



Universidad Católica De Honduras

"Nuestra Señora Reina De La Paz"

LAS MOTIVACIONES EN ESTUDIANTES DE LA UNICAH Y LOS EMPRENDIMIENTOS EN TIEMPO DE PANDEMIA

INTEGRANTES GRUPO #1:

Ana Sofia Cerrato Padilla	0209-2004-00243
Cindy Marleny Aguilar Contreras	0502-2000-02040
Fara Lastenia Diaz Rápalo	0201-2001-01046
Jorge Jeovany Guevara Coto	0401-2001-00494
José Carlos Fiallos Rivera	0615-2001-00047
María José Herrera Bonilla	0601-2001-00166
Roger Alejandro Casco Reyes	0606-2002-00422
Tessa Emilia Hernández Castillo	0501-1998-12487
Sandra Elizabeth Funez	0601-1999-00731
Yasury Nohemí Aguilar	0601-2000-04034
Yesenia Lizeth Córdova D'Vicente	0609-1996-00938

CATEDRATICA:

Dra. Nuzli Montes de Oca Rosales

SECCION

1401

ASIGNATURA

Métodos y Técnicas de Investigación

LUGAR Y FECHA

11 de abril de 2021, San Pedro Sula, Cortes, Honduras

Resumen

El emprendimiento es un proceso difícil si no se cuenta con la motivación necesaria para salir y sobresalir en el ámbito de los negocios.

El presente trabajo de investigación, consiste en la motivación de los jóvenes estudiantes de UNICAH y los emprendimientos en tiempos de pandemia basados en la actual situación económica tanto nacional, así como internacional debido la COVID-19.

Esta investigación trata de identificar las motivaciones del emprendimiento que llevo a los estudiantes de la UNICAH a emprender negocios en tiempos de pandemia. Para cumplir con el objetivo principal de este trabajo, en primer lugar, se siguió el enfoque metodológico de Courtes, como introductorio a la lingüística del discurso, y que se basa en los trabajos de Greimás.

El principal motor de la motivación de los emprendedores es el logro. Tal afirmación no es nueva, ya que se ha manejado desde la década de los años 60, de acuerdo a las investigaciones realizadas por los especialistas.

También se resalta el punto en que la motivación también va de la mano con que la persona, como emprendedor, alcance la satisfacción de un buen trabajo en equipo, el anhelo de la realización personal y el merecido reconocimiento público por los objetivos alcanzados tanto metas como objetivos alcanzados durante el emprendimiento del negocio.

Para poder lograr un mejor trabajo tratamos de llevar la investigación mas que todo a que los lectores puedan motivarse a emprender y es por eso que se planteó lo siguiente: Las bases de la motivación y emprendimiento, y a las características de un emprendimiento.

Precisamente, esta investigación se originó en el deseo de contribuir al reconocimiento de la importancia del individuo en el proceso del emprendimiento, enfocándose en el estudio de las motivaciones, por ser el primer paso en dicho proceso.

Palabras Clave: Motivación, Emprendimiento.

Abstract

Entrepreneurship is a difficult process if you do not have the necessary motivation to go out and excel in the field of business.

This research work consists of the motivation of young UNICAH students and entrepreneurship in times of pandemic based on the current national and international economic situation due to COVID-19.

This research tries to identify the motivations of entrepreneurship that led UNICAH students to start businesses in times of pandemic. In order to fulfill the main objective of this work, in the first place, the methodological approach of Courtés was followed, as an introductory one to the linguistics of discourse, and which is based on the works of Greimás.

The main driver of motivation for entrepreneurs is achievement. Such a statement is not new, since it has been used since the 1960s, according to research carried out by specialists.

It also highlights the point where motivation also goes hand in hand with the person, as an entrepreneur, achieving the satisfaction of good teamwork, the desire for personal fulfillment and the deserved public recognition for the objectives achieved, both goals and objectives achieved during the business start-up.

In order to achieve a better job, we try to bring the research more than anything to that readers can motivate themselves to undertake and that is why the following was raised: The bases of motivation and entrepreneurship, and the characteristics of an undertaking.

Precisely, this research originated from the desire to contribute to the recognition of the importance of the individual in the entrepreneurship process, focusing on the study of motivations, as it is the first step in said process.

Introducción

En los últimos meses el emprendimiento juvenil ha adquirido gran relevancia y ha cogido mucha fuerza debido a la situación en la que nos vimos envueltos con el COVID-19, el emprendimiento juvenil se ha enmarcado en la identificación de nuevas oportunidades de negocios en una constante búsqueda de mejorar sus condiciones de vida mediante iniciativas innovadoras.

frente a muy altas condiciones de desempleo que se generaron en el país a causa de la pandemia y en estos momentos en los que el planeta está sumido en una crisis sanitaria, social y económica, para los jóvenes universitarios ha sido un detonante para emprender y a esto sumado sus habilidades con la tecnología se ha presentado de mejor forma para realizar un emprendimiento digital, tecnológico, audiovisual, sanitario, etc.

Que ha crecido demasiado, se están impulsando proyectos de utilidad a raíz de esta pandemia y últimamente se presentaron nuevas demandas diferentes a causa del Covid-19, cosa que el joven no ha dejado sin aprovechar.

Por su otra parte viéndolo desde el enfoque educativo, la vida del estudiante universitario requiere de un alto nivel de responsabilidad para administrar el tiempo necesario en el desarrollo de sus clases y al momento de emprender, por lo que debe mostrar eficacia personal, madurez, practicar buenos hábitos y estrategias de estudio, y disposición para aprender de una nueva forma ya que la pandemia más en las clases en línea y el decaimiento de la economía son factores que podrían desequilibrar a un joven universitario, pero teniendo en cuenta lo antes mencionado y teniendo las ansias de emprender y alcanzar un nivel de autonomía, el joven es capaz de lograr lo que sea que se proponga.

INDICE

Resumen	1
Abstract	2
Introducción	3
1.1 SITUACION PROBLEMÁTICA	8
1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	10
1.2.1 Objetivo General	10
1.2.2 Objetivos Específicos	10
1.3 PREGUNTAS DE LA INVESTIGACION	10
1.4 JUSTIFICACIÓN	10
2.1. Historia de la UNICAH	13
2.2. Visión	13
2.3. Misión	13
2.4 Facultades	13
2.5 Campus	15
3.1 La motivación	17
3.1.1 Epistemología de la motivación	17
3.1.2 Reseña histórica de la motivación	17
3.1.3 Importancia de la motivación	18
3.1.4 Bases de la motivación	19
3.1.5 Características de la motivación	20
3.1.6 División de la motivación	20
3.2 El emprendimiento	21
3.2.1 Epistemología del emprendimiento	21
3.2.2. Concepciones y Reseña Histórica del Emprendimiento	22
3.2.3 Características del emprendimiento	23
3.3 Motivación del emprendimiento	23
3.3.1 Motivación y Emprendimiento	23
3.3.2 Ejes de la motivación emprendedora	24
3.3.3 Factores Motivadores para emprender	24
4.1 Variables	28
4.1.1 Motivaciones de emprendimiento	28
4.1.2 Motivación de los proyectos de emprendimiento	28

4.2 Definición de las variables	29
4.3 Traslado de las variables a los ítems.....	30
4.4 Diagrama sagital.....	33
4.5 Hipótesis	34
4.6 Enfoque y Alcance.....	34
4.7 Diseño	34
4.8. Unidad de análisis, tamaño de población y tipo de muestra.....	35
4.8.1. Tipo de población	35
4.8.2. Tipo de muestra	35
4.9 Procedimiento.....	35
4.10 Barreras de investigación	35
4.11 Instrumento de Medición.....	36
Introducción.....	51
CONCLUSIONES.....	54
Recomendaciones	56
Anexos	57

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 SITUACION PROBLEMÁTICA

Hoy en día, promover el emprendimiento en la educación es una clave esencial para que los alumnos asuman riesgos, sean independientes y tengan confianza en su futuro laboral. El emprendimiento en la educación, Para entender la importancia de este concepto, primero, debemos saber qué significa. El emprendimiento hace referencia a la actitud y aptitud para llevar a cabo un proyecto a través de ideas y oportunidades y afrontando las adversidades. El término se usa, sobre todo, en economía, en la que un emprendimiento es una iniciativa que asume un riesgo económico con la finalidad de aprovechar una oportunidad del mercado. (Fernandez, 2018).

La crisis son las que abren las oportunidades, ya que considero que con todo los que nos ha pasado en este año 2020, podríamos creer que este es un año muy malo, pero este es un año para empezar de nuevo. (Contreras, 2020)

En el momento actual el emprendimiento es impredecible, por la situación de desempleo y especialmente por la preocupante tasa juvenil. (Medrano, 2012)

La mayoría de los jóvenes deciden emprender por dificultad para encontrar empleo. (Blanco, 2012)

El emprendimiento y el autoempleo son formas para sobrepasar la crisis, para ello son necesarias las habilidades de emprendimiento concreto, tales como la inteligencia de mercado y la valoración del rol empresarial. (Rubio, 2019)

Un factor importante dentro de las intenciones de emprender en las personas es la educación, específicamente la universitaria. La educación despunta como una variable con alto potencial de influencia en el comportamiento emprendedor, sobre todo entre la población de estudiantes de enseñanza superior (Larriva, 2013)

La responsable de programas de emprendimiento de la ONG, Ana Alarcón, ha explicado en una rueda de prensa telemática con motivo del Día de la Juventud, que han observado este incremento del interés en un 40 % desde el mes de enero en comparación con el año anterior.

Creo que todo el que habla de emprendimiento coincide con que “emprender es difícil” y “la mayoría fracasará en el intento”, eso es una realidad innegable y sobre la cual podremos

encontrar infinitos artículos, bibliografía, documentales y datos en general. Esa realidad en este inicio del año 2020 parecería que es aún más real y que la coyuntura actual haría que cada día esta dificultad crezca. (Forbes, 2020).

Las consecuencias económicas ocasionadas por la pandemia han sido (y siguen siendo) aplastantes para muchos sectores. Suspensión de la actividad de innumerables empresas, desplome del Producto Interior Bruto del país, expedientes de regulación de empleo... En definitiva, la crisis del COVID-19 ha golpeado duramente a nuestra economía. Por ello, muchos profesionales, que han tenido que cerrar sus negocios o que han perdido su trabajo, deciden reinventarse y crear nuevos proyectos. ((Nextibs, 2020)).

Como jóvenes nos planteamos el reto de cambiar el tejido productivo de este país, siempre teniendo en cuenta que este cambio debe de estar basado en la cultura del esfuerzo y el emprendimiento.

Como adultos jóvenes la Universidad es un pilar contribuyente a la actividad emprendedora ya que estamos buscando emprender mientras estamos en nuestra formación como profesionales, así aportamos conocimiento y valores, y a esto sumado las actividades de transferencia tecnológica se nos hace más fácil crear ideas más innovadoras queriendo llegar a la creación de nuevas empresas como alternativa a la incorporación al mundo laboral y a su vez lograr completar nuestros estudios como parte de nuestra formación profesional.

