





**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES  
RELACIONES INTERNACIONALES**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DE EMPRENDIMIENTO DE LOS  
ESTUDIANTES QUE HAN CURSADO LA ASIGNATURA DE GENERACIÓN  
DE EMPRESAS II EN UNITEC, SAN PEDRO SULA DEL 2018 AL 2019.**

**ASESORA: DRA. DANIA VALENTINA MENA ARZÚ**

**GRUPO #3**

**INTEGRANTES:**

**ALEXIA JAHZEEL BARDALES NAMI – 21641034  
GABRIELA ALEJANDRA CABALLERO TEJADA – 21711030  
MARÍA JOSÉ GUERRA GARCÍA – 21341178  
ARLETHE DOLORES RODRÍGUEZ CHINCHILLA - 21541134**

**FECHA DE ENTREGA:  
28 DE ABRIL DEL 2020**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	vi
PALABRAS CLAVE:.....	vi
INTRODUCCIÓN .....	vii
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Enunciado .....	1
1.2. Formulación del problema .....	2
1.2.1 Pregunta General.....	2
1.2.2 Preguntas específicas.....	2
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	2
2.1. Objetivo General.....	2
2.2. Objetivos Específicos.....	2
3. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	3
3.1 Justificación .....	3
3.2 Delimitación de la investigación .....	4
4. MARCO TEÓRICO.....	4
4.1. Concepto de emprendimiento y emprender .....	4
4.2. Tipos de emprendimientos .....	5
4.3. Tipos de emprendedor .....	6
4.4. Importancia del emprendimiento .....	7
4.5. Ecosistema de emprendimiento en Honduras .....	8
4.5.1. Ecosistema de emprendimiento en San Pedro Sula .....	9
4.6. Estudios previos sobre la situación de emprendimiento en UNITEC.....	13
4.7. Papel del HUB de Unitec .....	15
4.8. Relevancia de incluir el emprendimiento en el sílabo de las carreras.....	17
5. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	18
6. FORMULACIÓN DE LAS HIPÓTESIS .....	18
7. DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
8. METODOLOGÍA .....	20
9. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	21

10. ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS .....	22
11. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN.....	27
12. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	29
13. BIBLIOGRAFÍA .....	31
14. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	35
15. ANEXOS .....	36
ANEXO 1 Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes que cursaron Generación de Empresas II en los años 2018 y 2019 .....	36
ANEXO 2 Formato entrevista a docentes que imparten Generación de Empresas II. ....	45

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Características de una actitud emprendedora.....	7
Figura 2 Razones por la cual no continuaron su emprendimiento de Generación de Empresas II	23
Figura 3 Ideas según tipo de emprendimiento por sexo.....	24

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Desglose de personas asesoradas por el HUB en el 2019 .....	16
Tabla 2 Conceptualización y Operacionalización de las variables .....	19
Tabla 3 Ideas según tipo de emprendimiento por carrera .....	25
Tabla 4 Cantidad de alumnos por carrera que no les motiva el HUB como ente asesor para su emprendimiento.....	26

## **RESUMEN**

El emprendimiento como campo de estudio se ha abordado desde diferentes perspectivas, siendo de las más interesantes las que tienen que ver con el desarrollo económico y social de los países. Es por ello que su abordaje desde las universidades se ha vuelto un tema de interés, ya que es desde estas instituciones desde donde se busca fomentar esta línea de acción a partir de la inclusión de asignaturas relacionadas con el emprendimiento y la creación de empresas. Por lo tanto, se propone en esta investigación realizar un diagnóstico de la situación actual de emprendimiento de los jóvenes que cursaron la asignatura de Generación de Empresas II en UNITEC S.P.S. en los años 2018 y 2019, con la finalidad de evaluar si luego de cursar dicha asignatura los estudiantes continuaron con su idea de emprendimiento, o si estos se sintieron motivados a desarrollar una nueva idea.

La metodología utilizada para tal fin tiene un enfoque mixto, que incluye la aplicación de encuestas a los estudiantes y entrevistas a profundidad a los docentes que imparten la asignatura de Generación de Empresas II, lo que permite un análisis de las diferentes variables seleccionadas que son las que definen la situación de emprendimiento de los sujetos de estudio.

Algunos de los resultados obtenidos muestran que el 90% de los estudiantes no continuaron con la idea de emprendimiento desarrollada en la asignatura de Generación de Empresas II. Algunas de las razones asociadas a este resultado son la falta de interés (55%) y la falta de tiempo (21%). Además, se logró identificar que los tipos de emprendimiento que más surgieron en la asignatura de Generación de Empresas II en el periodo de estudio son los tecnológicos (68%), el verde (18%), el empresarial (9%) y el social (4%).

## **PALABRAS CLAVE:**

Emprendimiento, ecosistema de emprendimiento, Generación de Empresas II, HUB de emprendimiento, UNITEC.

## INTRODUCCIÓN

La acción que lleva a cabo una persona, desde pensar hasta materializar la solución de un problema vinculado a la satisfacción de necesidades básicas y al aprovechamiento de una oportunidad se considera como un emprendimiento. Es así como el fomento del emprendimiento tiene relevancia en Honduras, debido a que esto ayuda a la innovación y diversificación de los mercados donde existe alta competencia. Según estadísticas de la Organización Mundial del Comercio (2020) Honduras tiene una economía menos diversificada y por ende tiende a exportar únicamente productos básicos como café, banano, aceite de palma entre otros y llegan a importar más de lo que producen debido a la falta de innovación. Además, el emprender puede ser una alternativa a la falta de inserción laboral de los jóvenes egresados en Honduras la cual según datos de Indexmundi (2019) es de 7.9%.

Por lo anterior, resulta relevante que la academia, como ente formador de futuros profesionales, se interese en fomentar el emprendimiento dentro de la oferta académica que ofrece, de esta forma puede motivar a la población estudiantil a ser creadores de sus propias empresas y así generar fuentes de empleo y una diversificación en los mercados. Cabe destacar que UNITEC tiene dentro de su misión y visión crear futuros profesionales capaces de emprender, y para ello cuenta con asignaturas como Generación de Empresas II para que el alumno aprenda las habilidades necesarias para poder crear una empresa.

Por consiguiente, para efectos de esta investigación se busca diagnosticar la situación actual de emprendimiento de los jóvenes que cursaron la asignatura de Generación de Empresas II en UNITEC SPS del 2018 al 2019.



# 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

## 1.1. Enunciado

Emprendimiento se define, según la ley 1014 del Congreso de la República de Colombia (2006), como “una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.”

Para ello, la academia juega un rol importante, ya que es el sistema educativo, según Duarte & Ruiz Tibana (2009), el medio más eficaz y expedito para trabajar en la formación de una cultura de emprendimiento a través del ingreso a los planes de estudios de clases de emprendimiento y desde allí lograr proyectar la generación de oportunidades laborales y de la obtención de riqueza.

La Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) tiene como misión formar profesionales líderes con visión global y compromiso social, mediante un modelo educativo basado en: competencias, valores, emprendimiento, innovación académica y tecnológica, internacionalidad, investigación y vinculación con la sociedad. Además, tiene como visión ser una universidad referente a nivel internacional en la formación de profesionales íntegros, competentes y emprendedores, que contribuyan al desarrollo y transformación de la sociedad. (UNITEC, 2020)

Para cumplir con ello, en los planes de estudios de la mayoría de las carreras se incluyen las asignaturas de Generación de Empresas I y II, cuyo propósito es enseñarles a los estudiantes las habilidades para poder ser innovadores y emprendedores para que contribuyan a solventar problemas actuales en nuestra sociedad mediante proyectos que a futuro generen un impacto positivo.

Sin embargo, una vez los estudiantes culminan la clase de Generación de Empresas II, se presentan interrogantes como: ¿continuaron sus proyectos creados en clase? ¿crearon nuevos emprendimientos luego de cursar la clase? ¿les generó suficiente conocimiento la clase para su desarrollo personal?

Los criterios para definir la situación de emprendimiento en UNITEC SPS serán: el número de estudiantes que continuaron su emprendimiento de Generación de Empresas II, las razones por las cuales no continuaron su emprendimiento, el número de estudiantes que poseen actualmente una idea de emprendimiento, estudiantes que planean emprender en algún momento y finalmente los motivos por los cuales no desean emprender.

Con el propósito de responder a las preguntas anteriormente planteadas, se pretende investigar cuál es la situación actual de emprendimiento de los alumnos que cursaron la asignatura de generación de empresas II en UNITEC, San Pedro Sula en los años 2018 y 2019.

## **1.2. Formulación del problema**

En esta sección se plantea la pregunta general y las preguntas específicas de la investigación, las cuales ayudarán a llevar a cabo el desarrollo de la investigación.

### **1.2.1 Pregunta General**

¿Cuál es la situación actual de emprendimiento de los alumnos que cursaron la asignatura de Generación de Empresas II en UNITEC, San Pedro Sula en los años 2018 y 2019?

### **1.2.2. Preguntas específicas**

- ¿Cuál es la situación actual del ecosistema emprendedor en UNITEC, San Pedro Sula?
- ¿Qué tipos de emprendimientos han surgido en la asignatura de Generación de Empresas II entre el 2018 al 2019?
- ¿Cuál es el porcentaje de estudiantes que continúa con sus emprendimientos después de finalizar la asignatura de Generación de Empresas II?
- ¿Qué están haciendo actualmente los estudiantes que cursaron la asignatura de Generación de Empresas II pero que no continuaron con sus emprendimientos?

## **2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1. Objetivo General**

Conocer la situación actual de emprendimiento de los alumnos de Unitec que cursaron la asignatura de Generación de Empresas II en los años 2018 y 2019.

### **2.2. Objetivos Específicos**

- Conocer la situación actual del ecosistema emprendedor en UNITEC, San Pedro Sula.

- Identificar los tipos de emprendimientos que han surgido en la asignatura de Generación de Empresas II del 2018 al 2019.
- Determinar el porcentaje de estudiantes que continúan sus emprendimientos después de finalizar la asignatura de Generación de Empresas II.
- Conocer la situación de los estudiantes que cursaron la asignatura de Generación de Empresas II pero que no continuaron sus emprendimientos.

### **3. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Justificación**

Según el FOSDEH (2017) el panorama económico de Honduras ha crecido levemente año con año, pero ello no ha significado un cambio relevante en materia de distribución del ingreso o de generación masiva de empleo. Para mejorar estas condiciones económicas, se necesita del apoyo del sector privado (Bishop et al., 2013).

Por su parte, UNITEC, como institución de educación superior en Honduras tiene como visión y misión formar profesionales emprendedores capaces de crear empresas innovadoras y generadoras de empleo que beneficien a la sociedad y al país en general. Para alcanzar esta meta, UNITEC está apoyando mediante una serie de eventos de emprendimientos tales como: Honduras Digital Challenge, WEA (Women's Empowerment Alumni), Smart City Hackathon, Mi Pescathon y siendo el más reciente Sociedad 5.0, siendo estos algunos de los eventos en los que constantemente participa como ente de educación superior que está comprometido en formar profesionales emprendedores. Asimismo, la universidad ha incorporado en los planes académicos de las 17 carreras disponibles en el campus de San Pedro Sula, la asignatura de Generación de Empresas, la cual está dividida en dos: Generación de Empresas I y Generación de Empresas II.

Por tanto, mediante esta investigación, se pretende diagnosticar si en efecto los jóvenes están emprendiendo después de haber cursado la asignatura de Generación de Empresas II, ya que el propósito de esta es que los estudiantes adquieran las habilidades necesarias para crear una empresa.

Con el desarrollo de esta investigación se busca analizar la situación de emprendimiento de los estudiantes de Unitec, San Pedro Sula posterior a haber cursado la clase de Generación de Empresas II. Con ello se pretende descubrir si los estudiantes han creado algún emprendimiento

utilizando los conocimientos adquiridos en dicha asignatura. Asimismo, se intenta determinar si se han sentido motivados a continuar con su emprendimiento desarrollado en clase, o bien a emprender con una nueva idea.

Con los resultados de esta investigación, se pretende recabar información que brinde un conocimiento amplio a la universidad sobre la situación de emprendimiento del alumnado después de haber cursado la asignatura de Generación de Empresas II, y que de esta manera la universidad pueda generar estrategias que ayuden al alcance de su misión y visión a causa de esto, la justificación de esta investigación es práctica.

### **3.2 Delimitación de la investigación**

La presente investigación se realizará en la Universidad Tecnológica Centroamericana en el campus San Pedro Sula. Los años que se tomarán en cuenta para el estudio serán 2018 y 2019.

No hubo una limitación de tiempo en referencia a la aplicación de encuestas o de entrevistas, tampoco de información debido a que hay varias investigaciones en varios países respecto a la situación del emprendimiento en jóvenes universitarios.

## **4. MARCO TEÓRICO**

En el presente capítulo se presentará una descripción de qué se entiende por emprendimiento, su importancia, los tipos, el perfil de un emprendedor y el ecosistema de emprendimiento de Honduras y específicamente en la ciudad de San Pedro Sula.

