidad Católica de Honduras (UNICAH) que sus porcentajes se encuentran casi equivalentes.



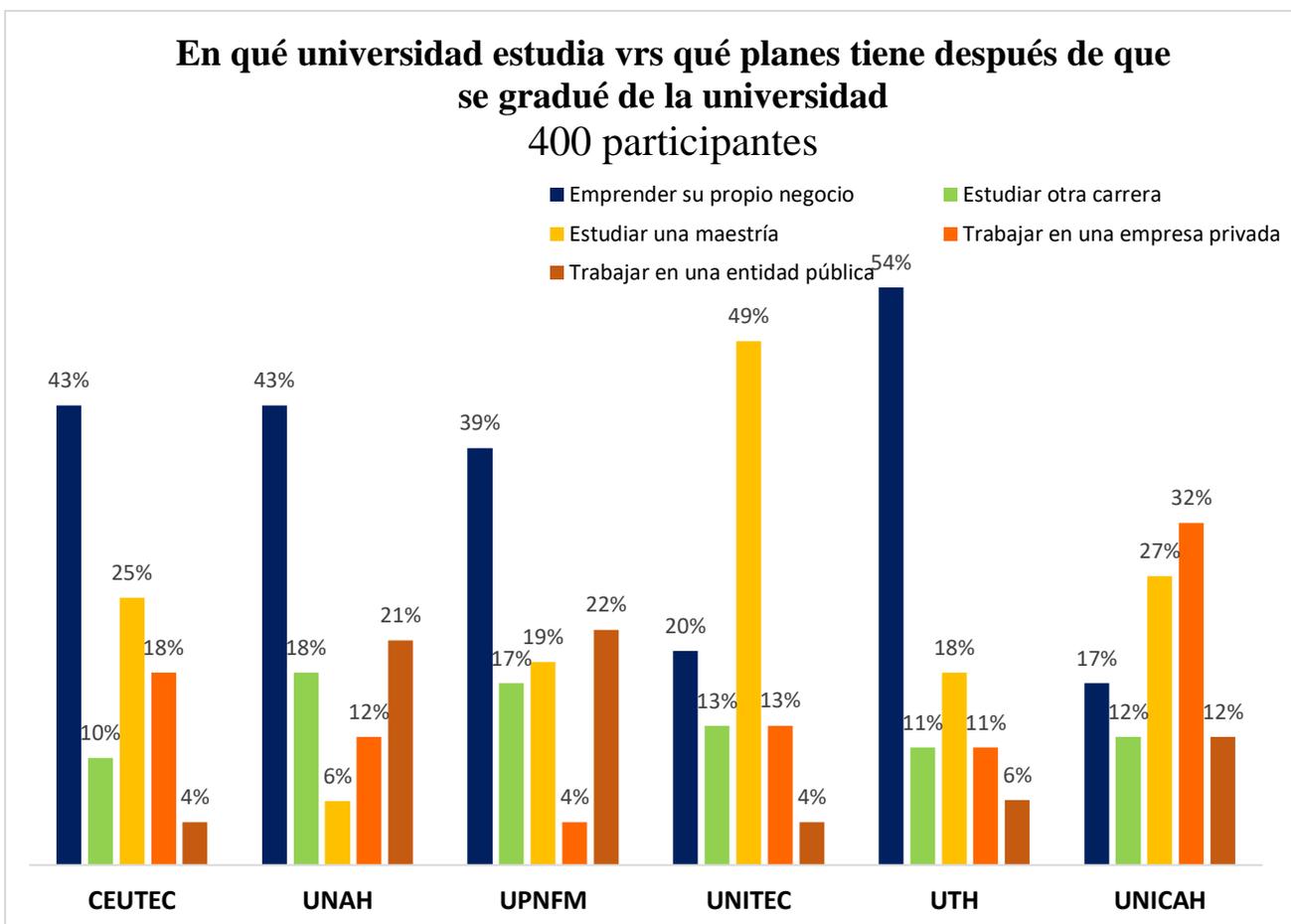
Grafica 6.26 Genero contra vrs que barreras se enfrentó al momento de iniciar su propio negocio

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos de ambas variables, observamos que para el género masculino su mayor barrera al momento de iniciar un negocio fue la falta de recursos económicos, caso que no fue igual con el género femenino debido a que respondieron que su mayor barrera es el alto nivel de delincuencia y podríamos decir que estas barreras son las más frecuentes al ver que en segundo lugar se repiten, pero en genero contrario.



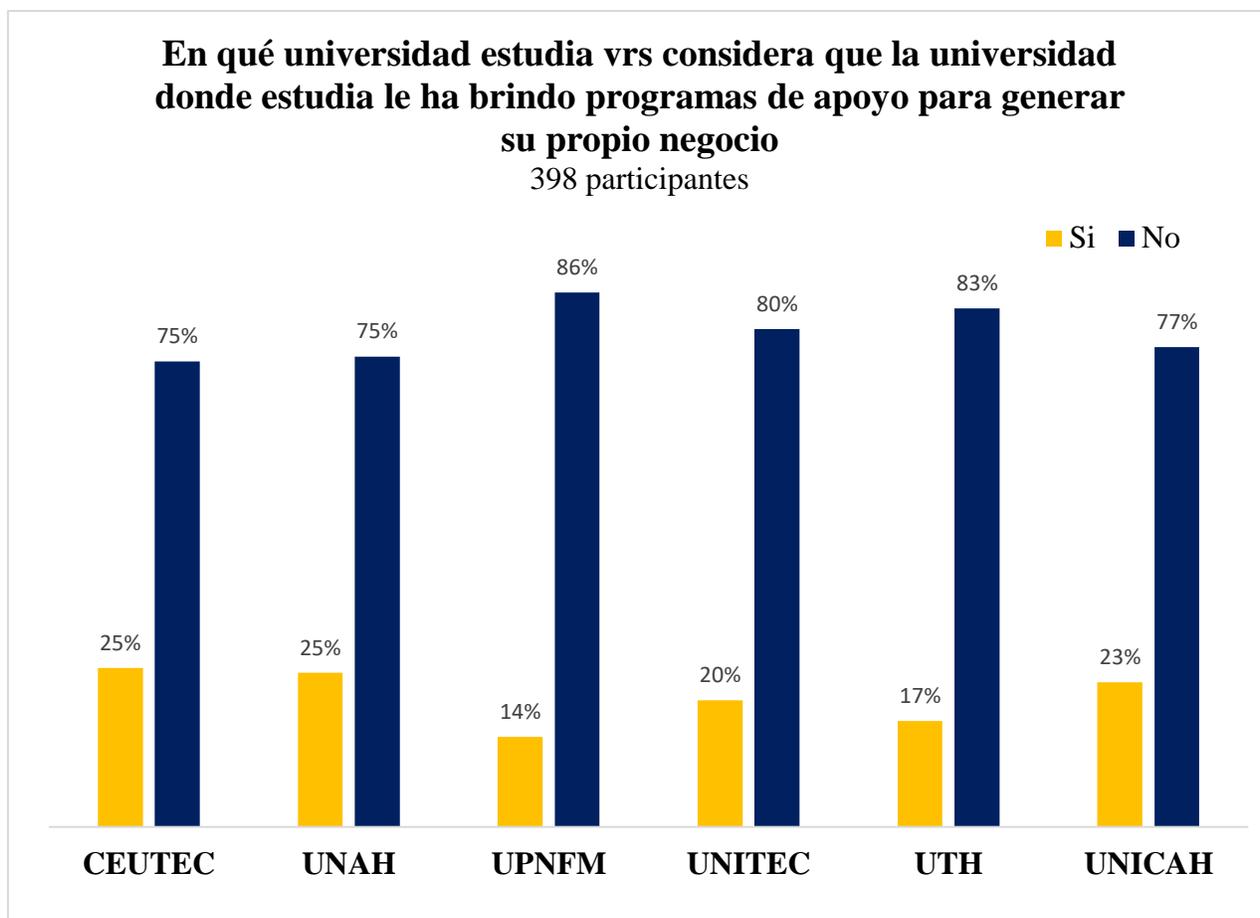
Grafica 6.27 En qué universidad estudia vs tiene conocimientos si en su universidad existen departamentos de emprendimiento

Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos en el cruce de variables se puede determinar que los estudiantes de las universidades manejan niveles bajos de conocimiento sobre los departamentos que existen en las universidades, se puede determinar que las universidades no se han enfocado en la creación de departamentos para emprendedurismo.