En el último año, consecuencia directa de la pandemia sufrida por el Covid-19, la economía del país se ha ralentizado (por no decir parado). Muchos jóvenes no tienen la estabilidad económica para continuar con sus estudios u otras necesidades que necesitan para su diario vivir.

Convertirte en empresario implica asumir toda clase de responsabilidades y compromisos. Pero todo esfuerzo se ve recompensado cuando tu proyecto se hace realidad y va creciendo poco a poco. Las razones para emprender son la libertad, cumplir sueños, las ganas de ser tu propio jefe. esta experiencia te regalará grandes experiencias y aprendizajes.

Dicho lo anterior, se puede determinar:

¿Cuál ha sido la motivación de los jóvenes de la Universidad Católica de Honduras que los ha llevado a tomar la decisión de emprender en tiempos de pandemia?

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 Objetivo General

Identificar las motivaciones del emprendimiento que llevo a los estudiantes de la UNICAH a emprender negocios en tiempos de pandemia.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar cuáles son los logros personales y profesionales de los jóvenes estudiantes de la UNICAH al emprender en tiempos de pandemia.
- Establecer cuales son los tipos de motivaciones de los estudiantes de la UNICAH que los llevo a emprender en tiempos de pandemia.
- Determinar cuales son los tipos de emprendimiento que decidieron emprender los estudiantes de la UNICAH.

1.3 PREGUNTAS DE LA INVESTIGACION

- ¿Cuáles son los logros personales y profesionales de los jóvenes de la UNICAH al emprender en tiempos de pandemia?
- ¿Cuáles son los tipos de motivaciones de los estudiantes de la UNICAH que los llevo a emprender en tiempos de pandemia?
- ¿Cuáles son los tipos de emprendimiento que decidieron emprender los jóvenes estudiantes de la UNICAH?

1.4 JUSTIFICACIÓN

Como muchos saben los universitarios son personas llenas de sueños y pensamientos para su futuro constantemente preguntándose en que habrá después de su graduación.

Es por eso que a través de esta investigación tratamos de entender y exponer esos motivos por el cual los jóvenes tienen la necesidad constante de avanzar y crecer como

personas independientes motivo por el cual muchos jóvenes se proponen a innovar creando sus propios negocios a través de redes sociales así de igual forma trataremos de dar una explicación clara y concisa de el por qué y cómo los jóvenes generan sus propias oportunidades en estos tiempos de dificultad.

CAPITULO II

MARCO CONTEXTUAL

El propósito de esta parte es en primer lugar, delimitar el ambiente sobre el cual se desarrollará la investigación sobre Las motivaciones en estudiantes y los emprendimientos en tiempo de pandemia la cual se llevará a cabo en el Campus San Pedro y San Pablo de la Universidad Católica de Honduras.

2.1. Historia de la UNICAH

Creada de acuerdo al derecho canónico en junio de 1992, fue autorizada oficialmente el 04 de diciembre del mismo año e inicio sus actividades académicas el 03 de febrero de 1993, día de la Virgen de Suyapa, en las instalaciones del antiguo seminario menor de San José. La Universidad Católica De Honduras, Nuestra Señora Reina de la Paz, es una institución de educación superior que pertenece a la iglesia católica y se rige tanto por el derecho canónico como por las leyes de Honduras. (Universidad Católica de Honduras, 2016)

2.2. Visión

Para el 2015 seremos una institución con un sistema integrado, certificado y acreditado de educación, donde:

- La formación católica es nuestro pilar fundamental en el desarrollo de profesionales líderes
- Con alta capacidad intelectual
- Con valores claros
- Con consecuencia crítica y principios éticos que contribuyan a la construcción de una nueva sociedad.

2.3. Misión

Somos una universidad católica, que garantiza la presencia del catolicismo en la educación superior de Honduras y nuestra formación integral es en función de las distintas dimensiones del ser humano; lo moral, lo espiritual, lo científico, lo técnico y lo religioso

2.4 Facultades

La Universidad cuenta con 16 facultades:

- Ingeniería Civil
- Ingeniería Industrial
- Ingeniería en Ciencias de La Computación
- Ingeniería Ambiental
- Arquitectura
- Medicina y Cirugía
- Cirugía Dental
- Psicología
- Enfermería
- Gestión Estratégica de Empresas
- Finanzas
- Mercadotecnia
- Derecho
- Comunicaciones
- Relaciones Internacionales
- Teología

Cuenta también con 17 postgrados:

- Maestría Gerencia en Servicios de Salud
- Maestría en Psicología
- Endodoncia
- Periodoncia
- Ortodoncia
- Maestría en Gestión de Proyectos
- Maestría en Economía y Finanzas
- Maestría en Gestión de la Calidad Total
- Maestría en Administración de Empresas
- Maestría en Gestión de Negocios
- Maestría en Organizaciones Microfinancieras
- Doctorado en Ciencias Administrativas
- Maestría en Relaciones Internacionales
- Maestría en Derecho

- Maestría en Teología Espiritual
- Maestría en Ciencias Religiosas
- Doctorado en Teología Bíblica Espiritual

2.5 Campus

La Universidad Católica de Honduras cuenta con 11 distintos campus localizados en distintos departamentos del país:

- Sagrado Corazón de Jesús (Tegucigalpa)
- Santiago Apóstol (Danlí)
- San Pedro y San Pablo (San Pedro Sula)
- Dios Espíritu Santo (Choluteca)
- Santa Rosa de Lima (Santa Rosa de Copán)
- Santa Clara (Juticalpa)
- San Isidro (La Ceiba)
- Jesús Sacramentado (Siguatepeque)
- San Jorge (Olanchito)
- Campus Corporativo San José (Tegucigalpa)
- Campus Espiritual El Tabor (Tegucigalpa)

CAPITULO III

MARCO TEORICO

Teniendo en consideración lo estipulado en el marco contextual, y basado en lo delimitado en el planteamiento del problema y objetivos de investigación, es preciso concretar los aspectos teóricos que amparan este estudio.

Seguidamente se enuncian tres ramas que engloban las diferentes variables que abarca el estudio. Las variables en cuestión son la motivación y el emprendimiento respectivamente. Por último, se expone la relación entre ambas variables, todo esto basado en la información publicada por autores que han estudiado estos diferentes temas previamente.

3.1 La motivación

3.1.1 Epistemología de la motivación

La palabra motivación se deriva del vocablo latino “movere”, que significa mover. La motivación es el combustible que mueve a todo emprendedor. Saber identificar las fuentes para alcanzar esa motivación es vital para el éxito empresarial.

(Trecheras, 2005) explica que, etimológicamente, el término motivación procede del latín motus, que se relaciona con aquello que moviliza a la persona para ejecutar una actividad. De esta manera, se puede definir la motivación como el proceso por el cual el sujeto se plantea un objetivo, utiliza los recursos adecuados y mantiene una determinada conducta, con el propósito de lograr una meta

(Ajello, 2003) señala que la motivación debe ser entendida como la trama que sostiene el desarrollo de aquellas actividades que son significativas para la persona y en las que esta toma parte. En el plano educativo, la motivación debe ser considerada como la disposición positiva para aprender y continuar haciéndolo de una forma autónoma.

De acuerdo con (Santrock, 2002), la motivación es “el conjunto de razones por las que las personas se comportan de las formas en que lo hacen. El comportamiento motivado es vigoroso, dirigido y sostenido”

3.1.2 Reseña histórica de la motivación

De acuerdo con las explicaciones brindadas por (Herrera, 2004), la evolución histórica de la interpretación sobre la motivación puede resumirse de la siguiente manera:

Entre la década de 1920 hasta mediados de la década de 1960, el tema de la motivación estuvo asociado con la investigación experimental, sobre aspectos como la conducta motora, el instinto y el impulso. En ese periodo, se buscaba determinar qué es lo que conduce a un organismo a restaurar su estado de equilibrio u homeostasis, con base en factores externos determinantes de la motivación, como los refuerzos. la motivación estuvo asociada con la investigación experimental, sobre aspectos como la conducta motora, el instinto y el impulso. En ese periodo, se buscaba determinar qué es lo que conduce a un organismo a restaurar su estado de equilibrio u homeostasis, con base en factores externos determinantes de la motivación, como los refuerzos.

Después de la década de 1960, aparecieron las teorías cognitivas de la motivación, centradas en la experiencia consciente, el interés por la motivación de rendimiento y su importancia, junto con los logros en la vida personal. Por ejemplo, la teoría de Atkinson (citado por (Herrera, 2004)) señala que la motivación de rendimiento se determina por el valor otorgado a la meta y las expectativas por lograrla, teniendo en cuenta las características de las personas con alta o baja necesidad de rendimiento, ansiedad y control interno.

A partir de la década de 1970 hasta la actualidad, la tendencia está marcada por las teorías cognitivas, en las que se destaca la importancia de algunos de sus elementos constitutivos; entre ellos, el autoconcepto, como elemento central de las teorías motivacionales. Diferentes estudios se refieren a aspectos tales como el papel de la atribución causal, la percepción de competencia, la percepción de control, las creencias sobre capacidad y autoeficacia y la indefensión aprendida, entre otros.

3.1.3 Importancia de la motivación

Todo emprendedor necesita un objetivo claro hacia el que dirigirse. Alcanzar esa meta debe convertirse en la principal motivación para trazar una ruta que te lleve al éxito. Con el inicio de un nuevo año y la finalización de otro, es un momento oportuno para hacer un balance y revisar los triunfos y fracasos. Cada empresario puede tener motivaciones diferentes. Muchas veces pueden estar relacionadas con el dinero, y otras con la mentalidad puesta en convertir un sueño en realidad. (IDEAS, 2015)

El principal motor de la motivación de los emprendedores es el logro. Tal afirmación no es nueva, ya que se ha manejado desde la década de los años 60, de acuerdo a las investigaciones realizadas por los especialistas. (McClelland, 1961)

En este punto puedes preguntarte qué motiva a los emprendedores a asumir determinados riesgos y salir airoso en los desafíos.

Primero hay que puntualizar que la motivación en la vida de un emprendedor es vital, pues sin ella no hay incentivos, no existe un espíritu ganador. No solo se trata de hacer dinero, también hay que sentir la emoción por competir, por la búsqueda de la aventura y acariciar el placer de la creación. (Figueroa, 2018)

La motivación también va de la mano con que tú, como emprendedor, alcances la satisfacción de un buen trabajo en equipo, el anhelo de la realización personal y el merecido reconocimiento público por los objetivos alcanzados. (Figueroa, 2018)

3.1.4 Bases de la motivación

Si enfocamos la motivación como un proceso para satisfacer necesidades, surge lo que se denomina el ciclo motivacional, cuyas etapas son las siguientes: (Winslet, 2009)

- Homeostasis. Es decir, en cierto momento el organismo humano permanece en estado de equilibrio.
- Estímulo. Es cuando aparece un estímulo y genera una necesidad.
- Necesidad. Esta necesidad (insatisfecha aún), provoca un estado de tensión.
- Estado de tensión. La tensión produce un impulso que da lugar a un comportamiento o acción.
- Comportamiento. El comportamiento, al activarse, se dirige a satisfacer dicha necesidad. Alcanza el objetivo satisfactoriamente.
- Satisfacción. Si se satisface la necesidad, el organismo retorna a su estado de equilibrio, hasta que otro estímulo se presente. Toda satisfacción es básicamente una liberación de tensión que permite el retorno al equilibrio homeostático anterior.