Además, se presenta la situación de emprendimiento en UNITEC, el papel del HUB en el mismo y las carreras que cursan la asignatura de Generación de Empresas II.

### **4.1. Concepto de emprendimiento y emprender**

El termino emprender, según Carmen & Viveros (2011), se puede conceptualizar como la forma de “detectar las necesidades que requiere todo ser planetario o las oportunidades de negocio que se encuentran en él, dando origen a nuevos productos o nuevas empresas o nuevos empleos, y así, mejorar la calidad de vida de una comunidad, de una región o de un país.”

También emprender significa, según la Real Academia Española (2014) “Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.”

Según la Real Academia Española (2014) emprendimiento se refiere a la acción y efecto de emprender. Según Arias & Pérez (2014) emprendimiento proviene de la palabra francesa

*entreprendre* que significa “hacer algo” y que fue usado en la edad media para “una persona que es activa, que consigue las cosas haciéndolas”.

Cabe agregar que emprendimiento se puede definir también según Venkatamaran (2004), citado por Mercedes et al., (2017) es “aquella persona que es capaz de imaginar una posibilidad futura de empresa dentro de una estructura de macro fuerzas y tendencias, toma las decisiones necesarias para cambiar el futuro en una situación actual, sin restringirse por los recursos que tenga a su disposición.”

Se puede notar en las definiciones anteriores sobre el emprendimiento y emprender un punto en común: el hecho de que en todas se menciona crear algo nuevo por una persona sin importar la dificultad de los proyectos o ideas que posea.

## **4.2. Tipos de emprendimientos**

Previo a mencionar cuales son los tipos de emprendimientos, es necesario mencionar las dos categorías existentes de emprendedores: emprendedores por necesidad y emprendedores que aprovechan oportunidades. Esta última categoría contiene una subdivisión; los que escogen el emprendimiento como profesión y quienes lo hacen como una ocupación transitoria. (Poncio, 2010)

Prieto Sierra (2014) afirma: “El emprendimiento se puede manifestar en forma de diferentes iniciativas, algunas son capaces de generarles valor” (p. 224). Además, menciona que los tipos de emprendimientos son: el emprendimiento empresarial (o de negocios con fines de lucro), el emprendimiento social y el intraemprendimiento. Además, está el emprendimiento tecnológico según (Dorf & Byers, 2005) y el verde según Michail (2011).

En igual forma, el emprendimiento empresarial según Briceño et al. (2017) también conocido como "empresarismo" la cual hace referencia a la capacidad de poder generar recursos económicos mientras la empresa crece y se fortalece en el mercado; teniendo en cuenta las pautas de responsabilidad social y ética empresarial. Su base es la generación de beneficios económicos.

Por otro lado, el emprendimiento social a diferencia de las demás clasificaciones tiene una base diferente. Sus operaciones no son focalizadas en una misión económica, sino en una misión social. Lejos de generar beneficios económicos para los dirigentes, se busca generar beneficios sociales para las comunidades (Moreira & Urriolagoitia, 2011).

En cuanto al intraemprendimiento o emprendimiento corporativo, ésta muestra dos tendencias principales. La primera de estas se centra en el individuo que implementa innovaciones

en la empresa, en esta se presenta el emprendimiento corporativo como un conjunto de características psicológicas, atributos personales y también roles o funciones de los empresarios que trabajan en la organización. En cuanto a la segunda línea, en esta se busca demostrar el proceso intraemprendedor, así como los factores que conducen a su aparición y las condiciones requeridas, esbozando el emprendimiento corporativo como un modo organizacional. (Moreno, 2015)

De la misma forma, el emprendimiento tecnológico identifica oportunidades comerciales de alto potencial en materia tecnológica. Al identificar estas oportunidades, se deben reunir recursos como el talento y el capital, para poder gestionar un crecimiento rápido. Asimismo, se deberán utilizar habilidades en la toma de decisiones puesto que los elementos de riesgo siempre están presentes.

En el emprendimiento tecnológico, las empresas de tecnología explotan los avances innovadores en ciencia e ingeniería, lo que les permite desarrollar mejores productos y servicios para los clientes. Los líderes de las empresas tecnológicas deben demostrar pasión y voluntad implacable para tener éxito. Es por esto, que el emprendimiento tecnológico es considerado un estilo de liderazgo empresarial. (Dorf & Byers, 2005)

Finalmente, según Michail (2011) el emprendimiento verde, busca minimizar el impacto y el costo ambiental de la producción, siempre teniendo en cuenta el tema de las ganancias laborales para la empresa y los trabajadores. La mejor forma de comprender el emprendimiento verde es por medio del siguiente concepto: el emprendimiento verde es un tipo de actividad económica cuyo objetivo es proteger el medio ambiente y la naturaleza como resultado de su proceso. (p. 1)

### **4.3. Tipos de emprendedor**

El emprendedor, según Carmen & Viveros (2011), se le puede caracterizar como una persona inteligente, capaz de tomar decisiones, dispuesto a asumir riesgos y ser innovador; todo esto lo hace diferente a los demás.

También, hay quienes crean empresas y hay quienes emprenden desde las empresas, por consecuencia se pueden clasificar dos tipos de emprendedores según Schnarch (2014):

- *Intrapreneur*: el empresario dentro de una empresa que asume la responsabilidad de innovar dentro de la misma.
- *Entrepreneur*: el empresario que busca crear una empresa e innovar.

Schnarch agrega también que un emprendedor es alguien que inicia algo nuevo de una manera única y diferenciada del resto, un emprendedor funda y pone en marcha su empresa; la gestiona, la innova y desarrolla.

En este sentido, Minniti (2012) y Aliaga (2018) coinciden en que también existen otros tipos de clasificación para los emprendedores; están los emprendedores motivados por necesidad y emprendedores motivados por oportunidad, “La diferencia entre estas dos clasificaciones estriba en que algunas personas crean una nueva empresa debido a que identifican una oportunidad mientras que otras lo hacen por falta de mejores oportunidades laborales.”

Según una investigación realizada en la Universidad Autónoma de Tamaulipas en México por Ochoa Hernández et al. (2015), un emprendedor se caracteriza por su creatividad e innovación, por su inclinación a tomar riesgos, y demuestra autodeterminación y efectividad en el manejo del cambio.

Por ejemplo, en la Figura 1 se puede visualizar que actitudes debe poseer una persona para poder emprender:

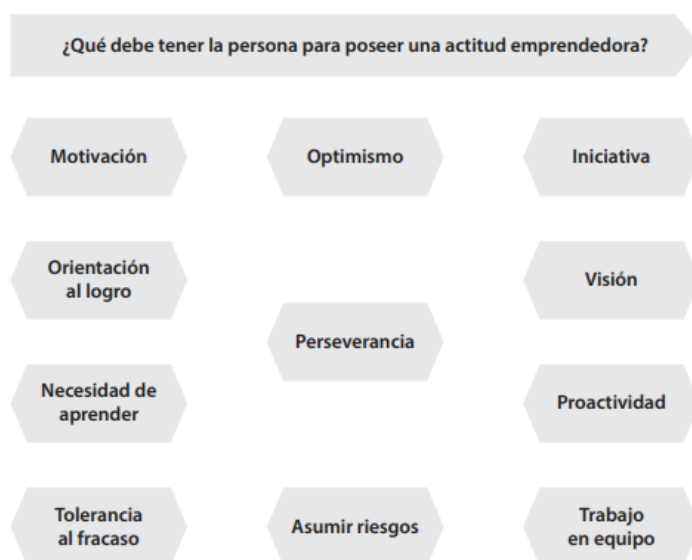


Figura 1 Características de una actitud emprendedora

Fuente: Parra, Rubio y López. (p.7)

#### 4.4. Importancia del emprendimiento

Según Alean et al., (2017) los emprendedores catalizan el cambio y la innovación, la mejora en la rivalidad y la competencia entre las empresas, lo cual se refleja en el desarrollo. Dicho esto, se puede decir que los emprendimientos fortalecen la economía interna de las naciones.

Cabe destacar que según Minniti, (2012) las *startups* aportan oportunidades laborales y posibilidades para la creación de nuevos mercados. Pueden generar una significativa cantidad de innovaciones, rellenar nichos de mercado y aumentar la competencia, promoviendo de tal modo la eficiencia económica. El tipo, la calidad y la cantidad del emprendimiento contribuyen al crecimiento y al desarrollo del país en cuestión.

Por su parte, Schnarch (2014) afirma que la importancia del mismo radica en la prosperidad que tarde o temprano tendrá a nivel nacional, debido a que los emprendedores constituyen nuevas empresas que se traducen a nuevos puestos de trabajo, aumentan la demanda en otros sectores y finalmente contribuye con elevar la competitividad de los países.

Por ejemplo, en México mediante un estudio realizado por García García (2015) demuestra que el emprendimiento ha cobrado una gran importancia porque desde un punto de vista gubernamental, académico y empresarial, la incursión de los jóvenes a esta lógica organizacional contribuirá a generar empleos, reducir cifras de desempleo e informalidad juvenil y generar procesos de vinculación en las trayectorias educativo-laborales.

#### **4.5. Ecosistema de emprendimiento en Honduras**

Según Jimena Palacios (2017) un ecosistema de emprendimiento es la “comunidad donde se relacionan diversas empresas e instituciones que fortalecen el desarrollo de ideas innovadoras”.

Honduras es un país muy productivo para la creación de empresas debido a las necesidades que cuenta el mercado empresarial y se puede aprovechar para desarrollar todo tipo de emprendimientos, además con las altas tasas de desempleo y jóvenes recién graduados de universidades sería muy factible. (Barahona, 2017)

Según la clasificación *Doing Business* 2016 del Banco Mundial sobre la factibilidad de hacer negocios, Honduras se posiciona en el lugar 110 de 189 países, y del estudio del Instituto de Emprendimientos y Desarrollo en Estados Unidos se encuentra en el puesto 105 de 132 países integrados en los cuales se mide el emprendimiento, desarrollo económico y prosperidad.

“De acuerdo con el Índice de Emprendimiento y Desarrollo Global (GEDI), las fortalezas en las actitudes emprendedoras de los hondureños residen en la aceptación del riesgo, la percepción



de habilidades, los competidores, el reconocimiento de oportunidad y los nuevos productos.” (Gobierno de la República de Honduras, 2014)

Sin embargo, los esfuerzos que se identifican para el fomento de la cultura emprendedora son muy pocos, y son caracterizados por ser aislados, no coordinados entre sí y desarrollados por iniciativas privadas. Las principales formas de ayuda o intervención por las organizaciones son: planes de negocio, mentorías, análisis de mercados y sesiones de innovación.

Como parte del fomento a la cultura emprendedora han surgido diferentes eventos con la finalidad de conocer el potencial y las oportunidades para emprender asimismo motivar e inspirar a más personas a hacerlo. Los siguientes son algunos eventos que se realizan en las diferentes ciudades de Honduras. (Aspen Network of Development Entrepreneurs, 2016):

- *Angel Hack*
- *Creative Mornings*
- *Fuckup Nights*
- *Geek Girl Meetup*
- Hackathon de Innovación Ciudadana

#### **4.5.1. Ecosistema de emprendimiento en San Pedro Sula**

San Pedro Sula, como capital industrial de Honduras, es una de las principales propulsoras de la economía del país, en los últimos años se han llevado a cabo diferentes actividades de emprendimiento como ser tecnológicos, tradicionales, sociales, verdes entre otros. (Sheyla Ramos, 2017) actual pasante de la carrera de Comunicaciones y Publicidad en USAP afirma que “San Pedro Sula, busca convertirse en un polo tecnológico que logre conectar empresas nacionales, transnacionales tecnológicas y emprendedores que buscan un empleo fijo, ser *FreeLancer* o quieren generar su propia *Startup*”.

Con respecto al ecosistema de emprendimiento en San Pedro Sula, existen tres estudios que abordan el tema:

- Ecosistema Emprendedor en Honduras (2016) - *Aspen Network of Development Entrepreneurs (ANDE)*
- Mapeo del Ecosistema Emprendedor y de Innovación (2018) – *Glasswing*

- Plan de Mejora del Ecosistema de la Ciudad de San Pedro Sula (2018) - Diplomado En Ecosistemas Emprendedores 3era Edición implementado por CENPROMYPE y la Fundación Ceddet.

Dichas investigaciones se utilizaron para identificar a los actores que forman parte del ecosistema de emprendimiento en la ciudad de San Pedro Sula, obteniendo como resultados por parte del estudio de ANDE, la identificación de ciertas organizaciones que trabajan en el sector de emprendimiento y sus potenciales aliados que se dedican a realizar investigaciones sobre el tema y de esa forma entender el contexto actual, dirigir estrategias, indicar áreas de oportunidad y posteriormente brindar apoyo financiero.

