



Universidad Católica de Honduras
Nuestra Señora Reina de la Paz
Campus San Isidro

Dirección de Posgrados e Investigación

TEMA

**FACTORES INNOVADORES, DE LA PERSONALIDAD Y
SOCIOECONÓMICOS DETERMINANTES EN EL EMPRENDIMIENTO
EN LA CIUDAD DE LA CEIBA AÑO 2023**

Por:

Sharon Carolina Orellana Laínez

Asesor Metodológico:

Dra. Ida Carolina Urtecho

Asesor Técnico

Dr. José Jairo Núñez

TESIS PRESENTADA PARA OPTAR AL GRADO DE:
MÁSTER EN GESTIÓN Y CREACIÓN DE NEGOCIOS

Octubre 2023

La Ceiba, Atlántida

DEDICATORIA

A **Dios**, por siempre estar presente en mi camino, por darme salud, por regalarme una familia de tres que tanto amo, por su infinita misericordia en mi vida.

A **mi mamá y mi hermana**, los dos motores de mi vida, que me empujan a seguir adelante a pesar de las adversidades, las amo.

AGRADECIMIENTO

A Dios quien en su infinita misericordia nos permite vivir para cumplir nuestras metas y a la Virgen María, madre amorosa que intercede por nosotros.

A mi familia, que está pendiente de cada paso en los retos que acepto y toman con alegría las metas que voy cumpliendo, porque me han brindado todos los ánimos a lo largo de este camino, es especial a mi madre Eulalia Laínez y mi hermana Heidi que festejan como suyos cada logro mío.

A mis catedráticos de maestría, personas muy profesionales y con habilidades humanas, a mis asesores Phd. Ida Urtecho y Phd. Jairo Núñez por su apoyo, enseñanza y amabilidad.

A la Universidad Católica de Honduras "Nuestra Señora Reina de La Paz", por su educación académica de calidad y las presencias de valores y principios en ella.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO 1	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1 Situación problema	14
1.2 Pregunta Problema:	18
1.3 Objetivos de la investigación	18
1.3.1 Objetivo general	18
1.3.2 Objetivos específicos	18
1.4 Justificación	18
CAPÍTULO 2	20
MARCO CONTEXTUAL	20
2.1 Honduras	20
2.2 Departamento de Atlántida	21
2.3 Ciudad de La Ceiba	21
2.4 Emprendimiento en Honduras	22
2.5 Emprendimiento en zonas rurales de Honduras	22
2.6 Índices de emprendimiento en Honduras	23
2.7 Mercado laboral en Honduras	23
2.8 Empleo por ocupación	24
CAPÍTULO 3	26
MARCO TEÓRICO	26
4.1 Definiciones	26
4.1.1 Definición de emprendimiento	26
4.1.2 Definición de Innovación	32
4.1.3 Definición socioeconómica	33
4.1.4 Definición de personalidad	33
4.2 Factores elegidos para el estudio	34
4.2.1 Factores de Innovación que motivan el emprendimiento	35
4.2.2 Factores económicos y socioculturales	37

4.2.3 Factores de la personalidad que motivan el emprendimiento	38
CAPÍTULO 4	42
MÉTODO	42
4.1 Enfoque, Alcance y diseño	43
4.2 Variables (especificación y operacionalización)	43
4.3 Participantes	46
4.4 Instrumentos / materiales	47
4.5 Procedimiento	49
CAPÍTULO 5	50
RESULTADOS	50
5.1 Validez y confiabilidad	51
5.2 Resultados	52
CAPÍTULO 6	66
DISCUSIÓN	66
6.1 Discusión de los resultados	67
6.2 Perfil del emprendedor ceibeño	70
CONCLUSIONES	71
BIBLIOGRAFÍA	73
ANEXOS	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Conceptualización de la Variable factores de innovación para el emprendimiento.....	44
Tabla 2 Conceptualización de variable factores socioeconómicos para el emprendimiento. ...	45
Tabla 3 Conceptualización de variable factores socioeconómicos para el emprendimiento	46
Tabla 4 Cálculo del tamaño de la muestra.....	47
Tabla 5 Ítems del instrumento de datos generales	48
Tabla 6 Ítems del instrumento de indicadores	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Barreras del emprendimiento en América Latina.....	17
Figura 2 Definiciones de emprendimiento.	28
Figura 3 Tipos de emprendimiento.	31
Figura 4 Perfil del espíritu innovador	37
Figura 5 Los cinco grandes de la personalidad según Lewis Goldberg	41
Figura 6 Cálculo de coeficiente Alfa de Cronbach.	51
Figura 7 Resultado resumen variable factores innovadores para el emprendimiento .	52
Figura 8 ¿Me considero una persona con iniciativa y que busca nuevas oportunidades?	53
Figura 9 Me considero una persona perseverante en todo lo que emprendo	54
Figura 10 Me considero una persona comprometida.....	54
Figura 11 Me gusta realizar las cosas bien desde la primera vez y de manera eficiente	55
Figura 12 Soy una persona que asume riesgos, no le temo a lo desconocido	55

Figura 13 Tengo claros mis objetivos y creo fielmente en ellos	56
Figura 14 Invierto tiempo en buscar información relevante a negocios y emprendimientos.....	56
Figura 15 Me considero una persona independiente y con autocontrol	57
Figura 16 Tengo la visión clara de lo que haré en el futuro	57
Figura 17 Me considero una persona con seguridad al momento de tomar decisiones	58
Figura 18 Por lo general marco la diferencia en las acciones que realizo	59
Figura 19 Resultado resumen variable factores socioeconómicos para el emprendimiento	59
Figura 20 Considero que es mejor ser mi propio jefe y tener un negocio propio	60
Figura 21 Considero que iniciar mi propio emprendimiento me dará más libertad económica que depender de un sueldo fijo en una empresa.....	61
Figura 22 Considero que tener un emprendimiento me ayuda a sentirme realizado como persona	61
Figura 23 Resultado resumen variable factores de la personalidad para el emprendimiento	62
Figura 24 Estoy abierto a aceptar nuevas ideas y participar de nuevas experiencias	63
Figura 25 Me considero una persona responsable.....	63
Figura 26 Me considero una persona extrovertida, que manifiesta abiertamente sus pensamientos y sentimientos	64
Figura 27 Me considero una persona amistosa y que se adapta a cualquier entorno.	64
Figura 28 Puedo manejar situaciones de tensión y estrés	65
Figura 29 ¿Ha iniciado un proyecto de emprendimiento propio?.....	65

Figura 30 Ha iniciado un emprendimiento propio. 69

Figura 31 Escolaridad 69

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo identificar qué factores son los que motivan el emprendimiento en las personas de la ciudad de La Ceiba Atlántida, en el cual se tomaron 6 factores principales resultantes en cada una de las variables estudiadas, innovación, socioeconómicos y de la personalidad.

Resaltando de los factores de innovación, la búsqueda de calidad y eficiencia, iniciativa y búsqueda de oportunidad y compromiso, en la variable de la personalidad el factor más relevante fue la responsabilidad y la apertura de nuevas experiencias y en cuanto a los factores socioeconómicos el factor más relevante fue la independencia laboral, también se logró determinar que la mayoría de la muestra tomada ha tenido emprendimientos.

La investigación tiene un enfoque cuantitativo con un alcance descriptivo, donde se determinó que el 58.2% de la muestra encuestada está emprendiendo, en la variable de factores de innovación el 76.3% de respuestas totalmente de acuerdo fueron búsqueda de calidad y eficiencia, para la variable factores socioeconómicos, el indicador que más sobresale con el 66.7% de respuestas totalmente de acuerdo es independencia laboral y para la variable de factores de la personalidad el factor que más sobresale con el 80.7% de respuestas totalmente de acuerdo es el indicador responsabilidad.

Palabras clave: Emprendimiento, Innovación, socioeconómico, personalidad.

ABSTRACT

The objective of this study is to identify which factors motivate entrepreneurship in people in the city of La Ceiba Atlántida, in which 6 main factors were taken, resulting in one of the variables studied, innovation, socioeconomic and personality.

Highlighting among the innovation factors the search for quality and efficiency, initiative and search for opportunity and commitment, in the personality variable the most relevant factor was responsibility and the opening of new experiences and in terms of socioeconomic factors the most relevant factor. relevant was labor independence, it was also possible to determine that the majority of the sample taken has had entrepreneurship.

The research has a quantitative approach with a descriptive scope, where it was determined that 58.2% of the surveyed sample is undertaking, in the innovation factors variable the 76.3% of completely agree responses were search for quality and efficiency, for the variable socioeconomic factors, the indicator that stands out the most with 66.7% of responses totally agree is work independence and for the personality factors variable the factor that stands out the most with 80.7% of responses totally agree is the responsibility indicator.

Keywords: Entrepreneurship, Innovation, socioeconomic, personality.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis de investigación del grado de maestría tiene como objetivo identificar los factores que motivan el emprendimiento en las personas de la Ciudad de La Ceiba en el año 2023 analizado en las variables de innovación, de la personalidad y socioeconómicas.

El documento se estructura en seis capítulos descritos de la siguiente manera:

Capítulo 1. Planteamiento del problema, se describe como la situación problemática y se formula la pregunta problema, se plantea el objetivo general y los específicos, la pregunta de la investigación, la justificación y la viabilidad del estudio.

Capítulo 2. Marcos contextual, se describe el contexto en el que se desarrolla la investigación.

Capítulo 3. Marco teórico, se presentan las definiciones de las variables innovación, socioeconómico, emprendimiento, personalidad, así como se define la palabra emprendimiento y se dan a conocer los indicadores sobre los que se realizó la investigación.

Capítulo 4. Método y diseño de la investigación, se define el enfoque, alcance y diseño de la investigación, se conceptualizan las variables, se especifican las técnicas de recolección de datos, la validez y confiabilidad del instrumento.

Capítulo 5. Resultados, se presentan los resultados, los factores que más porcentaje de participación tuvieron entre los encuestados.

Capítulo 6. Discusión, en este se presenta la discusión de los resultados encontrados, comparándolo con la teoría encontrada.

CAPÍTULO 1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Situación problema

Cada día son más los nuevos emprendimientos en todos los rubros económicos de Honduras: restaurantes, repostería, tecnología, agricultura, ferretero entre muchos otros, así como son muchos los profesionales universitarios que dejan un trabajo fijo en su área de profesionalización para aventurarse en el mundo del emprendimiento, por lo que surge la interrogante del porqué estos profesionales deciden dejar sus trabajos en empresas donde tienen estabilidad laboral y financiera para internarse en un rumbo incierto como lo es en un principio un nuevo emprendimiento (OECD/CEPAL/CAF, 2017).

La actividad de los emprendedores está relacionada, por un lado, con el progreso tecnológico, la innovación, la adopción de procesos productivos mejores, el acceso a nuevos mercados y las mejoras de eficiencia en materia de producción y gestión. La estructura productiva de un país y, en última instancia, su productividad, dependen en gran medida de su capacidad para vincular el emprendimiento como objetivos claves de transformación productiva. Por otro lado, impulsar el emprendimiento es una prioridad política para mejorar las oportunidades de empleabilidad e ingresos que permite aprovechar el potencial no explotado de grupos específicos. (OECD/CEPAL/CAF, 2017).

Se puede definir el espíritu empresarial como una capacidad, cualidad o habilidad para concebir y hacer realidad una oportunidad de negocio. Algunas definiciones además subrayan específicamente un tipo de cualidades o habilidades específicas – cualidades personales, habilidades sociales y habilidades directivas. (Urbano & Toledano, 2008).

Ya sea imitando un producto o tecnología existentes o transformando una nueva invención en un cambio tecnológico comercializable, los emprendedores son los actores económicos que, arriesgando sus propios recursos a cambio de un beneficio esperado, hacen que el crecimiento sea posible. (Minniti, 2012, citado en Schumpeter, 1934).

La actualidad del emprendimiento en Honduras cabe mencionar que el país cuenta con grandes retos que se deben abordar con estrategias contundentes en diferentes temas que generan amenazas al ecosistema emprendedor. Éstas residen en factores como la inseguridad, el crimen, la violencia y la burocracia, entre otros. Situación que con seguridad desincentiva la creación de empresa y la inversión en negocios en sus primeras etapas en la nación. (Secretaría de Desarrollo Económico, 2018), sin embargo, siguen surgiendo muchos emprendimientos.

Por otro lado (Roa, 2005) menciona que es necesario definir lo que es un emprendedor: es quien emprende, comienza un camino, una actividad. Hay diferentes tipos de emprendedores, pero se pueden enmarcar en tres, según sus objetivos:

El profesional que emprende la actividad para la cual se preparó y que se sentirá satisfecho cuando sus clientes lo estén también. El empresario (sea emprendedor del negocio o quien dirige la empresa), que estará satisfecho cuando su empresa alcance el grado de desarrollo y de ganancia que busca.

El emprendedor social, que solamente se sentirá satisfecho cuando literalmente logre producir un cambio en la manera como se está solucionado el problema de un grupo poblacional o de la sociedad en general.