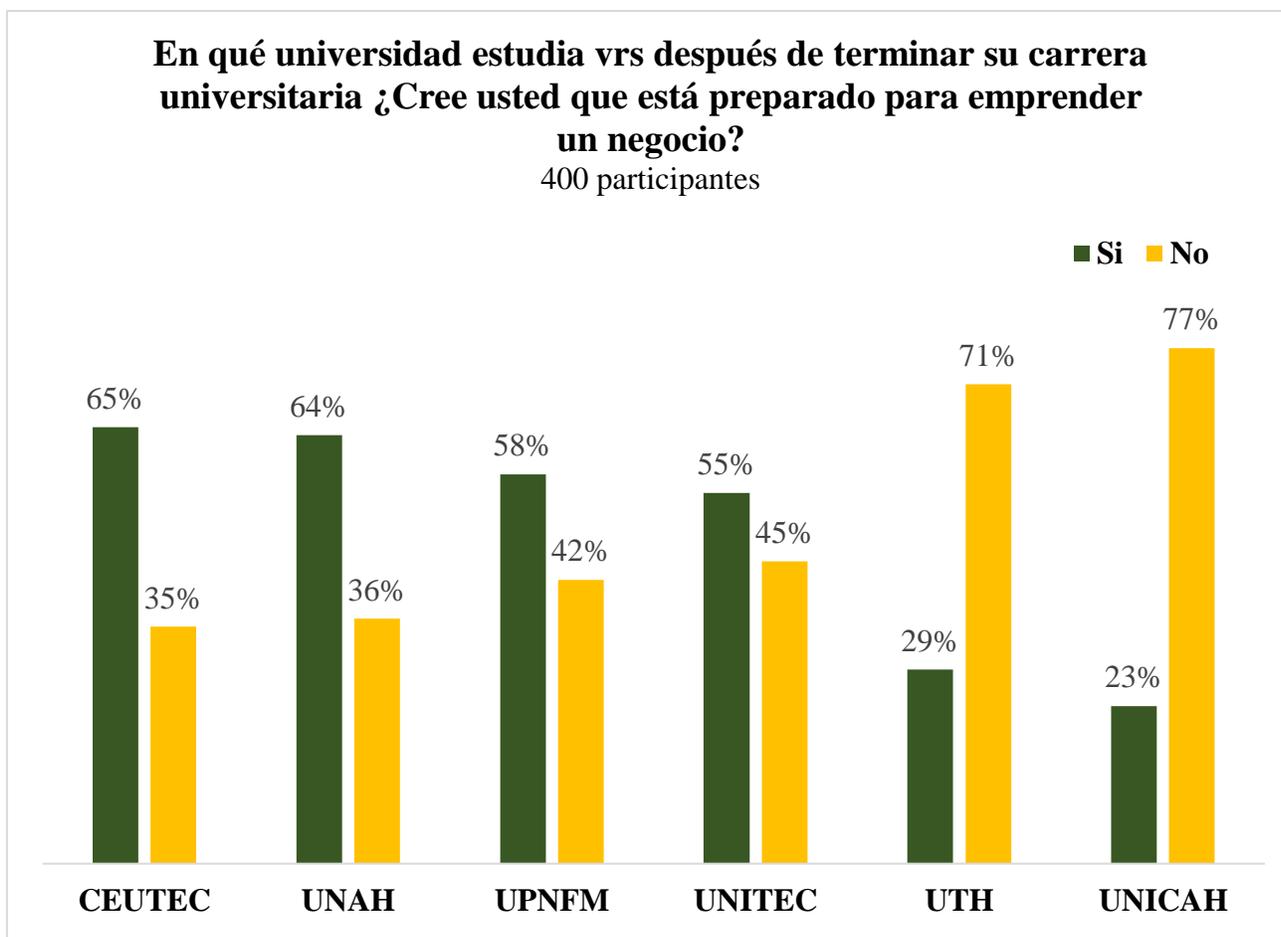
Grafica 6.28 En qué universidad estudia vrs qué planes tiene después de que se gradué de la universidad

Análisis: Según el cruce de graficas que se realizó se evaluó qué planes tienen los estudiantes al momento de culminar su carrera y ver que visión tienen cada uno de los estudiantes de las universidades, se observó que la principal visión de los estudiantes es emprender en su propio negocio, podemos notar que existe un porcentaje bajo en las universidades privadas con la visión de trabajar en empresas públicas, y también podemos ver el enfoque que les dan las universidades con respecto a la especialización por medio de la maestría siendo UNITEC la universidad con el porcentaje más alto de influencia para la especialización y CEUTEC Y UNICAH altos porcentajes en cursar otra carrera universitaria.



Grafica 6.29 En qué universidad estudia vrs considera que la universidad donde estudia le ha brindado programas de apoyo para generar su propio negocio

Análisis: En la investigación de cruce de gráficos se determinó el nivel de apoyo por medio de programas que brindarían las universidades a los estudiantes para generar sus negocios, y se determinó que no existe un nivel bajo ya que predominó que la mayoría de las universidades no cuentan con programas de apoyo al emprendedurismo.



Grafica 6.30 En qué universidad estudia vrs después de terminar su carrera universitaria ¿Cree usted que está preparado para emprender un negocio?

Análisis: Se determinó en la investigación el nivel de preparación de los estudiantes para emprender sus negocios al momento de culminar su carrera, con el objetivo de hacer una evaluación entre las universidades, dando como resultado que las universidades con índices más altos en la preparación son: CEUTEC, UNAH, UPNFM, UNITEC, dejando a las universidades con índices más bajos a UTH Y UNICAH.

6.2 Entrevista a Profundidad

Se aplicó un total de ocho entrevistas conformadas entre personal administrativo y docentes de las universidades del DC. El tamaño de la muestra es a conveniencia del investigador.

ENTREVISTA A CATEDRATICOS	
Universidad: Universidad Nacional Autónoma de Honduras UNAH	
Nombre del entrevistado: Maribel Manzanares	
Lugar de trabajo: Universidad Nacional Autónoma de Honduras	
Puesto que desempeña: Docente	
Tiempo de Laborar: 12 años	
	
1. ¿Qué actividades realizan para promover el emprendimiento con sus estudiantes?	Los estudiantes desde que ingresan a la carrera se les orienta sobre esos proyectos de emprendimiento tanto para beneficio de ellos como también para el beneficio de la población, las actividades se desarrollan en el campo con la población inicializándose con proyectos de huerto, inicializándose proyecto de emprendedurismo tanto para que la población hondureña pueda aprender como poder salir adelante con sus propios esfuerzos así mismo que estudiante también se vaya empoderando sobre estos beneficios puede ir adquiriendo a media que va avanzando en la carrera. Esto se hace de manera continua desde que estudiante inicia se le van dando esas orientaciones, esas asesorías para que estudiante pueda ir obteniendo se aprendizaje, es un proceso que estudiante desde que inicia va adquiriendo esas habilidades, esas destrezas para poder salir formado.
2. ¿Cuáles considera que son algunas competencias que se les enseña a los estudiantes a lo largo de su carrera universitaria para realizar emprendedurismo?	Se van realizando esas asesorías en los estudiantes de manera que vayan obteniendo esas competencias no al final de carrera sino desde el inicio que vaya adquiriendo las destrezas, habilidades, estrategias para así poder enseñar a la población ellos también estabilidad si no encuentra un trabajo en una institución gubernamental sabemos que la situación de nuestro país no es fácil poder realizar el trabajo en las instituciones públicas poder decir algo pero nuestros estudiante pueden también trabajar de manera independiente. Una vez que ellos salen sale capacitados para poder trabajar en una empresa o realizar su propio trabajo independiente.

<p>3. ¿Qué tipo de apoyo ofrece la universidad a los estudiantes que deciden emprender?</p>	<p>La vinculación universidad/sociedad aquí el estudiante decide que metodología va usar o que estrategias va a usar para poder llegar ante la comunidad que podría ser que una de las una de las estrategias que utiliza sería la de los grupos focales, pero ellos por ejemplo para poder llevar a cabo esa vinculación universidad/sociedad tiene que hacer un proyecto como hacer un huerto familiar y allí el estudiante le enseña al hombre de la comunidad de como él puede ser una micro empresa allí en su comunidad así ese emprendedurismo desde su casa sembrando cebolla, tomate, repollo de la manera que estudiante enseña y así mismo así él puede ir obteniendo esa destreza al mismo tiempo se está vinculando con la sociedad. Finalizando su carrera ya son proyectos más en donde se hace una meta el estudiante donde dice bueno hace un diagnóstico y como la hace a través de FODA también dependiendo donde le toco su trabajo social entonces realiza a través de ese diagnóstico encuentra cuales son los problemas de eso problemas viene y selecciona el más prioritario de manera que él pueda llevarlo a cabo hasta el final y tiene que ser sostenible y tiene que finalizar lo siempre pensando en el beneficio de la población. Hace también vinculaciones estratégicas con las comunidades, fundaciones de otros países para poderse integral y contribuir mediante la universidad a la comunidad.</p>
<p>4. ¿Qué actividades considera que realiza la universidad para la formación emprendedora y fomento de ideas de negocio en los estudiantes de los dos últimos años de las carreras? y ¿Por qué?</p>	<p>Que la universidad tiene estrategias en buscar esos aliados para poder tener un equipo multidisciplinario y poder ayudar a la población y al estudiante a ir avanzando en los procesos de emprendedurismo, y cuáles son esas alianzas con los líderes de comunidad, con las alcaldías, con las ONG con el fin de contribuir a nuestra sociedad.</p>
<p>5. ¿Cuáles considera que son las principales barreras con las que se tienen que enfrentar los estudiantes para emprender una idea de negocio?</p>	<p>La primera sería que no existen en nuestro país un ente gubernamental que ayude a los jóvenes al momento de llevar un proyecto emprendedurismo a poderlo ejecutar y eso de repente frustra al estudiante que ya venga con ese proceso que tuvo ese aprendizaje que puede llegar a concluirlo esas sería las limitantes, otra situación es la parte económica de repente tiene los conocimientos, pero no cuenta con los recursos económicos para crear una microempresa como para decirle algo.</p>