3.1.5 Características de la motivación

Según (Uriarte, 2020)

1. Proceso psicológico interno: La motivación es un fenómeno psicológico que no puede medirse u observarse directamente, solo se puede evaluar a través de los comportamientos que desencadena y de los resultados que logra.
2. Fenómeno individual: Aunque muchas personas pueden ser motivadas aplicando los mismos estímulos, muchas otras podrían reaccionar de un modo diferente al esperado, por eso es importante conocer a quién va dirigida la motivación.
3. Compleja: La motivación reviste bastante complejidad de análisis, ya que integra aspectos cognitivos y afectivos, así como conscientes e inconscientes.
4. Extrínseca o intrínseca: Se habla de motivación extrínseca cuando esta viene desde el afuera, en general asociada a una recompensa (material o no). Por el contrario, la motivación intrínseca obedece a factores o impulsos internos del sujeto.
5. Intencional o propositiva: Al estar orientada hacia una meta u objetivo claramente planteado a priori, la motivación logra una actitud positiva y hace que la tarea se encare con energía. A menudo la persona logra una reconfortante sensación de control sobre la actividad que realiza y los resultados que obtiene.

3.1.6 División de la motivación

La motivación se divide (MASLOW, 1908)

- 1) Motivación intrínseca: La motivación intrínseca está centrada en el propio individuo, y se refiere a llevar a cabo una conducta porque resulta interesante,

placentera o agradable para la persona. De esta forma, la actividad se realiza por una satisfacción inherente en vez de presiones o recompensas externas.

- 2) Motivación extrínseca: Es un tipo de motivación transitoria que se refiere a la energía que aparece para llevar a cabo una determinada conducta con el objetivo de obtener algún beneficio externo, aunque esa actividad no es experimente como intrínsecamente interesante.
- 3) Motivación positiva: Se trata de comenzar una serie de actividades con el fin de lograr algo que resulta deseable y agradable, teniendo una connotación positiva. Se acompaña de un logro o bienestar al hacer la tarea que refuerza la repetición de dicha tarea.
- 4) Motivación negativa: La motivación negativa conlleva la realización de conductas para evitar resultados desagradables. Por ejemplo, fregar los platos para evitar una discusión o estudiar para evitar el suspenso de una asignatura.
- 5) Motivación primaria: Se refiere a la actuación del individuo por mantener su estado de homeostasis o equilibrio en el organismo. Es innata, ayuda a la supervivencia y está presente en todos los seres vivos.
- 6) Motivación social: La motivación social está relacionada con la interacción entre individuos, e incluye la violencia o agresión, que se da si existen ciertas claves externas que la desencadenan.

3.2 El emprendimiento

3.2.1 Epistemología del emprendimiento

La palabra emprendimiento es de origen francés entrepreneur que significa 'pionero'. (Furetière, 1609)

La definición anterior puede complementarse con las siguientes definiciones acerca de la actividad emprendedora:

“La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio” (Kundel, 1991).

“Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” (Stevenson, 1983)

3.2.2. Concepciones y Reseña Histórica del Emprendimiento

El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores.

Expresa que tiempo después el economista francés (Say, 1803), hizo un interesante aporte a la definición de Cantillon. Afirmó que el “entrepreneur” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. (Burnett, 2000)

El hecho de que el éxito emprendedor no sólo es importante para un individuo, sino también para la toda la sociedad; y que este autor afirma que un país dotado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que principalmente halla individuos dedicados al arte o a la ciencia. (Say, 1803)

El primer economista importante en retomar el concepto de Say fue Joseph Schumpeter en 1911, en su libro “La Teoría de la dinámica económica”. Este autor planteó la existencia del desequilibrio dinámico, causado por el empresario innovador, y llamó a las tareas que realizan este tipo de empresarios “destrucción creativa” (Drucker, 1985)

3.2.3 Características del emprendimiento

Este autor, citado por (Gunning, 2000), identifica tres características que considera esenciales para que un individuo sea considerado emprendedor:

- 1) La primera tiene que ver con que el emprendedor es un evaluador. Es decir que calcula beneficios y costos numéricos, en base a los mismos realiza elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción.
- 2) La segunda característica es la de empresario, el emprendedor construye la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercaderías.
- 3) Por último, rescata que el emprendedor “soporta” la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo.

3.3 Motivación del emprendimiento

3.3.1 Motivación y Emprendimiento

El término “emprendedor” es un concepto muy amplio; para esta investigación se asumió la definición propuesta por (Moriano, 2001) “La persona que pone en marcha una iniciativa empresarial, crea su propia empresa, solo o asociado con otros promotores, asumiendo los riesgos financieros que esto supone, aportando su trabajo y ocupándose de la dirección de la empresa”

Precisamente, esta investigación se originó en el deseo de contribuir al reconocimiento de la importancia del individuo en el proceso del emprendimiento, enfocándose en el estudio de las motivaciones, por ser el primer paso en dicho proceso. Aunque se han realizado diversas investigaciones tendientes a encontrar las motivaciones de los emprendedores en diferentes países del mundo, los resultados de éstas no son universales, pues la cultura en la cual nos desarrollamos ejerce una gran influencia en todos los aspectos humanos (Hofstede, 1983), (Shane, 2003))

La actividad emprendedora, ya sea por genuino interés o por necesidad, es importante si consideramos la salud económica y social de una sociedad. Desde el punto de vista social, porque brinda oportunidades de trabajar y crear fuentes de trabajo y, desde el punto de vista económico porque contribuye con la generación de riqueza (Carbonell, 2010).

Encontraron en su estudio que la mayoría de los emprendedores financiaron la creación de su empresa con ahorros personales y de la familia. Al respecto afirma que, no obstante, las evidencias acerca de la importancia de la creación de empresas para el desarrollo económico, las nuevas empresas presentan dificultades para su consolidación y desarrollo, debido a dificultades en el acceso a financiamiento, tanto por el racionamiento de crédito y capital como por unas condiciones financieras muy desfavorables. (Kantis, 2004)

3.3.2 Ejes de la motivación emprendedora

Para cumplir con el objetivo principal de este trabajo, en primer lugar, se siguió el enfoque metodológico de Courtés, como introductorio a la lingüística del discurso, y que se basa en los trabajos de Greimás, (Courtes, 1980). De este modo se aplicó el modelo actancial de Greimás para agrupar los factores a ser investigados. El modelo actancial supone tres ejes:

- 1) El eje del deseo que media la relación entre el Sujeto y el Objeto, (en este caso entre el Potencial emprendedor/a como sujeto y el Emprendimiento propio como el objeto.
- 2) El eje de la comunicación que conecta el Destinatario y el Destinador a través del objeto, (en este caso, suponiendo que el objeto sea la empresa, el destinador es el Mercado en el sentido que posibilita al sujeto cumplir con su deseo, tornándose el destinatario de una empresa propia, es decir un Empresario/a.
- 3) El eje del poder que media la relación entre el Adyuvante y el Oponente a través del sujeto, (en este caso los adyuvantes y los oponentes actúan sobre el sujeto en relación con la posibilidad de obtener el objeto, es decir son los factores que contribuyen con el Éxito o Fracaso en la tarea de tener y sostener una empresa propia.

3.3.3 Factores Motivadores para emprender

En la elaboración de las alternativas que se le presentaron a los encuestados se tuvo en cuenta que un factor es motivador cuando se constituye como “un conjunto de fuerzas que impulsan, dirige y mantienen cierta conducta”, (Hitt, 2003)

En este caso hacia la satisfacción del deseo de tener y mantener un emprendimiento propio.

En este sentido muchos estudios prueban exactamente lo contrario, o sea, que principalmente en los primeros años es necesario aportar capital de giro para permitir el desarrollo del emprendimiento y el flamante empresario/a debe tener ahorros propios suficientes para poder sobrevivir. De este modo en la práctica parece ocurrir lo opuesto: el nuevo empresario/a pasaría a tener dependencia económica de otras fuentes externas a su emprendimiento, esto al menos hasta consolidarse (Longenecker, 2009)).

En cuanto a la independencia laboral, que también aparece como un factor motivador relevante, corrobora lo que diversos estudios muestran como una posición casi unánime: que los jóvenes no consideran más sus empleos como un proyecto de vida, ((Dolabela, 2005))

En los emprendedores/as nacientes, si bien la independencia económica continúa siendo un factor importante, pasa a tener más relevancia el desarrollo personal, entendido como la posibilidad de crecimiento en experiencia, aprendizaje y estatus social.

En el caso de los emprendedores/as consolidados retorna el factor de la independencia económica como el más relevante, y en este sentido coinciden con lo que se corroboró con un gran número de encuestas, ((Bygrave, 2011)y (Zacharakis, 2011)

Al mismo tiempo aparecen otras variables con igual puntuación que son el hecho de poder “manejar” los tiempos propios y trabajar en lo que les interesa. La proposición “manejar los tiempos propios” surgió de las entrevistas en profundidad y parece ser lo que mejor define como independencia, en términos de tiempo, el hecho de poder decidir cuándo trabajar y cuándo hacer otra cosa, o citando a Rodríguez Ramírez “el sentimiento por controlar su destino”, (Rodriguez, 2009).

Los emprendedores/as entrevistados coincidieron con que disponer del capital necesario (o de más que el necesario) no es un factor suficiente para motivar a emprender un negocio propio. Los tres grupos tendieron a considerar esta cuestión como neutra o indiferente, lo que sería una buena noticia para los que entienden que disponer de capital en exceso para un

emprendedor/a iniciante sería contraproducente porque tendería a derrochar sus recursos financieros y a no esforzarse para ser eficiente (casas, 2008).

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

4.1 Variables

Las variables por percatarse en la investigación son:

X1: Motivación que conduce a los jóvenes a emprender en tiempos de pandemia

X2: Motivaciones de los proyectos de emprendimiento

4.1.1 Motivaciones de emprendimiento

La motivación es el combustible que mueve a todo emprendedor. Todo emprendedor necesita un objetivo claro hacia el que dirigirse. Alcanzar esa meta debe convertirse en la principal motivación para trazar una ruta que te lleve al éxito. **El principal motor de la motivación de los emprendedores es el logro.**

4.1.2 Motivación de los proyectos de emprendimiento

La motivación de emprendimiento son una forma de comenzar con la creación de un negocio, lo que ayudará a sentar las bases de lo que posteriormente será una idea de negocio.

