

UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

**DIAGNOSTICO DE LA SITUACION DE LAS MIPYMES DEL RUBRO
AGROPECUARIO EN EL MUNICIPIO DE CATACAMAS, OLANCHO**

POR:

ISIS SARAI CARCAMO CRUZ

DIAGNÓSTICO

**PRESENTADO A LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA COMO
REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS



CATACAMAS, OLANCHO

HONDURAS, C.A.

DICIEMBRE, 2013

**DIAGNOSTICO DE LA SITUACION DE LAS MIPYMES DEL RUBRO
AGROPECUARIO EN EL MUNICIPIO DE CATACAMAS, OLANCHO**

POR:

ISIS SARAI CARCAMO CRUZ

DIANELA DIAZ, M.Sc

Asesor Principal

DIAGNÓSTICO

**PRESENTADO A LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA COMO
REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

CATACAMAS, OLANCHO

HONDURAS, C.A.

DICIEMBRE, 2013



UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE

PRACTICA PROFESIONAL SUPERVISADA

Reunidos en el salón de Producción Animal de la Universidad Nacional de Agricultura:
M. Sc. DIANELA DIAZ, M. Sc. MARIANO GUILLEN, M. Sc. RUBEN SINCLAIR Miembros del jurado examinador de trabajo de la P.P.S

LA estudiante **ISIS SARAI CARCAMO CRUZ** del IV año de Administración de Empresas Agropecuarias presento su informe.

“DIAGNOSTICO DE LA SITUACION DE LAS MIPYMES DEL RUBRO AGROPECUARIO EN EL MUNICIPIO DE CATACAMAS, OLANCHO”

El cual a criterio de los examinadores, _____ este requisito para optar al título de Licenciado en Administración de Empresas Agropecuarias.

Dado en la ciudad de Catacamas, Olancho, a los veintisiete días del mes de noviembre del año 2013.

M. Sc. DIANELA DIAZ
Asesor Principal

M. Sc. MARIANO GUILLEN
Examinador

M. Sc. RUBEN SINCLAIR
Examinador

DEDICATORIA

A Dios eterno por que sin duda alguna sin El nada es posible.

A mi madre Dalila Azucena Cruz por ser baluarte fundamental en mi formación personal y profesional.

A mis hermanos, gracias por apoyarme siempre, ayudarme y estar presente cuando más los necesite.

A mis amigas Belkys Antonia Bonilla, Elsy Danubia Munguia y sus familiares ya que fueron piezas clave de apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTOS

A Dios todo poderoso por haber guiado e iluminado mi mente y darme la oportunidad de llegar hasta donde estoy.

A mis padres, en especial a mi madre Dalila Cruz por apoyarme en todo momento.

A mis asesores a la M.Sc. Dianela Díaz, M.Sc. Mariano Guillen, y M.Sc. Rubén Sinclair por haberme apoyado, encaminado y ayudado hasta la culminación de mi trabajo de investigación.

A todos los docentes participes en mi formación profesional por su apoyo, por transmitirme el conocimiento necesario para tener éxito en la vida laboral y profesional.

A las empresas, organizaciones y personas particulares por haberme brindado su apoyo e información para la realización de esta investigación.

Al alma mater la Universidad Nacional de Agricultura por la oportunidad de encaminarme en el fascinante mundo del conocimiento.

A todos mis compañeros de clase 2013, por su apoyo en momentos difíciles.

CONTENIDO

	Pag.
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
CONTENIDO	iv
LISTA DE CUADROS	vii
LISTA DE FIGURAS	viii
LISTA DE ANEXOS.....	ix
RESUMEN.....	x
I INTRODUCCIÓN.....	1
II OBJETIVOS.....	3
2.1 General:.....	3
2.2 Específicos:.....	3
III REVISION DE LITERATURA	4
3.1 Historia de las PYME	4
3.2 Honduras.....	4
3.3 Microempresa	5
3.4 Pequeñas empresas	6
3.5 Mediana empresa	6
3.6 Participación de la micro y pequeña empresa en población económicamente activa.....	7
3.7 Comportamiento del sector lácteo	7
3.8 Comportamiento del sector lácteo en Honduras	8
3.9 Clúster de competitividad y las MIPYMES	8
3.10 Proyectos para la creación y apoyo de MIPYMES.....	9
3.11 Factores que se ven involucrados en las MIPYME	10
3.11.1 Marco legal y administrativo.....	13
3.11.2 Funciones de la administración en las MIPYMES.....	14
3.11.3 Planeación	15
3.11.4 Organización	15