<p>6. ¿Considera que los estudiantes de los dos últimos años de las carreras están capacitados para crear su propio negocio? y ¿Por qué?</p>	<p>Si están capacitados porque desde el inicio ellos se forman con esa idea que ellos vayan obteniendo esos conocimientos y puedan al final ser emprendedores.</p>
<p>Adicional: ¿Desea brindar un caso de éxito que haya tenido con alguno de sus estudiantes con respecto al emprendimiento?</p>	<p>En mi carrera salen los estudiantes tan formados que ellos es bien fácil entra al campo laboral realizando lo que es la carrera que ellos han escogido y trabajan de manera independiente así mismo tiene la oportunidad en las instituciones en las cuales se les solicita su trabajo, porque la verdad que si hay mucho campo para nuestra carrera y en realiza ellos salen bien formados para poder emprender de manera independiente y así mismo en instituciones gubernamentales y también en ongs.</p>

Tabla 6.1 Entrevista UNAH

ENTREVISTA A CATEDRATICOS

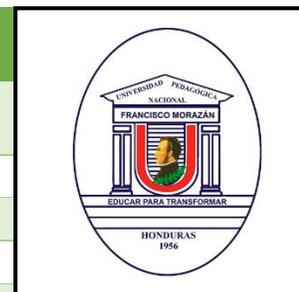
Universidad: Universidad Pedagógica de Francisco Morazán
UPNFM

Nombre del entrevistado: Erick Estrada

Lugar de trabajo: Universidad Pedagógica de Francisco Morazán

Puesto que desempeña: Docente

Tiempo de Laborar: 6 años



1. ¿Qué actividades realizan para promover el emprendimiento con sus estudiantes?	Asignar proyectos que promuevan el desarrollo profesional independiente en la sociedad.
2. ¿Cuáles considera que son algunas competencias que se les enseña a los estudiantes a lo largo de su carrera universitaria para realizar emprendedurismo?	En el área que me desarrollo muy pocas, pero se realizan talleres en los que promueven el emprendedurismo.
3. ¿Qué tipo de apoyo ofrece la universidad a los estudiantes que deciden emprender?	Fomenta la creación de ideas de negocio que puedan ponerse en práctica en la sociedad.
4. ¿Qué actividades considera que realiza la universidad para la formación emprendedora y fomento de ideas de negocio en los estudiantes de los dos últimos años de las carreras? y ¿Por qué?	En la carrera de la docencia se fomenta el trabajo independiente para que cada estudiante forme su propia escuela en su debido tiempo. Esto lo hace por medio de charlas informativas.
5. ¿Cuáles considera que son las principales barreras con las que se tienen que enfrentar los estudiantes para emprender una idea de negocio?	<ol style="list-style-type: none"> 1. La inestabilidad económica del país 2. Falta de financiamiento disponible con tasas de interés competitivas 3. Falta de apoyo del gobierno sobre las nuevas ideas de negocio 4. Falta de inversión extranjera, debido a la política interna del país, provocando que no se apoyen las ideas de negocio. 5. Temor al fracaso por parte de los estudiantes al momento de querer emprender un negocio.

<p>6. ¿Considera que los estudiantes de los dos últimos años de las carreras están capacitados para crear su propio negocio? y ¿Por qué?</p>	<p>Si, aunque se carezca de experiencia en los diferentes campos, pero si se tiene una correcta planificación y por medio de asesorías pertinentes, que faciliten el know how de los emprendedores, se puede alcanzar el éxito.</p>
--	---

Tabla 6.2 Entrevista UPNFM

ENTREVISTA A CATEDRATICOS

Universidad: Universidad Tecnológica de Honduras

Nombre del entrevistado: Nelson Alfredo Espinoza Martínez

Lugar de trabajo: Universidad Tecnológica de Honduras

Puesto que desempeña: Gestión de la calidad /

Docente de mercadotecnia

Tiempo de Laborar: 4 años



PREGUNTA	RESPUESTA
1. ¿Qué actividades realizan para promover el emprendimiento con sus estudiantes?	El proceso final donde el estudiante debe generar una idea de negocio completa con el fin de aplicar y desarrollar todas sus habilidades formadas a lo largo de su carrera universitaria, al momento que ellos desarrollan estos proyectos promueve el hecho de la experimentación del emprendimiento.
2. ¿Cuáles considera que son algunas competencias que se les enseña a los estudiantes a lo largo de su carrera universitaria para realizar emprendedurismo?	Se les inculca una visión renovada e integral que, de seguridad en ellos sobre sus capacidades profesionales, fomentando las habilidades de manera individual examinando las diferentes características de los estudiantes y formando la parte donde se encuentran deficiencias y fortaleciendo habilidades existentes.
3. ¿Qué tipo de apoyo ofrece la universidad a los estudiantes que deciden emprender?	Actualmente no existe un programa formal como tal para estudiantes que deseen emprender, pero en la carrera de derecho existe la facultad de consultoría gratuita donde los estudiantes que deseen constituir su negocio puedan recibir una asesoría legal completamente gratuita y de esta manera pues también se apoyó el compañerismo.
4. ¿Qué actividades considera que realiza la universidad para la formación emprendedora y fomento de ideas de negocio en los estudiantes de los dos últimos años de las carreras? y ¿Por qué?	Pues actividades a lo largo de su carrera hay muchas incluso a finales de la carrera de mercadotecnia se hace una feria donde los estudiantes crean empresas de productos y se realiza una feria donde participan los estudiantes de otras carreras universitarias.
5. ¿Cuáles considera que son las principales barreras con las que se tienen que enfrentar los estudiantes para emprender una idea de negocio?	Barreras existen muchas y cada estudiante enfrenta diferentes barreras algunos tienen una barrera económica otras barreras sociales otras barreras intrapersonales, a lo largo del emprendimiento cada emprendedor enfrenta todo tipo de barreras

<p>6. ¿Considera que los estudiantes de los dos últimos años de las carreras están capacitados para crear su propio negocio? y ¿Por qué?</p>	<p>Si, por supuesto, porque ellos se ha fomentado un crecimiento tanto profesional como económico donde se les inculca el no solamente conformarse con ser un empleado si no ir más a lejos logrando ser un empleador alguien que de un apoyo a la sociedad siendo fuentes de trabajo.</p>
<p>Adicional: ¿Desea brindar un caso de éxito que haya tenido con alguno de sus estudiantes con respecto al emprendimiento?</p>	<p>Pues alrededor de 3 años tuve un estudiante llamado Fredy Martínez de la carrera relaciones industriales el me comento sobre su idea de plantación de tomates y pues siempre como docentes se le dio orientación sobre estrategias de negocio actualmente él es uno de los exportadores de tomate de Honduras.</p>

Tabla 6.3 Entrevista UTH

ENTREVISTA A CATEDRATICOS	
Universidad: Universidad Católica de Honduras Nuestra señora Reina de la Paz UNICAH	
Nombre del entrevistado: María Eugenia Rodríguez	
Lugar de trabajo: Universidad Católica de Honduras	
Puesto que desempeña: Decana de la facultad en Relaciones Internacionales	
Tiempo de Laborar: 6 Años	
	
PREGUNTA	RESPUESTA
1. ¿Qué actividades realizan para promover el emprendimiento con sus estudiantes?	En UNICAH se realizan una planificación a lo largo de toda la carrera estudiantil fomentando el emprendimiento de cada uno de los estudiantes, inculcando características de líderes que les permita desarrollarse en la sociedad como personas generadoras de trabajo, dentro de cada una de las clases se imparte la temática de emprender y desarrollar nuevas ideas de negocios, y llevan a Honduras a un desarrollo internacional
2. ¿Cuáles considera que son algunas competencias que se les enseña a los estudiantes a lo largo de su carrera universitaria para realizar emprendedurismo?	Las competencias son múltiples dependiendo cada carrera que se encuentre cursando el estudiante, pero a nivel general a todos los estudiantes de UNICAH se les inculca las competencias de Innovación, creatividad, adaptabilidad conocimiento contable, y sobre todo valores éticos, inculcando en ello también un valor religioso.
3. ¿Qué tipo de apoyo ofrece la universidad a los estudiantes que deciden emprender?	En la universidad se les dan diversos apoyos a los estudiantes uno de ellos es permitiendo que muchos de ellos que tienen negocios tenga la posibilidad de tener su negocio dentro de las instalaciones de la universidad permitiendo así acceder a un mercado, donde se motiva a los estudiantes a tener un apoyo mutuo.
4. ¿Qué actividades considera que realiza la universidad para la formación emprendedora y fomento de ideas de negocio en los estudiantes de los dos últimos años de las carreras? y ¿Por qué?	Cuando nos enfocamos en los dos últimos a los de las carreras se ha creado una planificación en sus clases con contenidos de desarrollo de estrategias y manejo empresarial motivando a los estudiantes a ser líderes y emprendedores dentro y fuera del país.
5. ¿Cuáles considera que son las principales barreras con las que se tienen que enfrentar los estudiantes para emprender una idea de negocio?	Falta de recursos económicos, Inseguridad del país, falta de proyectos de apoyo a las medianas y pequeñas empresas, y claro existe una incertidumbre política que provoca en los estudiantes temor a emprender.