En Europa según (Fariña & Suárez, 2018) se analizaron políticas y programas de los países: Estonia, Irlanda, Países Bajos y Reino Unido, que son líderes y referentes

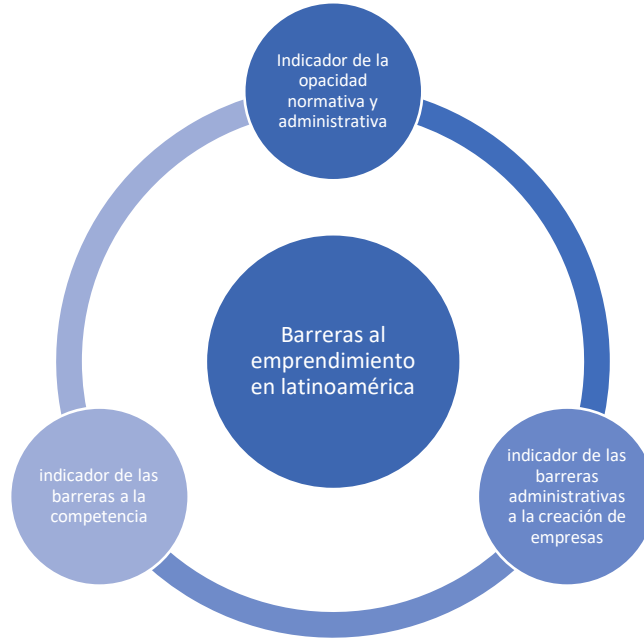
en emprendimiento, desarrollo económico y desempleo, detectando que no existen políticas y programas en materia de orientación profesional emprendedora, por lo que se analizaron de forma separada a fin de comprender su sentido y estado actual.

En cuanto a las personas destinatarias, en materia de emprendimiento son, en su mayoría, emprendedores, pero también jóvenes agricultores, empresas con base en los países, autónomos, pequeños y medianos empresarios, cooperativas, ciudadanos que desean emprender y personas pertenecientes a grupos vulnerables, mujeres, personas discapacitadas, minorías étnicas o extranjeros.

En materia de orientación están los estudiantes de los diferentes niveles educativos, profesores, empleadores y empleados, personas en edad de trabajar y personas desempleadas. Se observa como las personas destinatarias son diferentes según las políticas, sean emprendedoras o de orientación profesional, poniéndose de manifiesto la separación de ambas prácticas. Concluyendo que, no existen sinergias ni en las políticas ni en las prácticas en materia de orientación profesional y emprendimiento, salvo algunas anecdóticas. (Fariña & Suárez, 2018).

En Latinoamérica hay un indicador que resume las barreras al emprendimiento y se calcula como un promedio ponderado de tres subíndices: un indicador de la opacidad normativa y administrativa, un indicador de las barreras administrativas a la creación de empresas y un indicador de las barreras a la competencia. Cada subíndice ordena a los países en una escala del 0 al 6 en la que dichas cifras representan regulaciones laxas y estrictas, respectivamente (Lederman D. , Messina, Pienknagura, & Rigolini, 2014).

Figura 1 Barreras del emprendimiento en América Latina



Fuente: Elaboración propia, basado en Lederman D., Messina, Pienknagura, & Rigolini, 2014.

La heterogeneidad entre países también se manifiesta a través de la medida que resume de manera más general las barreras de emprendimiento. La puntuación promedio de en los países de la OCDE Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (excluido México), de 1.36 es menor que la del país de LAC que obtiene la puntuación más alta (Colombia, 1.79), cuyo entorno es mucho más favorable al desarrollo empresarial que el de los países con las puntuaciones más bajas (Honduras 3.65, Argentina 3.28 y Nicaragua, 3.18). (Lederman, Messina, Pienknagura, & Rigolini, 2014)

Los países de LAC han hecho avances significativos en la reducción de las barreras de emprendimiento durante los últimos años. No en vano, el tiempo necesario para establecer una empresa se redujo a la mitad en menos de una década. (Lederman, Messina, Pienknagura, & Rigolini, 2014).

El emprendimiento se ha visto como una solución para muchos de los desafíos económicos y de desarrollo social que enfrentan los países en desarrollo. Mientras Honduras se queda atrás en algunas áreas clave, incluyendo actitudes, habilidades y aspiraciones de emprendimiento (Hume, Rubio, Hernández, Ibáñez, & Ducoing, 2021).

1.2 Pregunta Problema:

¿Cuáles son los factores de innovación, socioeconómicos y de la personalidad determinantes en el emprendimiento en la ciudad de La Ceiba?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Conocer qué factores de innovación, socioeconómicos y de la personalidad son determinantes en el emprendimiento.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Identificar el factor económico más relevante que influye en una persona y que lo llevan a emprender.
2. Identificar los factores de la personalidad más relevantes que influyen en una persona y que lo llevan a emprender.
3. Identificar los factores de innovación más relevantes que influyen en una persona y que lo llevan a emprender.
4. Definir qué porcentaje de la población en La Ceiba está emprendiendo.

1.4 Justificación

La presente investigación pretende identificar y definir los factores socioeconómicos que determinan el emprendimiento de profesionales en la ciudad de La Ceiba, y esta puede contribuir al conocimiento de las orientaciones que están siguiendo los profesionales universitarios en el contexto de la creación de nuevas empresas, lo cual es importante para el desarrollo económico de la ciudad.

- a) Relevancia social: los resultados que se obtengan con la presente investigación serán de beneficio para los profesionales universitarios y cámara de comercio, instituciones financieras, población en general de la ciudad de La Ceiba.
- b) Conveniencia: Es importante conocer los factores socioeconómicos que están influyendo en la toma de decisión sobre el emprendimiento.
- c) Implicaciones prácticas: es fundamental tener un marco de referencia, de esta forma se puede integrar la formación en emprendimiento como parte de la teoría en la formación de profesionales.

CAPÍTULO 2

MARCO CONTEXTUAL

2.1 Honduras

Honduras cuenta con una extensión territorial de 112,492 Km² con una población total de 9,362,596 personas, de las cuales 5,157,115 pertenecen a una

población urbana y 4,205,481 pertenecen a una población rural, según las estadísticas hasta el 2020 del Instituto Nacional de Estadística, la población económicamente activa (PEA) es de 4,103,427, mientras que la tasa de desempleo es de 10.9%. (INE, 2020).

2.2 Departamento de Atlántida

El departamento de Atlántida fue creado el 24 de febrero de 1902, consta de 8 municipios y 224 aldeas, su cabecera departamental es el municipio de La Ceiba y tiene una superficie de 4,227 Km² con una población al 2015 de 449,822 habitantes, de los cuales 296,410 es población urbana y 153,412 es población rural, la densidad poblacional es de 106.41 Hab/Km². (INE, 2020).

2.3 Ciudad de La Ceiba

La Ceiba tiene una extensión territorial aproximada de 639 km², está conformado por 16 aldeas y 105 caseríos registrados en el Censo Nacional de Población y Vivienda de 2013, el código de identificación geográfica de La Ceiba, Atlántida es 0101. (INE, 2020) Para el año 2018 tiene una población de 214,917 habitantes.

Existen 5,425 microempresas en el municipio de La Ceiba. Las empresas pequeñas categorizadas por tener entre 11-25 trabajadores suman en el municipio de La Ceiba 119 empresas. En cuanto a las empresas medianas que son las que tienen entre 25-150 trabajadores, existen 78 empresas. En las empresas grandes catalogadas como aquellas que tienen más de 151 trabajadores, se encontró que existen 9 en el Municipio de La Ceiba.

El tejido empresarial del Municipio de la Ceiba está constituido por empresas grandes, medianas, pequeñas y microempresas, sin embargo, en la Cámara de Comercio de La Ceiba las empresas inscritas son pequeñas, medianas y grandes. El total de empresas inscritas en la Cámara de Comercio de La Ceiba es de 406 empresas, excluyendo las microempresas que existen en la zona (Plan de promoción de empleo decente e ingresos La Ceiba, 2018).

2.4 Emprendimiento en Honduras

Los esfuerzos que se han identificado en Honduras para el fomento de la cultura emprendedora son muy pocos, y se caracterizan por ser aisladas, no coordinadas entre sí y desarrollados por iniciativas privadas, muy incipientemente en algunas universidades y ONGs, sin participación alguna del sector privado, como por ejemplo, el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP), Asociación de Medianas y Pequeñas industrias de Honduras (ANMPIH) Cámaras de Comercio y de instituciones del Estado (Secretaría de Desarrollo Económico, 2018).

2.5 Emprendimiento en zonas rurales de Honduras

Entre agosto y noviembre de 2020, ANDE recopiló datos de 107 organizaciones que actualmente apoyan a emprendedores(as) en zonas rurales de Honduras. De estas organizaciones de apoyo, 84% tienen su sede en Honduras, 6% en Estados Unidos y el 10% restante en otros países. Los proveedores de desarrollo de capacidades representan la mayor parte de la muestra (37%), seguidos de organismos gubernamentales (21%) y asociaciones sectoriales (12%).

La mayoría de estas organizaciones que apoyan a las y los emprendedores en la zona rural de Honduras se centran en el sector agrícola, lo cual refleja el hecho de que en 2020 cerca de un tercio de la fuerza laboral en Honduras laboraba o estaba activa en el sector agrícola.¹¹ Los sectores de artesanías, medio ambiente, educación y servicios financieros también son un foco común de las organizaciones de apoyo, mientras que los menos comunes son el sector energético, de transporte, logístico y de infraestructura. (Hume, Rubio, Hernández, Ibáñez, & Ducoing, 2021).

2.6 Índices de emprendimiento en Honduras

En el índice GEDI Honduras se ubica en la posición 101 para el reporte 2014. El país se destaca en las variables individuales del subíndice Actitudes Emprendedoras, siendo los factores mejor calificados para el país la aceptación del riesgo, la percepción de habilidades, los competidores, el reconocimiento de oportunidad y los nuevos productos. Mientras tanto las falencias que más sobresalen en Honduras son: la inversión por parte del gobierno en investigación y desarrollo, la innovación de procesos, la inversión informal, el capital de riesgo y el alto crecimiento de los emprendimientos.

2.7 Mercado laboral en Honduras

La conjunción de los efectos del COVID-19 y de los huracanes ETA e IOTA que afectó al país del 01 al 16 de noviembre de 2020, impactó de forma directa en la economía y el mercado laboral hondureño. La Economía entró en una contracción sin precedentes y el mercado laboral sufrió el mismo efecto, tras el confinamiento de la población y de la fuerza de trabajo por la pandemia. Al liberar paulatinamente la economía, el mercado laboral se ha visto saturado de fuerza de trabajo que busca

desesperadamente un puesto de trabajo, principalmente en el sector privado. La saturación del mercado laboral ha incrementado los indicadores que son más comunes y que intervienen en el mercado laboral con una tasa de participación de 59.4% en 2020 y 57.3% en 2019. La participación en el mercado laboral fue más favorable para los hombres que para las mujeres. (INE, 2021).

2.8 Empleo por ocupación

Con respecto al empleo por ocupación, se observó que el 28.8% de los empleos a nivel nacional estaban relacionados a ocupaciones elementales como los limpiadores y asistentes, los peones agropecuarios, pesqueros y forestales, de la minería, la construcción, la industria manufacturera y el transporte, los ayudantes de preparación de alimentos, los vendedores ambulantes de servicios y afines, y otras. Seguidamente, el 22.9% laboraban como trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados.

El 16.4% como oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios, un 8.6% como agricultores y trabajadores calificados agropecuarios forestales y pesqueros, y un 6.6% como operadores de instalaciones y máquinas y ensambladores.

El 57.5% de estas ocupaciones fueron desarrolladas como empleados independientes, en cuanto a ocupaciones como directores y gerentes, profesionales científicos e intelectuales, técnicos y profesionales de nivel medio y personal de apoyo administrativo, estas apenas representaron el 15.9% a nivel nacional, siendo en su mayoría desarrolladas por empleados asalariados (Universidad Nacional Autónoma de Honduras, 2021).

CAPÍTULO 3

MARCO TEÓRICO

4.1 Definiciones

4.1.1 Definición de emprendimiento

El espíritu empresarial es una forma de pensar, razonar y actuar vinculada y suscitada por la búsqueda de una oportunidad de negocio. Su resultado es la creación, mejora, realización y renovación de valor en el sentido más amplio del término, es decir, no sólo valor económico sino también social y no sólo para sus propietarios (los emprendedores o empresarios) sino también para todos los grupos de interés vinculados con ellos (empleados, clientes, proveedores etc.) (Urbano & Toledano, Invitación al emprendimiento, 2008).