Por otra parte, en el estudio de Glasswing se obtuvo el desarrollo de una plataforma para la ejecución de un proyecto de emprendimiento social juvenil con fines de obtener liderazgo a través de modelos sostenibles que logren impacto social.

Por último, CENPROMYPE contribuyó al fortalecimiento y articulación de los ecosistemas emprendedores por medio de un diplomado, como método de aprendizaje permanente para fomentar la cultura emprendedora.

A continuación, se mencionarán algunas de las actividades de emprendimiento en San Pedro Sula, y se darán a conocer sus beneficios y la forma de apoyo a los emprendedores:

#### ***4.5.1.1. Founder Institute***

El Founder Institute es un programa en el cual se entrena y se asesora a los emprendedores de todo el mundo, se obtiene capital semilla para los diferentes tipos de emprendimiento y se realizan eventos con la finalidad de hacer Networking, se proporciona asesoramiento práctico, y se ilustran diferentes consejos de expertos. Asimismo, trampas para evitar y el funcionamiento de las participaciones accionarias. En 2019 hubo un evento llamado *Startup Funding 101: como obtener capital en San Pedro Sula* y se llevó a cabo en las instalaciones de Unitec, en el Salón Creativo.

#### ***4.5.1.2. Startup Weekend***

*Startup Weekend* es una red mundial de emprendedores que están en proceso de aprender a fundar empresas, encontrar socios, conocer nuevas personas y motivarse a seguir emprendiendo. El programa consiste en presentar las ideas de negocio y recibir una retroalimentación por parte de un jurado y las más votadas se someten a 54 horas de pasión emprendedora para crear modelos de negocio, programar, diseñar y validar el potencial de la idea. La organización se encuentra en

Washington, pero los organizadores están presentes en más de 200 ciudades alrededor del mundo. En 2018 se llevó a cabo este evento en la Escuela Internacional Sampedrana.

#### **4.5.1.3. Proyecto Nexo**

Proyecto Nexo es una iniciativa del Centro Cristiano de Asistencia legal y solidaria que pretende que los emprendedores que se adhieran puedan lograr un desarrollo socioeconómico, mediante la transferencia de conocimientos con servicios y herramientas de capacitación que impulsen a los interesados hacia el éxito integral.

Asimismo, se brinda asistencia para la facilitación de la constitución de su sociedad mercantil o de comerciante individual, gestiones ante el Servicio de Administración de Rentas, Cámara de Comercio y a la vez se le proporciona un sistema de contabilidad y facturación.

#### **4.5.1.4. Centro de Emprendedores Universidad Nacional Autónoma de Honduras**

El CEM es un espacio creado como un centro de información y conectividad con las tendencias globales del emprendimiento en la academia, surge de una actividad llamada *PROYECTO BUILD* en el cual la UNAH es socia.

Es un proyecto de la Unión Europea con impacto en la Región Centroamericana y tiene como objetivo principal fomentar la mentalidad en cultura emprendedora a la comunidad universitaria para así promover la generación de ideas de negocios con enfoque en Investigación – Desarrollo e Innovación (I+D+I) e impulsar la cooperación Universidad– Empresa. En el Centro de Emprendedores se cree que una de las fuerzas más grande para crear valor social y económico en el país, es a través del emprendimiento.

#### **4.5.1.5. Honduras Innova**

Honduras Innova es una iniciativa que promueve la interconexión entre la comunidad emprendedora, es impulsada por el sector privado del país y se dedica a crear espacios logísticos para que los emprendedores puedan desarrollar sus ideas y relacionarse con personas de su misma comunidad.

A través de dicha plataforma se educan a los jóvenes universitarios e inversionistas para que sus proyectos sobrevivan en el tiempo, que generen empleo y puedan competir a nivel nacional e internacional. Entre las facilidades que ofrece Honduras Innova a los emprendedores del programa está el apoyo financiero, incentivos fiscales, coaching, fortalecimiento de inteligencia emocional y creación de espacios físicos de trabajo.

#### **4.5.1.6. Junior Achievement Honduras**

Junior Achievement es una fundación privada sin fines de lucro que implementa programas educativos extracurriculares en institutos públicos y privados a nivel nacional, cuyo objetivo es inspirar a los jóvenes para que aprendan cómo funciona la economía, principios de creación de empresas y mecanismos de apoyo. La labor de dicha fundación está dirigida a generar ciudadanos emprendedores responsables y alfabetizar financieramente para una amplia perspectiva en el campo laboral y ética en los negocios

#### **4.5.1.7. CADERH**

CADERH es una institución sin fines de lucro creada para impulsar el desarrollo de Honduras, con el propósito de elevar la competitividad laboral hondureña, con tal objetivo, se ha involucrado en la creación de una red de afiliación de varios Centros de Formación Técnica Profesional, donde jóvenes de escasos recursos y en riesgo social reciben capacitación para adquirir habilidades laborales y optan a una certificación laboral, gestión que es posible mediante esfuerzos y gestiones propias de CADERH.

Para apoyar la auto-sostenibilidad de los Centros de Formación Técnica Profesional. Pone a disposición del mercado empresarial e institucional, servicios para la gestión del talento humano y certificación de personas, siendo el único ente en Honduras acreditado por una institución internacional para certificar recurso humano.

#### **4.5.1.8. TED**

TED es una organización no lucrativa de origen estadounidense. Su misión es difundir ideas que valen la pena y proporcionar una plataforma para los pensadores más inteligentes del mundo, grandes visionarios y maestros más inspiradores, de modo que millones de personas puedan obtener una mejor comprensión de los problemas que enfrenta el mundo, y un deseo de ayudar para crear un futuro mejor, reúne a personas de tres mundos distintos pero conectados: Tecnología, Entretenimiento y Diseño.

Existen congresos llamados TEDx, diseñados para que comunidades, organizaciones e individuos tengan la oportunidad de estimular diálogos a través de una experiencia similar a la de TED. En los últimos años se han realizado varios de estos TEDx en San Pedro Sula, con personas renombradas de la sociedad para inspirar y conectar a la población.

#### **4.5.2. Centros de emprendimiento en otras Universidades**

A continuación, se mencionará las áreas de coordinación de emprendimiento y algunas de sus funciones en las diferentes universidades de Honduras:

Iniciando por la Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán con el Instituto de Innovación Tecnológica cuya función es la promoción de proyectos de innovación y emprendimiento, generación de nuevas empresas y difusión de los resultados de investigación científica.

De la misma manera, la Universidad Nacional Autónoma de Honduras cuenta con el Centro de Emprendedores UNAH que se dedica a la formación de emprendedores, movilización de emprendimientos y vinculación entre la universidad, sociedad y empresa.

Por su parte la Universidad Tecnológica de Honduras cuenta con el Centro de Innovación UTH Avanza que ofrece asesorías pre incubación, fomenta el emprendimiento y facilita las herramientas y recursos necesarios para emprendedores.

Asimismo, la Universidad Católica de Honduras cuenta con la Dirección de Emprendimiento e Innovación que fomenta programas de apoyo al emprendimiento e investigación científica.

Posteriormente la Universidad de San Pedro Sula posee el Centro de Empresas Familiares y Emprendimiento cuya función es integrar a la comunidad universitaria, vincular a la comunidad y a los emprendedores, desarrollar alianzas con diferentes gremios para realizar investigaciones, publicaciones, foros, etc. y formación de emprendimientos.

#### **4.6. Estudios previos sobre la situación de emprendimiento en UNITEC**

Actualmente en UNITEC SPS se cuenta con dos trabajos de investigación realizados por Vallecillo et al., (2016) y por Plazaola et al., (2018) en referencia al diagnóstico del emprendimiento entre los estudiantes de UNITEC SPS.

La investigación realizada por Vallecillo et al. (2016) titulada “Diagnóstico del emprendimiento en UNITEC y CEUTECH” dio a conocer la situación de emprendimiento en UNITEC SPS en los siguientes hallazgos: el 61% de los encuestados tenía una idea de emprendimiento, el 39% estaba emprendiendo en ese momento encontrándose el 66% de estos emprendimientos en las categorías tradicionales y el otro 25% en tecnológicos. Se llegó a conocer

que el obstáculo que más afectaba a los emprendedores era en el 43% de los casos la falta de financiamiento, en un 19% encontrar socios y finalmente en un 15% el entorno social.

Además, se encontró que el 40% de los encuestados estaban motivados mayormente a emprender tanto por pasión o satisfacción personal, y el 16% por dinero.

En igual forma la investigación realizada por Plazaola et al. (2018) titulada “Actualización del diagnóstico sobre emprendimiento de los alumnos de UNITEC San Pedro Sula” tuvo varios hallazgos relevantes, entre ellos: un 57% de los encuestados tenía una idea de emprendimiento, el 27% estaban ejecutando su idea de emprendimiento resaltando que el 73% tenía barreras para poder llevar a cabo su idea de emprendimiento.

Del 27% de estudiantes que estaban emprendiendo la mayoría se encontraban realizando productos y servicios tradicionales encontrándose en la etapa de ideación y formulación. Además, se llegó a conocer que del 42% de los encuestados afirmaron que los emprendimientos fracasaban debido a falta de financiamiento (28%), encontrar socios/colaboradores (25%) y los aspectos legales (17%).

Ambos estudios difieren levemente en referencia a las preguntas realizadas hacia los encuestados pudiéndose esto justificar debido a que la segunda investigación (2018) es una actualización de la primera investigación realizada en el 2016.

Se notó la diferencia entre ambos años en varios factores: que los estudiantes con idea de emprendimiento en el 2016 (61%) eran más en comparación en el 2018 (57%); los estudiantes con emprendimiento en marcha en el 2016 (36%) era más alto que en el 2018 (27%); el financiamiento se presentó más como un obstáculo para emprender en el año 2016 (43%) que en el 2018 (28%).

Cabe resaltar que en la investigación realizada por Plazaola et al. (2018) se agregó al diagnóstico el conocimiento de los estudiantes sobre el HUB de emprendimiento y los aspectos de mejora para el mismo, tema que no fue abordado en la investigación realizada por Vallecillo et al., (2016).

Las investigaciones mencionadas anteriormente dieron una pauta sobre la situación de emprendimiento en la comunidad estudiantil de UNITEC SPS para realizar la investigación presente, pero, a diferencia de las demás esta investigación se basará en saber la situación de emprendimiento de los jóvenes luego de cursar la asignatura de Generación de Empresas II lo cual nunca había sido abordado en investigaciones anteriores.

#### 4.7. Papel del HUB de Unitec

La universidad con su misión y visión se centra en crear y motivar a los estudiantes a ser líderes y emprender de manera que generen un efecto positivo en la sociedad y para lograrlo creó el espacio del HUB UNITEC.

El HUB es un espacio que sirve como un punto de conexión donde los emprendedores pueden reunirse y generar y compartir ideas de negocio que busquen contribuir al desarrollo de nuestro país.

El HUB cuenta con tres servicios:

- *Coworking*, para que los emprendedores puedan utilizar las instalaciones y trabajar entre sí.
- Incubación, donde se instruye al emprendedor desde la etapa cero hasta impulsar su crecimiento.
- *Networking*, conexión al emprendedor con el ecosistema para desarrollar relaciones de negocios.

“Es un espacio abierto directamente a la comunidad universitaria de Unitec y Ceutec e indirectamente a todos los jóvenes de Honduras.” (HUB UNITEC, 2019)

Como proyecto a futuro se planea incrementar capital semilla para incubar los proyectos que se van desarrollando tanto en las asignaturas de Generación de Empresas I y II, como en los proyectos innovadores de estudiantes y exalumnos de Unitec y Ceutec en San Pedro Sula. El área de emprendimiento del HUB busca incentivar el espíritu emprendedor en los estudiantes y el objetivo es contribuir con eventos y actividades de la comunidad estudiantil.

Actualmente, el HUB está implementando un nuevo programa llamado Embajador HUB, en el cual se capacita a los docentes, enseñándoles metodologías de emprendimiento para impartir y poner en práctica en sus clases y de esa forma los estudiantes, a lo largo de su carrera, puedan trabajar en proyectos de emprendimiento para que cuando lleguen a la asignatura de Generación de Empresas puedan generar otras ideas.

El HUB de UNITEC San Pedro Sula, asesora a diferentes estudiantes de diferentes facultades. Así como a varios profesionales egresados de la universidad y a estudiantes de otras universidades, haciendo un total de 33 personas que se verá reflejado en la tabla 1.

Tabla 1 Desglose de personas asesoradas por el HUB en el 2019

<b>Facultades</b>	<b>Cantidad de Asesorados</b>
Facultad de Ingeniería	8
Escuela de Arte y Diseño	6
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales	7
Facultad de Postgrado	2
<b>Egresados</b>	<b>Cantidad de Asesorados</b>
Egresados de Postgrado	2
Egresados Facultad de Ingeniería	4
Egresados Escuela de Arte y Dueño	1
<b>Otras Universidades</b>	<b>Cantidad de Asesorados</b>
CEUTEC	2
UPNFM	1
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>

Fuente: Elaboración propia

El HUB de UNITEC San Pedro Sula, se compone de cuatro ejes de acción para ejecutar proyectos:

- HUB NET (Emprendimiento tecnológico)
- Comercial (Compra y comercialización de productos o servicios)
- Social (Fundaciones, ONG'S, empresas con misión social.
- *Health Care* (Salud, Mecatrónica y Biomédica)

Cabe resaltar que, en el año 2019 se inscribieron 16 nuevos proyectos.