6. ¿Considera que los estudiantes de los dos últimos años de las carreras están capacitados para crear su propio negocio? y ¿Por qué?	Considero que si, por que a lo largo de su carrera fue preparado para salir al exterior y desarrollar sus habilidades siendo motivados por parte de la universidad a ser desarrolladores de empresas y proyectos, siendo un cambio en el país.
---	--

Tabla 6.4 Entrevista UNICAH

ENTREVISTA A CATEDRATICOS	
Universidad: Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC	
Nombre del entrevistado: Ricardo Adolfo Velásquez Ordoñez	
Lugar de trabajo: Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC	
Puesto que desempeña: Docente	
Tiempo de Laborar: 5 Años	
PREGUNTA	RESPUESTA
1. ¿Qué actividades realizan para promover el emprendimiento con sus estudiantes?	Son tareas, foros y sesiones virtuales donde siempre trata que sus alumnos se sientan en un ambiente cómodo y seguro psicológicamente hablando. Trata que sus estudiantes superen la barrera de confianza en sí mismo donde promueve la aceptación y mejoramiento cuando su alumno se equivoca. Hizo énfasis en que trata de que haya una comunicación constante en los temas del contenido impartido docente a estudiante.
2. ¿Cuáles considera que son algunas competencias que se les enseña a los estudiantes a lo largo de su carrera universitaria para realizar emprendedurismo?	La universidad desarrolla una serie de competencias entre las cuales se destaca el trabajo en equipo, toma decisiones, aprendizaje continuo y lo más importante creatividad e innovación, afirma que aplica estas competencias de la mano con la enseñanza diaria. También indico que vivimos en un entorno cambiante y que la universidad ha desempeñado un excelente trabajo adaptando a sus alumnos a este entorno actualizado mediante el estudio y practicar.
3. ¿Qué tipo de apoyo ofrece la universidad a los estudiantes que deciden emprender?	Afirmo que UNITEC se ha caracterizado por darle honor a su nombre “Universidad Tecnológica Centroamericana”, debido a que la tecnología en dicha universidad es completamente aplicable y que el mejor ejemplo es: como logramos adaptarnos con facilidad a la Teledocencia (tanto docentes como estudiantes) cuando comenzó la pandemia COVID-19 en el año 2020. Todas las personas que componen la institución lograron darse cuenta que cada una de las herramientas que brinda la universidad nos ayudó a sobresalir y manejar con calma y facilidad la situación. Hizo énfasis en que los alumnos graduados de UNITEC y CEUTEC salen con la visión que “La tecnología es nuestro amigo y no nuestro enemigo”.



<p>4. ¿Qué actividades considera que realiza la universidad para la formación emprendedora y fomento de ideas de negocio en los estudiantes de los dos últimos años de las carreras? y ¿Por qué?</p>	<p>Indico que la universidad cuenta con una serie de programas dentro de las clases donde los estudiantes logran aplicar tomas de decisiones, como por ejemplo en la clase de “Simulación de negocios” lleva consigo un simulador llamado “simulador de negocios Markestrated” el cual hace que los alumnos apliquen la teoría aprendida en un ambiente controlado pero que también analicen, calculen y adquieran el sentimiento de arriesgarse tomando en consideración los beneficios y consecuencias al momento que toman una decisión. Por último, comento que un emprendedor es lo que hace todos los días: tomar decisiones que van a impactar su negocio, personal y producto y que muchas de estas decisiones no siempre van a hacer las mejores por lo que tendrá que regresar al principio y analizar para finalmente volver a intentar mejorar la toma de decisión.</p>
<p>5. ¿Cuáles considera que son las principales barreras con las que se tienen que enfrentar los estudiantes para emprender una idea de negocio?</p>	<p>1. “vivimos en un entorno cambiante” por lo que el estudiante debe ser bastante creativo para saber que lanzar, como lanzar y cuál es el mercado meta al que quiere llegar. Indica también que, al principio se requiere de mucha resiliencia y deseos de aprender debido a que se enfrentarán a muchos obstáculos donde se adquirirán aprendizaje. Afirmo que “los obstáculos no son algo malo porque si el emprendedor hondureño supera cada uno de ellos estará más preparado que una persona que esté en un mercado más desarrollado”. 2. “Obtención de recursos económicos” porque muchos bancos no están abiertos para prestar dinero a estudiantes por lo que este debe de buscar otras opciones como por ejemplo asociase con otra persona que si tenga facilidad de adquirir préstamos bancarios o que sencillamente tenga facilidad de dinero.</p>
<p>6. ¿Considera que los estudiantes de los dos últimos años de las carreras están capacitados para crear su propio negocio? y ¿Por qué?</p>	<p>Con respecto a crear su idea de negocio contesto que “Si” están capacitados porque con la teoría implementada en todas las clases permite que los alumnos desarrollen una idea de negocios. Con respecto a la aplicación, es decir, crear su propio negocio en el mercado considera que no es algo que se enseña, sino que es algo que se debe capacitar y obtener experiencia en la práctica.</p>

Tabla 6.5 Entrevista UNITEC

ENTREVISTA A CATEDRATICOS	
Universidad: Centro Universitario Tecnológico CEUTEC	
Nombre del entrevistado: Claudia Vanessa Pagoaga Castro	
Lugar de trabajo: Centro Universitario Tecnológico CEUTEC	
Puesto que desempeña: Coordinadora del CEI	
Tiempo de Laborar: Año y medio.	
PREGUNTA	RESPUESTA
1. ¿Qué actividades realizan para promover el emprendimiento con sus estudiantes?	El CEI está adecuado para que todos los alumnos encuentren un espacio sólido y tranquilo con instrumentos tecnológicos que les ayude a realizar con una mayor facilidad su emprendimiento, estas herramientas están reforzadas con asesorías que el centro de emprendimiento les brinda, es importante destacar que las asesorías van de acuerdo con las necesidades del alumno.
2. ¿Cuáles considera que son algunas competencias que se les enseña a los estudiantes a lo largo de su carrera universitaria para realizar emprendedurismo?	La principal competencia que tratamos que los alumnos obtengan es la creatividad, en el CEI no hay límites con respecto a la creatividad es por lo mismo que el personal administrativo en conjunto con los docentes apoyamos el pensamiento innovador que ellos tengan. El reforzamiento del contenido de generación de empresas y talleres en diferentes clases hace que los alumnos aparte de creatividad tengan liderazgo, pensamiento crítico y sobre todo sean innovadores.
3. ¿Qué tipo de apoyo ofrece la universidad a los estudiantes que deciden emprender?	El principal apoyo es el CEI debido a que está adaptado y acondicionado para uso inmediato en los estudiantes que desean comenzar una idea de negocio como también el asesoramiento en todas las ramas desde una ingeniería hasta conocimientos financieros.
4. ¿Qué actividades considera que realiza la universidad para la formación emprendedora y fomento de ideas de negocio en los estudiantes de los dos últimos años de las carreras? y ¿Por qué?	La implementación de contenido teórico y práctico sobre generar empresas, talleres de emprendimiento, ferias de creación de empresas con inversionistas invitados y conferencias impartidas por personas que crearon su propia empresa y que tuvieron éxito; la universidad siempre trata que sus estudiantes tomen un pensamiento innovador y que tomen la tecnología a su favor.