4.2 Definición de las variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional
<p>X 1</p> <p>Motivación</p>	<p>La motivación es el conjunto aspectos materiales y psicológicos que dan al individuo satisfacción a sus necesidades básicas, provocando un comportamiento diferente que logra obtener un mejor resultado dentro de los objetivos de una empresa. (Robbins, 1999)</p>	<p>Esta variable se medirá con una encuesta en línea diseñada por los autores.</p> <p>Esta variable se medirá con 7 preguntas cerradas y 1 pregunta abierta.</p>
<p>Y1</p> <p>Emprendimiento</p>	<p>El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. (Timmons, 1989)</p>	<p>Esta variable se medirá con una encuesta en línea diseñada por los autores.</p> <p>Esta variable se medirá con 7 preguntas cerradas y 1 pregunta abierta.</p>

4.3 Traslado de las variables a los ítems

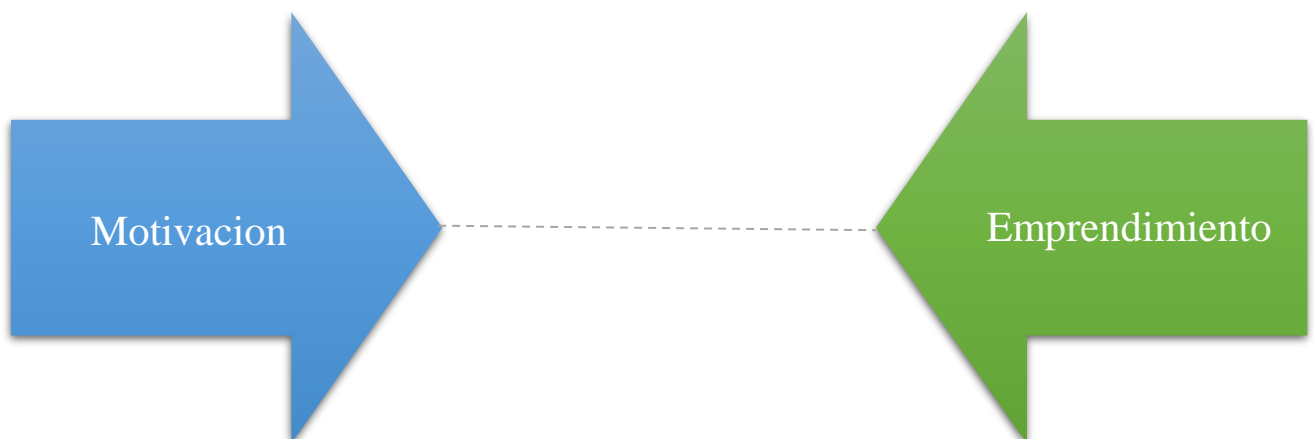
Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
X Motivación	Alcanzar autonomía	Evaluar situaciones que llevaron al joven a tener su propio negocio.	<p>¿Cuál fue el motivo para realizar un emprendimiento propio?</p> <ul style="list-style-type: none"> a) No depender de nadie b) no tener jefes c) reto de tener mi propio negocio d) Otro: (especifique) <p>El emprender un negocio te ayudo a:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Obtener autonomía b) Enseñanza de manejo de ventas c) Aprender a lidiar con clientes d) Saber competir e) Otros: (especifique)
	Obtener logros	Medir en los estudiantes la motivación de lograr algo en la vida.	<p>¿Qué logros obtuvo al emprender durante esta pandemia?</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Cubrir necesidades personales b) Cubrir necesidades familiares c) Otro: (especifique) <p>La mayor satisfacción que deseo obtener en el emprendimiento es:</p>

			<p>a) Saber que se reconocen mis capacidades</p> <p>b) Poder coordinar los esfuerzos familiares.</p> <p>c) Estimular la participación de la familia</p> <p>d) Otro: (especifique)</p> <p>¿Considera usted que la actual crisis económica fue el motor que lo motivo a emprender?</p> <p>Explique su respuesta:</p> <p>¿Cuál de las siguientes opciones fue la que lo motivo a emprender en tiempo de pandemia?</p> <p>a) Necesidad económica</p> <p>b) Siempre deseo su propio negocio</p> <p>c) Ayuda a la familia</p> <p>d) Otro: (especifique)</p>
	Necesidad económica	Identificar en los jóvenes si fue una situación económica que lo motivo a emprender su propio negocio	
Y Emprendimiento	Surgimiento de la idea	Identificar si la idea de emprendimiento fue propia o fue proporcionada por otra persona	<p>El tipo de emprendimiento se debió a:</p> <p>a) Habilidades</p> <p>b) Conocimiento técnico en la elaboración del producto</p> <p>c) Tradición familiar</p> <p>d) Otro: (especifique)</p> <p>¿De dónde surgió la idea de emprender?</p>

	Identificar oportunidad de negocio	Determinar si los jóvenes visualizaron la oportunidad en el entorno en que se desenvuelven	<p>a) Idea personal</p> <p>b) Idea grupal</p> <p>c) Idea familiar</p> <p>d) Otro: (especifique)</p> <p>¿El entorno en el que usted se encuentra fue un detonante de su idea de emprender?</p> <p>a) De acuerdo</p> <p>b) Totalmente de acuerdo</p> <p>c) En Desacuerdo</p> <p>d) Totalmente en desacuerdo</p> <p>Barreras que se han presentado en el emprendimiento</p> <p>a) Falta de recursos materiales</p> <p>b) Falta de recursos económicos</p> <p>c) Falta de conocimiento técnico.</p> <p>d) Otro: (especifique)</p>
	Rubro del negocio	Identificar el rubro en el que el joven decidido realizar su emprendimiento	

			<p>¿En qué rubro se ejerce su negocio?</p> <p>a) Textil</p> <p>b) Electrodomésticos</p> <p>c) Bisutería</p> <p>d) Turístico</p> <p>e) Cosmetología</p> <p>f) Otro: (especifique)</p>
--	--	--	---

4.4 Diagrama sagital



4.5 Hipótesis

Este tipo de emprendedor normalmente nace de un ambiente universitario o centros de investigación, y son influenciados o reciben soporte de las denominadas motivaciones para emprender. Por lo general la innovación tiene un poco de riesgo o mucho porque el modelo de negocio depende mucho de un producto innovador, que permite crear un mercado nuevo o sustituir un mercado existente.

4.6 Enfoque y Alcance

La investigación tiene un enfoque cuantitativo al tener presente un conjunto de estrategias y procedimientos probatorios para lograr una mayor precisión y eficacia a lo largo del trabajo. (Hernández & Fernández , 1997)

Dentro de un alcance descriptivo-correlacional, En la cual se tuvo una estrategia de investigación que explica las características y relación existente de los fenómenos que se sometieron al análisis, al evaluar detalladamente el grado de asociación entre las dos variables que se estudiaron, la medición de cada una, cuantificamos y analizamos su concordancia. (Hernández & Fernández , 1997).

4.7 Diseño

En esta investigación se utilizó un diseño de tipo no experimental transversal descriptivo-correlacional. Como establece (Sampieri, Fernandez, & Baptista, 2010), estos diseños indagan la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población, son estudios puramente descriptivos.

4.8. Unidad de análisis, tamaño de población y tipo de muestra

Serán los estudiantes de la Universidad Católica de Honduras que están recibiendo clases online.

4.8.1. Tipo de población

El tipo de población a la que va dirigida esta investigación son los estudiantes de la Universidad Católica de Honduras.

Será en el campus San Pedro San Pablo

4.8.2. Tipo de muestra

La muestra fue de carácter probabilístico ya que la investigación se seleccionó estudiantes de la Universidad Católica de Honduras que están cursando asignaturas bajo la modalidad de educación completamente virtual.

Como lo establece, (Sampieri, Fernandez, & Baptista, 2010) en las muestras probabilísticas todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis

4.9 Procedimiento

Primero elegimos el tema entre todos planteamos el problema de la investigación también establecimos la hipótesis determinemos la muestra poblacional entre otras cosas etc. Nos pusimos de acuerdo las horas que teníamos o que podíamos reunirnos entre todos para poder realizar el trabajo nos reunimos vía zoom y así localizamos la información para dicha investigación todo lo realizamos utilizando el internet.

4.10 Barreras de investigacion

Uno de los inconvenientes que se nos puede presentar sería que algunas de las personas no respondieran la encuesta enviada, lo que esto haría que buscaremos más personas de las

establecidas para poder lograr completar los 60 encuestados que se necesitan para nuestra investigación.

4.11 Instrumento de Medición

Nuestro instrumento de medición será una encuesta en línea personalizada con un diseño propio de los autores que se realizará mediante el navegador de google en el area de workspace donde nos permite crear formularios personalizados para encuesta de forma gratuita, y esto nos facilitará un link en cual será enviado a todos nuestros encuestados.

El link es:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScO_MBQo8fvnBmxqUXuulJVg6o6eEAHpnlpydZ8BLDm4F_I9A/viewform?vc=0&c=0&w=1&flr=0

CAPITULO V

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Introducción

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta aplicada a los estudiantes de la Universidad Católica de Honduras sobre las motivaciones de emprendimiento en tiempos de pandemia.

En esta parte se da respuesta a los tres objetivos específicos planteados en la investigación, sobre Las Motivaciones en los estudiantes de la UNICAH y los emprendimientos en tiempos de pandemia.

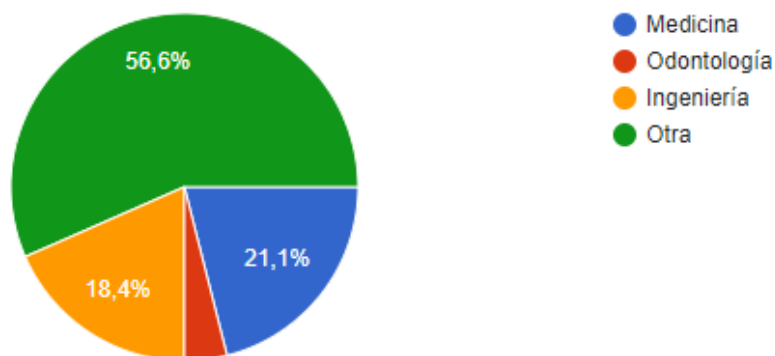
Se realizaron dos preguntas de carácter general, las cuales se presentan a continuación:

1) Carrera

Grafica No 1: Carreras que cursan los encuestados

Carrera

76 respuestas



Fuente: Instrumento de recolección de datos elaborado por los autores utilizando la aplicación

Forms. https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScO_MBQo8fynBmxqUXuulJVg6o6eEAHpnLpydZ8BLDm4F_I9A/viewform?vc=0&c=0&w=1&flr=0

Análisis

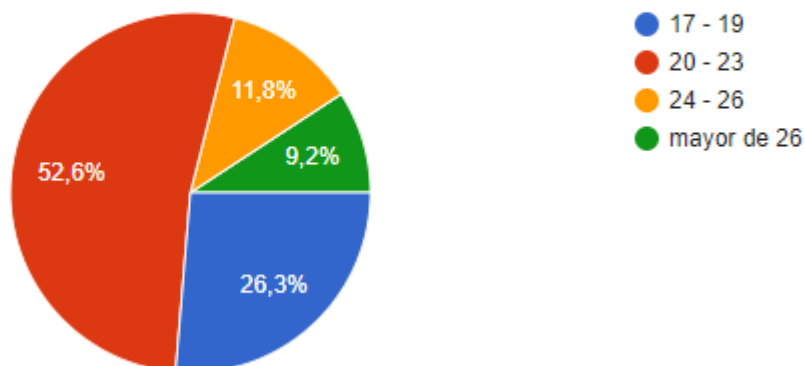
El 56,6% de los encuestados pertenece a otra carrera no mencionada, el 21,1% pertenece a la carrera de Medicina y Cirugía, un 18,4% es de la carrera de ingeniería, mientras que un 3,9% pertenece a la carrera de odontología.