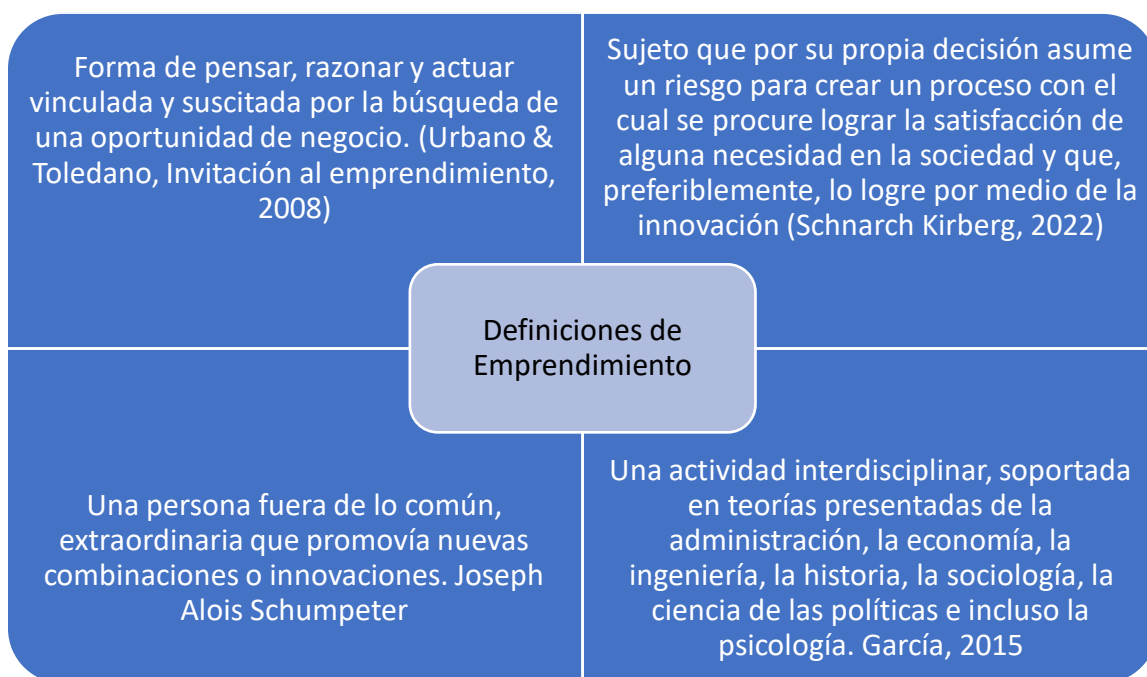
Un concepto de emprendedor según (Fuentes, 2013) citado en (Schnarch Kirberg, 2022) afirma que es aquel sujeto que por su propia decisión asume un riesgo para crear un proceso con el cual se procure lograr la satisfacción de alguna necesidad en la sociedad y que, preferiblemente, lo logre por medio de la innovación y la creación de fuentes de trabajo, además, agrega que: emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ha llegado.

Joseph Alois Schumpeter, economista Austriaco, profesor de Harvard. Concebía al emprendedor como una persona fuera de lo común, extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones. Partiendo de esta premisa, cualquier persona no es un emprendedor. De tal manera que reconoció al emprendedor como el eje del sistema económico. Además, la ganancia proviene del cambio, y el cambio es producido por el empresario innovador. Para Schumpeter (1950), la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción generando nuevos productos o servicios a través de la creatividad, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de nueva manera; o proveer de

una fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, entre otras. (Lechuga Nevárez, 2019).

Se comenta que el emprendimiento no es una disciplina formal, sino que el fenómeno tiene que ser entendido como una actividad interdisciplinar, soportada en teorías presentadas de la administración, la economía, la ingeniería, la historia, la sociología, la ciencia de las políticas e incluso la psicología. (García, 2015).

Figura 2 Definiciones de emprendimiento.



Fuente: Elaboración propia, basado en la literatura revisada (2023)

Tipos de emprendimientos

Emprendimiento por necesidad

Algunas veces las personas se involucran en actividades emprendedoras como una forma de autoempleo, debido a que en el mercado existen pocas oportunidades de trabajo remunerado, en este sentido, un emprendedor por necesidad es aquel que se encuentra inmerso en el proceso emprendedor por no tener una mejor opción en el mercado laboral. (Navarro, Cabello Medina, Medina Tamayo, & Hoyos, 2013).

Emprendimiento por oportunidad

Un emprendedor por oportunidad, es aquel que escoge crear una empresa basándose en la percepción de que existe una oportunidad de negocio no aprovechada – o aprovechada de forma incompleta- por las empresas existentes. (Navarro, Cabello Medina, Medina Tamayo, & Hoyos, 2013).

A este tipo de emprendimientos se le conoce como gacelas (por la rapidez con que se mueven crecen) o de alto impacto. Luego vienen los emprendimientos dinámicos, cuyo objetivo es lograr un crecimiento en capital y empleo a una tasa mayor que la del promedio de sus competidores.

El último está formado por proyectos que se fundan con el objetivo de vivir de los que les gusta. Se les conoce como emprendimiento estilo de vida, el objetivo del proyecto es la búsqueda de un trabajo que permita aplicar a su fundador el conocimiento incorporado al producto o servicio y, al mismo tiempo, evitar gestionar un número importante de recursos humanos (Lechuga Nevárez, 2019).

Emprendimiento social

Para Ashoka el emprendimiento social es el proceso mediante el cual los ciudadanos construyen o transforman instituciones o sistemas para resolver problemas sociales. Implica la creación de nuevos equipos y nuevos recursos que mejoren la capacidad de la sociedad para abordar problemas y así, maximizar el impacto social a través de la sustentabilidad y la sostenibilidad.

Por otro lado, para la Fundación Schwab el emprendimiento social es un acercamiento práctico, innovador y sustentable ante los problemas económicos y sociales, un acercamiento que divide los sectores y disciplinas basándose en valores y procesos comunes para todos los emprendedores sociales independientemente de su enfoque, o si su organización tiene o no fines de lucro. (Del Cerro, 2016).

Emprendimiento empresarial

La literatura revela dos tendencias principales: la primera se centra en el individuo que implementa innovaciones en la empresa, presentando el emprendimiento corporativo como un conjunto de características psicológicas, de atributos personales y también de roles o funciones de los empresarios que trabajan en la organización.

La segunda línea de tendencia busca demostrar el proceso intra-emprendedor, los factores que conducen a su aparición y las condiciones requeridas esbozando el emprendimiento corporativo como un modo organizacional, que se caracteriza por factores tales como la libertad y la autonomía; permitiendo a sus empleados estar siempre en busca de innovación. (Vasquez Moreno, 2015) citando a Carrier, 1996.

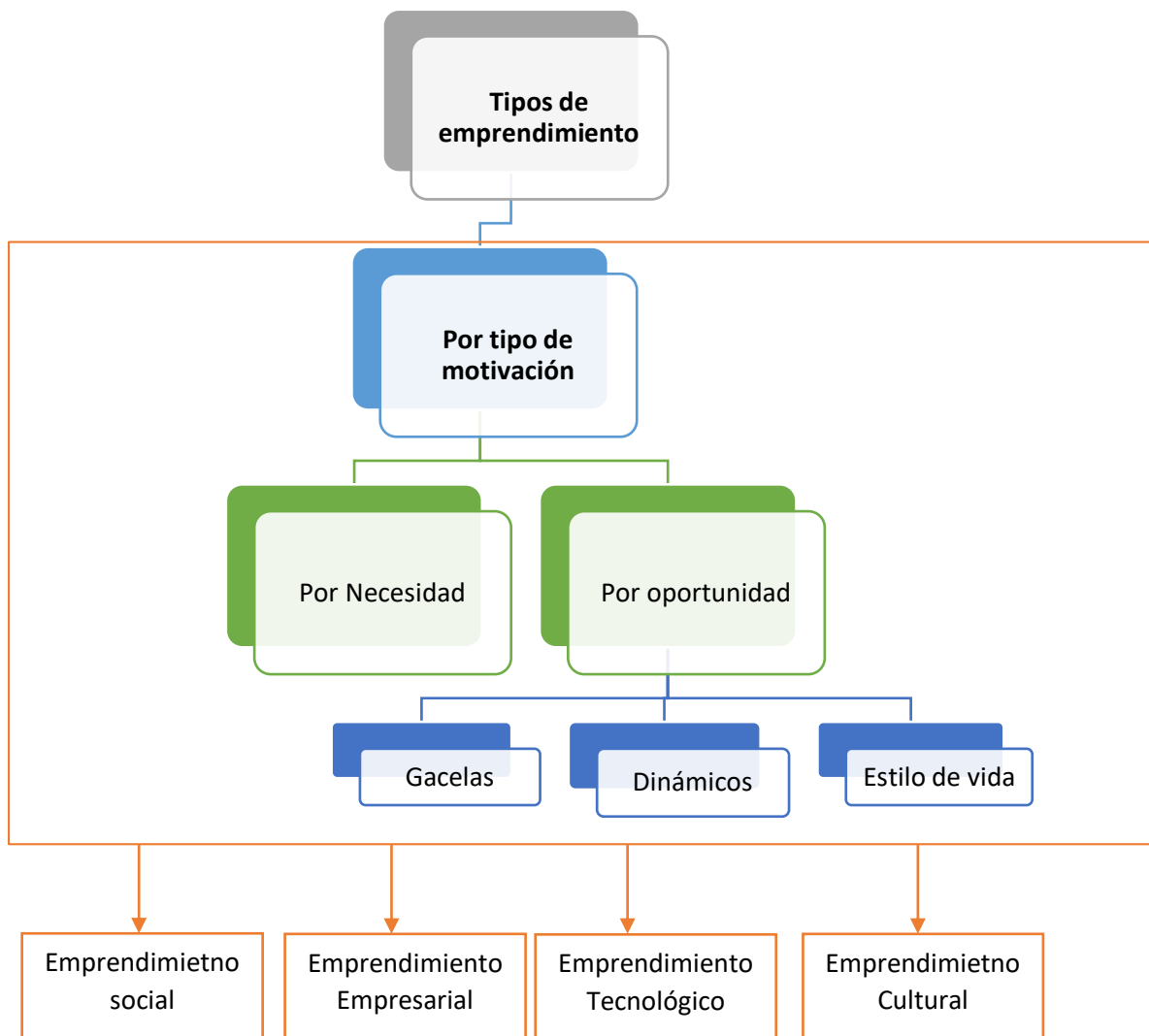
Emprendimiento tecnológico

Puede ser entendido como una tipología del emprendimiento general, diferenciándose de las demás corrientes por su interés en nuevas oportunidades de negocio impulsadas a través de la innovación en ciencia e ingeniería. Bailetti define al emprendimiento tecnológico como una inversión en un proyecto que reúne y distribuye individuos especializados y activos heterogéneos, los cuales están estrechamente relacionados con los avances del conocimiento científico y tecnológico con el propósito de generar y capturar valor para una empresa. (Navarro, Cabello Medina, Medina Tamayo, & Hoyos, 2013).

Emprendimiento cultural

Al igual que el emprendedor como agente económico, el emprendedor cultural se enfoca en la innovación y en la creación de oportunidades, pero sus acciones no están motivadas únicamente por fines comerciales, antes bien, su propósito es doble: por una parte, producir y difundir valores culturales y, por otra parte, obtener ganancias financieras y reconocimiento por sus actividades. En el reporte elaborado por la Escuela de Artes de Utrecht (HKU, por sus siglas en holandés) se proporciona una definición más acertada del emprendedor cultural y creativo, figura a la que se describe como “quien crea o innova un producto o servicio cultural o creativo y que emplea principios empresariales para organizar y administrar su actividad creativa de forma comercial”. (Oliva Abarca, 2018).

Figura 3 Tipos de emprendimiento.



Fuente: Elaboración propia, basado en la literatura revisada (2023)

4.1.2 Definición de Innovación

De entre múltiples definiciones de innovación existentes, se eligen dos que permitirán tener una mejor comprensión sobre este concepto. La primera definición es la que recoge el Libro Verde de la Innovación de la Comisión Europea (1995), según la cual "la innovación se considera como sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una novedad, en las esferas económicas y social, de forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de la persona y la

sociedad". Por lo tanto, el fin último de la innovación es el benéfico de la sociedad. (Sánchez Bueno, 2008).

La segunda definición de innovación que recogemos de una definición amplia propuesta por el INE (Instituto Nacional de Estadística) en su encuesta de innovación tecnológica. Según este organismo, "Una innovación es un producto (bien o servicio) nuevo o sensiblemente mejorado introducido en el mercado, o un proceso nuevo o sensiblemente mejorado introducido en la empresa.

4.1.3 Definición socioeconómica

Dentro de este concepto se agrupan las variables correspondientes a: empleo, crédito y comercialización, consideraciones que en todos los casos resultan de gran importancia como criterios valorativos para los diferentes proyectos (Torres Hernández & Boucher, 1988).

4.1.4 Definición de personalidad

La personalidad es una variable individual que constituye a cada persona y la diferencia de cualquier otra, determina los modelos de comportamiento, incluye las interacciones de los estados de ánimo del individuo, sus actitudes, motivos y métodos, de manera que cada persona responde de forma distinta antes las mismas situaciones.

La personalidad representa las propiedades estructurales y dinámicas de un individuo o individuos, tal como éstas se reflejan en sus respuestas características o peculiares a las diferentes situaciones planteadas. Se puede extraer una serie de ideas:

- La capacidad pensante y de lenguaje que poseen los seres humanos les permiten una transmisión cultural, una comunicación y una capacidad de reflexionar sobre ellos mismos.
- Cada reacción o comportamiento individual en una determinada situación responde a un amplio grupo de factores o fuerzas confluyentes.
- No existe una relación fija entre una determinada conducta y sus causas.
- El ser humano no posee un control y una consciencia sobre sus comportamientos. A menudo no somos capaces de explicar el porqué de un determinado acto.
- La personalidad está formada por características innatas más la acumulación de experiencias y acciones recíprocas entre el ser humano y su medio. Todas estas características se ponen de manifiesto cuando el individuo se relaciona con su entorno, dirigiendo el comportamiento en gran cantidad a situaciones. Por lo tanto, podemos concluir diciendo que la personalidad es un concepto de naturaleza multidimensional, con muchos elementos que interaccionan (Rivera Camino, Arellano Cueva, & Molero Ayala, 2000)

4.2 Factores elegidos para el estudio

Para la creación de iniciativas emprendedoras se han considerado diferentes enfoques, cada uno dirigido a un aspecto especial del emprendedor, apoyándose en diferentes factores y cada una de ellas considera elementos que intervienen en la creación de empresas.