En la Escuela de Ingeniería de Antioquia en Colombia (EIA), Galindo & Echavarría (2011) llevaron a cabo un diagnóstico interno acerca de la cultura emprendedora en la EIA, en el cual revisaron que dentro de los estatutos de la universidad (visión y misión) se menciona el impulso a una cultura de emprendimiento dirigida a formar una mentalidad de innovación permanente que



conlleve al desarrollo de empresas y a la generación de empleo. A consecuencia de los principios establecidos dentro de la universidad, se creó un Centro de Innovación y Emprendimiento para fortalecer y generar esta cultura de emprendimiento en la universidad.

Los resultados del diagnóstico de la EIA fueron los siguientes: todos los entrevistados estuvieron de acuerdo que faltaba mucho por hacer en la cultura emprendedora, se necesita más acompañamiento hacia los estudiantes en ideas de emprendimiento y finalmente la importancia de cómo los docentes imparten las clases de emprendimiento influye en los estudiantes.

Este caso se puede relacionar con Unitec, que teniendo en sus estatutos el formar jóvenes emprendedores tiene el apoyo del HUB, que fortalece y apoya esas iniciativas de emprendimiento de los jóvenes de UNITEC en San Pedro Sula.

#### **4.8. Relevancia de incluir el emprendimiento en el sílabo de las carreras**

Según Sánchez-Cañizares & Rodríguez-Gutiérrez, (2015) la formación emprendedora debe dotar a los estudiantes universitarios del conocimiento para desarrollar comportamientos, habilidades y capacidades para crear valor en la sociedad.

Asimismo, resulta imprescindible que la universidad se involucre en la motivación y fomento de actitudes innovadoras y emprendedoras entre su alumnado. Se cree que existen multitud de jóvenes que tienen tanto la preparación como las cualidades para ser motor de nuevas iniciativas empresariales y la universidad no puede ser mera transmisora y creadora de conocimiento, sino que también puede y debe de ser semilla de cambio y de progreso.

Además, según Vásquez (2017), la universidad, a través de sus proyectos y programas, debería ser quien plantee y posibilite que todos y cada uno de sus educandos, de manera transversal, en su proceso formativo deban adquirir las necesarias y suficientes destrezas y competencias que permitan convertirse en profesionales visionarios que viabilicen la creación de nuevas oportunidades y empresas.

Del mismo modo, según menciona la Comisión de las comunidades europeas (2003) “la educación y la formación superior deben contribuir a impulsar el desarrollo del espíritu emprendedor, fomentando una actitud favorable, y una mayor sensibilización hacia la profesión de empresario, lo cual redundaría en un mayor número de empresas y en un mayor desarrollo global, regional y nacional” (p. 15)

Finalmente, el emprender puede ser una alternativa a la falta de inserción laboral de la población egresada en nuestro país, ya que fomentando el espíritu emprendedor puede motivar a la población a ser creadores de sus propias fuentes de empleo es por ello que resulta imprescindible que la universidad se involucre en la motivación y fomento de una cultura emprendedora, es por ello que resulta importante que en los sílabos de las clases se involucre el emprendimiento. (Sánchez & Rodríguez, 2015)

## **5. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

La presente investigación es de carácter descriptivo porque busca diagnosticar cuál es la situación de emprendimiento de los estudiantes que ya cursaron la asignatura de Generación de Empresas II entre el 2018 al 2019 para así conocer si continuaron sus emprendimientos realizados en clase. Además, se conocerán los motivos del por qué sí o no están emprendiendo y en caso de estar emprendiendo, saber los tipos de emprendimiento que están realizando.

## **6. FORMULACIÓN DE LAS HIPÓTESIS**

HA: La mayoría de los estudiantes que cursaron la asignatura de Generación de Empresas II entre el 2018 al 2019 continuaron sus emprendimientos realizados en clase.

H<sub>0</sub>: La mayoría de los estudiantes que cursaron la asignatura de Generación de Empresas II entre el 2018 al 2019 no continuaron sus emprendimientos realizados en clase.

## **7. DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN**

Las variables que a continuación se presentan han sido seleccionadas y clasificadas con el fin de que el lector entienda de una manera clara sus definiciones conceptuales y operacionales, para luego responder las preguntas de investigación, las cuales se especificaron en el planteamiento del problema. Seguidamente, se presenta en la Tabla 2 el desglose de las variables escogidas en el presente estudio:

Tabla 2 Conceptualización y Operacionalización de las variables

<b>Variab</b> les	<b>Indicadores</b>	<b>Conceptualización</b>	<b>Operacionalización</b>
<b>Estudiantes que han cursado Generación de Empresas II</b>		Se refiere al grupo de estudiantes que cursó la asignatura de Generación de Empresas II en los años 2018 y 2019 en UNITEC, San Pedro Sula.	Base de datos del HUB
<b>Situación de emprendimiento</b>	<p>a) Número de estudiantes que continuaron su emprendimiento de Generación de Empresas II.</p> <p>b) Razones por la cual no continuaron su emprendimiento de Generación de Empresas II.</p> <p>c) Número de estudiantes que poseen actualmente una idea de emprendimiento</p> <p>d) Estudiantes que planean emprender en algún momento</p> <p>e) Motivos por los cuales no desearía emprender</p>	Hace referencia a la situación en la cual se encuentra el emprendimiento en Unitec San Pedro Sula para la población y periodo del estudio.	<p>Preguntas de la encuesta:</p> <p>4 ¿Continuó su emprendimiento de la clase de Generación de Empresas II?</p> <p>6 ¿Por qué decidió no continuar su emprendimiento de Generación de Empresas II?</p> <p>7 ¿Tiene usted actualmente una idea de emprendimiento?</p> <p>16 ¿Planea emprender en algún momento?</p> <p>18 ¿Cuál es el motivo por el cual no desea emprender?</p>
<b>Motivos por los cuales no está emprendiendo</b>		Hace referencia a conocer los motivos por los cuales los estudiantes no están emprendiendo después de haber cursado la asignatura de Generación de Empresas II.	<p>Preguntas de la encuesta</p> <p>18. ¿Cuál es el motivo por el cual no desearía emprender?</p>
<b>Sexo</b>		Se refiere al sexo de los jóvenes que cursaron la clase de Generación de Empresas II en los años 2018 y 2019	1. Sexo
<b>Edad</b>		Se refiere a la edad de los jóvenes que cursaron la clase de Generación de Empresas II en los años 2018 y 2019	2. Edad

Carrera		Se refiere a la carrera (de las 15 que actualmente hay en UNITEC San Pedro Sula) que estaban estudiando en ese momento los jóvenes que cursaron Generación de Empresas II en los años 2018 y 2019.	3. Carrera
---------	--	--	------------

Fuente: Elaboración propia

## 8. METODOLOGÍA

Por el interés de conocer si los alumnos de las diferentes carreras que han cursado la asignatura de Generación de Empresas II en UNITEC, San Pedro Sula entre 2018 al 2019, están emprendiendo, qué tipo de emprendimientos están realizando, motivos por los cuales no se encuentran emprendiendo etc., se ha decidido que la investigación tenga como título “Diagnóstico de la situación actual de emprendimiento de los estudiantes que han cursado la asignatura de Generación de Empresas II en UNITEC San Pedro Sula del 2018 al 2019.”

En segunda instancia, se ha realizado el planteamiento del problema partiendo desde la definición del concepto de emprendimiento, definiendo el papel importante que juega la academia para el emprendimiento en un país y en la formación de emprendedores y agregando específicamente la misión y visión que tiene UNITEC como institución de educación superior en San Pedro Sula que incluye el emprendimiento e innovación como parte de la formación de sus profesionales. A partir de este punto, se formularon las preguntas de investigación y consecuentemente se identificaron los objetivos.

Las variables seleccionadas para esta investigación fueron: estudiantes que han cursado Generación de Empresas II, la situación de emprendimiento, motivos por los cuales no se está emprendiendo, sexo, edad y carrera; se incluyeron definiciones conceptuales y operacionales de las variables; para la variable de alumnos que han cursado Generación de Empresas II se utilizó una base de datos del HUB de emprendimiento de UNITEC San Pedro Sula que nos permite tener un dato preciso de los estudiantes que llevaron esta asignatura entre el 2018 al 2019 y así poder aplicar el instrumento de la encuesta eficazmente.

El marco teórico se redactó a partir de una revisión bibliográfica que incluyó: libros sobre emprendimiento escritos por autores como Moreno (2015); Poncio, (2010), investigaciones previas sobre el emprendimiento de UNITEC San Pedro Sula realizados por Plazaola et al., (2018);

Vallecillo et al., (2016), artículos académicos e investigaciones previas en otros países realizados por Galindo & Echavarría, (2011); García García, (2015). A partir de estas fuentes se recopiló la información general acerca del emprendimiento, su importancia en los países, los perfiles de emprendedores y de los tipos de emprendimientos.

En relación con las encuestas, antes de ser aplicadas a los estudiantes, se realizó una prueba piloto la cual tuvo una duración de un día para corroborar que la encuesta fuese comprensible para ellos. Se realizó la prueba piloto con 12 personas, en la que se recibieron comentarios que brindaron una corrección a la encuesta que al final dejó el instrumento listo para aplicarse.

La perspectiva metodológica de esta investigación es de carácter cualitativa y cuantitativa; es de carácter cualitativa debido a la información acerca de las definiciones de emprendimiento y sus clasificaciones, el perfil de un emprendedor, del papel que juega la universidad y de los métodos o estrategias que implementa acerca del mismo tema se recolectó por medio de entrevistas a docentes que imparten la clase de Generación de Empresas II. También debido a que se hizo una revisión bibliográfica con relación al tema de emprendimiento para tener un conocimiento más amplio sobre el emprendimiento en jóvenes universitarios latinoamericanos.

Por otro lado, es de carácter cuantitativa debido a que se realizaron encuestas para recabar más información acerca de la situación de emprendimiento de los alumnos que cursaron la asignatura de Generación de Empresas II entre el 2018 al 2019; la recolección de estos datos ayudó a comprobar las hipótesis planteadas en esta investigación.

## **9. POBLACIÓN Y MUESTRA**

El concepto de población se define, de acuerdo con Bernal (2010), como “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (p. 160). Por tanto, para esta investigación, la población a la cual se aplicó la encuesta son los estudiantes de UNITEC, en el campus de San Pedro Sula, que cursaron la asignatura de Generación de Empresas II entre el 2018 y el 2019. Para sacar el tamaño de la población se utilizó la base de datos elaborada por el HUB de emprendimiento de UNITEC SPS, que contiene el dato exacto de los estudiantes que cursaron la clase en el período de tiempo del estudio, que fueron 500 alumnos.

Asimismo, la muestra que se calcula para cuando el valor de “N” es conocido es expresada a continuación (Reyes et al., 2013):

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

N=500

Z=1.96

P=0.5

q=0.5

d=0.05

La fórmula utilizada dio un resultado de 218, que equivalió a la cantidad de estudiantes de UNITEC San Pedro Sula que se tuvo que encuestar para obtener los resultados y hallazgos necesarios para la presente investigación.

## 10. ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS

Una vez identificada la muestra y aplicados los instrumentos de recolección de información, se procede a mostrar los hallazgos de la investigación.

Se enviaron un total de 400 encuestas de manera aleatoria, pero los alumnos que respondieron la encuesta fueron 226, sobrepasando la muestra de 218 que se había calculado inicialmente, por lo que el análisis se realizó basado en el número de respuestas obtenidas.

La carrera y la proporción a la que pertenecen los encuestados son: licenciatura en Mercadotecnia y Negocios Internacionales 22% (49), Administración Industrial y de Negocios 18% (41), Relaciones Internacionales 11% (25), Finanzas 11% (24), Psicología 4% (8), Administración de la Hospitalidad y Turismo 3% (6) y de las ingenierías fueron: Mecatrónica 9% (20), Energía 7% (15), Industrial y de Sistemas 6% (14), de Sistemas Computacionales 6% (14), Civil 3% (7), y finalmente Telecomunicaciones y Electrónica 1% (3).

Los resultados muestran que de los 226 estudiantes encuestados que cursaron la asignatura de Generación de Empresas II en los años 2018 y 2019, el 53% (119) fueron mujeres y el 47% (107) fueron hombres; también, del total de los encuestados, el 53.1% (120) tenían un rango de edad de 22 a 25 años y un 42.5% (96) tenían un rango de edad de 18 a 21 años.