2) Edad

Gráfico N° 2: Rango de Edad en el que se encuentran los encuestados

Edad

76 respuestas



Fuente: Instrumento de recolección de datos elaborado por los autores utilizando la aplicación

Forms.https://docs.google.com/forms/d/1sg9Ra4YVOGbl0jUWlf6jKbDsDgAMf9h6lOYTDlZfSbk/viewform?ts=606638b9&gxids=7628&edit_requested=true&fbzx=5096294847609379815

Análisis

La mayoría de los encuestados se encuentra entre los 20 y 23 años de edad esto simboliza un 52,6%, un 26,3% de los encuestados se encuentra entre los 17 y 19 años de edad, un 11,8% entre los 24 y 26 años de edad, por último, un 9,2% de los encuestados es mayor de 26.

Objetivo específico 1

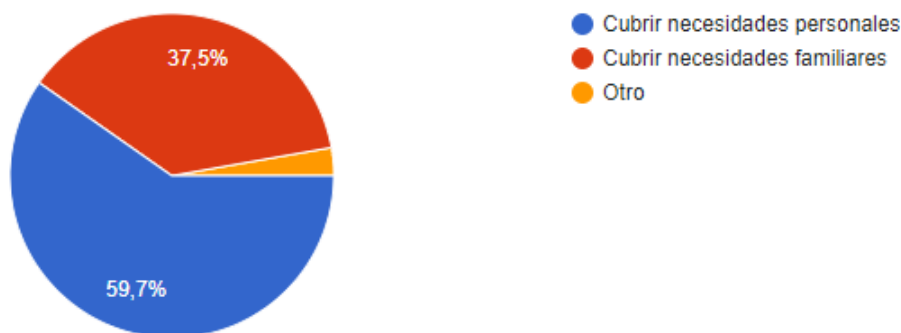
Identificar cuáles son los logros personales y profesionales de los jóvenes estudiantes de la UNICAH al emprender en tiempos de pandemia.

Con este objetivo se busca conocer los logros personales y profesionales de los jóvenes estudiantes de la UNICAH. Tiene como propósitos establecer cuales son los beneficios del emprendimiento en los jóvenes estudiantes de la UNICAH.

Gráfico N° 3: identificar los logros al emprender durante la pandemia

¿Qué logros obtuvo al emprender durante esta pandemia?

72 respuestas



Fuente: Instrumento de recolección de datos elaborado por los autores utilizando la aplicación

Forms.https://docs.google.com/forms/d/1sg9Ra4YVOGbl0jUWlf6jKbDsDgAMf9h6IOYTD1ZfSbk/viewform?ts=606638b9&gxids=7628&edit_requested=true&fbzx=5096294847609379815

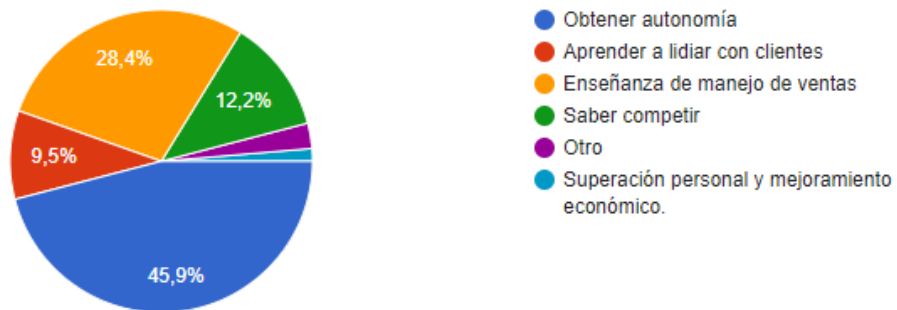
Análisis

Al 59,7% de los encuestados los logros que obtuvieron al emprender durante la pandemia les ayudo a cubrir necesidades personales, y al otro 37,5% logro cubrir las necesidades familiares mientras que un pequeño porcentaje el logro que obtuvo al emprender fue otro.

Gráfico N°4: Establecer en que les ayudo el emprender un negocio

El emprender un negocio te ayudo a:

74 respuestas



Fuente: Instrumento de recolección de datos elaborado por los autores utilizando la aplicación

Forms.https://docs.google.com/forms/d/1sg9Ra4YVOGbl0jUWlf6jKbDsDgAMf9h6IOYTD1ZfSbk/viewform?ts=606638b9&gxids=7628&edit_requested=true&fbzx=5096294847609379815

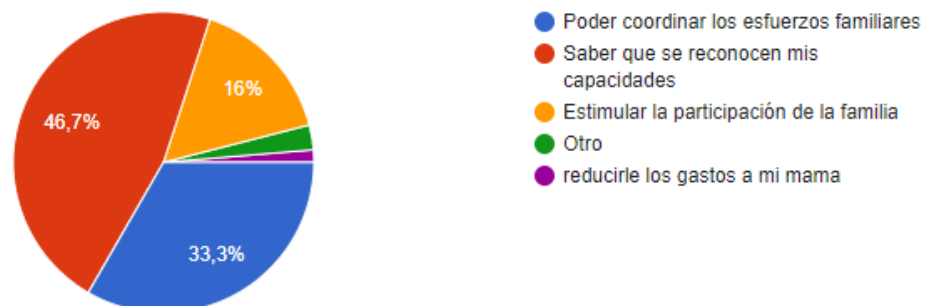
Análisis

El 45,9% de los encuestados el emprender les ayudo a obtener autonomía, a un 28,4% les enseñó al manejo e ventas, mientras que a un 12,2% les ayudo a competir, un 13.5% les ayudo a otro motivo como; la superación personal y mejoramiento económico.

Gráfico N°5: Determinar la mayor satisfacción que deseo obtener en el emprendimiento

La mayor satisfacción que deseo obtener en el emprendimiento es:

75 respuestas



Fuente: Instrumento de recolección de datos elaborado por los autores utilizando la aplicación

materiales, para un 14,3% se encuentran otros tipos de barreras, por ejemplo; la falta de comunicación, falta de apoyo, falta de comunicación con los clientes, entre otros.

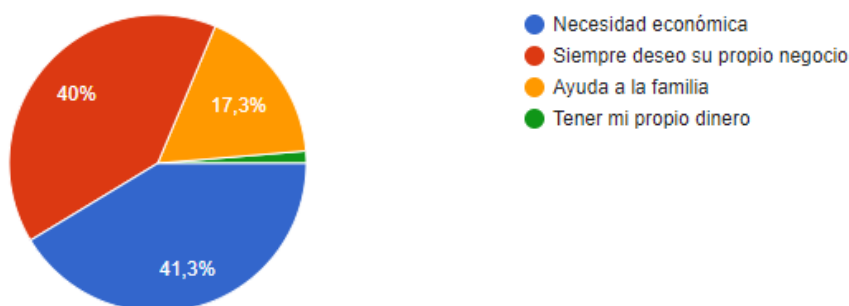
Objetivo específico 2

Establecer cuáles son los tipos de motivaciones de los estudiantes de la UNICAH que los llevo a emprender en tiempos de pandemia.

En este objetivo se busca determinar los tipos de motivaciones de los estudiantes de la UNICAH que los llevo a emprender. Se busca establecer de donde surgió la idea del emprendimiento, los detonantes por los cuales se decidió emprender entre otros.

Gráfico N°7: identificar cual es el motivo que lo llevo a emprender en tiempos de pandemia.

¿Cuál de las siguientes opciones fue la que lo motivo a emprender en tiempo de pandemia?
75 respuestas



Fuente: Instrumento de recolección de datos elaborado por los autores utilizando la aplicación

Forms.https://docs.google.com/forms/d/1sg9Ra4YVOGbl0jUWlf6jKbDsDgAMf9h6lOYTD1ZfSbk/viewform?ts=606638b9&gxids=7628&edit_requested=true&fbzx=5096294847609379815

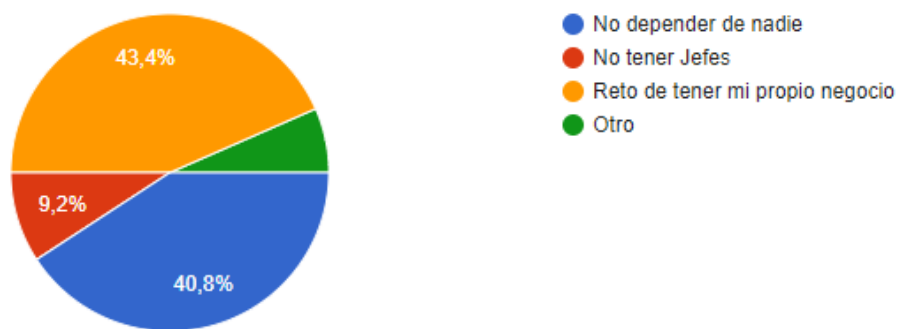
Análisis

Para el 40% el emprendimiento se debió a las necesidades económicas que se presentaron en tipos de pandemia, el 40% se debió al deseo de tener su propio negocio, el 17,3% fue por ayudar a su familia y para el 1,5% fue para tener su propio dinero.

Gráfico N°8: determinar el motivo por el cual decidió emprender

¿Cuál fue el motivo para realizar un emprendimiento propio?