4.2.1 Factores de Innovación que motivan el emprendimiento

Según cita a Chiavenato 2005, (Vasquez Moreno, 2015) las características que completan el espíritu innovador y que son de gran importancia para los emprendedores son:

Iniciativa y búsqueda de oportunidad: El emprendedor es alguien determinado y que tiene visión de negocios; que no espera a que las cosas sucedan, sino que toma la iniciativa en la búsqueda de mejoras, siempre viendo oportunidades y actuando en dirección a sus metas.

Perseverancia: Esta es una característica clave del emprendedor. Él no tiene miedo de los obstáculos, sino que cree en su proyecto y va hasta el fin, cambiando su estrategia o incluso repitiendo lo mismo cuando crea necesario con el fin de superar las dificultades del camino.

Compromiso: esto es muy relevante, dado que para el éxito de una empresa es necesario compromiso y responsabilidad. El verdadero emprendedor tiene un compromiso total con su negocio, siempre observando los cambios que pueden ocurrir en el mercado en el que se encuentra, siempre buscando el éxito de su empresa.

Buscar calidad y eficiencia: Buscar mejorar cada vez más su producto o servicio es una señal de identidad del emprendedor, pues es alguien que siempre está en busca de la ventaja competitiva. Conociendo la necesidad de este tipo de ventaja, cabe al emprendedor conocer las nuevas tendencias del mercado, nuevos modelos de producción que mejoren la misma sin dejar de lado la calidad de los productos y servicios que proporcionan la satisfacción del público objetivo.

Coraje: para asumir riesgos, pero calculados, el emprendedor es alguien que siempre está preparado, no teme lo nuevo, que se adapta a las nuevas realidades del mercado. El miedo a lo nuevo no puede ser parte de la vida del emprendedor, ya que en visión de la evolución del mercado las innovaciones tecnológicas que nunca dejan de llegar y es esencial que tenga el valor de asumir riesgos.

Establecimiento de objetivos metas, es alguien que sabe a dónde va y de qué manera ir. El emprendedor sabe que fijar objetivos (metas a donde llegar) es esencial.

Búsqueda de información: siempre informado sobre los cambios del mercado, la competencia. Es extremadamente importante que el emprendedor esté siempre actualizado, siempre informado de las nuevas tendencias de su negocio, especialmente si su negocio es tecnológico, ya que este segmento sufre cambios de forma increíble.

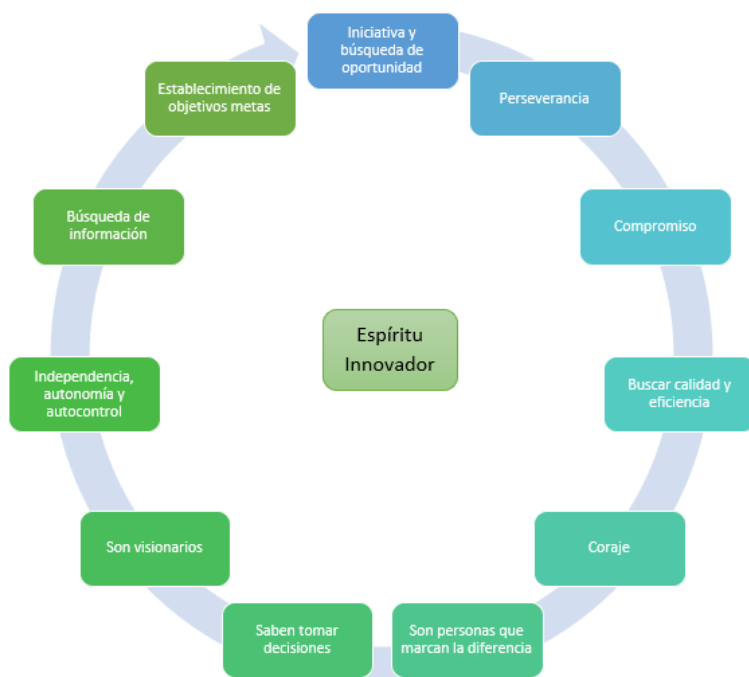
Independencia, autonomía y autocontrol, sabe superar las dificultades de la ruta ya que tiene plena convicción de sus objetivos y cree en ellos.

Son visionarios: tiene una visión de lo que deparará el futuro para su negocio y su vida y, lo más importante, tienen la capacidad de poner en práctica sus sueños.

Saben tomar decisiones: No se sienten inseguros, saben cómo tomar las decisiones correctas en el momento adecuado, sobre todo en los tiempos de adversidad, siendo esto un factor clave en su éxito.

Son personas que marcan la diferencia, los emprendedores vuelven algo de difícil definición, una idea abstracta, en algo concreto que funciona, transformando lo que es posible en la realidad. Saben agregar valor a los productos y servicios que suministran.

Figura 4 Perfil del espíritu innovador



Fuente: Elaboración propia, basado en (Vásquez Moreno, 2025)

4.2.2 Factores económicos y socioculturales

Independencia económica: El factor motivador más relevante para los emprendedores/as potenciales es la independencia económica más aún que la laboral, es decir, perciben que ser empresarios/as va a otorgarles, como consecuencia inmediata, la posibilidad de prescindir de otras fuentes de recursos económicos.

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. 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 (Sastre, 2013).

Desarrollo personal: El espíritu empresarial es una competencia que se genera dentro de cada persona que toma una decisión personal y gratuita de perseverar en satisfacer sus propias motivaciones, yendo más allá de la estabilidad para lograr un mejor desarrollo personal, el desarrollo de los demás y el entorno, con pasión toma de riesgos y sacrificios. (Lechuga Nevárez, 2019).

4.2.3 Factores de la personalidad que motivan el emprendimiento

Un enfoque psicológico (rasgos de la personalidad): donde se analiza al emprendedor como persona, su perfil emprendedor y sus cualidades como emprendedor. Toma básicamente las características principales de un emprendedor.

Analiza al emprendedor desde su perfil y las condiciones del emprendedor, para así poder comprender cómo estas características influyen en el espíritu empresarial. (Lechuga Nevárez, 2019)

El perfil de emprendedor: desde un punto de vista social, tres son los elementos que se perciben respecto al rol que desempeñan los emprendedores en la sociedad actual: el sacrificio social que aportan, la riqueza económica que generan y el avance social que promueven.

Por último, desde una perspectiva gerencial, se hace alusión a la formación o experiencia que posee el emprendedor. Se aprecia como característica del mismo su capacidad para hacer frente a situaciones desestructuradas e, incluso, se aprecia una

preferencia por el dinamismo y los cambios para alejarse de la monotonía. (Roig, Ribeiro, Torcal, De la Torre, & Cerver).

Los cinco grandes factores de la personalidad

El psicólogo Lewis Goldberg, nombra “Los Cinco Grandes Factores” que son los siguientes rasgos de personalidad: 1. Apertura a las nuevas experiencias, 2. Responsabilidad, 3. Extroversión, 4. Afabilidad y 5. Neuroticismo. Por tanto, se discutirán dentro de la revisión de literatura. (Hernández Maldonado, 2018)

El modelo de personalidad de los Cinco Grandes afirma que existen cinco factores básicos de la personalidad. Fueron desarrollados originalmente del análisis factorial de las palabras que la gente utiliza en el lenguaje cotidiano para describir la personalidad, el enfoque léxico de la personalidad.

Apertura a nuevas experiencias: Se describe como la habilidad individual de buscar nuevas experiencias y explorar ideas. Personas con un alto índice de este factor de personalidad son creativas, innovadoras, y curiosas; además, están dispuestos a aceptar ideas y valores poco convencionales si estas promueven nuevas tendencias éticas, sociales y políticas. Los atributos de explorar nuevas ideas, ser creativo, y buscar nuevas experiencias son cruciales al momento de comenzar a emprender, los individuos que cuentan con este factor de personalidad son más propensos a entrar en el auto empleo. Por tanto, el individuo con un alto índice en este factor tiene mayores probabilidades de emprender. (Sarasvathy, 2004 citado en (Hernández Maldonado, 2018)).

Responsabilidad: Bajo este tipo de personalidad, los individuos suelen ser orientados al logro, tienden a ser trabajadores y eficientes. Además, las personas son

gobernadas bajo su misma conciencia. Un alto grado de este rasgo significa que el individuo es más escrupuloso, puntual y confiable McCrae y Costa, 2010 citado en (Hernández Maldonado, 2018). La responsabilidad es un rasgo característico dentro de la personalidad de los individuos con altas intenciones de emprender.

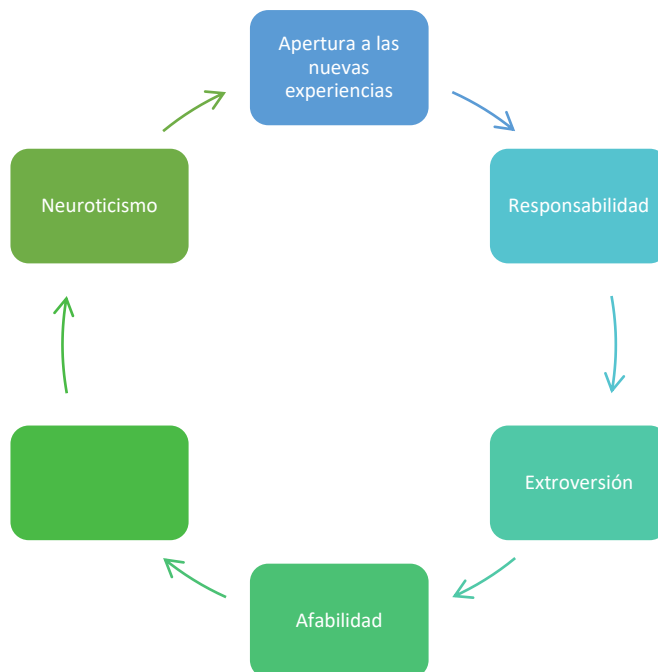
Extroversión: El individuo con este rasgo es descrito como asertivo, dominante, ambicioso, enérgico y líder. Por lo que, si el individuo tiende a ser extrovertido, será más sociable, lo que le ayudaría a realizar más y mejores relaciones dentro de los negocios (Hernández Maldonado, 2018).

Afabilidad: Llamada en ocasiones adaptabilidad social o agradabilidad, indica una persona amistosa y complaciente, que evita la hostilidad y tiende a llevarse bien con los demás. Sus amigos lo encuentran simpático y bondadoso en contraste con quienes son poco afables, a quienes se describe como suspicaces, insensibles y poco cooperadores. La gente con una elevada afabilidad evita los intentos directos de emplear el poder para resolver el conflicto con otras personas. (Cloninger).

Neuroticismo: Este rasgo de personalidad indica la tendencia hacia los efectos negativos como la molestia, ansiedad, depresión, miedo, hostilidad, impulsividad, tristeza y vulnerabilidad. Las personas que cuenten con un alto nivel de este rasgo de personalidad tienen menor control sobre sus impulsos. Los individuos con un bajo nivel de este factor de personalidad son considerados relajados y tienden a tolerar las situaciones de estrés. Pueden manejar las situaciones diarias y mantenerse optimistas conservando las relaciones. Ser resistente al estrés, es beneficioso dentro de la carrera Emprendedora, el cual, usualmente suele tener etapas de incertidumbre dentro del proceso inicial. Otros estudios demostraron que individuos con un bajo neuroticismo

son más probables que comiencen una carrera como emprendedores (Hernández Maldonado, 2018).

Figura 5 Los cinco grandes de la personalidad según Lewis Goldberg



Fuente: Elaboración propia, basado en (Hernández Maldonado, 2018)

CAPÍTULO 4

MÉTODO

4.1 Enfoque, Alcance y diseño

El enfoque que se utilizará en la investigación es cuantitativo, que según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista basado en conteos y magnitudes. También, brinda una gran posibilidad de repetición y se centra en puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilita la comparación entre estudios similares.

El alcance de esta investigación es descriptivo. Puesto que en los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidad, proceso, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

La investigación tiene un diseño no experimental debido a que se observarán fenómenos en su contexto natural, es decir, no se manipularán deliberadamente las variables. A su vez es transeccional o transversal puesto que los datos se recopilarán en un momento único.

4.2 Variables (especificación y operacionalización)

Factores de innovación para el emprendimiento

Mientras la invención se refiere a la creación o combinación de nuevas ideas, consiste en la transformación de un invento en algo susceptible de comercialización, en un bien o servicio capaz de satisfacer las necesidades del mercado existentes o creadas

por el propio empresario, al contrario de la invención, la innovación tiene como finalidad inmediata su aplicación práctica, y en el ámbito empresarial la obtención de ganancias o la disminución de costos en los procesos a los que se aplique.

Según Schumpeter 1976, citado en (Vernaza Arroyo, 2020) innovación es producir otras cosas, o las mismas por métodos distintos.