Dentro de la asignatura de Generación de Empresas II en los años 2018 y 2019 se llevaron a cabo 95 proyectos, clasificándose de la siguiente forma: tecnológicos (68%), verde (18%), empresarial (9%) y social (4%). Estos datos fueron obtenidos de la base de datos del HUB de emprendimiento, que comprendía el listado de los proyectos que se realizaron dentro de este período de tiempo.

A partir de los resultados de las encuestas, se llegó a conocer que el 96% de los estudiantes no continuaron con el emprendimiento que realizaron en la asignatura de Generación de Empresas II por las siguientes razones: en el 55% de los casos, por la falta de interés; y en el 7% de los casos por falta de financiamiento (se refiere a falta de dinero para llevar a cabo el emprendimiento) y por falta de recursos (esto se refiere a la falta de materiales, personal capacitado o conocimiento) respectivamente (ver figura 2).

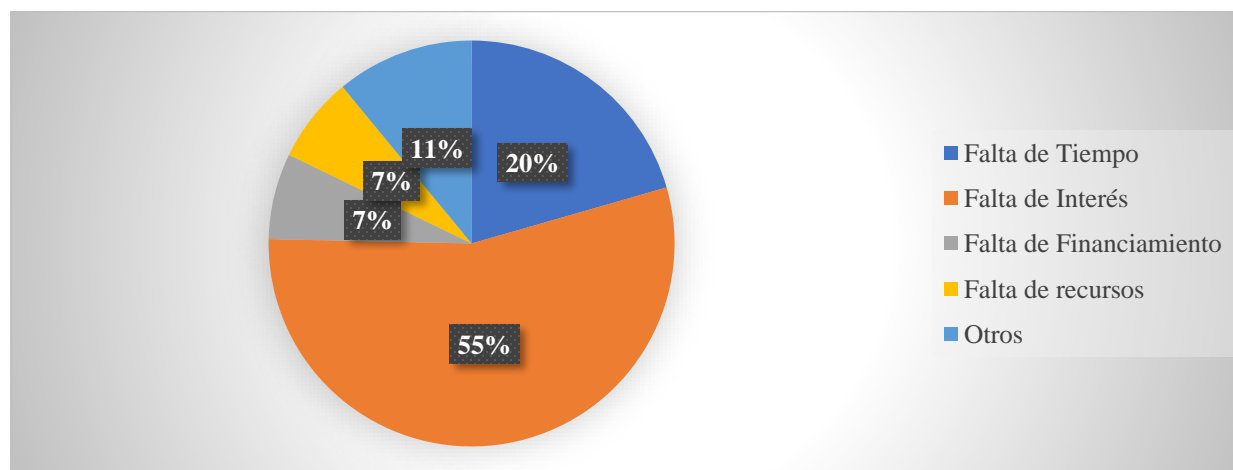


Figura 2 Razones por la cual no continuaron su emprendimiento de Generación de Empresas II

Fuente: Elaboración propia

De igual manera, en la encuesta realizada se mencionaron otros motivos que representaron el 11%, como: nunca encontraron un verdadero problema a solucionar, la competencia era muy alta, el proyecto no era muy novedoso, no les gustaba el proyecto realizado, el equipo decidió abandonar la idea o no era el tipo de proyecto que le hubiese gustado realizar.

También es importante mencionar que solo un 4% (9) respondieron que sí continuaron con su emprendimiento creado en la asignatura de Generación de Empresas II.

Un dato interesante es, que de los que decidieron continuar su emprendimiento el 67% (6) son hombres y el 33% (3) son mujeres. La mayoría de los emprendimientos que se continuaron son tecnológicos (56%) seguido por el social (33%) y finalmente el verde (11%).

A pesar de que los estudiantes no continuaron con su emprendimiento generado en la clase, el 37% de los estudiantes manifestó que actualmente tiene una idea de emprendimiento, motivados en su mayoría por fines de lucro (31%), luego por independencia (30%) y por servicio social (15%).

Con estos resultados, se realizó un cruce de variables en referencia a la idea de emprendimiento y el sexo de la persona, que se puede visualizar en la figura 3:

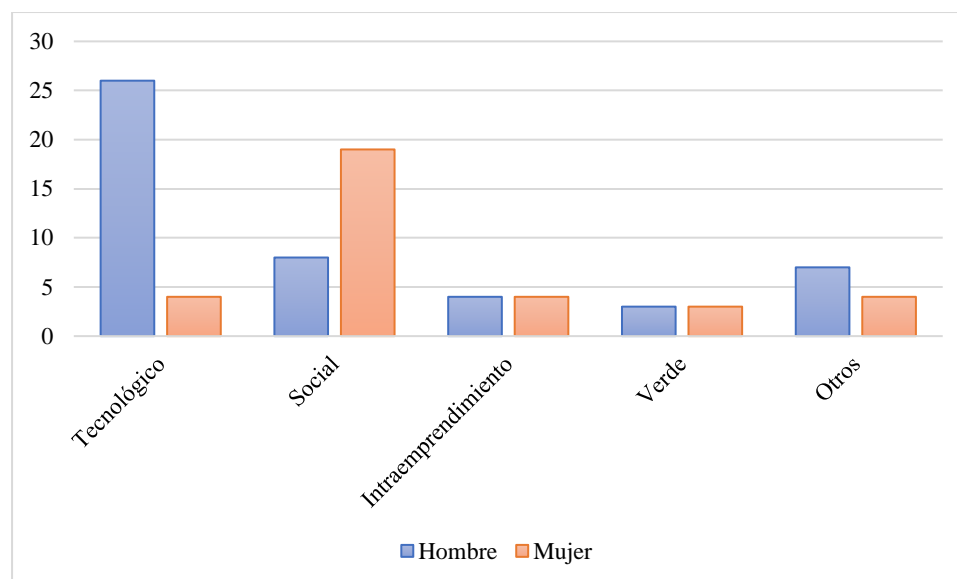


Figura 3 Ideas según tipo de emprendimiento por sexo

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que en las ideas según tipo de emprendimiento el tecnológico es el que predomina mayormente en los hombres (87%), pero en comparación con el social, predominan más las mujeres (70%). En las demás categorías la participación de hombres y mujeres no muestra diferencias significativas.

Se tuvo que agregar la clasificación de “otros” debido a que un 13% contestó con otras ideas de emprendimiento que no se relacionaban con las proporcionadas en la encuesta, entre ellas se encontraban: tradicional, ventas, economía naranja, artístico, alimentos, empresa de construcción, moda.

Además, se realizó un cruce de variables en referencia a las ideas de emprendimiento que más predominan entre los jóvenes encuestados relacionadas con la carrera que cursaban, que se puede visualizar en la tabla 3.



Tabla 3 Ideas según tipo de emprendimiento por carrera

<b>Carrera</b>	<b>Tecnológico</b>	<b>Social</b>	<b>Intraemprendimiento</b>	<b>Verde</b>	<b>Otros</b>
Administración Industrial y de Negocios	2	1	3		3
Administración de la Hospitalidad y Turismo		1	1		
Civil	1				1
Energía	1	1	1	2	
Finanzas	1	3	2		
Industrial y de Sistemas	2	2			
Mecatrónica	8				1
Mercadotecnia y Negocios Internacionales	4	9	1	4	2
Psicología		1			
Relaciones Internacionales	1	6			4
Sistemas Computacionales	8				
Telecomunicaciones y Electrónica	1				
<b>TOTAL</b>	<b>29</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>11</b>

Fuente: Elaboración propia

En referencia a los estudiantes que poseen una idea de emprendimiento, el 86% manifestó no tener financiamiento, y cabe agregar que el 74% de los estudiantes que poseen una idea de emprendimiento manifestaron no haber recibido algún tipo de asesoramiento por parte del HUB, siendo la razón más frecuente la falta de motivación de parte de los estudiantes de asistir al HUB como un ente de asesoramiento.

Cabe destacar que sobre las personas que no tienen interés en ser asesorados en el HUB, se realizó un cruce de variables con respecto a la carrera que estudian. Los resultados se pueden visualizar en la tabla 4:

Tabla 4 Cantidad de alumnos por carrera que no les motiva el HUB como ente asesor para su emprendimiento

<b>Carrera</b>	<b>Alumnos que no les motiva el HUB como ente asesor para su emprendimiento</b>	<b>Porcentaje</b>
Licenciatura en Relaciones Internacionales	2	5%
Licenciatura en Administración Industrial y de Negocios	6	16%
Licenciatura en Mercadotecnia y Negocios Internacionales	8	21%
Licenciatura en Finanzas	5	13%
Licenciatura en Psicología	1	3%
Licenciatura en Administración de la hospitalidad y turismo	1	3%
Ingeniería en Mecatrónica	4	11%
Ingeniería Civil	1	3%
Ingeniería en Sistemas Computacionales	4	11%
Ingeniería en Energía	3	8%
Ingeniería Industrial y de Sistemas	3	8%
<b>Total</b>	<b>38 estudiantes</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

De los 38 estudiantes que contestaron que no les motivaba el HUB como ente asesor para su emprendimiento, la mayoría (un 21%) son estudiantes de la Licenciatura en Mercadotecnia y Negocios Internacionales. En el menor de los casos, un 3%, son estudiantes de las licenciaturas en Psicología, Administración de la Hospitalidad y Turismo e Ingeniería Civil, respectivamente.

Cabe destacar que del 63% de los que expresaron no tener actualmente una idea de emprendimiento, el 89% manifestó que planean emprender en algún momento, motivados en su mayoría por fines de lucro (60%), beneficiar a la sociedad (21%) y continuar la tradición familiar (18%).

Del 63% que expresaron no tener actualmente una idea de emprendimiento, el 11% no planea emprender en ningún momento, expresaron entre los motivos, la falta de recursos (42%), la falta de asesoramiento (22%), no tiene interés alguno por emprender (17%) y finalmente la falta de conocimiento (15%), como razones por las cuales no emprenderían.

En este sentido, el abogado Rivera, docente de la clase de Generación de Empresas II mencionó que para motivar a los estudiantes a tener un espíritu emprendedor se podrían realizar más eventos

como charlas con emprendedores para mostrar la realidad tanto práctica como teórica. (R. Rivera, comunicación personal, 2020)

Además, el ingeniero Moncada, otro docente que imparte la asignatura, coincide con el abogado Rivera al manifestar que no son muchos los jóvenes que se les acercan para hablar de los emprendimientos que realizan dentro o fuera de la clase, confirmando el resultado de la encuesta de esa falta de interés de los estudiantes por realizar en vida real los proyectos que crean en clase. Mencionaron que esto se debe quizás al hecho de que la asignatura la ven solo como requisito dentro de su pensum y no necesariamente como una oportunidad para emprender. (R. Rivera, comunicación personal, 2020).

Finalmente, de los estudiantes que expresaron que no están emprendiendo actualmente pero que en algún momento piensa emprender el 45% está estudiando, un 34% trabajando y un 17% buscando trabajo.

## **11. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN**

Viendo los resultados anteriores y los datos recabados en la encuesta aplicada, se puede concluir que la hipótesis de trabajo “La mayoría de los estudiantes que cursaron la asignatura de Generación de Empresas II entre el 2018 al 2019 continuaron sus emprendimientos realizados en clase” no se cumple, porque solo un 4% de los estudiantes encuestados afirmó haber continuado sus emprendimientos realizados en clase.

En referencia a la hipótesis nula “La mayoría de los estudiantes que cursaron la asignatura de Generación de Empresas II entre el 2018 al 2019 no continuaron sus emprendimientos realizados en clase” sí se cumple, porque el 96% de los estudiantes afirmó no haber continuado sus emprendimientos realizados en clase. Cabe mencionar que se llegó a conocer que los jóvenes que actualmente no están emprendiendo la mayoría está estudiando (45%), otros trabajando (34%) y otros buscando trabajo (17%).

A partir de los resultados obtenidos, se pudo alcanzar cada uno de los objetivos referidos anteriormente y con esto es posible conocer la situación de emprendimiento de los alumnos de Unitec, San Pedro Sula, comenzando por mostrar que los motivos por los que los estudiantes que han cursado la clase de Generación de Empresas II deciden no continuar con sus emprendimientos fueron, por falta de interés (55%) y por falta de tiempo (20%).

Cabe resaltar además, que el 37% de los jóvenes tiene actualmente una idea de emprendimiento y en otro sentido cabe mencionar que el 89% de los casos, no poseen actualmente una idea de emprendimiento pero piensan emprender en algún momento.

Se identificó por medio de una base de datos proporcionada por el HUB de emprendimiento, que los proyectos que más surgen en la asignatura de Generación de Empresas II son los tecnológicos (68%), seguido por el verde (18%) y en menor porcentaje el empresarial (9%) y el social (4%).

El hecho de que los estudiantes en un futuro planeen emprender responden a los objetivos de clase mencionados por los docentes entrevistados: proporcionarle al estudiante las habilidades para poder montar una empresa en un futuro; significa que los alumnos se sienten capaces en algún momento de crear su propio patrimonio.