76 respuestas



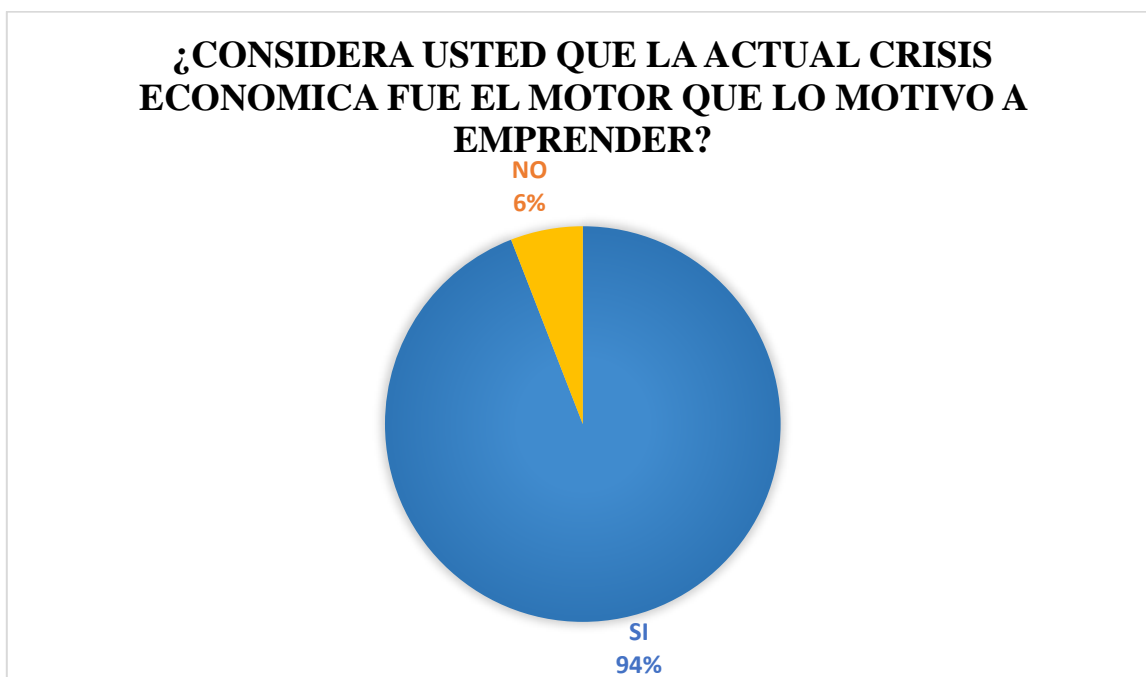
Fuente: Instrumento de recolección de datos elaborado por los autores utilizando la aplicación

Forms.https://docs.google.com/forms/d/1sg9Ra4YVOGbl0jUWlf6jKbDsDgAMf9h6IOYTD1ZfSbk/viewform?ts=606638b9&gxids=7628&edit_requested=true&fbzx=5096294847609379815

Análisis

El 43,4% de los encuestados fue por retarse a si mismo de tener su propio negocio, el 40,8% fue para no depender de nadie, mientras que un 9,2% fue para no tener jefes, un 6,6% fue por otro motivo que se desconoce.

Gráfico N°9: Medir si la actual situación de nuestro país fue el motivo por el cual decidió emprender



Fuente: Instrumento de recolección de datos elaborado por los autores utilizando la aplicación

Forms.https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpOLScO_MBQo8fynBmxqUXuulJVg6o6eEAHpnLpydZ8BLDm4F_19A/viewform?vc=0&c=0&w=1&flr=0

Análisis

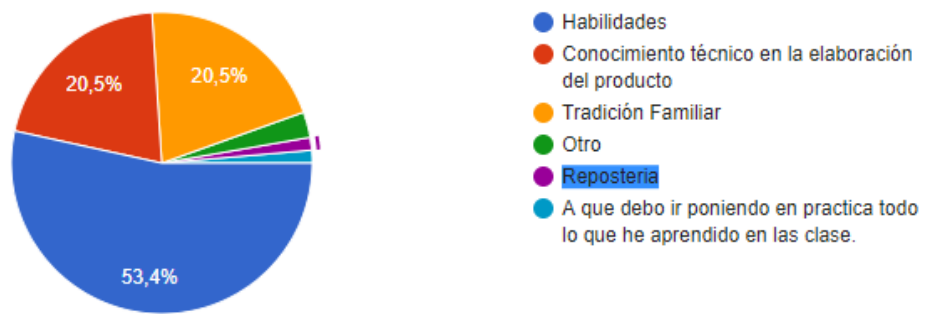
Para un 94% de los encuestados la actual situación del país fue motor de motivación para emprender, mientras que para un 6% no lo considera de la misma forma.

Para la mayoría del alumnado entrevistado la pandemia que tuvo sus inicios en marzo de 2020 en nuestro país, fue el motivo por el cual decidieron emprender debido a los diferentes problemas económicos que se presentó durante este tiempo.

Gráfico N°10:

El tipo de emprendimiento se debió a:

73 respuestas



Fuente: Instrumento de recolección de datos elaborado por los autores utilizando la aplicación

Forms. https://docs.google.com/forms/d/1sg9Ra4YVOGbl0jUWlf6jKbDsDgAMf9h6IOYTD1ZfSbk/viewform?ts=606638b9&gxids=7628&edit_requested=true&fbzx=5096294847609379815

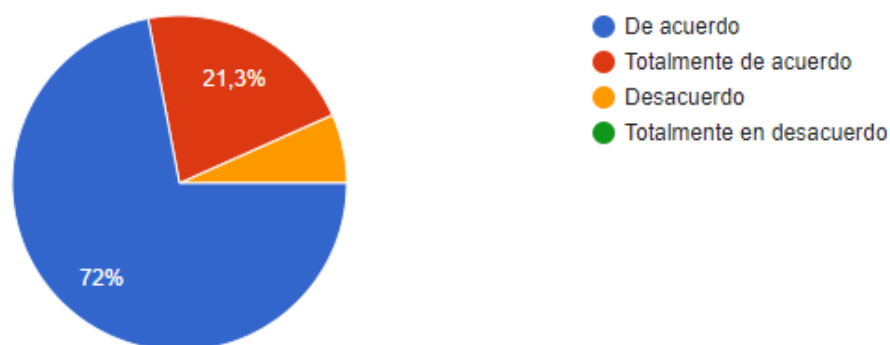
Análisis

El 53,4% de los encuestados el tipo de emprendimiento se debió a sus habilidades, un 20,5% se debió al conocimiento técnico en la elaboración del producto, al igual que los que emprendieron por tradición familiar obtuvieron un 20,5%, mientras que un pequeño porcentaje de 5,6% fue debido a otros tipos de emprendimiento.

Gráfico N° 11: Determinar si el entorno actual es un detonante para el emprendimiento

¿El entorno en el que usted se encuentra fue un detonante de su idea de emprender?

75 respuestas



Fuente: Instrumento de recolección de datos elaborado por los autores utilizando la aplicación

Forms.https://docs.google.com/forms/d/1sg9Ra4YVOGbl0jUWlf6jKbDsDgAMf9h6IOYTD1ZfSbk/viewform?ts=606638b9&gxids=7628&edit_requested=true&fbzx=5096294847609379815

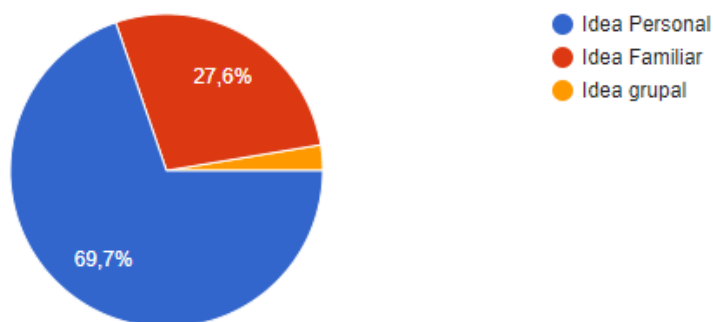
Análisis

Un 72% de los encuestados está de acuerdo que el entorno actual es un detonante para emprender. Otro 21,3% está totalmente de acuerdo. Mientras que solo un 6,7 está en desacuerdo.

Gráfico N° 12: Determinar si el entorno actual es un detonante para el emprendimiento

¿De dónde surgió la idea de emprender?

76 respuestas



Fuente: Instrumento de recolección de datos elaborado por los autores utilizando la aplicación

Forms. https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScO_MBQo8fynBmxqUXuulJVg6o6eEAHpnLpydZ8BLDm4F_I9A/viewform?vc=0&c=0&w=1&flr=0

Análisis

El 69,7% la idea de emprender se debió a una idea personal, para un 27,6% se debió a una idea familiar y solo un pequeño porcentaje fue por una idea grupal.

Objetivo específico 3

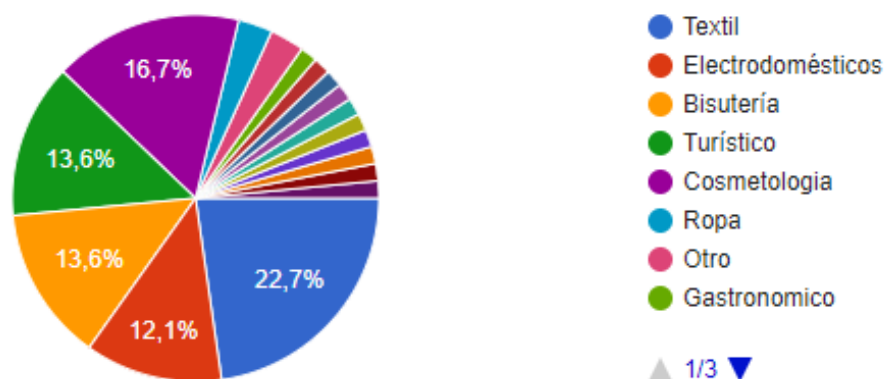
Determinar cuáles son los tipos de emprendimiento que decidieron emprender los estudiantes de la UNICAH

En este último objetivo se busca determinar cuáles son los tipos de emprendimiento que los jóvenes estudiantes de la UNICAH decidieron emprender.

Gráfico N°13: Determinar los tipos de emprendimiento

¿En qué rubro se ejerce su negocio?

66 respuestas



Fuente: Instrumento de recolección de datos elaborado por los autores utilizando la aplicación

Forms. https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScO_MBQo8fynBmxqUXuulJVg6o6eEAHpnLpydZ8BLDm4F_I9A/viewform?vc=0&c=0&w=1&flr=0

Análisis

El 22,7% de los estudiantes decidieron emprender de forma textil (Ropa, telas), un 16,7% fue de forma cosmetológica (maquillaje), para el 13,6% emprende de forma turística, otro 13,6 fue por la bisutería, el 12,1% su emprendimiento es sobre la venta de electrodomésticos, mientras que un 27,3% decidió emprender de otras formas, por ejemplo; comida, delivery, postre, venta de dibujos, entre otros.

CAPITULO VI

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Introducción

Este capítulo tiene como propósito presentar los hallazgos más importantes que dio a conocer esta investigación

Hallazgo principal 1

El 81.2% de los estudiantes encuestados de la Universidad Católica de Honduras, campus San Pedro y San Pablo decidió retarse a si mismo para emprender y así obtener autonomía debido al negocio que decidieron emprender. Mientras que el otro 19.1% decidió emprender para no depender de nadie para así alcanzar conocimientos sobre el manejo de ventas.

Implicación Teórica

En la “Teoría de la motivación humana”, (Maslow, 1969) explica que los seres humanos estamos motivados por el deseo de alcanzar o mantener las condiciones en las que tengamos satisfechas las necesidades básicas, que él clasifica en cinco grupos así: fisiológicas, de seguridad, de amor, de estima (autoestima) y de autorrealización. Una vez alcanzado esto vamos tras deseos más intelectuales. El autor explica que las motivaciones son solo una clase de determinantes del comportamiento, porque este casi siempre, está también biológica, cultural y situacionalmente determinado. También afirma que típicamente un acto tiene más de una motivación.