<p>5. ¿Cuáles considera que son las principales barreras con las que se tienen que enfrentar los estudiantes para emprender una idea de negocio?</p>	<p>Los estudiantes de CEUTEC tienen una barrera en particular la cual es tener el conocimiento que CEI existe debido a que si no es por algunos docentes estos no se dan cuenta que tienen este centro donde pueden innovar y poder ser asesorados en un tema que se les complique. La segunda barrera más importante con la que se enfrentan a diario es la falta de recursos económicos ya que el estudiante puede tener una idea sólida y sustentable pero no cuenta con los recursos económicos suficientes para implementarla en el mercado.</p>
<p>6. ¿Considera que los estudiantes de los dos últimos años de las carreras están capacitados para crear su propio negocio? y ¿Por qué?</p>	<p>Claro que sí, todos los alumnos que estudian en CEUTEC y UNITEC están capacitados para crear su propio negocio debido a que cuentan con el amplio conocimiento adquirido durante toda su carrera, como también el refuerzo de simulaciones en varias clases y talleres.</p>
<p>Opcional ¿Desea brindar un caso de éxito que haya tenido con alguno de sus estudiantes con respecto al emprendimiento?</p>	<p>El año pasado se comunicó un estudiante de CEUTEC con el CEI para que se le apoyara en el asesoramiento de un proyecto de innovación que la tenía, él estaba participando en una feria de emprendedurismo con el paso del tiempo se le brindó apoyo en cuanto a los puntos débiles que él tenía. Al momento que llegó la feria ganó el primer lugar obteniendo la cantidad de L.150,000.00 para comenzar su idea de negocio. En lo que mí respecta este es el claro ejemplo de que cualquier estudiante está capacitados para crear su propia empresa solo necesitan voluntad y pasión por su proyecto.</p>

Tabla 6.6 Entrevista CEUTEC

6.3 Hallazgos

6.3.1 Universidades Públicas

Partiendo de las entrevistas realizadas a docentes y personal administrativo se determinó que las universidades públicas realizan orientación a los estudiantes sobre emprendimiento con la intención de que ellos tengan conocimiento que su universidad cuenta con este respaldo y ayuda al emprendedor. Es importante destacar que ambas universidades brindan contenido sobre emprendimiento y desarrollan proyectos que promueven el desarrollo profesional para el beneficio de la sociedad como la del estudiante.

Se afirma que las universidades públicas cuentan con asesorías gratuitas a estudiantes que desean emprender una idea de negocio como también aplican contenido que refuerzan y desarrollan habilidades como liderazgo, responsabilidad y confianza en sí mismo con la intención que cada uno de los graduados tengan la capacidad no solo de ir a trabajar en una empresa pública o privada sino también para que ellos mismos generen su propia empresa. Cabe mencionar que las universidades públicas cuentan con aliados como ser: líderes de comunidad, alcaldías y organizaciones no gubernamentales (ONG) para lograr brindar un apoyo al estudiante y que este avance en su emprendimiento.

Las universidades públicas consideran que unas principales barreras en las que los alumnos se enfrentan es que en Honduras es que no hay un ente gubernamental que apoye a los jóvenes al momento de llevar un proyecto emprendedurismo como también la falta de recursos económicos y apoyo en patrocinios. Finalmente se considera que las universidades públicas carecen de centros de apoyo al estudiante al momento de querer emprender una idea de negocio, sin embargo, tratan de que su contenido impartido en clases les brinde un conocimiento amplio y sólido para que ellos generen su emprendedurismo.

6.3.2 Universidades Privadas

Partiendo de las entrevistas realizadas a docentes y personal administrativo se determinó que las universidades privadas se preparan a lo largo de todos los periodos con una serie de actividades para fomentar y aplicar el emprendimiento en los estudiantes de todas sus carreras. Teniendo como principales actividades la implementación de proyectos sobre generación de empresas, talleres y capacitaciones. Los docentes afirmaron que las principales competencias implementadas en sus estudiantes es la visión emprendedora, el liderazgo cuando se trabaja en equipo, asumir riesgos en la toma de decisión cuando realizan alguna tarea o cuando hay simuladores; todo esto de la mano con las enseñanzas aplicadas durante todo el periodo.

Las universidades privadas aplican contenido y clases direccionadas al emprendimiento y en su mayoría con programas tecnológicos que facilitan al estudiante tener un mayor conocimiento de la teoría presentada en clase, un claro ejemplo es en la clase de “Simulación De Negocios” en CEUTEC que se complementa con un simulador llamado “Markestrated” para que los estudiantes obtengan un mayor aprendizaje en la toma de decisión. La UNICAH afirmo que ellos brindan algunas áreas de la universidad para que ciertos estudiantes implanten una idea de negocio. Es importante destacar en tanto UNITEC como CEUTEC cuentan con el Centro de emprendimiento e Innovación (CEI) al cual todo estudiante tiene acceso. Se afirmó que universidades privadas cuando se trata de los estudiantes de penúltimo y último año se crea una planificación en sus clases con contenidos de desarrollo de estrategias y manejo empresarial motivando a los estudiantes a ser líderes y emprendedores dentro y fuera del país. La implementación de contenido teórico y práctico sobre generar empresas, talleres de emprendimiento, ferias de creación de empresas con inversionistas invitados es otro ejemplo que la universidad siempre trata que sus estudiantes tomen un pensamiento innovador y que tomen la tecnología a su favor.

En cuanto a las barreras que los docentes percibieron que son los principales obstáculos de emprendimiento en los estudiantes se generó un patrón en cuanto falta de recursos económicos e inseguridad en el país. Finalmente se afirma que los estudiantes graduados de universidades privadas “Si” están capacitados para emprender un negocio debido a que durante todas las carreras fueron preparados para salir al exterior y desarrollar sus habilidades siendo un cambio para el país.

VII. CONCLUSIONES

- En base a los resultados obtenidos mediante la encuesta y sustentado con el marco teórico se determinó que los estudiantes de penúltimo y último año de las carreras universitarias en Tegucigalpa son motivados a emprender una idea de negocio para aumentar el nivel de sus ingresos económicos y obtener independencia financiera para así alcanzar estabilidad económica por medio de su idea de negocio. Se afirma que las universidades evaluadas en la presente investigación cuentan con un desempeño, fomento y formación emprendedora exitosa.
- Se determinó que los estudiantes reciben apoyo de las universidades por medio la implementación de clases para la creación de empresas, talleres y capacitaciones con el objetivo que los estudiantes visualicen y aplique la manera correcta para comenzar una idea de negocio. Se afirma que las universidades algunas de las universidades privadas cuentan con centros de emprendimiento de asesoría y apoyo el innovador; las universidades públicas apoyan por medio de conferencias y concursos de ferias de creación de negocios donde brindan apoyo económico al mejor proyecto.
- Los estudiantes de las universidades públicas y privadas reciben formación emprendedora mínimo en una clase de su carrera; de igual forman brindan capacitaciones donde ofrecen herramientas para identificar y aplicar procesos administrativos permitiendo que una persona sea capaz de emprender.
- Se confirma que las universidades de Tegucigalpa desarrollan en sus estudiantes competencias imprescindibles para lograr emprender una idea de negocio por medio de la excelente aplicación de información recibida a lo largo de su periodo académico y ejecutando proyectos

donde se les enseña las competencias como liderazgo, creatividad, compromiso y trabajo en equipo.

- Se afirma que la principal barrera con la que los estudiantes se enfrentaron al momento de emprender su idea de negocio fue la falta de recursos económicos en continuación de los altos niveles de delincuencia integradas con extorción, amenazas violentas y saqueos con los que se enfrenta el país, ambos factores provocan un nivel grande de dificultad para que los alumnos comiencen su idea de negocio. La investigación también arrojó un alto nivel de inseguridad personal, es decir emocional, con lo que las personas se enfrentan al momento de tomar una decisión o simplemente presentarse ante un público.
- Tras un profundo análisis de los objetivos generales y específicos previamente enunciados en capítulos anteriores y sustentados posteriormente en el marco teórico, procedemos resaltar que tipo de negocio han emprendido los estudiantes de los dos últimos años, siendo en su mayoría con un veintisiete por ciento se enfocó negocios comercio electrónico, también se obtuvo un porcentaje de veintitrés por ciento de estudiantes que han generado negocios de servicio brindando asesoría y trabajos.
- A partir del análisis del nivel de emprendedurismo en los estudiantes de los dos últimos años de sus carreras y la contextualización de la teoría relacionada al presente trabajo de investigación, podemos concluir que los estudiantes han utilizado muchas estrategias y competencias siendo las más resaltadas en la investigación liderazgo y adaptabilidad a lo largo de su proceso como emprendedores que les ha ayudado a el desarrollo exponencial de sus emprendimientos, siendo estas estrategias previamente adquiridas en todo el curso de su carrera universitaria.

VIII. RECOMENDACIONES

- En base a los resultados obtenidos en la presente investigación se recomienda que al momento de emprender una idea de negocio se aboque a docentes o personal administrativa de la universidad en la que estudia para recibir apoyo en las debilidades como falta de conocimiento, inseguridad personal entre otros, así mismo se recomienda la búsqueda de información en noticias, libros e informes sobre emprendimiento.
- Se recomienda a las universidades públicas y privadas que no cuenten con un área de emprendimiento la implementación de centros o departamentos donde los estudiantes cuenten con herramientas tecnológicas y un espacio adecuado para la preparación de una idea de negocio de igual manera que allá una persona encargada para que les brinde asesoramiento en áreas donde el alumno considere ser su debilidad.
- Se sugiere a las universidades públicas y privadas la implementación de “Simuladores” en conjunto con las clases de generación de empresa para lograr un complemento en la teoría impartida con la práctica en campo, de esta forma los estudiantes obtendrán mayor conocimiento en el campo y sobre todo seguridad al momento de tomar decisiones.
- Se recomienda a las universidades impulsar a los estudiantes a crear su emprendimiento mediante ferias de emprendedurismo donde podrá reforzar sus competencias y se da a conocer el emprendimiento generando nuevas competencias en los estudiantes.
- En base a los resultados obtenidos en la principal barrera que es “falta de recursos económicos” se recomienda la asociación con personas que cuenten con la solvencia para obtener financiamientos en los bancos, búsqueda de ferias en las universidades sobre talento y emprendedurismo donde asistan inversionistas, búsqueda de apoyo con instituciones gubernamentales y empresas. Para superar la segunda barrera más importante se recomienda la

implementación del negocio en sectores que no sean consideradas de alta delincuencia en la ciudad.