También, como se vio en los resultados, el 63% de los estudiantes no tiene actualmente una idea de emprendimiento, indicando, entre las principales razones, la falta de recursos (42%), la falta de asesoramiento (22%) y, nuevamente, la falta de interés por emprender (17%).

Con los resultados obtenidos mediante la investigación realizada sobre el HUB de emprendimiento, se pudo obtener la información sobre el ecosistema de emprendimiento de Unitec. El HUB cuenta con servicios de *coworking*, incubación y *networking* que termina apoyando al ecosistema emprendedor tanto a sus estudiantes como a personas externas a UNITEC en general.

En este sentido, es importante mencionar que muchas universidades en el mundo se enfrentan al desafío de motivar a sus estudiantes a emprender valiéndose de algunas estrategias que pueden convertirse en recursos para otras universidades. Algunas de estas estrategias son las planteadas por docentes de la Universidad Nacional Experimental Sur del Lago, en Venezuela, los cuales proponen, entre otras cosas, despertar el espíritu emprendedor de los estudiantes a través de la sensibilización y la motivación. Los autores proponen un curso de sensibilización hacia el emprendimiento que debe estar incluido dentro de una asignatura de emprendimiento que ya se dicta dentro de la universidad. Este curso incluye charlas sobre cómo encontrar oportunidades que permitan mejores condiciones de vida, y mayor desarrollo económico a nivel regional y nacional. En el caso de Unitec, la asignatura dentro de la cual se podría llevar a cabo esa sensibilización podría ser dentro de la asignatura de Generación de Empresas I.

Otra estrategia interesante es la de tres docentes de la Universidad de Cantabria, en España, los que pretenden fomentar el emprendimiento entre los universitarios mediante la realización de

proyectos empresariales simulados en grupos interdisciplinarios, con el apoyo de un empresario por grupo. En esta simulación participarían, además de la misma universidad, una entidad bancaria (para posibles financiamientos) y una entidad gubernamental (la municipalidad, por ejemplo). Los resultados de este estudio no fueron dados a conocer en el artículo presentado ya que se realizarían seguimientos con sus respectivas evaluaciones. Aun así, nos parecieron interesantes las actividades que planearon llevar a cabo, y que también podrían significar una idea interesante para Unitec, entre las cuales se encuentran: establecer una comisión de emprendimiento dependiente de la Universidad de Cantabria para realizar, a priori, una evaluación del programa que permita asegurar que éste encaja en la estrategia de emprendimiento de la universidad y la facilidad de implementación en la misma; implementar, mediante encuestas de calidad y de opinión, evaluaciones de las actividades realizadas durante el proceso de simulación; y por último, realizar una evaluación final de todo el programa, midiendo el grado de satisfacción de los participantes y de las entidades.

Por último, en una publicación de la Revista Ciencias Estratégicas por los autores Terán Rosero & León Gómez (2010) proponen una serie de estrategias de emprendimiento productivo y social en la Universidad Pontificia Bolivariana en Antioquia, Colombia. Con el fin de formar nuevos actores con competencias que instrumenten su mentalidad innovadora contando con un plan de acción que se basa en la educación, investigación científica y desarrollo tecnológico, teniendo como proyección un escenario empresarial y dinamismo en las actividades emprendedoras. Dicho plan se llevará a cabo por medio de una integración sistémica de la teoría con la práctica en la construcción conjunta de proyectos productivos y sociales entre universidad-empresa-estado. Una alianza de este tipo sería de mucho beneficio para Unitec ya que a futuro el HUB de emprendimiento tiene como objetivo implementar capital semilla para la incubación de proyectos.

## **12.FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

Una vez culminado el trabajo, se considera necesario plantear futuras líneas de investigación que permitan aportar las herramientas necesarias para continuar fortaleciendo el espíritu emprendedor en Unitec. A este respecto, se proponen las siguientes:

- Análisis sobre las competencias emprendedoras que han adquirido los estudiantes luego de cursar Generación de Empresas I y II.

- Análisis del impacto del HUB como ente asesor para los emprendimientos realizados por estudiantes de UNITEC SPS.
- Conocer el perfil de los alumnos que emprenden actualmente en UNITEC SPS.
- Caracterización del perfil emprendedor de los estudiantes que cursan las Licenciaturas en Mercadotecnia y Negocios Internacionales, Administración Industrial y de Negocios y Relaciones Internacionales en UNITEC SPS debido a que estas son las licenciaturas en donde más estudiantes se encuentran.
- Por último, otra línea de trabajo que se considera como resultado de este trabajo es el seguimiento de los emprendedores encuestados en este trabajo y de aquellos que cursen la clase de Generación de Empresas II en años posteriores. De esta manera se amplía el aspecto temporal de la investigación, lo cual permitirá obtener conclusiones más certeras que puedan confirmar o no las obtenidas en este trabajo.

### 13. BIBLIOGRAFÍA

- Alean, A., Del Río, J., Simancas, R., & Rodríguez, C. (2017). *¿El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social? | Saber, Ciencia y Libertad. 12(1), 107-123.*
- Aliaga, R. (2018). *Oportunidades de investigación en emprendimiento.*  
[https://issuu.com/centrodeemprendimientouc/docs/revista\\_contiemprende\\_final\\_2018](https://issuu.com/centrodeemprendimientouc/docs/revista_contiemprende_final_2018)
- Arias, M., & Pérez, R. (2014). *Emprendimiento: Como comenzar una empresa con éxito. 14, 175-183.*
- Aspen Network of Development Entrepreneurs. (2016). *Ecosistema emprendedor en Honduras.*
- Barahona, J. (2017). *Las incubadoras de empresas como medio de éxito, emprendimiento y desarrollo sostenible de las mipymes industriales del distrito central.* Universidad Nacional Autónoma de Honduras.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación (Tercer).* Pearson Educación.
- Bishop, S., Carter, A., Hemphill, C., López, M., Roberts, D., Núñez, O., & Wingle, J. (2013). *Análisis de restricciones a la economía de Honduras.* Millennium Challenge Corporation.  
<http://www.mcahonduras.hn/docs/proys/MCC/Honduras%20Analisis%20de%20Restricciones.pdf>
- Briceño, J. C. P., Pereira, S. E. J., & Cabrera, O. A. G. (2017). *Emprendimiento social: Una aproximación teórica-práctica. Dominio de las Ciencias, 3(Extra 2), 3-18.*
- Carmen, C., & Viveros, H. (2011). *Los emprendedores evolucionan el concepto.* Unicatólica.
- Comisión de las comunidades europeas. (2003). *Libro verde: El espíritu empresarial en Europa.* Comunidades Europeas.

- Dorf, R. C., & Byers, T. H. (2005). *Technology Ventures: From Idea to Enterprise*. McGraw Hill Professional.
- Duarte, T., & Ruiz Tibana, M. (2009). *Emprendimiento, una opción para el desarrollo*. XV(43), 326-331.
- FOSDEH. (2017). *Proyecciones de cifras coherentes con la realidad*.  
<http://www.fosdeh.com/wp-content/uploads/2017/11/1.-Proyecciones-de-cifras-coherentes-con-la-realidad.pdf>
- Galindo, R., & Echavarría, M. V. (2011). *Diagnóstico de la cultura emprendedora en la Escuela de Ingeniería de Antioquia*. 15, 85-94.
- García García, V. D. (2015). *Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad*. 13(2), 1221-1236.  
<https://doi.org/10.11600/1692715x.13246200315>
- Gobierno de la República de Honduras. (2014). *Estrategia de fomento al emprendimiento en Honduras*. Secretaría de Desarrollo Económico.
- HUB UNITEC. (2019). *HUB UNITEC*. <https://hub.unitec.edu/>
- Indexmundi. (2019). *Tasa de desempleo juvenil de Honduras*. Tasa de desempleo juvenil de Honduras. [https://www.indexmundi.com/es/honduras/tasa\\_de\\_desempleo\\_juvenil.html](https://www.indexmundi.com/es/honduras/tasa_de_desempleo_juvenil.html)
- Jimena Palacios, C. T. (2017). *¿Cómo se conforma un ecosistema de emprendimiento? - Líder Empresarial*. <https://www.liderempresarial.com/como-se-conforma-un-ecosistema-de-emprendimiento/>
- Mercedes, P. A., Germán, R. G., & Marcela, L. P. L. (2017). *Emprendimiento y creatividad: Aspectos esenciales para crear empresa*. Ecoe Ediciones.
- Michail, A. (2011). *Green Entrepreneurship and Small to Medium-sized Enterprises in clusters and networks: Region of Thessaly* (p. 59). <https://core.ac.uk/reader/132821420>



- Minniti, M. (2012). *El Emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones*.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3903869>
- Moreira, P., & Urriolagoitia, L. (2011). El Emprendimiento social. *Revista española del tercer sector*, 17, 17-40.
- Moreno, J. A. V. (2015). *El Emprendimiento Empresarial: La Importancia de ser Emprendedor*. IT Campus Academy.
- Ochoa Hernández, M. L., Azuela Flores, J. I., & Rangel Lyne, L. (2015). *Características emprendedoras en universitarios próximos a egresar de la Facultad de Comercio y Administración de Tampico*. 6(2).
- Organización Mundial del Comercio. (2020). *Honduras y la OMC*. Organización Mundial del Comercio. [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/countries\\_s/honduras\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/countries_s/honduras_s.htm)
- Plazaola, M., Orellana, A., & Valeriano, C. (2018). *Actualización del diagnóstico sobre emprendimiento de los alumnos de Unitec San Pedro Sula*. UNITEC San Pedro Sula.
- Poncio, D. (2010). *Animarse a emprender*. Editorial Universitaria Villa María.  
<https://elibro.net/es/ereader/unitechn/76873?prev=bf>
- Prieto Sierra, C. (2014). *Emprendimiento Conceptos y plan de negocios*. Pearson Educación.  
<https://www.biblionline.pearson.com/Pages/BookRead.aspx>
- Real Academia Española. (2014a). *Definición de emprender*. Diccionario de la lengua española.  
<https://dle.rae.es/emprender>
- Real Academia Española. (2014b). *Definición de emprendimiento*. Real Academia Española.  
<https://dle.rae.es/emprendimiento>
- Reyes, O., Espinosa, R., & Olvera, R. (2013). *Criterios para determinar el Tamaño de Muestra en Estudios Descriptivos*. 5(3). <http://www.celaya.academiajournals.com/>
- Rivera, R. (2020). *Entrevista sobre la asignatura de Generación de Empresas II* [En persona].

Sánchez, S., & Rodríguez, S. (2015). *View of Fomento del emprendimiento universitario mediante la innovación docente en la asignatura Creación de Empresas. 4.*

<https://www.upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/view/1456/1171>

Sánchez-Cañizares, S. M., & Rodríguez-Gutiérrez, P. (2015). Fomento del emprendimiento universitario mediante la innovación docente en la asignatura Creación de Empresas.

*IJERI: International Journal of Educational Research and Innovation, 4*, 41-50.

<https://www.upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/view/1456>

Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión.* Ecoe Ediciones.

Sheyla Ramos. (2017). *San Pedro Sula busca convertirse en la ciudad del emprendimiento tecnológico de Centroamérica—Distintas Latitudes.*

<https://distintaslatitudes.net/oportunidades/san-pedro-sula-ciudad-del-emprendimiento-tecnologico-centroamerica>

Terán Rosero, A. C., & León Gómez, G. (2010). *VISIÓN DEL EMPRENDIMIENTO DESDE EL ESTADO Y LA UNIVERSIDAD: El plan de desarrollo de Antioquia visión 2020 con el programa de emprendimiento de la UPB. 18(23)*, 119-129.

UNITEC. (2020). *Misión y Visión.* UNITEC. <https://www.unitec.edu/la-universidad/mision-y-vision/>

Vallecillo, G., Reyes, Á., & Caballero, G. (2016). *Diagnóstico del emprendimiento en Unitec y Ceutec.* UNITEC San Pedro Sula.