Implicación Práctica

La Motivación de los estudiantes al iniciar su propio negocio, demostrando Ser independientes y capaces de lograr mejorar su estabilidad económica durante este tiempo difícil de pandemia en donde la economía era inestable y no existían muchas opciones de ingresos, pero eso les impulso para realizar un mayor crecimiento en el ámbito personal y laboral.

Conclusión

El 81% de los estudiantes encuestados de la UNICAH, decidió retarse a si mismo para emprender y así obtener autonomía debido al negocio que decidieron emprender. Mientras que el otro 19% decidió emprender para no depender de nadie para así alcanzar conocimientos sobre el manejo de ventas.

Hallazgo principal 2

Para el 90.3% del alumnado entrevistado de la Universidad Católica De Honduras, Campus San Pedro y San Pablo, surgió la idea de emprender mediante una idea familiar, esta para cubrir necesidades familiares y así poder ayudar a su familia. El 9.7% se motivó a emprender por su propia cuenta para así cubrir sus necesidades personales mediante las diferentes áreas en las que decidieron emprender.

Implicación Teórica

El valor *ser emprendedor* correlaciona positiva y significativamente con los tipos de valores del individualismo: poder, logro, autodirección y estimulación. Mientras que tiene una correlación negativa y significativa con el tipo de valor colectivista tradición y el tipo de valor mixto universalismo (Moriano, 2001)

Implicación Práctica

Emprender un negocio propio es un desafío que no muchos aceptan por miedo al fracaso, pero para otros es una oportunidad que contiene múltiples beneficios la mayoría de estas personas que emprenden se enfocan en la estabilidad económica favorable que este pueda ofrecer, la cantidad de conocimiento que se adquiere y el nivel de competencias y desafíos que este obtendrá. Todo con el fin de obtener mejores beneficios y Resultados para todos.

Conclusión

Para un 90% de los encuestados la idea de emprender se dio mediante motivación familiar y así cubrir necesidades familiares, por otro la idea de emprender fue una motivación personal para cubrir sus propias necesidades.

Hallazgo principal 3

En su proceso de emprendimiento Podemos decir que más del 95% de los estudiantes encuestados de la Universidad Católica de Honduras, Campus San Pedro y San Pablo, considera que la actual situación del país fue un detonante para emprender, ya que se le han presentado dificultades en estos tiempos de pandemia, los estudiantes han presentado barreras sobre todo la falta de recursos económicos, la falta de conocimiento técnico y

también la falta de recursos materiales. Mientras que aproximadamente un 5% de los encuestados no presentaron dificultades.

Implicación Teórica

Las motivaciones para emprender son varios los planteamientos teóricos que se han presentado, como el de (Shapero, 1985) quien considera que la motivación puede surgir de la desestabilización que generan en las personas diferentes situaciones que les suceden en la vida, bien sea negativas como frustración en un empleo, o positivas como la ganancia de una herencia o una lotería.

Implicación Práctica

Un emprendimiento debido a la situación económica del país cada vez se empieza a ser más común de lo que pueda parecer y a forma de poder conseguir lo necesario tanto para la salud y educación los alumnos han empezado con su emprendimiento aun antes de su graduación. Por tanto, muchos de ellos aún tienen cierta inexperiencia en algunas ramas del negocio y economía lo cual mediante esto se debería de hacer un plan de ayuda al pequeño estudiante emprendedor lo que llevaría a que muchos pudieran hacer crecer su negocio de una forma no tan pausada o errante.

Conclusión

Con los resultados obtenidos en el hallazgo principal número 3 demuestra que el 95% de los estudiantes de la UNICAH no tuvieron dificultad debido a que lograron emprender.

HIPÓTESIS

Por lo tanto, nuestra hipótesis demuestra que al 100% verdadera, los encuestados les fue de ayuda este tiempo de pandemia ya que lo tomaron como reto para emprender y saber de lo que son capaces en tiempos de dificultad, les ayudo a ser independientes y a trabajar para poder desarrollar conocimiento sobre ventas, obtener madurez y una estabilidad económica. Decidieron emprender para ayudar tanto a sus familiares como a ellos mismos unos con más dificultades que otros, pero logrado un mismo objetivo.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES

En este capítulo se presentan las conclusiones de la Investigación:

- Según los resultados los logros profesionales y personales en los jóvenes estudiantes de la UNICAH al emprender en tiempos de pandemia pudieron alcanzar sus logros, cubrir sus necesidades personales tanto como familiares para tener una economía estable, obtener autonomía y retarse a si mismo para poder lograr sus objetivos en tiempos de dificultad.
- En conclusión, los diferentes tipos de motivaciones que llevo a los estudiantes de la UNICAH ayudaron a los jóvenes a no depender de nadie, la actual situación del país impulso algunos deseos de tener su propio negocio hasta que los lograron y pudieron salir adelante ayudándose entre su familia, amigos, conocidos etc.
- El emprendimiento ayudo a muchos jóvenes estudiantes de la UNICAH a ejercer su talento y habilidades en este proyecto, las diferentes motivaciones ayudaron a impulsarlos a buscar algo en lo que son buenos, y obtener logros, una buena economía y sentir pasión por ello.

Recomendaciones

- Poner el mismo interés en tus clases y tratar de dar lo mejor de ti, así como lo hicieras en clases presenciales; buscar un lugar adecuado para poder recibir tus clases y que no haya ningún tipo de distracción.
- Para obtener más interés por parte del alumno, para que la clase sea de una óptima enseñanza se debe hacer más dinámica, el catedrático tiene que saber utilizar las herramientas que tiene a su disposición para que al alumno al momento de estudiar o recibir su clase no se le dificulte, cuando decimos que tiene que ser dinámica es para que este capte toda la atención del tema impartido.
- Comprobar si el estudiante cuenta con todos los aparatos correctos para el desarrollo de sus respectivas clases.
- Buscar maneras concretas de no tener las clases como de manera rutinaria si no de manera creativa para captar la atención del alumno.
- Habilitar un tiempo adecuado para realizar los exámenes y pruebas para que el estudiante no se sienta presionado a la hora de realizarlo.

Anexos

Anexo N° 1

¿Considera usted que la actual crisis económica fue el motor que lo motivo a emprender?

76 respuestas

Si

Si

No

No

Claro que si

Creo que para muchas personas, fue el motivo número 1 ya que quedaron sin empleo y sin ningún ingreso en su hogar.

Si, en la mayoría de las personas

Sí

No. sin duda fue por mis propios gustos y ganas de superarme en un negocio propio

Anexo 2

si.

Pues por una parte si

Si, debido a que no podía seguir estudiando por falta de recursos.

No, previo a la pandemia busque tener mi propio ingreso y negocio

En efecto fue lo que impulsó mis deseos

Claro que si

Sí

Así es

Fue difícil, pero salimos adelante poco a poco

Anexo 3

¿Considera usted que la actual crisis económica fue el motor que lo motivo a emprender?

76 respuestas

Si
Si
No
No
Claro que si
Creo que para muchas personas, fue el motivo número 1 ya que quedaron sin empleo y sin ningún ingreso en su hogar.
Si, en la mayoría de las personas
Sí
No, sin duda fue por mis propios gustos y ganas de superarme en un negocio propio

Anexo 4

Enlace de la encuesta

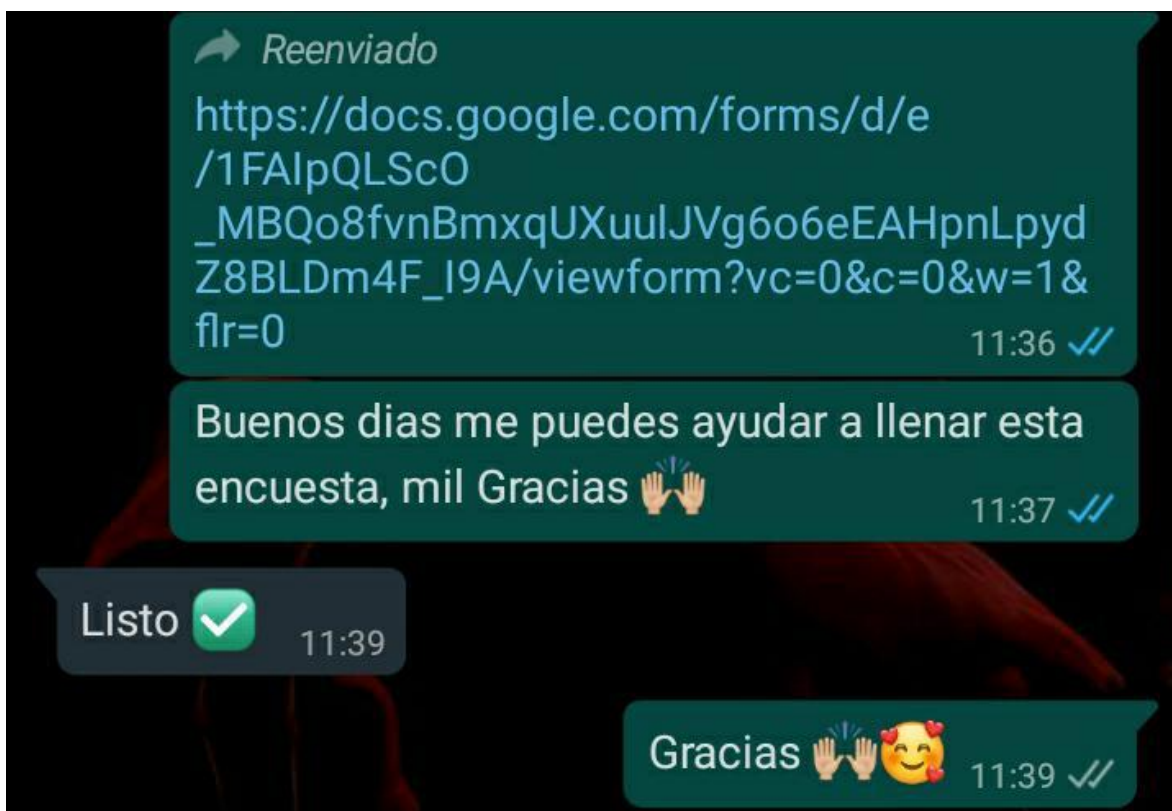
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScO_MBQo8fvnBmxqUXuulJVg6o6eEAHpnLpydZ8BLDm4F_I9A/viewform?vc=0&c=0&w=1&flr=0