Tabla 1 Conceptualización de la Variable factores de innovación para el emprendimiento

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM DEL INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
Factores innovadores para el emprendimiento	Innovación es producir otras cosas, o las mismas por métodos distintos. Según Schumpeter 1976.	Medida por instrumento de encuesta donde se pregunta por la variable factores innovadores para el emprendimiento	Factores innovadores	Iniciativa y búsqueda de oportunidad	Me considero una persona con iniciativa y que busca nuevas oportunidades	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo
				Perseverancia	Me considero una persona perseverante en todo lo que emprendo	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo
				Compromiso	Me considero una persona comprometida	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo
				Búsqueda de calidad y eficiencia	Me gusta realizar las cosas bien desde la primera vez y de manera eficiente	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo
				Coraje	Soy una persona que asume riesgos, no le temo a lo desconocido	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo
				Establecimiento de objetivos metas	Tengo claros mis objetivos y creo fielmente en ellos	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo
				Búsqueda de información	Invierto tiempo en buscar información relevante a negocios y emprendimientos	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo
				Independencia, autonomía y autocontrol	Me considero una persona independiente y con autocontrol	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo
				Visionario	Tengo la visión clara de lo que haré en el futuro	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo
				Saber tomar decisiones	Me considero una persona con seguridad al momento de tomar decisiones	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo
Marcan la diferencia	Por lo general marco la diferencia en las acciones que realizo	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo				

Fuente: Elaboración propia

Factores socioeconómicos para el emprendimiento

Dentro de este concepto se agrupan las variables correspondientes a: empleo, crédito y comercialización, consideraciones que en todos los casos resultan de gran importancia como criterios valorativos para los diferentes proyectos. (Torres Hernández

Tabla 2 Conceptualización de variable factores socioeconómicos para el emprendimiento.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM DEL INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
Factores socio-económicos para el emprendimiento	Dentro de este concepto se agrupan las variables correspondientes a: empleo, crédito y comercialización, consideraciones que en todos los casos resultan de gran importancia como criterios valorativos para los diferentes proyectos.	Medida por instrumento de encuesta donde se pregunta por la variable factores socio económicos para el emprendimiento	Factores socio-económicos	Independencia laboral	Considero que es mejor ser mi propio jefe y tener un negocio propio	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo
				Independencia económica	Considero que iniciar mi propio emprendimiento me dará más libertad económica que depender de un sueldo fijo en una empresa	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo
				Desarrollo personal	Considero que tener un emprendimiento me ayuda a sentirme realizado como persona	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo

Fuente: Elaboración propia

Factores de la personalidad para el emprendimiento

El modelo de personalidad de los Cinco Grandes afirma que existen cinco factores básicos de la personalidad. Fueron desarrollados originalmente del análisis factorial de las palabras que la gente utiliza en el lenguaje cotidiano para describir la personalidad, el enfoque léxico de la personalidad.

Tabla 3 Conceptualización de variable factores de la personalidad para el emprendimiento

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM DEL INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN
Factores de la personalidad para el emprendimiento	El modelo de personalidad de los Cinco Grandes afirma que existen cinco factores básico de la personalidad. Fueron desarrollados originalmente del análisis factorial de las palabras que la gente utiliza en el lenguaje cotidiano para describir la personalidad, el enfoque léxico de la personalidad.	Medida por instrumento de encuesta donde se pregunta por la variable factores de la personalidad para el emprendimiento	Factores de la personalidad	Apertura a las nuevas experiencias	Estoy abierto a aceptar nuevas ideas y participar de nuevas experiencias	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo
				Responsabilidad	Me considero una persona responsable	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo
				Extroversión	Me considero una persona extrovertida, que manifiesta abiertamente sus pensamientos y sentimientos	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo
				Afabilidad	Me considero una persona amistosa y que se adapta a cualquier entorno	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo
				Neuroticismo	Puedo manejar situaciones de tensión y estrés	Totalmente de acuerdo/ de acuerdo/indiferente/ en desacuerdo/ totalmente en desacuerdo

Fuente: Elaboración propia

4.3 Participantes

Población, muestra, tipo de muestra.

Población: Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

Muestra no probabilística o dirigida: Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

La población de la ciudad de La Ceiba es de 214,917 habitantes, el muestreo es probabilístico y se toman en consideración los habitantes de las edades entre 18 a

50 años que son un total de 86,437 personas entre hombre y mujeres de zonas urbanas de la ciudad.

La encuesta será aplicada a personas que han culminado o no su carrera profesional y que tienen o no emprendimientos.

Tabla 4 Cálculo del tamaño de la muestra

CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	
N	86,437
NIVEL DE CONFIANZA	95%
σ	0.5
Z	1.96
e	0.05
n	382

Fuente: Elaboración propia

Debido a que el tamaño de la población es muy grande, el tamaño de la muestra dio como resultado $n = 382$, puesto que fue difícil acceder a este número de encuestados, se decidió aplicar la ley de los grandes números, esta ley sostiene que, si un experimento se repite un gran número de veces, la probabilidad experimental o empírica de un resultado particular se aproxima a un número fijo conforme se incrementa el número de repeticiones (Billstein, Libeskind, & Lott, 2013).

Por lo que, a criterio del investigador se utilizó una muestra de 207 encuestados.

4.4 Instrumentos / materiales

El instrumento de recolección de datos se estructura de la siguiente manera:

Parte I: Datos generales a cerca del encuestado (4 preguntas en escala nominal)

Tabla 5 Ítems del instrumento de datos generales

Datos generales	Ítem	Escala de medición
Edad	1	Nominal
Sexo	2	Nominal
Escolaridad	3	Nominal
Ha iniciado un proyecto de emprendimiento propio	4	Nominal

Fuente: *Elaboración propia*

Parte II: Datos relacionados a factores de innovación, socioeconómicos, y de la personalidad (19 preguntas en escala de medición ordinal).

Tabla 6. Ítems del instrumento de datos relacionados a factores de innovación, socioeconómicos, y de la personalidad

Tabla 6 Ítems del instrumento de indicadores

Variable	Dimensiones	Ítems	Escala de medición
Factores innovadores para el emprendimiento	Factores innovadores	1	Ordinal
		2	Ordinal
		3	Ordinal
		4	Ordinal
		5	Ordinal
		6	Ordinal
		7	Ordinal
		8	Ordinal
		9	Ordinal
		10	Ordinal
		11	Ordinal
Factores socio-económicos para el emprendimiento	Factores socioeconómicos	12	Ordinal
		13	Ordinal
		14	Ordinal
Factores de la personalidad para el emprendimiento	Factores de la personalidad	15	Ordinal
		16	Ordinal
		17	Ordinal
		18	Ordinal
		19	Ordinal

Fuente: *Elaboración propia*

4.5 Procedimiento

La aplicación del instrumento de recolección de datos se llevó a cabo de manera autoadministrada por medios electrónicos (correo, whatsapp), es decir, que el cuestionario se proporcionó directamente al participante y este lo contestó.

No hubo intermediarios y las respuestas se marcaron personalmente.

Las encuestas fueron dirigidas a hombres y mujeres de La Ceiba Atlántida, en edades de entre los 18 a 50 años, que tienen emprendimientos propios o trabajan en empresas público o privada.

CAPÍTULO 5

RESULTADOS

5.1 Validez y confiabilidad

Validez es el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir.

Confiabilidad: grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

La validez del instrumento de recolección de datos de la investigación es por validez de expertos, dado que fue revisado por miembros de la terna, asesor técnico y metodológico, además se envió a 5 profesionales con grado de doctorado, máster y licenciatura, quienes validaron que el instrumento mide las variables correspondientes.

También se aplicó una prueba piloto a 21 personas, la confiabilidad de esta prueba se midió con el coeficiente Alfa de Cronbach, que dio como resultado un coeficiente de confiabilidad de 0.87, de magnitud muy alta, por lo que se concluye que es confiable.

Figura 6 Cálculo de coeficiente Alfa de Cronbach.

ALFA DE CROMBACH	0.87
	0.87

Rangos	Magnitudes
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Fuente: Elaboración propia, fórmula de Ruíz (2002)

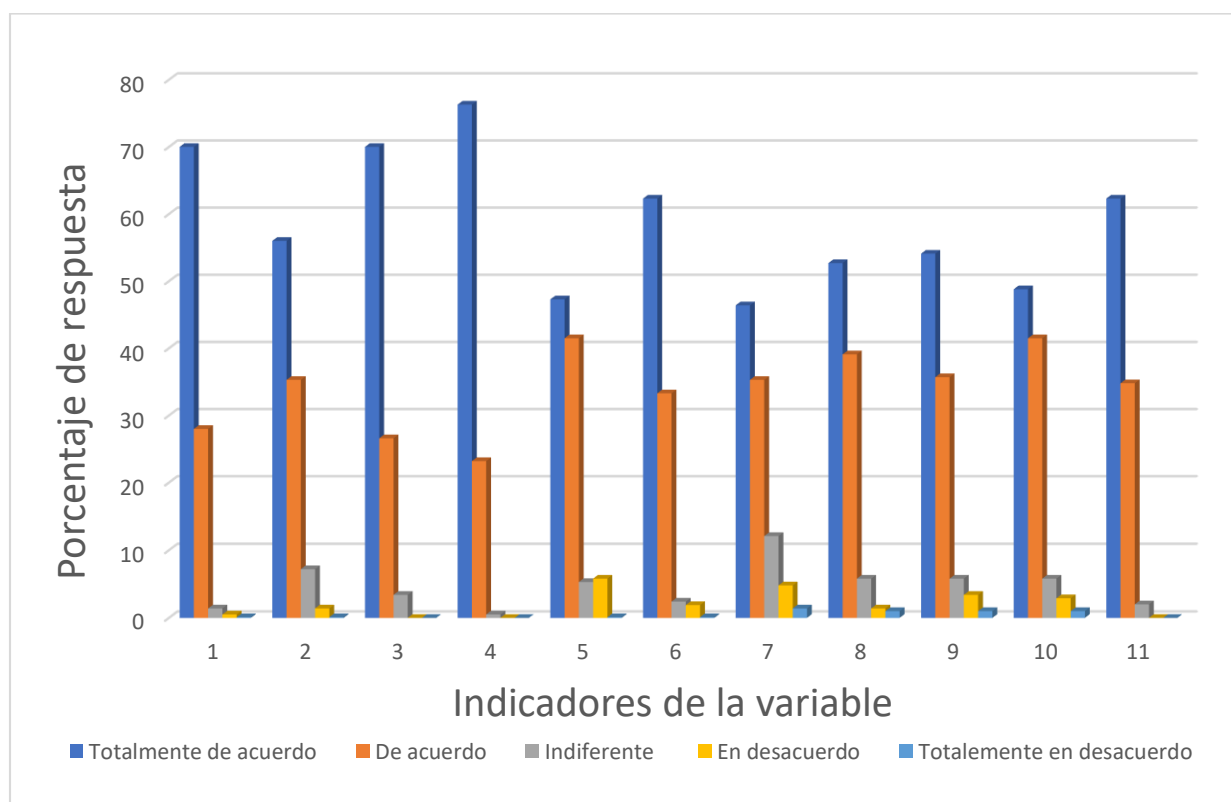
5.2 Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en la presente investigación titulada: Factores innovadores, de la personalidad y socioeconómicos determinantes en el emprendimiento en la ciudad de la ceiba año 2023.

Se muestra algunos datos que pueden describir las variables, entendiendo que es una escala que parte de que (1) es totalmente en desacuerdo y (5) totalmente de acuerdo.

Datos de la variable factores innovadores para el emprendimiento.

Figura 7 Resultado resumen variable factores innovadores para el emprendimiento



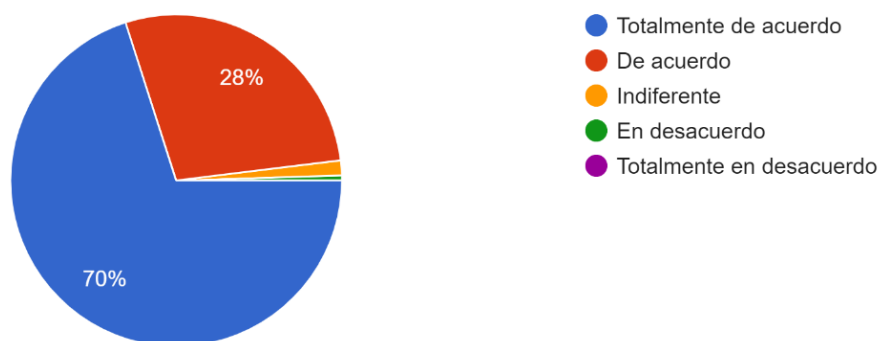
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Para la variable factores innovadores, el indicador que más sobresale con el 76.3% de respuestas totalmente de acuerdo es búsqueda de calidad y eficiencia, seguido de compromiso e iniciativa y búsqueda de oportunidad con 70% cada uno.

Cabe destacar que el indicador que menos porcentaje tiene es el de búsqueda de la información, lo que nos dicen que la población no invierte tiempo en buscar información sobre negocios y emprendimientos, otro indicador que salió con un índice bajo es el de coraje, es decir asumen pocos riesgos y tienen cierto temor a lo nuevo.

Indicador 1 Iniciativa y búsqueda de oportunidad

Figura 8 ¿Me considero una persona con iniciativa y que busca nuevas oportunidades?