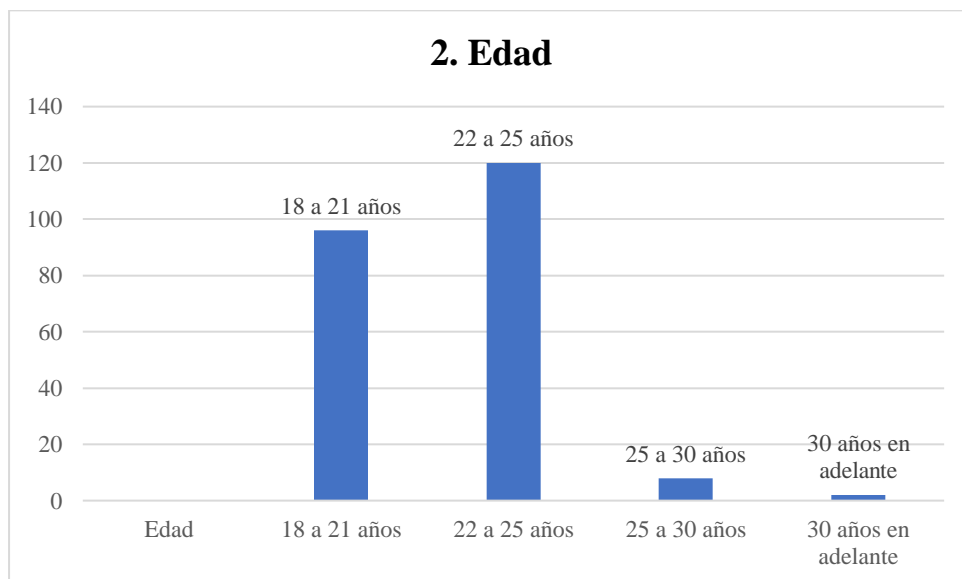
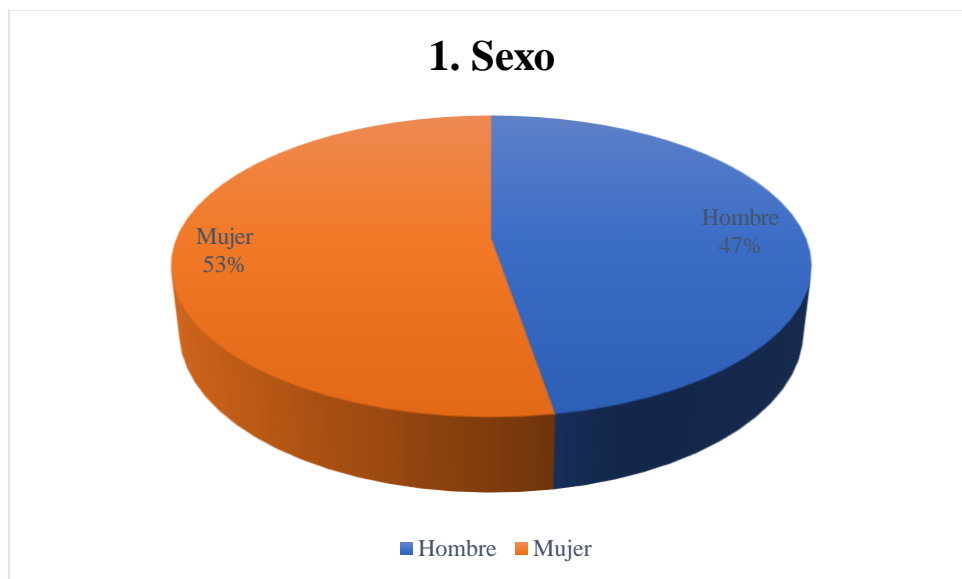
Vásquez, C. (2017). *Educación para el emprendimiento en la universidad. 2*, 121-147.

## 14. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

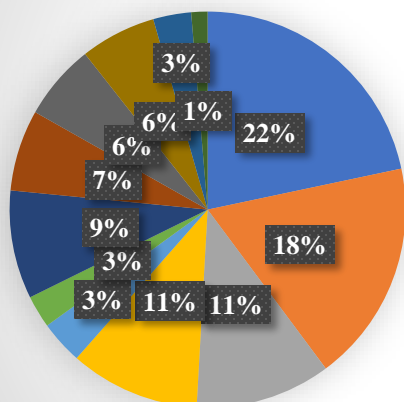
Actividades	Inicio	Fin	Días	Estatus
Propuestas de títulos de investigación	20/enero	29/enero	9	Completado
Revisión bibliográfica	30/enero	31/enero	3	Completado
Planteamiento del problema de investigación	1/febrero	2/febrero	1	Completado
Formulación de los objetivos e hipótesis	1/febrero	2/febrero	1	Completado
Establecer las variables	2/febrero	4/febrero	2	Completado
Avance del marco teórico	4/febrero	7/febrero	3	Completado
Justificación de la investigación	8/febrero	9/febrero	1	Completado
Delimitaciones de la investigación	10/febrero	11/febrero	1	Completado
Metodología de la investigación	10/febrero	11/febrero	1	Completado
Tipo de investigación	10/febrero	11/febrero	1	Completado
Finalizar marco teórico	2/febrero	11/febrero	9	Completado
Instrumentos para recolección de datos	5/febrero	11/febrero	6	Completado
Entrevistas a docentes	24/febrero	26/febrero	2	Completado
Aplicación de las encuestas	17/febrero	1/marzo	13	Completado
Análisis de las encuestas (hallazgos)	2/marzo	6/marzo	4	Completado
Elaborar conclusiones	7/marzo	8/marzo	1	Completado
Futuras líneas de investigación	21/marzo	22/marzo	1	Completado
Cronograma de actividades	21/marzo	22/marzo	1	Completado
Revisión del documento final	14/marzo	23/marzo	9	Completado

## 15.ANEXOS

ANEXO 1 Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes que cursaron Generación de Empresas II en los años 2018 y 2019

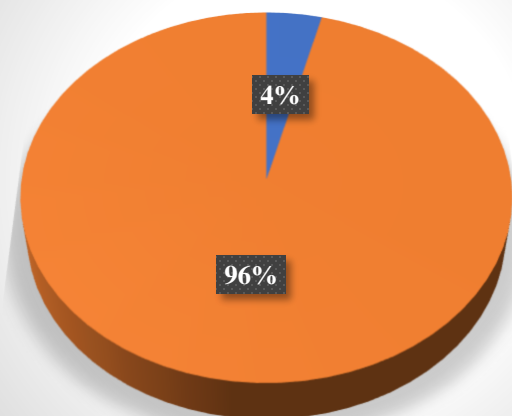


### 3. Carrera



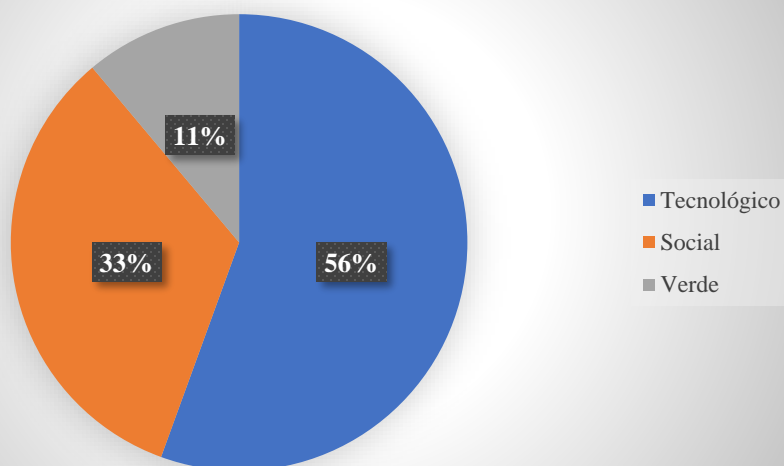
- Mercadotecnia y Negocios Internacionales
- Administración Industrial y de Negocios
- Relaciones Internacionales
- Finanzas
- Psicología
- Administración de la Hospitalidad y Turismo

### 4. ¿Continuó su emprendimiento de la clase de Generación de Empresas II?

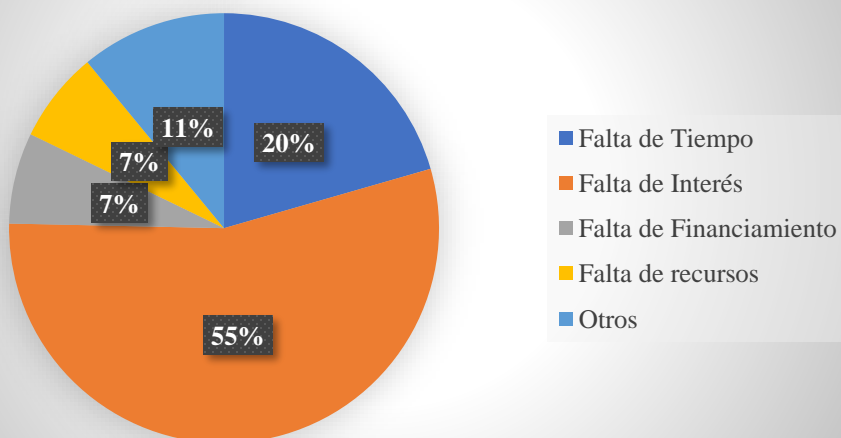


- Si
- No

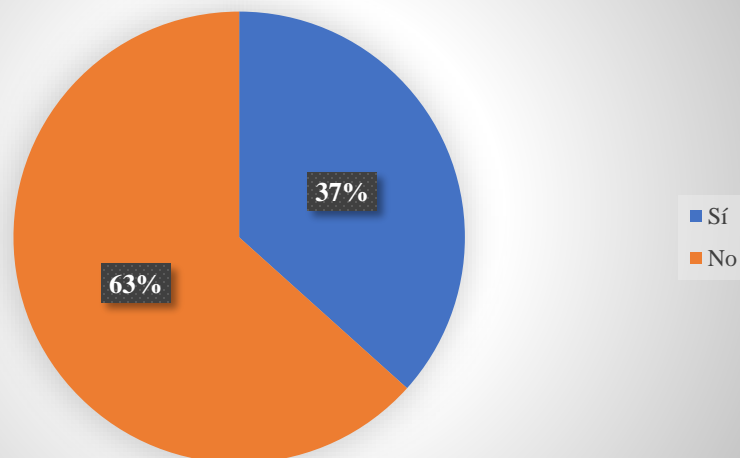
### 5. ¿Qué tipo de emprendimiento es?



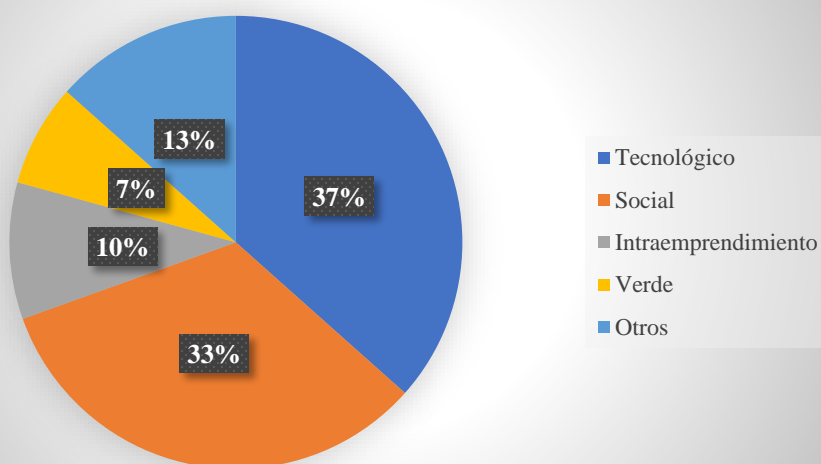
### 6. ¿Por qué no decidió continuar su emprendimiento de Generación de Empresas II?



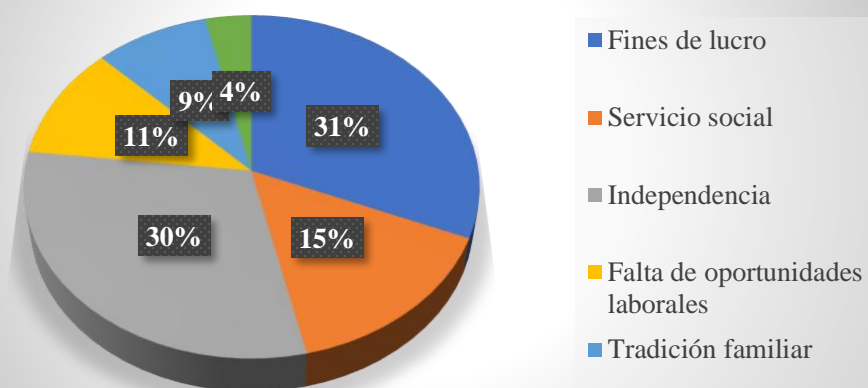
7. ¿Tiene usted actualmente una idea de emprendimiento?



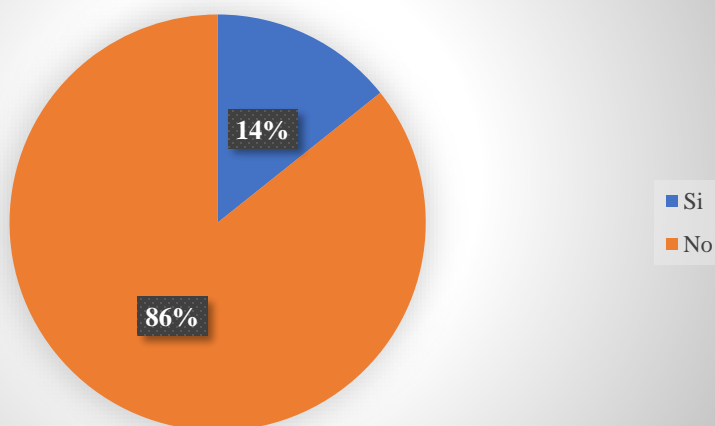
8. ¿De qué tipo es la idea del emprendimiento que desea realizar?