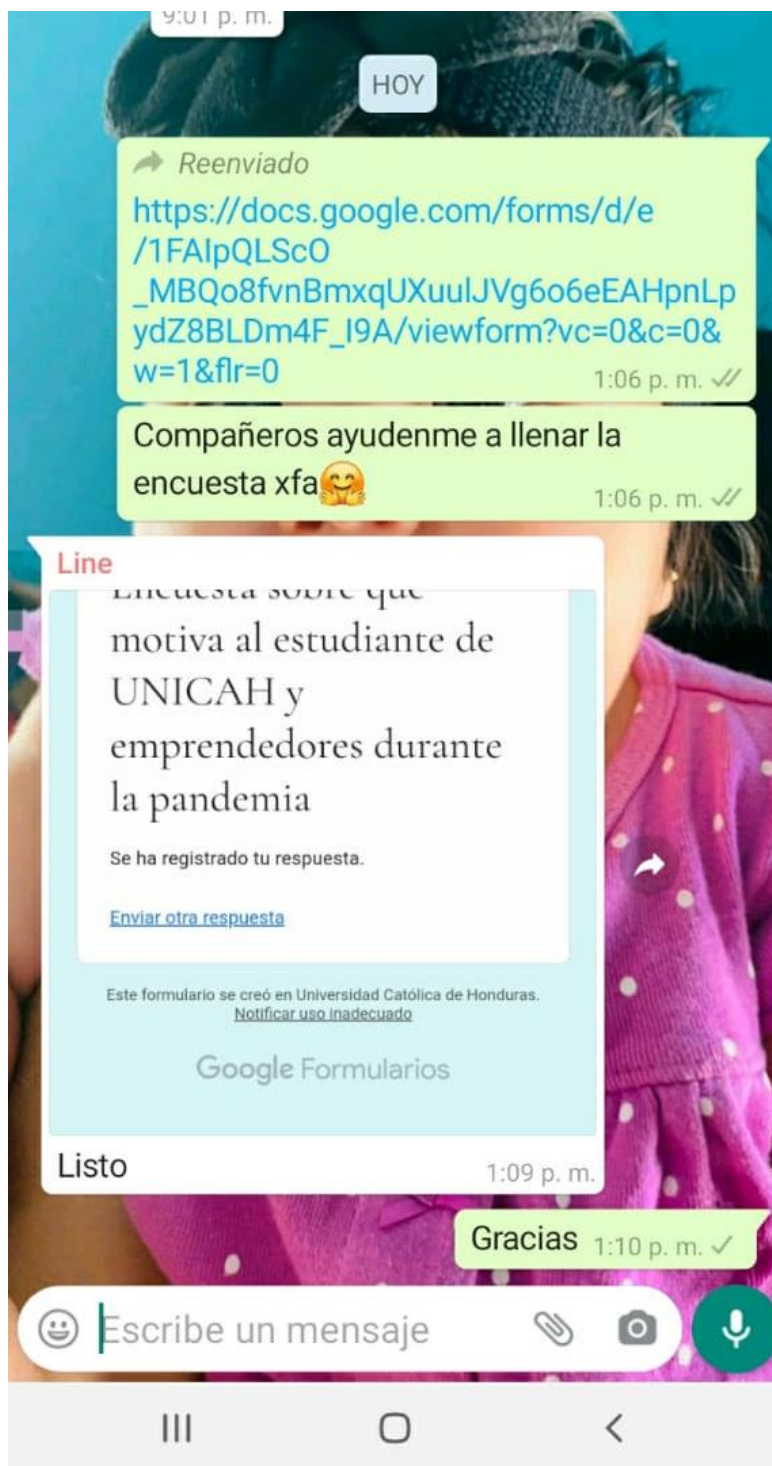
La investigación fue evaluada con el presente a este link de forma virtual, fue impartida a estudiantes de la UNICAH que están emprendiendo.

Anexo 5

Evidencias

En las siguientes imágenes se muestra ciertas de las encuestas enviadas a compañeros de la UNICAH para que colaboraran respondiéndola.







Encuesta sobre que motiva
al estudiante de UNICAH y
emprendedores durante la ...
docs.google.com



https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScO_MBQo8fvnBmxqUXuulJVg6o6eEAHpnLpydZ8BLDm4F_I9A/viewform?vc=0&c=0&w=1&flr=0

10:48 a. m. ✓✓

Compañeros me pueden ayudar a
llenar esta encuesta

10:48 a. m. ✓✓

+504 9943-2837

~Lissy 🐾💜

Tú

Compañeros me pueden ayudar a llenar
esta encuesta

Listo!

10:53 a. m.

+504 3325-5880

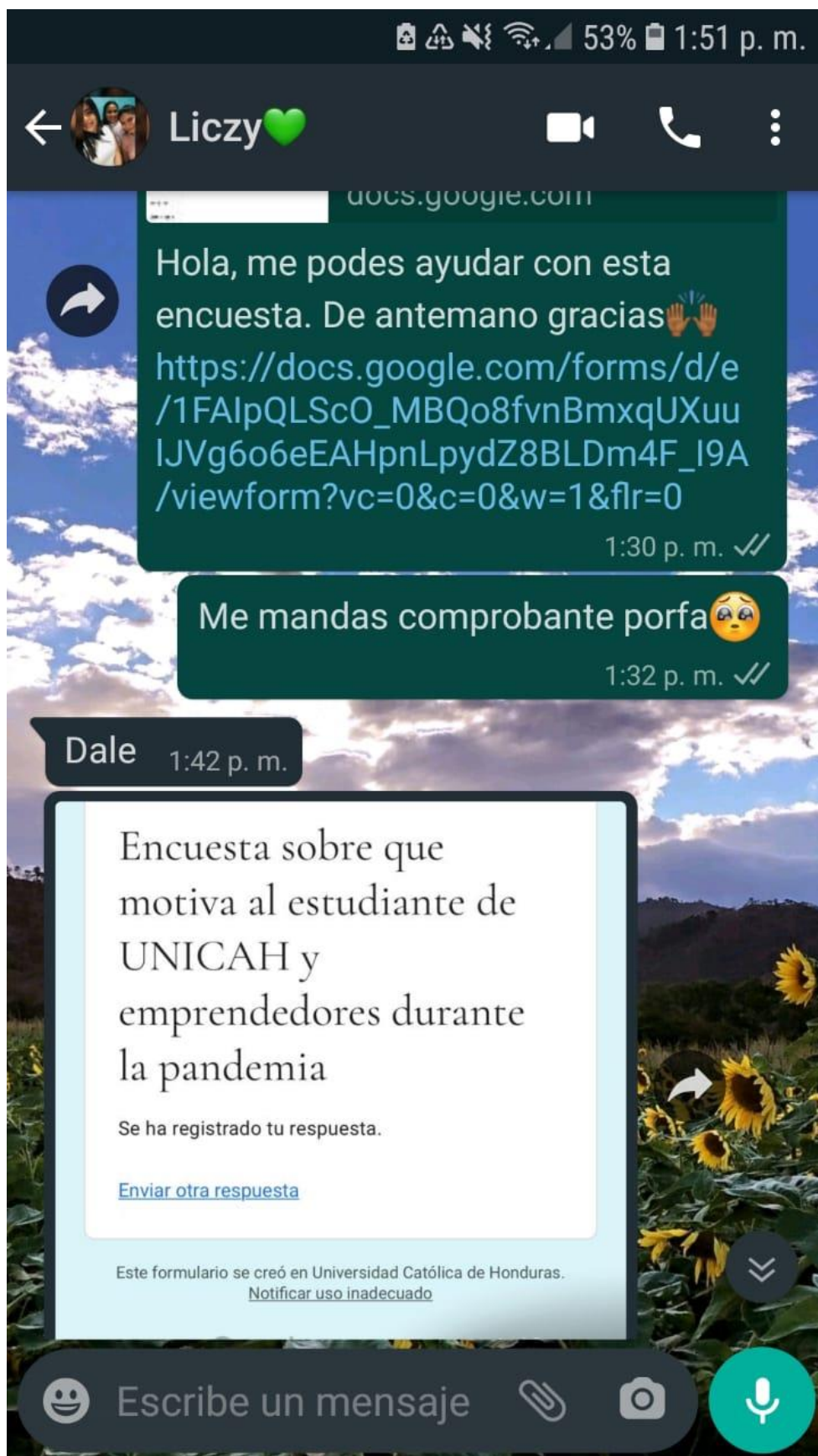
~.

Tú

Compañeros me pueden ayudar a llenar
esta encuesta



11:26 a. m.



Anexo 6

La encuesta donde llevamos a cabo nuestra investigación aplicándola de manera virtual, utilizando la aplicación de Google formularios.

¿Cuál fue el motivo para realizar un emprendimiento propio?

- a) No depender de nadie
- b) no tener jefes
- c) reto de tener mi propio negocio
- d) Otro: (especifique)

El emprender un negocio te ayudo a:

- a) Obtener autonomía
- b) Enseñanza de manejo de ventas
- c) Aprender a lidiar con clientes
- d) Saber competir
- e) Otros: (especifique)

¿Qué logros obtuvo al emprender durante esta pandemia?

- a) Cubrir necesidades personales
- b) Cubrir necesidades familiares
- c) Otro: (especifique)

La mayor satisfacción que deseo obtener en el emprendimiento es:

- a) Saber que se reconocen mis capacidades
- b) Poder coordinar los esfuerzos familiares.
- c) Estimular la participación de la familia
- d) Otro: (especifique)

¿Considera usted que la actual crisis económica fue el motor que lo motivo a emprender?

Explique su respuesta:

¿Cuál de las siguientes opciones fue la que lo motivo a emprender en tiempo de pandemia?

- a) Necesidad económica
- b) Siempre deseo su propio negocio
- c) Ayuda a la familia
- d) Otro: (especifique)

El tipo de emprendimiento se debió a:

- a) Habilidades
- b) Conocimiento técnico en la elaboración del producto
- c) Tradición familiar
- d) Otro: (especifique)

¿De dónde surgió la idea de emprender?

- a) Idea personal
- b) Idea grupal
- c) Idea familiar
- d) Otro: (especifique)

¿El entorno en el que usted se encuentra fue un detonante de su idea de emprender?

- a) De acuerdo
- b) Totalmente de acuerdo
- c) En Desacuerdo

- d) Totalmente en desacuerdo

Barreras que se han presentado en el emprendimiento

- a) Falta de recursos materiales
- b) Falta de recursos económicos
- c) Falta de conocimiento técnico.
- d) Otro: (especifique)

¿En qué rubro se ejerce su negocio?

- a) Textil
- b) Electrodomésticos
- c) Bisutería
- d) Turístico
- e) Cosmetología
- f) Otro: (especifique)

Anexo 7

Evaluación de compañeros de grupo

Nombre	III Parcial 5pts
Ana Cerrato (sub)	1/5
Cindy Aguilar (coordinadora)	5/5
Fara Díaz	4/5
Jorge Guevara	3/5
José Fiallos	1/5
María Herrera	2/5
Roger Casco	5/5
Tessa Hernández	5/5
Sandra Funez	3/5
Yasury Aguilar	5/5
Yesenia Córdova	1/5

Anotaciones

Ana Sofia Cerrato es la subcoordinadora y en ningún momento se involucró como tal. Y no cumplía con el trabajo asignado.

Los que tienen baja calificación son los que no cumplían con los trabajos asignados siendo yo Cindy Marleny Aguilar Contreras la que, hacia los trabajos por ellos, ya que rara vez cumplían.

Los que tienen 5/5 son los únicos que les importo la clase, preguntándome que teníamos pendiente y presentaron todas sus tareas.

Tengo todas las conversaciones archivadas por si hay algún tipo de problema.