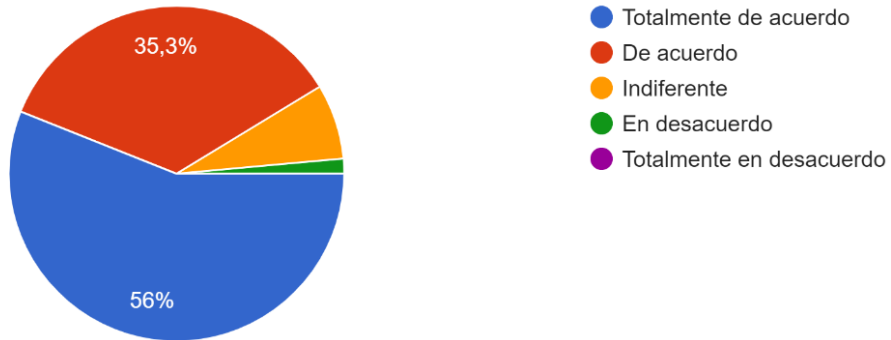


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 70% de los encuestado dice estar totalmente de acuerdo con que se consideran personas con iniciativa y sólo un 1.4% dice ser indiferentes mientras que solo un 0.1% está en desacuerdo.

Indicador 2. Perseverancia

Figura 9 Me considero una persona perseverante en todo lo que emprendo

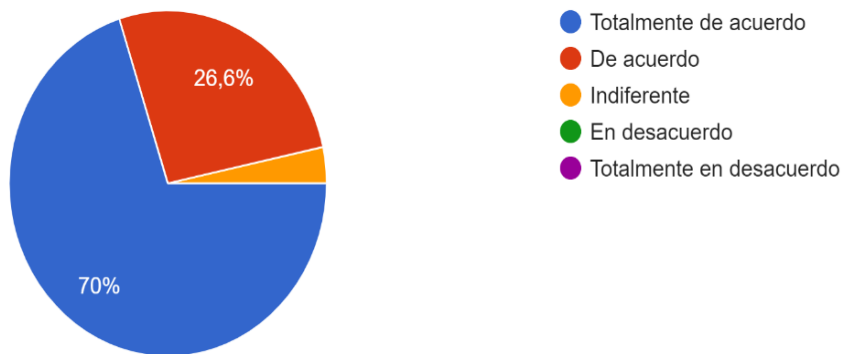


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 56% de los encuestado dice estar totalmente de acuerdo con que se consideran personas perseverantes en todo lo que emprende, un 35% está de acuerdo, un 7.2% dice ser indiferentes mientras que el 1.4% se muestra en desacuerdo.

Indicador 3. Compromiso

Figura 10 Me considero una persona comprometida

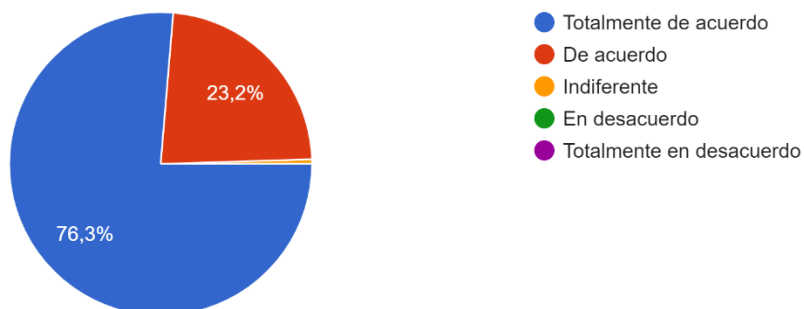


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 70% de los encuestados dice estar totalmente de acuerdo con que se consideran personas comprometidas y sólo un 1.4% son indiferentes mientras que solo un 0.1% está en desacuerdo.

Indicador 4. Búsqueda de calidad y eficiencia

Figura 11 Me gusta realizar las cosas bien desde la primera vez y de manera eficiente

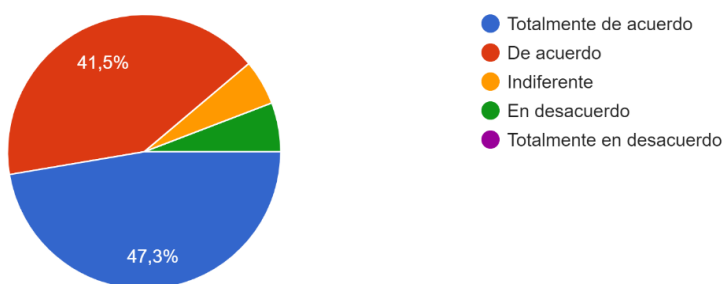


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 70% de los encuestados dice estar totalmente de acuerdo con que se consideran personas comprometidas y sólo un 1.4% son indiferentes mientras que solo un 0.1% está en desacuerdo.

Indicador 5. Coraje

Figura 12 Soy una persona que asume riesgos, no le temo a lo desconocido

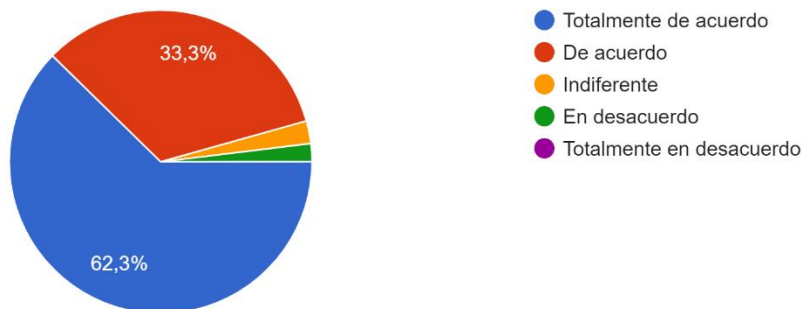


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 47.3% de los encuestados dice estar totalmente de acuerdo con ser personas que asumen riesgos, este es el indicador que menos porcentaje de participación tiene en el que están totalmente de acuerdo.

Indicador 6. Establecimiento de objetivos metas

Figura 13 Tengo claros mis objetivos y creo fielmente en ellos

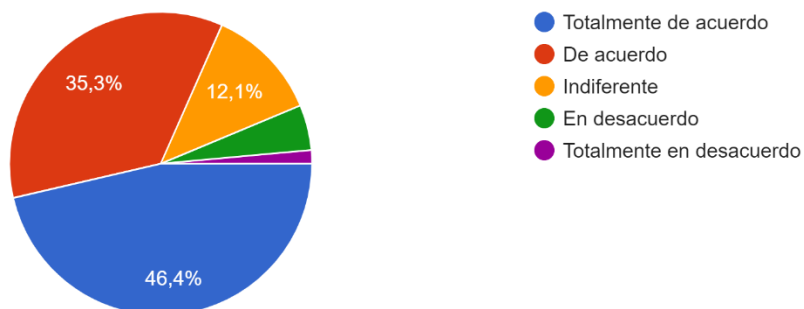


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 62.3% de los encuestados dice estar totalmente de acuerdo con tener claros los objetivos y metas y creer fielmente en ellos.

Indicador 7. Búsqueda de información

Figura 14 Invierto tiempo en buscar información relevante a negocios y emprendimientos

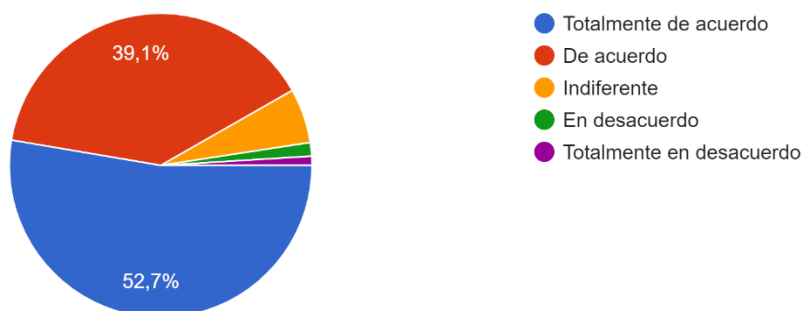


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 46.4% de los encuestados dice estar totalmente de acuerdo con la búsqueda de información relevante a negocios y emprendimientos, este es otro de los indicadores que salió con índices bajos.

Indicador 8. Independencia, autonomía y autocontrol

Figura 15 Me considero una persona independiente y con autocontrol

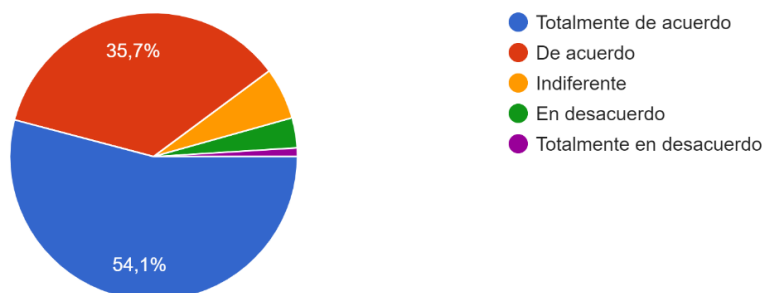


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 52.7% de los encuestados dice estar totalmente de acuerdo con considerarse personas independientes y con autocontrol, mientras que el 5.8% se mostró indiferente.

Indicador 9. Visionario

Figura 16 Tengo la visión clara de lo que haré en el futuro

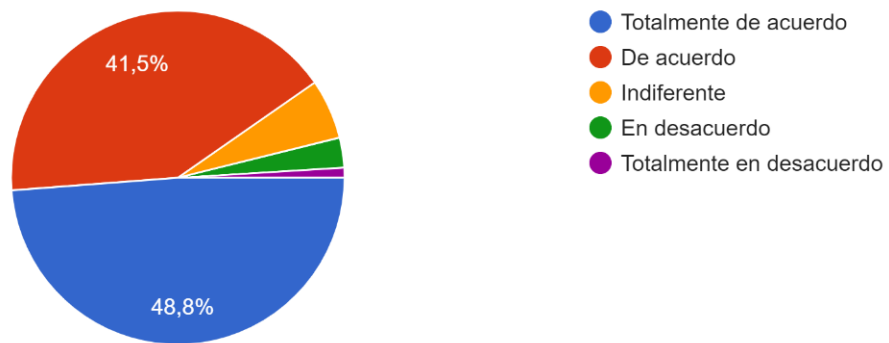


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 54.1% de los encuestados dice estar totalmente de acuerdo con tener visión clara de lo que quiere hacer en el futuro, mientras que el 4.4% están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Indicador 10. Saber tomar decisiones

Figura 17 Me considero una persona con seguridad al momento de tomar decisiones

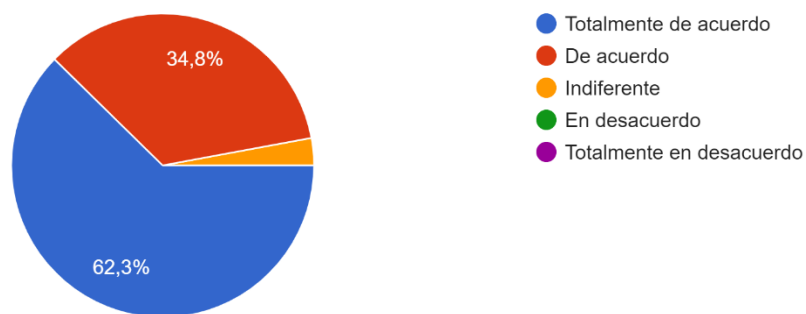


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 48.8% de los encuestados se consideran personas con seguridad al momento de tomar decisiones, mientras que el 2.9% están en desacuerdo.

Indicador 11. Marcan la diferencia

Figura 18 Por lo general marco la diferencia en las acciones que realizo

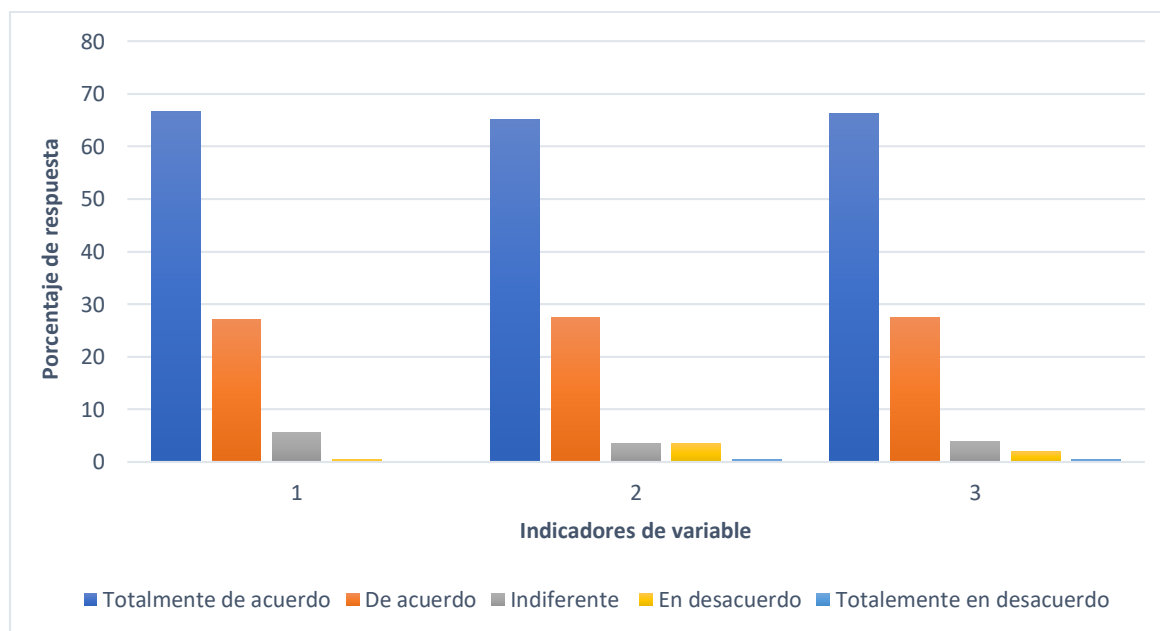


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 62.3% de los encuestados dice marcar la diferencia en las acciones que realizan, en este indicador la mayoría en está totalmente de acuerdo y de acuerdo.