**9. ¿Qué le motivó a emprender? Puede escoger más de una:**

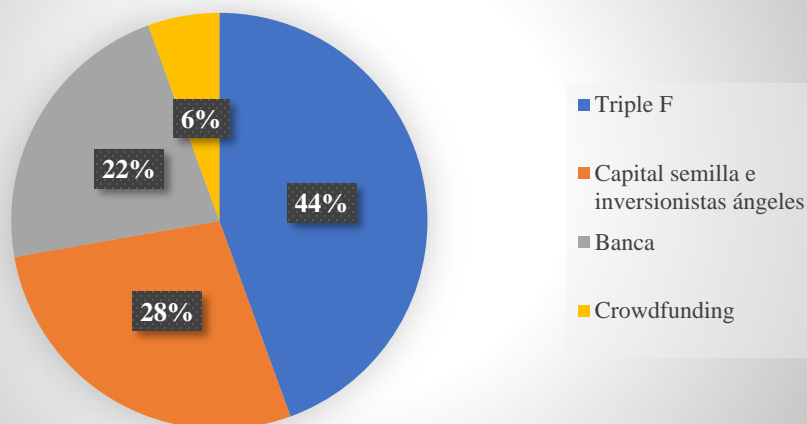


**10. ¿Ha logrado conseguir financiamiento para su idea de emprendimiento?**

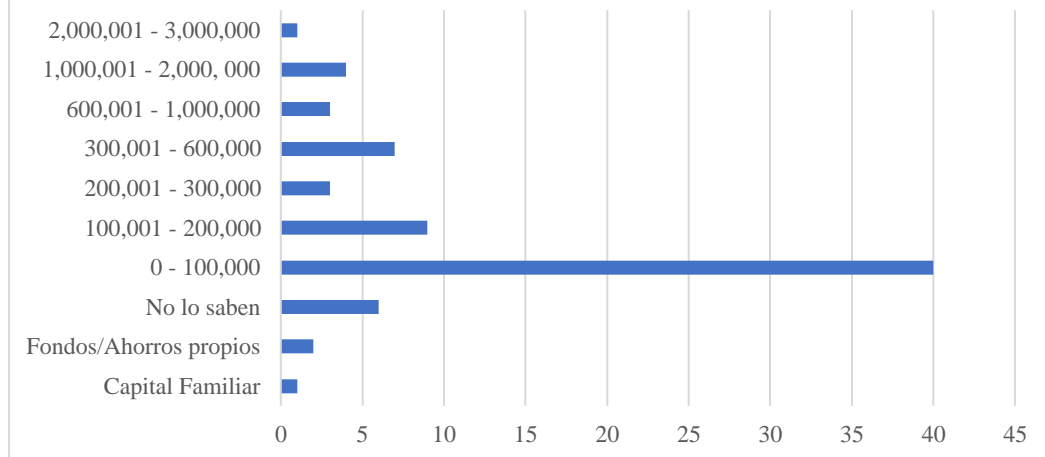




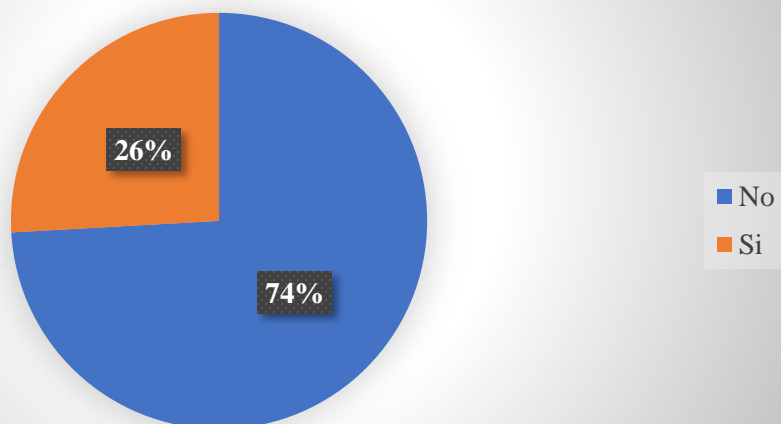
### 11. ¿Cuál ha sido su fuente de financiamiento para llevar a cabo su emprendimiento?



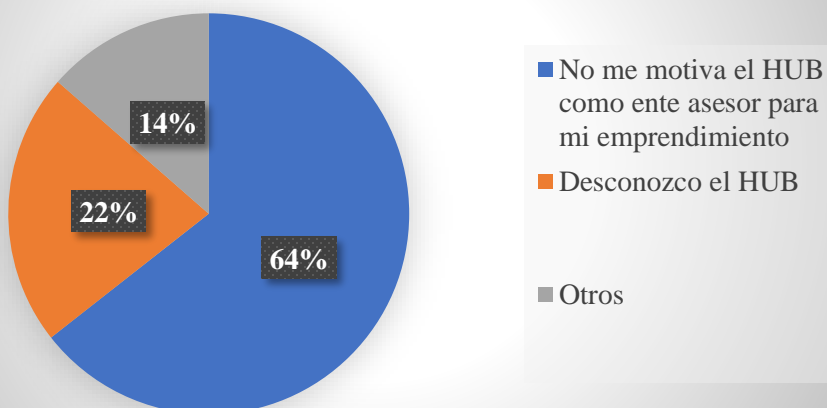
### 12. Determine cuál es el capital inicial de su idea de emprendimiento

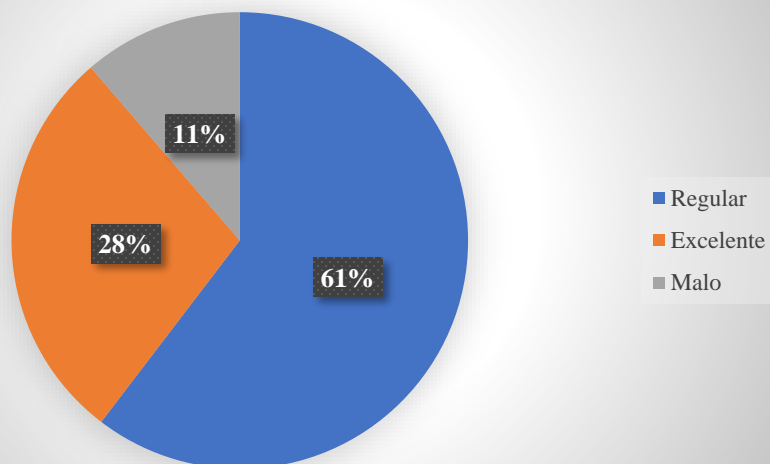
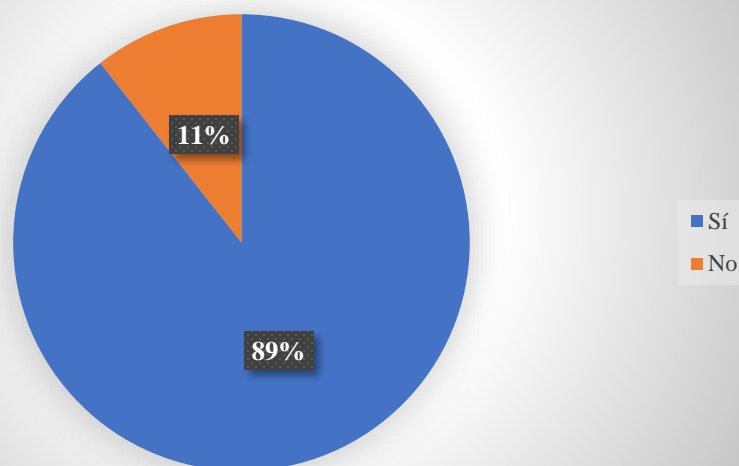


13. ¿Ha recibido o no asesoramiento del HUB sobre su idea de emprendimiento?

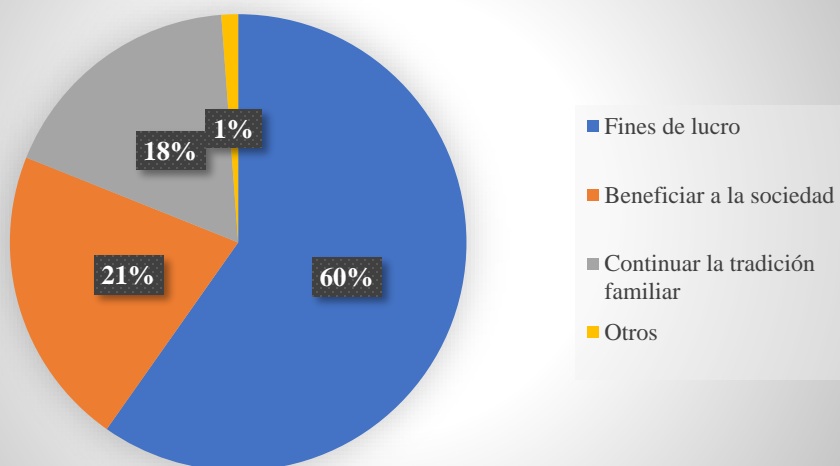


14. ¿Por qué no ha pedido asesoramiento del HUB?

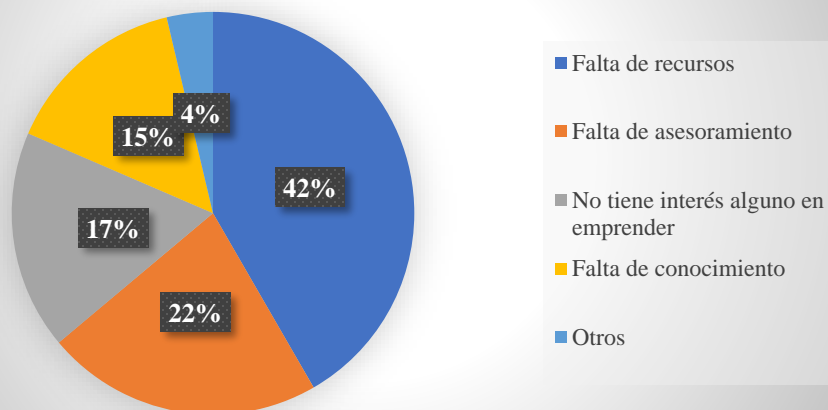


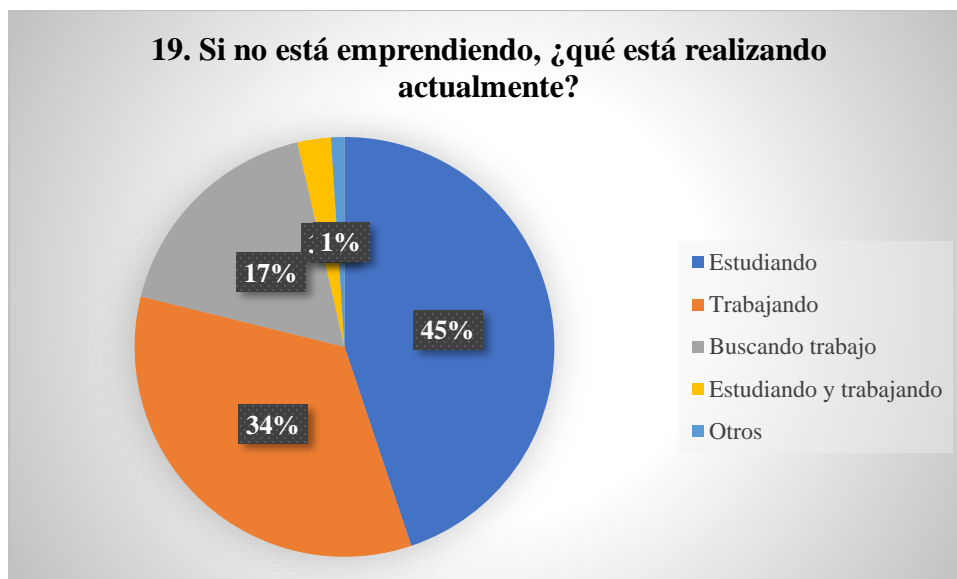
**15. ¿Cómo le ha parecido el asesoramiento del HUB?****16. ¿Planea emprender en algún momento?**

### 17. ¿Por qué le motivaría emprender?



### 18. ¿Cuál es el motivo por el cual no desea emprender?





ANEXO 2 Formato entrevista a docentes que imparten Generación de Empresas II.

**Nombre de entrevistado (a):**

1. ¿Cómo describiría usted la clase de Generación de Empresas II?
2. ¿Cuál es el objetivo de la clase de Generación de Empresas II?
3. ¿Qué considera que es importante que lleve el sílabo de Generación de Empresas II?
4. ¿Qué considera importante que sus alumnos salgan aprendiendo de la clase?
5. ¿Qué tipo de emprendimientos le gustan más a usted que se elaboren en clase?
6. ¿Después de impartir la clase, los estudiantes le contactan nuevamente para hablar sobre emprendimiento?
7. ¿Qué temas podrían agregarse en clases futuras para motivar y llenar ese espíritu emprendedor en los alumnos?