- Se recomienda la implementación de programas de apoyo a negocios que han emprendidos los estudiantes, siendo estos como asesoría legal por parte de la facultad de derecho de las universidades, asimismo apoyo por parte de la facultad de mercadotecnia, enfocando a los estudiantes de diversas facultades al apoyo de emprendimientos de sus estudiantes.
- Se sugiere mejorar el modelo del plan universitario de cada carrera utilizando una composición de estrategias y generación de negocios, fomentando el crecimiento en los estudiantes desde inicios de sus carreras universitarias.

IX. PROPUESTA

Variable	Pregunta	Objetivos	Indicador	Propuesta	Estrategia	Presupuesto
Emprendedurismo	¿Son las universidades un semillero de emprendedurismo para el país?	Determinar las motivaciones y barreras que se le presentan a los estudiantes de los dos últimos años de las carreras universitarias en Tegucigalpa evaluando el desempeño y orientación que las universidades les brindan tomando en consideración la formación emprendedora, expectativas y principales obstáculos para llevar a cabo su emprendedurismo.	Mediante de encuestas realizadas a estudiantes	Crear más actividades que impulse al emprendimiento entre los estudiantes y departamentos de emprendedurismo para dar apoyo a estudiantes con sus emprendimientos	Crear el departamento de apoyo a emprendedores donde se les dará apoyo a los estudiantes con sus emprendimientos, dando capacitaciones y charlas sobre estrategias de crecimiento, para dar mayor seguridad a los emprendedores.	L 100,000.00
Universidades	¿Cuál es el apoyo que las universidades brindan a los estudiantes al generar su propio negocio?	Investigar cuál es el apoyo que las universidades brindan a los estudiantes al generar su propio negocio	Por medio de programas de apoyo por parte de las universidades	Implementar una campaña publicitaria interna más agresivas para dar a conocer su Programas de Emprendimiento	Crear anuncios más atractivos que atraigan a los estudiantes a informarse de los programas de emprendedurismo	L 50,000.00

Formación que los estudiantes	¿Cuál es la formación que los estudiantes reciben por parte de la universidad sobre emprendedurismo?	Determinar cuál es la formación que los estudiantes reciben por parte de la universidad sobre emprendedurismo	Por medio de planes de estudios de las carreras universitarias	Capacitar a los estudiantes que impartan las clases hacía el emprendedurismo	Contratar coaching empresarial para inculcar la filosofía del emprendimiento	L 20,000.00
Competencias	¿Cuáles son las competencias que adquieren los estudiantes de las universidades al realizar emprendedurismo?	Identificar las competencias que adquieren los estudiantes de las universidades al realizar emprendedurismo	Por medio de entrevistas realizadas a docentes	Reforzar los principios universitarios para que estén enfocados al emprendimiento		L 20,000.00
Barreras	. ¿Cuáles son las barreras con las que se enfrentan los estudiantes de las universidades cuando quieren crear su propio negocio?	Conocer cuáles son las barreras con las que se enfrentan los estudiantes de las universidades al querer emprender su negocio	Mediante de encuestas realizadas a estudiantes	Brindar seminarios invitando empresarios. Agregar a los planes de estudios estrategias claves para manejar las barreras con las que se enfrentan los estudiantes	Brindar seminarios invitando empresarios para compartir diferentes experiencias al momento de emprender y dar seguridad a los estudiantes al conocer diferentes perspectivas del entorno. Fortaleciendo temas de emprendimiento	L 150,000.00

					por medio de clases enfocadas a diferentes barreras que se presentan al emprender.	
Negocio	¿Qué motiva al estudiante a generar su propio negocio y que tipo de emprendimiento practica?	Identificar qué tipo de emprendimiento practican los estudiantes al generar su idea de negocio	Mediante de encuestas realizadas a estudiantes	Implementación en las universidades de talleres de simulación de negocios.	Implementar un taller de simulación de negocios con el programa KU 12.0 Business Simulator donde los estudiantes de las universidades realicen posibles escenarios que pueden enfrentar a lo largo de su emprendimiento	L 35,000.00

Estrategias	¿Cuáles han sido las estrategias que los estudiantes han tenido que aplicar para hacer crecer su negocio?	Indagar cuáles han sido las estrategias que los estudiantes han tenido que aplicar para hacer crecer su negocio	Por medio de planes de estudios de las carreras universitarias	Implementación de un seminario basado en el libro Organizaciones Exponenciales Libro de Michael S. Malone, Salim Ismail y Yuri Van Gees.	Realizar un seminario orientado a estrategias para el crecimiento de emprendedores basado en el libro Organizaciones Exponenciales para que los estudiantes apliquen las diferentes estrategias para el crecimiento de negocios	L 20,000.00
-------------	---	---	--	--	---	----------------

Tabla 6.7 Propuesta

9.1 Cronograma de actividades

No.	Variable	Actividad	Responsable	Fecha Inicial	Duracion	D	L	M	M2	J	V	S
1	Emprendedurismo	Crear más actividades que impulse al emprendimiento entre los estudiantes y departamentos de emprendedurismo para dar apoyo a estudiantes con sus emprendimientos	Coordinadores académicos, docentes	1/7/2022	Periodo académico							
2	Universidades	Implementar más publicidades agresivas para dar a conocer su Programas de Emprendimiento	RRHH y Junta Directiva	1/7/2022	Periodo universitario							
3	Formación que los estudiantes	Capacitar a los estudiantes que impartan las clases hacía el emprendedurismo	Jefe de carreras universitarias, Seminarista	1/7/2022	Periodo universitario							
4	Competencias	Reforzar los principios universitarios para que estén enfocados al emprendimiento	Jefe de carreras universitarias, Seminarista	1/7/2022	Cada bimestre							

5	Barreras	Dar seminarios invitando empresarios. Agregar a los planes de estudios estrategias claves para manejar las barreras con las que se enfrentan los estudiantes	Coordinadores académicos, docentes	1/7/2022	1 día de seminario Periodo académico								
6	Negocio	Implementación en las universidades de talleres de simulación de negocios.	Docentes universitarios, coordinador académico	1/7/2022	Periodo universitario								
7	Estrategias	Implementación de un seminario basado en el libro Organizaciones Exponenciales Libro de Michael S. Malone, Salim Ismail y Yuri Van Gees	Jefe de carreras universitarias, Seminarista	1/7/2022	1 día								

Tabla 6.8 Cronología

X. BIBLIOGRAFÍAS

aer. (14 de Marzo de 2014). *El pensamiento crítico del emprendedor*. Obtenido de <https://emprendedoresrurales.com/el-pensamiento-critico-del-emprendedor/#:~:text=El%20pensamiento%20cr%C3%ADtico%20nos%20permite,realizando%20nuestro%20d%C3%ADa%20a%20d%C3%ADa>.

Banco Central de Honduras. (2021). Bruto Interno Bruto. *Bruto Interno Bruto*, 2-3.

Banco Central de Honduras. (Abril de 2021). *Manejar recuperaciones divergentes*. Recuperado el 2022 de Mayo de 13

BANCO MUNDIAL . (25 de Abril de 2022). *Honduras: panorama general*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/honduras/overview#1>

Banco Mundial. (2020-2021). *Desempleo, total Honduras*. Obtenido de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.UEM.TOTL.ZS?locations=HN>

Banco Mundial en Honduras. (25 de Abril de 2022). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/honduras/overview>

BCIE. (s.f.). *BANCO CENTRO AMERICANO DE INTEGRACION ECONOMICA* . Recuperado el 2022

Beñat , e. U., & Lozano, M. (15 de Abril de 2021). *La investigación como base para tu proyecto de emprendimiento*. Obtenido de <https://ugremprendedora.ugr.es/la-investigacion-como-base-para-tu-proyecto-de-emprendimiento-por-benat-urrutikoetxea-y-maider-lozano/>

BlogUnitec. (15 de Febrero de 2022). *UNITEC y GIZ lanzan el proyecto «Apoyo a la Agenda 2030 desde la innovación y el emprendimiento»*. Obtenido de <https://blog.unitec.edu/2022/02/15/unitec-y-giz-lanzan-el-proyecto-apoyo-a-la-agenda-2030-desde-la-innovacion-y-el-emprendimiento/>

Boletín de Prensa. (s.f.). Crisis Pandemia . *Honduras hn*, pág. 3.

Boveda Q, J. E., & Oviedo, A. (2015). *Manual de Emprendedorismo*. Japon: Productiva.

Buendía (2005a). (2006). *Emprendedurismo*.