Datos de la variable factores socioeconómicos para el emprendimiento

Figura 19 Resultado resumen variable factores socioeconómicos para el emprendimiento

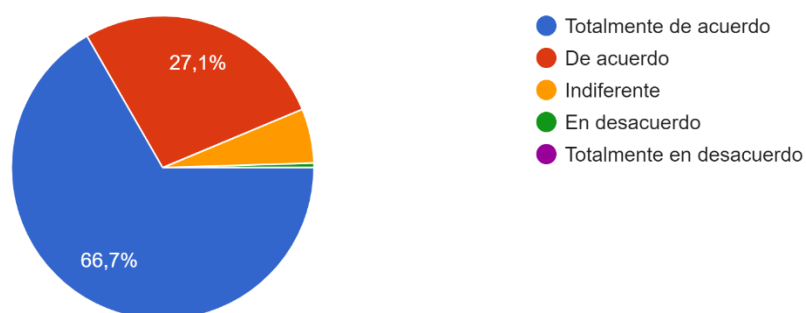


Fuente: Elaboración propia

Para la variable factores socioeconómicos, el indicador que más sobresale con el 66.7% de respuestas totalmente de acuerdo es independencia laboral, siguiéndole con el 66.2% el desarrollo personal, y en un tercer lugar el indicador de desarrollo económico lo cuál es sorprendente debido a que se pensaría que antes de buscar independencia laboral, se busca la independencia económica.

Indicador 12 Independencia laboral

Figura 20 Considero que es mejor ser mi propio jefe y tener un negocio propio

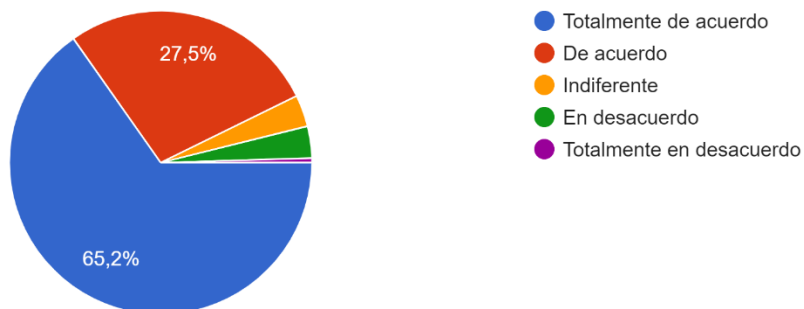


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 66.7% de los encuestados dice considerar que es mejor ser su propio jefe y tener un negocio propio, mientras que el 5.7% se muestran indiferentes.

Indicador 13 Independencia económica

Figura 21 Considero que iniciar mi propio emprendimiento me dará más libertad económica que depender de un sueldo fijo en una empresa

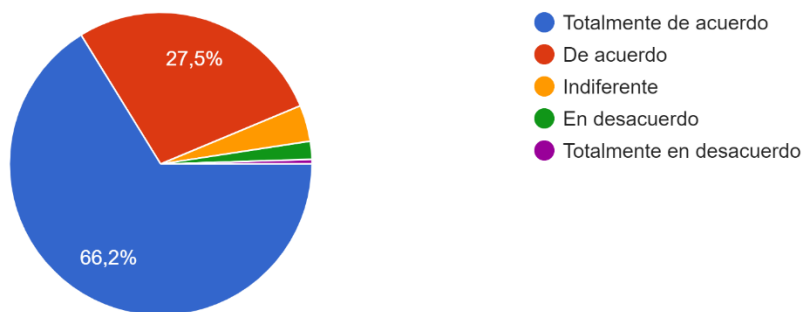


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 65.2% de los encuestados dice considerar que es mejor tener su propio emprendimiento, mientras que una sumatoria de 7.3% se muestran indiferentes y en desacuerdo.

Indicador 14 Independencia económica

Figura 22 Considero que tener un emprendimiento me ayuda a sentirme realizado como persona

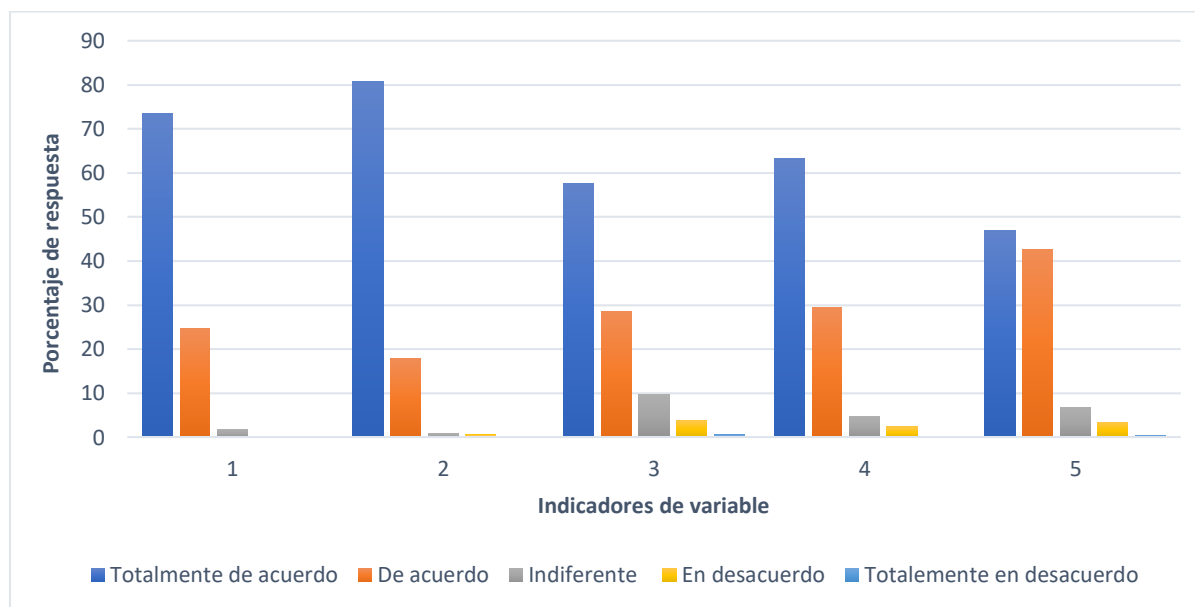


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 66.2% de los encuestados dice considerar que tener su propio emprendimiento los ayuda a sentirse realizados como personas.

Datos de la variable factores de la personalidad para el emprendimiento

Figura 23 Resultado resumen variable factores de la personalidad para el emprendimiento

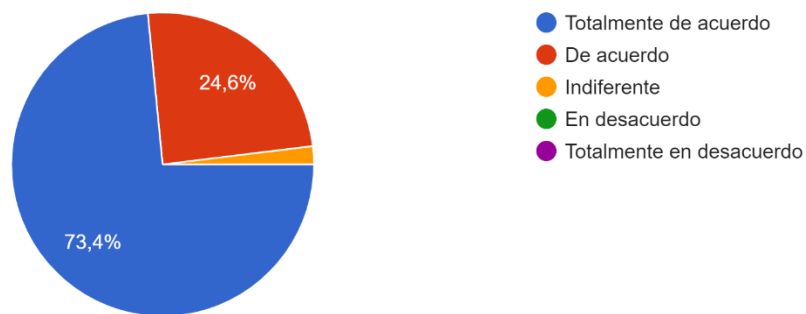


Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Para la variable factores de la personalidad, el indicador que más sobresale con el 80.7% de respuestas totalmente de acuerdo es el indicador responsabilidad, siguiéndole con un 73.4% el indicador apertura a nuevas experiencias.

Indicador 15 Apertura a las nuevas experiencias

Figura 24 Estoy abierto a aceptar nuevas ideas y participar de nuevas experiencias

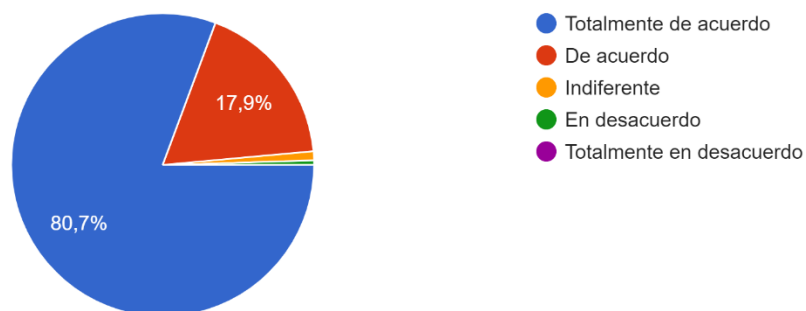


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 73.4% de los encuestados dice estar abiertos a aceptar nuevas ideas y participar de nuevas experiencias, mientras que el 1.9% se muestran indiferentes.

Indicador 16 Responsabilidad

Figura 25 Me considero una persona responsable

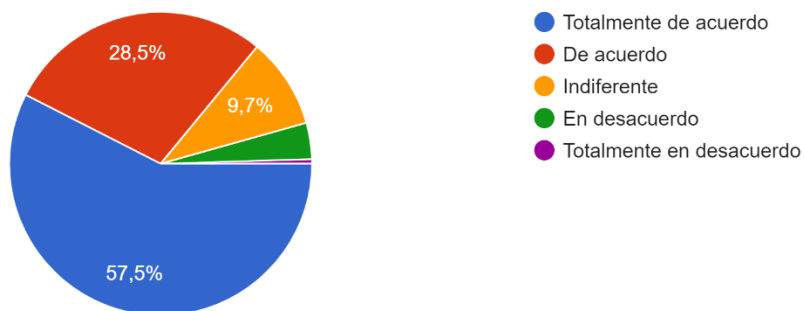


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 80.7% de los encuestados se considera una persona responsable mientras que para este indicador sólo el 0.9% se mostró indiferente.

Indicador 17 Extroversión

Figura 26 Me considero una persona extrovertida, que manifiesta abiertamente sus pensamientos y sentimientos

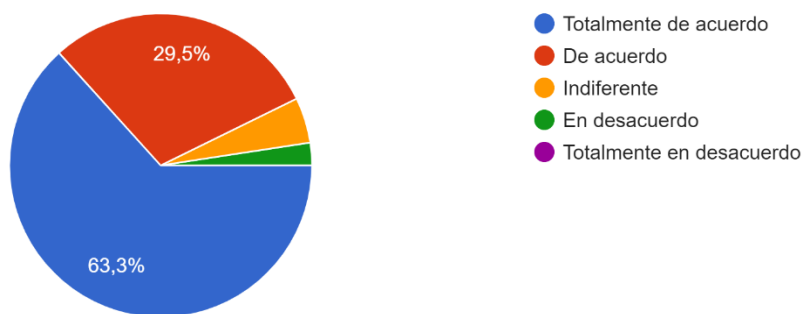


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 57.5% de los encuestados dice ser extrovertidos que manifiestan abiertamente sus pensamientos y sentimientos, en este indicador un 9.7% se mostró indiferente.

Indicador 18 Afabilidad

Figura 27 Me considero una persona amistosa y que se adapta a cualquier entorno

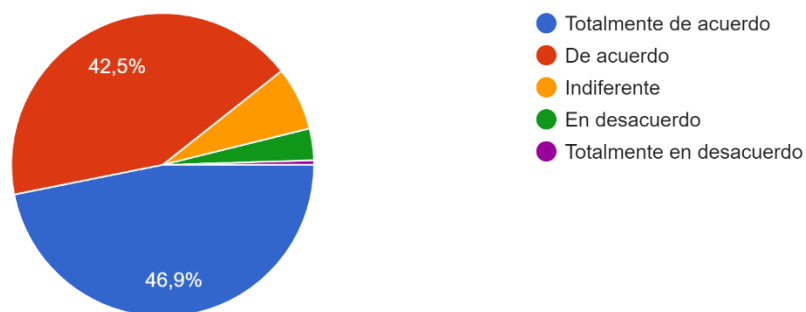


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 63.3% de los encuestados se consideran personas amistosas y que se adaptan a cualquier entorno.

Indicador 19 Neuroticismo

Figura 28 Puedo manejar situaciones de tensión y estrés

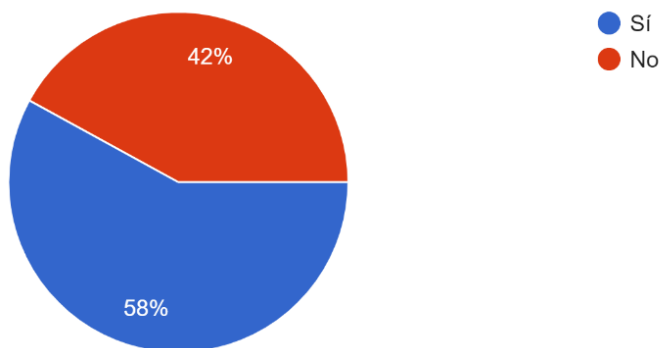


Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: El 46.9% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que pueden manejar situaciones de tensión y estrés.