CEFIE UES. (2021). *El emprendimiento un contexto global*. Obtenido de Emprendimiento: <https://cefieues.wixsite.com/emprendimiento-ues/en-blanco-cydd>

Centeno Rojas, A. (Junio de 2017). *TESIS DOCTORAL*. España: El emprendimiento internacional en países en desarrollo. Obtenido de https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/25418/Tesis_adolfo_centeno_2017.pdf

Certus. (s.f.). *5 Consejos de negociación para emprendedores*. Obtenido de <https://www.certus.edu.pe/blog/5-consejos-de-negociacion-para-emprendedores/#:~:text=Las%20negociaciones%20cumplen%20un%20rol,fundamentos%20b%C3%A1sicos%20de%20la%20negociaci%C3%B3n>.

ComercioExterior.la. (2022). *¿Qué es la Expansión Internacional?* Obtenido de Estrategias y beneficios: <https://comercioexterior.la/conoce-la-expansion-internacional/#:~:text=Las%20estrategias%20de%20expansi%C3%B3n%20internacional,Qu%C3%A9%20es%20el%20Comercio%20Exterior%3F>

Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 2.5 License. (2022). *Competencias Informacionales Nivel Medio*. Obtenido de https://www.uv.es/cibisoc/tutoriales/trabajo_social/22_las_fuentes_de_informacin.html

Cuadrante Communication & Social. (s.f.). *Comunicar como emprendedores*. Obtenido de <https://cuadrante.com.mx/comunicar-como-emprendedores/#:~:text=En%20el%20mundo%20del%20emprendimiento,capte%20el%20inter%C3%A9s%20del%20p%C3%ABlico>

Dale la Vuelta. (31 de Mayo de 2021). *¿Qué son empresas disruptivas? ¡Seguro conoces a estas!* Obtenido de <https://dalelavuelta.tv/que-son-empresas-disruptivas-seguro-conoces-a-estas#:~:text=Las%20empresas%20disruptivas%20son%20aquellas,as%C3%AD%20nuevas%20formas%20de%20proceder.&text=No%20fue%20el%20primer%20buscador,pero%20s%C3%AD%20el%20m%C3%A1s%20innovador>

Dalle, 2. (2005). FUNCIONAMIENTO DE ESTRATEGIAS. *INVERSIONES*.

Danhke. (1989). *Danhke*.

Díaz-Bravo, L. P. (13 de Mayo de 2013). *SciELO*. Obtenido de Metodología de investigación en educación médica: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009#:~:text=La%20entrevista%20es%20una%20t%C3%A9cnica,al%20simple%20hecho%20de%20conversar.&text=Es%20un%20instrumento%20t%C3%A9cnico%20que%20adopta%20la%20forma%20de%20un%20di

Drucker, 1. (2013).

economipedia. (2022). *Fuente secundaria*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/fuente-secundaria.html>

econopimedia. (2022). *Modelo Canvas*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>

EIPE. (s.f.). *Las 6 cualidades de un emprendedor que aprovecha las oportunidades profesionales*. Obtenido de <https://www.eipe.es/blog/cualidades-emprendedor-que-aprovecha-oportunidades/#:~:text=Aprovechar%20las%20oportunidades%20es%20la,y%20no%20para%20los%20dem%C3%A1s>

EL NUEVO DIARIO. (7 de Abril de 2019). *CENTROAMERICA*. Obtenido de <https://www.elnuevodiario.com.ni/internacionales/centroamerica/489524-honduras-extorsion-violencia-impuesto-guerra/#:~:text=Los%20extorsionadores%20cobran%20lo%20que,de%20otro%20tipo%20de%20negocios>

Emprenderioja. (01 de 10 de 2013). *La importancia de la formación para un emprendedor*. Obtenido de <http://emprenderioja.es/blog/2013/10/01/la-importancia-de-la-formacion-para-un-emprendedor/>

Enciclopedia Concepto. (2022). *Fuentes de información*. Obtenido de <https://concepto.de/fuentes-de-informacion/>

Figueroa, P. (2022). *THE FLASH GO*. Obtenido de <https://theflashco.com/biblioteca/>

Forbes México. (14 de Noviembre de 2018). *Sector Financiero*. Obtenido de Forbes Centroamerica: <https://www.forbes.com.mx/el-70-de-empleos-en-honduras-proviene-de-mipymes/#:~:text=Alrededor%20del%2060%25%20de%20los,pasado%20martes%2014%20de%20noviembre.>

Gallardo, M., & Berrios, M. (2013). *Encuesta Empresarial de Honduras*. Tegucigalpa: OIT.

Gob.mx. (9 de Diciembre de 2016). *ECONOMIA*. Obtenido de <https://www.inadem.gob.mx/conflictos-en-el-emprendimiento/>

Grasso, J. (2013). Importancia del emprendimiento. *Finanzas digital*.

HONDURAS, C. D. (2021). *INDICES DE MIPYMES*. TEGUCIGALPA.

Inversiones, C. N. (25 de 9 de 2021). *BCIE*. Obtenido de <https://www.cni.hn/la-mipyme-un-sector-clave-para-atraer-la-inversion-privada-a-honduras/>

Javiermegia. (11 de Octubre de 2011). *Modelo de negocio no escalable*. Obtenido de <https://javiermegias.com/blog/2011/10/modelos-de-negocio-escalables/#:~:text=MODELO%20DE%20NEGOCIO%20NO%20ESCALABLE,m%C3%A1s%20de%20una%20forma%20lineal.>

Kerfant, A. (s.f.). *Crear mi Empresa*. Obtenido de <https://crearmiempresa.es/es-necesaria-la-formacion-para-emprender.html>

La Republica. (14 de Agosto de 2013). *Emprendimiento sostenible, un motor para los retos de hoy*. Recuperado el 13 de MAYO de 2022

La Serena. (Febrero de 2020). *SCIELO*. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-50062020000200063&script=sci_arttext#B6

Mason, C., & Brown, R. (2014). *University of Glasgow*. Obtenido de <http://eprints.gla.ac.uk/93748/>

Narváez Sandino, M. J. (2012). Dimensiones del emprendedurismo desde una visión universitaria. *ING-NOVACION*, 1.

Networking. (9 de Junio de 2018). *Emprendimiento*. Obtenido de <https://networkingrd.net/2018/06/09/diferencias-entre-emprender-por-necesidad-y-por-oportunidad/>

Pymerang. (2022). *El papel de las incubadoras en las universidades*. Obtenido de <https://www.pymerang.com/emprender/645-el-papel-de-las-incubadoras-en-las-universidades>

QuestionPro. (2022). *¿Qué es la metodología de la investigación?* Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/metodologia-de-la-investigacion/#:~:text=La%20metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20es%20el%20m%C3%A9todo%20que%20utilizar%C3%A1s,los%20datos%20de%20la%20investigaci%C3%B3n.>

RAE. (2022).

Real Academia Española. (2022).

Repullo Labrador, J., & Casas Anguita, J. (2003). *La encuesta como técnica de investigación*. Madrid: ELSEVIER.

Requena Serra, B. (2014). *MUESTREO NO PROBABILÍSTICO*. Universo Formulas.

Restrepo M., J. A. (19 de Marzo de 2010). *Marco Teorico*. Obtenido de <http://jrestrepotdea.blogspot.com/2010/03/marco-teorico.html>

Rodríguez Alvarado, G. Y., & Tobar Guerra, E. M. (2021). *Emprendedurismo*. Managua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

Salas Blas, E. S. (s.f.). *Recolección de datos cuantitativos*. Centro de Recursos en línea. Obtenido de http://saludpublica.cucs.udg.mx/cursos/medicion_exposicion/Hern%C3%A1ndez-Sampieri%20et%20al,%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n,%202014,%20pp%20194-267.pdf

Sampieri, H. (2014).

shopify. (2022). *Análisis de la Competencia*. Obtenido de <https://es.shopify.com/enciclopedia/analisis-de-la-competencia>

Significados. (22). *Marco teórico*. Obtenido de <https://www.significados.com/marco-teorico/>

SITEAL. (s.f.). *Educación y formación técnica y profesional*. Obtenido de https://siteal.iiep.unesco.org/eje/educacion_y_formacion_tecnica_y_profesional#:~:text=La%20educaci%C3%B3n%20t%C3%A9cnica%20profesional%20est%C3%A1,secundario%20y%20del%20nivel%20superior.

SWI. (30 de Abril de 2021). *SWISSINFO.CH*. Obtenido de https://www.swissinfo.ch/spa/honduras-pobreza_la-pobreza-en-honduras-subi%C3%B3-a-70---en-2020-por-culpa-de-eta--iota-y-la-covid/46581382

Torres Irías, E. J. (27 de Marzo de 2020). *Noticias Nacionales*. Obtenido de <http://www.ligadeportivahn.com/noticias-ld/noticias-nacionales/5575-emprendedurismo-en-honduras>

tutfg. (2021). *tutfg*. Obtenido de <https://tutfg.es/fuentes-de-informacion>

UNISDR. (22-26 de Mayo de 2017). *PLATAFORMA GLOBAL PARA LA REDUCCION DEL RIESGO DE DESASTRES*. Obtenido de <https://www.unisdr.org/conferences/2017/globalplatform/es/about.html>

- UNITEC. (2020). *¿QUÉ ES EL HUB UNITEC?* Obtenido de <https://hub.unitec.edu/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20Hub%20UNITEC,puedan%20hacer%20realidad%20sus%20sue%C3%B1os>.
- Universidad Autónoma de Honduras. (2018). *DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR*. Obtenido de <https://des.unah.edu.hn/servicio-al-usuario/estadisticas/>
- Universidad Autónoma de Honduras. (2021). *PORTAL DE ESTADÍSTICA*. Obtenido de <https://estadistica.unah.edu.hn/sistema-estadistico/graduados/>
- Universidad Autónoma de Honduras. (2021). *Presencia Universitaria*. Obtenido de <https://presencia.unah.edu.hn/noticias/investigacion-revela-que-el-98-de-los-estudiantes-del-curc-considera-necesaria-la-instalacion-de-una-incubadora-de-empresas/>
- Universidad de Nariño. (2019). *Evaluación de estrategias de emprendimiento sostenible e innovación implementadas en las productivas del sector industrial y desarrollo empresarial de soacha-cundinamarca-Colombia*. Tegucigalpa.
- Universidad de Puerto Rico Recinto de Río de Piedra. (2022). *Fuentes Primarias: Fuentes Primarias*. Obtenido de <https://uprrp.libguides.com/fuentesprimarias/fuentesprimarias>
- Universidad del Rosario. (13 de Julio de 2017). *La importancia de la formación académica en la vida laboral*. Obtenido de <https://www.urosario.edu.co/Home/Principal/noticias/La-importancia-de-la-formacion-academica-en-la-vida/#:~:text=La%20formaci%C3%B3n%20acad%C3%A9mica%20es%20un,su%20capital%20humano%20sea%20flexible>.
- Universidad del Zulia. (21 de Septiembre de 2018). *Formación por competencias: Reto de la educación superior*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28059678009/html/>
- Universidad Icesi. (s.f.). *Modelo de Formación Basado en Competencias Empresariales*. Obtenido de <https://www.icesi.edu.co/centros-academicos/servicios-cdee/modelo-de-formacion-basado-en-competencias-empresariales#:~:text=Se%20entiende%20el%20concepto%20de,desempe%C3%B1o%20superior%20en%20la%20acci%C3%B3n>
- Universidad Nacional Autónoma de Honduras. (2022). *PROYECTO APRENDER A EMPRENDER CON CULTURA Y TECNOLOGÍA*. Obtenido de <https://emprende.unah.edu.hn/presentacion/en-movimiento/emprendedores>
- Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán. (13 de Agosto de 2018). *UPNFM PRESENTE EN EL "IMPACTON"*. Obtenido de <https://www.upnfm.edu.hn/index.php/ultimas-noticias/193-upnfm-presente-en-el-impacton>
- Universidad Tecnológica de Honduras. (2022). *Avanza de Centro de Innovación*. Obtenido de <https://www.uth.hn/uthavanza/>
- Valenzuela César, C. D. (2018). *Estudio de caso sobre estrategias para promover la inclusión financiera de pequeños productores rurales en Honduras*. HONDURAS.

Wentz. (2014). *Wentz*.

XI. ANEXOS

ENCUESTA A ESTUDIANTES

Un cordial saludo de los estudiantes de la facultad de Administración de Empresas del Centro Universitario Tecnológico (CEUTEC), solicitando su apoyo para responder la siguiente encuesta con la finalidad de realizar un estudio de emprendedurismo en los estudiantes de los dos últimos años de las carreras universitarias de la Ciudad de Tegucigalpa.

***Obligatorio**

1. Género: *

Marca solo un óvalo.

Masculin

o

Femenin

o

2. Estado Civil: *

Marca solo un óvalo.

Casado

Soltero

Divorciado

3. Edad: *

Marca solo un óvalo.

- Menos de 18 años de 19 - 24 años
- años de 25 - 29 años
- de 30 - 34 años
- de 35 - 39 años
- de 40 - 44 años
- de 45 - 49 años
- de 50 en adelante

4. ¿En qué universidad estudia? *

Marca solo un óvalo.

- UNAH
- UPNFM
- CEUTEC
- UNITEC
- UTH
- UNICAH

5. ¿En qué año de su carrera universitaria se encuentra? *

Marca solo un óvalo.

- En los primeros años
- En el medio de la carrera
- En los últimos años *Salta a la pregunta 6*

6. ¿Considera que su universidad fomenta el emprendedurismo? *

Marca solo un óvalo.

Si Salta a la pregunta 6.1

No Salta a la pregunta 6.2

6.1 ¿Porque considera que su universidad no fomenta el emprendedurismo? *

Salta a la pregunta 7

6.2 ¿Cómo considera que su universidad fomenta el emprendedurismo? *

Salta a la pregunta 7

7. ¿Qué tan satisfecho esta con los conocimientos adquiridos en la universidad con

*

Respecto al emprendedurismo?

Marca solo un óvalo.

Nada satisfecho Salta a la pregunta 7.1

Poco satisfecho Salta a la pregunta 7.1

Neutral Salta a la pregunta 8

Muy satisfecho Salta a la pregunta 8

Totalmente satisfecho Salta a la pregunta 8

7.1 ¿Porque no se siente satisfecho con los conocimientos adquiridos en la universidad

*

con respecto al emprendedurismo?

8. ¿Considera que su universidad cuenta con clases y talleres direccionados al

*

emprendedurismo?

Marca solo un óvalo.

Si Salta a la pregunta 8.1

No Salta a la pregunta 9

8.1 ¿Cuáles son las clases y talleres direccionados al emprendedurismo que implementa su universidad? *

9. ¿Tiene conocimientos si en su universidad existen departamentos de emprendimiento? *

Marca solo un óvalo.

Si Salta a la pregunta 9.1

No Salta a la pregunta 10

9.1 ¿Cuáles son los departamentos de emprendimiento que tiene su universidad? *

10. Después de terminar su carrera universitaria ¿Cree usted que está preparado para

*

emprender un negocio?

Marca solo un óvalo.

Sí

N

o

11. ¿Qué competencias considera que son más importantes para emprender? *

Selecciona todos los que correspondan.

Visión

Innovación

Liderazgo

Adaptabilidad

Asumir

riesgos

Creatividad

Paciencia

Optimismo

Otro: _____

12. ¿Cuál de las siguientes competencias para emprender considera que son las que más ha *
desarrollado en los últimos dos años de su carrera universitaria?

Selecciona todos los que correspondan.

Visión

Innovación

Liderazgo

Adaptabilidad

Asumir

riesgos

Creatividad

Paciencia

Optimismo

Otro: _____

13. ¿De cuáles de las siguientes instituciones ha recibido apoyo para iniciar su
*
emprendimiento?

Selecciona todos los que correspondan.

- Universidades
- Programas de asesoramiento y capacitaciones
- Instituciones gubernamentales
- Inversionistas (Bancos)
- Familiares

14. ¿Considera que la universidad donde estudia le ha brindado programas de apoyo para
*
generar su propio negocio?

Marca solo un óvalo.

- Si Salta a la pregunta 14.1
- No Salta a la pregunta 15

14.1 ¿Cuáles son los programas de apoyo que universidad le brinda para generar su propio
*
negocio?

15. ¿Tiene o ha tenido algún emprendimiento? *

Marca solo un óvalo.

- Si Salta a la pregunta 16
- No Salta a la pregunta 19

16. ¿Con que barreras se enfrentó al momento de iniciar su propio negocio? *

Selecciona todos los que correspondan.

- Falta de recursos Económico
- Falta de conocimiento en el entorno legal
- Inseguridad personal
- Alto nivel de
- delincuencia
- Inestabilidad política

Falta de ayudas gubernamentales

- Otro: _____

Salta a la pregunta 19

17. Si usted quisiera hacer su propio negocio ¿Qué lo motivaría a hacerlo? *

Marca solo un óvalo.

- Flexibilidad en horarios
- Independencia Financiera
- Aumento de dinero
- Experiencia

No quisiera tener mi propio negocio Salta a la pregunta 19

- Otro: _____

18. ¿Qué tipo de negocio le gustaría constituir? *

Marca solo un óvalo.

- Empresa de servicio Salta a la pregunta 19
- Empresa de producto Salta a la pregunta 19
- Empresa de comercio electrónico Salta a la pregunta 19
- Empresa de manufactura Salta a la pregunta 19

- No quisiera constituir ningún negocio Final de la Encuesta
- Otro: _____

19. ¿Qué planes tiene después de que se gradué de la universidad?

Marca solo un óvalo.

- Trabajar en una empresa privada
- Estudiar otra carrera
- Trabajar en una entidad
- públicaEmprender su propio
- negocio Estudiar una maestría
- Otro: _____

¡Muchas Gracias!