Datos demográficos

Figura 29 ¿Ha iniciado un proyecto de emprendimiento propio?



Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Interpretación: de los 207 encuestados el 58% de los encuestados manifestaron que han iniciado un emprendimiento propio, mientras que el 42% no.

CAPÍTULO 6

DISCUSIÓN

6.1 Discusión de los resultados.

Con base en los resultados de la aplicación de la encuesta se puede determinar que los principales factores que motivan el emprendimiento en las tres dimensiones estudiadas son:

Factores de Innovación.

Los factores de innovación que más se destacan son: Búsqueda de calidad y eficiencia, Iniciativa y búsqueda de oportunidad y compromiso. Esto va de acuerdo con la teoría según Chiavenato donde menciona que son las características que completan el espíritu innovador.

En cuanto a la búsqueda de calidad y eficiencia que es la que más alto porcentaje sacó se trata de buscar mejorar cada vez más su producto o servicio es una señal de identidad del emprendedor, pues es alguien que siempre está en busca de la ventaja competitiva. Se puede decir que el emprendedor ceibeño es una persona con aptitudes y actitudes ligadas a la productividad y que cumplen adecuadamente una función.

La iniciativa y búsqueda de oportunidad, el emprendedor es alguien determinado y que tiene visión de negocios; que no espera a que las cosas sucedan, sino que toma la iniciativa en la búsqueda de mejoras, siempre viendo oportunidades y actuando en dirección a sus metas. Una persona con iniciativa propone, actúa por sí misma, este es un factor fundamental para el emprendedor, ya que este es dueño de su propio negocio.

Compromiso, el verdadero emprendedor tiene un compromiso total con su negocio, siempre observando los cambios que pueden ocurrir en el mercado en el que se encuentra, siempre buscando el éxito de su empresa, una persona comprometida es

aquella que pone al máximo sus capacidades para sacar adelante cualquier tarea que se haya propuesto.

Analizando desde los factores que menos porcentaje de respuesta tuvieron, se puede concluir que el emprendedor Ceibeño tiene cierto temor a lo nuevo y temor a asumir riesgos, además no son personas que estén muy interesadas en la lectura ni búsqueda de información de actualización.

Factores de socioeconómicos

El factor que más destaca en cuanto a los factores socioeconómicos es la independencia laboral.

Un 93.9 dijo estar totalmente de acuerdo y de acuerdo con que es mejor ser su propio jefe, esto demuestra que la mayoría de la población entrevistada no quieren estar sujetos a un horario laboral y pago fijo, no quieren depender de otras personas laboralmente, sino que aspiran a ser sus propios jefes y generadores de empleo.

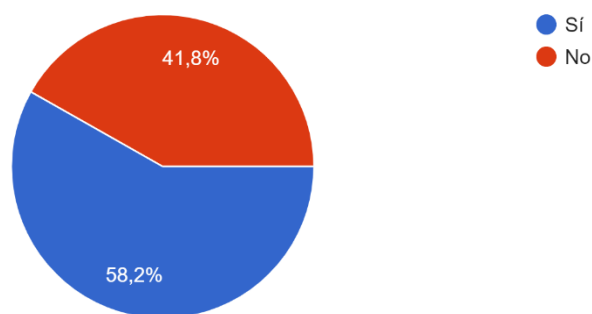
Es interesante que más que querer la independencia económica lo que más buscan las personas de la ciudad de la Ceiba es ser su propio jefe, es decir, no recibir órdenes de un superior, ni estar ligado a un horario laboral estricto.

Factores de la personalidad

Los dos factores que más destacan de la personalidad son la responsabilidad y la apertura a nuevas experiencias, las personas responsables están orientadas a los logros, tienden a ser trabajadores y eficientes. Además, las personas son gobernadas bajo su misma conciencia, en cuanto a las personas con apertura a nuevas experiencias son creativas, innovadoras, y curiosas.

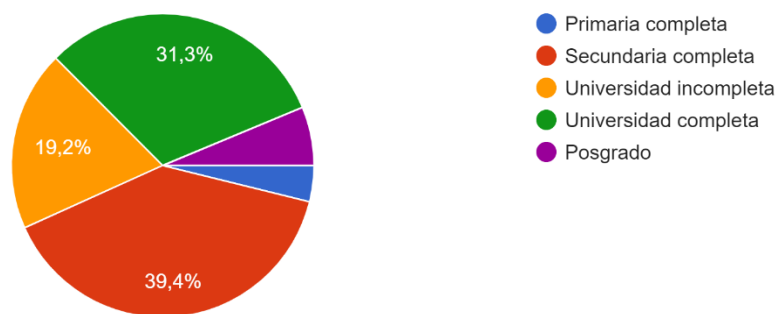
Por otro lado, de los encuestados el 41.8% mencionó no haber iniciado un negocio propio, y el 58.2% mencionó que sí, lo que demuestra que más de la muestra son personas emprendedoras, de las cuales el 3.8% está en el nivel de primaria, el 58.60% tiene la secundaria completa o universidad incompleta, el 31.3% son profesionales a nivel de universidad y el 6.3% están a nivel de posgrado. El 66.3% fueron mujeres y el 33.7% son hombres.

Figura 30 Ha iniciado un emprendimiento propio.



Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

Figura 31 Escolaridad



Fuente: Obtenido de la aplicación Google Forms.

6.2 Perfil del emprendedor ceibeño.

Figura 6. Perfil de emprendedor ceibeño



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados. .

CONCLUSIONES

1. Se conocieron los factores de innovación, socioeconómicos y de la personalidad que más sobresalen en las personas de la Ciudad de La Ceiba y que son determinantes en el emprendimiento.
2. Se identificó que el factor económico más relevante que influye en una persona y que lo lleva a emprender es la **independencia laboral** con el 66.70% de respuestas totalmente de acuerdo. Lo que demuestra una actitud emprendedora y es que le gusta ser su propio jefe, valora más no seguir órdenes de otra persona, más de lo que valora la estabilidad económica que un trabajo estable le pueda proporcionar.
3. Se identificó que los factores de la personalidad más relevantes que influyen en una persona y lo llevan a emprender son: en primer lugar, **la responsabilidad** 80.7% de respuestas totalmente de acuerdo y la **apertura a nuevas experiencias** con el 73.4% en segundo lugar. Una característica de una persona emprendedora se comprueba en este factor, aun arriesgando sus propios recursos pueden lograr que el crecimiento sea posible debido a que buscan nuevas experiencias.
4. Se identificó que los factores de innovación más relevantes que influyen en una persona son: **Búsqueda de calidad y eficiencia** con el 76.3% de respuestas totalmente de acuerdo, **Iniciativa y búsqueda de oportunidad y compromiso**

con 70% cada uno. Se ve reflejado en estos factores el espíritu empresarial, que es una forma de pensar, razonar y actuar vinculada y suscitada por la búsqueda de una oportunidad de negocio, además tienen actitud y aptitud que le permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ha llegado.

5. Se definió que del total de los encuestado el 58.2% está emprendiendo, esto quiere decir que la mayoría de la población encuesta de La Ceiba, en algún momento de su vida ha iniciado un emprendimiento.

BIBLIOGRAFÍA

- Billstein, R., Libeskind, S., & Lott, J. (2013). *Matemáticas, un enfoque de resolución de problemas*. Distrito Federal: López Mateos.
- Cloninger, S. C. (s.f.). *Teorías de la personalidad*.
- Del Cerro, J. (2016). *¿Qué es el emprendimiento social?* Ciudad de México: Nueva Editorial Iztaccihuatl.
- Fariña, M., & Suárez, M. (2018). Orientación profesional y emprendimiento en países europeos con impacto emprendedor. Sevilla, España: Universidad de Sevilla.
- García, V. D. (2015). Emprendimiento empresarial juvenil: una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias*.
- Hernández Maldonado, R. (2018). Intención emprendedora: ¿es influenciada por factores de personalidad y género?
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2014). *Metodología de la investigación*. Distrito Federal: Mc Graw Hill.
- Hume, V., Rubio, J., Hernández, E., Ibáñez, J., & Ducoing, M. (2021). *Mapeo del ecosistema emprendedor: Honduras Rural*. Aspen Institute.
- INE. (2020). *INE*. Obtenido de Indicadores cifras de país 2020: <https://www.ine.gob.hn/V3/imag-doc/2021/11/cifras-de-pais-datos-2020.pdf>
- INE. (2021). *INFORME DEL MERCADO LABORAL*.

- Lechuga Nevárez, M. D. (2019). Modelo de emprendimiento universitario e impacto socioeconómico .
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *El Emprendimiento en América Latina*. Banco Mundial.
- Minniti, M. (2012). *El emprendimiento y el crecimiento de las naciones*.
- Navarro, J. L., Cabello Medina, C., Medina Tamayo, R., & Hoyos, J. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor*. Editorial de la universidad de Cantabria.
- OECD/CEPAL/CAF. (2017). *Perspectivas Económicas de América Latina*.
- Oliva Abarca, J. E. (2018). *Factores, condiciones y contexto del emprendimiento cultural*. Monterrey.
- (2018). *Plan de promoción de empleo decente e ingresos La Ceiba*.
- Rivera Camino, J., Arellano Cueva, R., & Molero Ayala, V. (2000). *Conducta del consumidor*. Madrid: Esic Editorial.
- Roa, M. L. (2005). *Asoka.org*. Obtenido de DEFINICION Y ALCANCES DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL.
- Roig, S., Ribeiro, D., Torcal, R., De la Torre, A., & Cerver, E. (s.f.). *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*. Valencia.
- Sánchez Bueno, M. J. (2008). *El proceso Innovador y tecnológico*. Netbiblo.
- Sastre, R. (2013). *La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento*. Buenos Aires.
- Schnarch Kirberg, A. (2022). *Emprendimiento Exitoso*. Bogotá: ECOE EDICIONES.

Secretaría de Desarrollo Económico. (2018). *ESTRATEGÍA AL FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO DE HONDURAS*.

Torres Hernández, J., & Boucher, F. (1988). *Taller sobre estrategias metodológicas para el desarrollo agroindustrial rural*. Cali.

Universidad Nacional Autónoma de Honduras. (2021). *Diagnóstico de Mercado Laboral 2020*. Tegucigalpa: IIES-UNAH.

Urbano, D., & Toledano, N. (2008). *Invitación al emprendimiento*. Editorial UOC.

Urbano, D., & Toledano, N. (2008). *Invitación al emprendimiento*. Barcelona: Editorial UOC.

Vasquez Moreno, J. A. (s.f.). *El emprendimiento empresarial, la importancia de ser emprendedor*. IT campus Academy.

Vernaza Arroyo, G. (2020). *Innovación, emprendimiento e investigación científica*. Revista de Ciencias Sociales.

ANEXOS

Instrumento de investigación



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE HONDURAS
"Nuestra Señora Reina de La Paz"
Campus San Isidro
Dirección de Investigación y Estudios de Postgrado

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Introducción: ¡Buen día! A continuación encontrará en este instrumento, una serie de cuestionamientos a los que se le solicita responder con mucha objetividad. No necesita identificarse. La información recopilada será utilizada estrictamente con fines de investigación.

Objetivo: El objetivo de este cuestionario es conocer qué factores de innovación, de la personalidad, y socioeconómicos son determinantes en el emprendimiento.

Parte I Datos generales

Instrucciones: Marque con una **X** la alternativa apropiada (sólo una)

1	La edad	Entre 18 a 30 años	Entre 31 a 40 años	Entre 41 a 50 años	Mayor de 51 años	
2	Sexo	Mujer	Hombre			
3	Escolaridad	Primaria completa	Secundaria completa	Universidad incompleta	Universidad completa	Posgrado
4	¿Ha iniciado un proyecto de emprendimiento propio?	Sí	No			

Parte II Datos relacionados a factores de innovación, de la personalidad y socioeconómicos

Instrucciones: Marque con una **X** la casilla que corresponde a la calificación con la que Usted se siente más identificado

No.	Pregunta	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDIFERENTE	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
		5	4	3	2	1
1	Me considero una persona con iniciativa y que busca nuevas oportunidades					
2	Me considero constante en la forma de hacer las cosas					
3	Me considero una persona comprometida en lo que hago					
4	Busco que las cosas se hagan debidamente y siempre quiero aprovechar el tiempo					

5	Soy una persona que asume riesgos, no le temo a lo nuevo					
6	Cuento con un plan claro de lo que voy a realizar para el futuro					
7	Invierto tiempo en buscar información relevante a negocios y emprendimientos					
8	Tengo seguridad en mis objetivos y creo fielmente en ellos					
9	Tengo la visión clara de lo que haré en el futuro					
10	Me considero una persona con seguridad al momento de tomar decisiones					
11	Me gusta marcar la diferencia en las acciones que realizo					
12	Considero que es mejor ser mi propio jefe y tener un negocio propio a estar recibiendo órdenes de otra persona					

13	Iniciar mi propio emprendimiento me dará más libertad económica que depender de un sueldo fijo en una empresa					
14	Considero que tener un emprendimiento me ayuda a desarrollar mis destrezas y habilidades y sentirme					
15	Estoy dispuesto a aceptar ideas que considero poco convencionales					
16	Me considero una persona puntual y confiable					
17	Me considero una persona extrovertida, que manifiesta abiertamente sus pensamientos y sentimientos					
18	Me considero una persona amistosa y que se adapta a cualquier entorno					
19	Tiendo a tolerar las situaciones de estrés					