3.11.5 Dirección	15
3.11.6 Control.....	15
3.12 Supervivencia y constitución de las empresas	15
3.12.1 ¿Cómo obtener la Escritura Pública?	16
3.12.2 Inscripción en el Registro Mercantil	16
3.12.3 El Registro Tributario Nacional (RTN).....	17
3.12.4 Registro en la Cámara de Comercio.....	17
3.12.5 El permiso de operación.....	18
IV MATERIALES Y METODO	19
4.1 Descripción de la ubicación de la investigación	19
4.2 Materiales y equipo.....	20
4.3 Método	20
4.4 Las variables a ser tomadas en cuenta para efectos de la investigación fueron:..	21
4.4.1 Generalidades de la empresa.	21
4.4.2 Aspectos administrativos y organizacionales.....	21
4.4.3 Recurso humano.....	21
4.4.4 Datos operacionales.....	21
4.4.5 Producción y mercadeo.	22
4.5 Fuentes de información:.....	22
4.5.1 Fase preparatoria.	22
4.5.2 Fase de ejecución y recolección de datos.....	22
4.5.3 Fase de procesamiento y análisis de datos.	23
4.5.4 Fase de cierre.....	23
V RESULTADOS Y DISCUSIÓN	24
5.1 Aspectos generales de las MIPYMEs.	24
5.1.1 Rubro de la empresa:.....	24
5.1.2 Disponibilidad de los medios de comunicación	25
5.1.3 La idea de la empresa:.....	26
5.1.4 Alianza con otras empresas:.....	27
5.2 Aspectos administrativos y organizacionales	27
5.2.1 Permisos con los que cuenta la empresa:	28
5.2.2 Estructura organizativa:.....	29
5.2.3 Sectores que apoyan a las empresas en el municipio de Catacamas:	29
5.3 Recurso humano	30

5.3.1 Número de empleados en la empresa:	30
5.3.2 Aspectos de capacitación y contratación:	31
5.4 Datos operacionales	32
5.4.1 Manejo de estados financieros y ventas:	33
5.5 Producción y mercadeo.....	34
5.5.1 Clientes:.....	34
5.5.2 Aspectos publicitarios:	35
5.5.3 Marca para los productos:	36
5.6 Análisis FODA de las empresas agropecuarias en el municipio de Catacamas.....	37
VI CONCLUSIONES	39
VII RECOMENDACIONES.....	40
VIII BIBLIOGRAFIA	41
IX ANEXOS.....	43

LISTA DE CUADROS

	Pag.
Cuadro 1 Fortalezas de las empresas agropecuarias en el Municipio de Catacamas..	37
Cuadro 2. Oportunidades de las empresas del rubro agropecuario en Catacamas.	37
Cuadro 3. Debilidades de las empresas agropecuarias en el Municipio de Catacamas.	38
Cuadro 4. Amenazas de las empresas agropecuarias en el Municipio de Catacamas.	38

LISTA DE FIGURAS

	Pag.
Figura 1. Mapa de la Ciudad de Catacamas	19
Figura 2. Principales rubros de las micro empresas agropecuarias del municipio de Catacamas	25
Figura 3. Disponibilidad de medios comunicativos en las empresas agropecuarias del municipio de Catacamas	26
Figura 4. Como surge la idea de formar la empresa encuestada en la investigación. ..	27
Figura 5. Realizo la empresa estudio de mercado	28
Figura 6. Permisos con los que cuenta las empresas agropecuarias en Catacamas.....	28
Figura 7. Número de empleados en la empresa.....	30
Figura 8. Solicita hoja de vida cuando contrata una persona	31
Figura 9. Tiempo de operación de la empresa.....	32
Figura 10. Promedio de ventas mensual en las empresas encuestadas.....	33
Figura 11. Localización de principales clientes de las empresas agropecuarias.	34
Figura 12. Porcentaje de empresas que cuentan con publicidad para su empresa.	35

LISTA DE ANEXOS

	Pag.
Anexo 1. ENCUESTA APLICADA	44
Anexo 2. Listado de empresas encuestadas.	48
Anexo 3. Calculo de muestra.	49

Cárcamo Cruz I.S. 2013. “Diagnóstico de la situación de las MIPYMES del rubro agropecuario en el municipio de Catacamas, Olancho”. Diagnóstico Lic. Administración de Empresas Agropecuarias. Universidad Nacional de Agricultura Catacamas, Honduras. C. A. 50 pág.

RESUMEN

El presente trabajo fue realizado con el objetivo de Conocer la situación actual e identificar algunos factores que han permitido el crecimiento de las MIPYMES Agropecuarias en el municipio de Catacamas, Olancho. La micro, pequeña y mediana empresa MIPYMES en Honduras es un sector económico que por su contribución a la producción hace un importante aporte como fuente de empleo e ingreso al país. En la ciudad de Catacamas muchas Micro Empresas han iniciado su ámbito operacional, pero debido a algunas circunstancias muchas de ellas se han quedado estancadas sin mostrar mejoría alguna, en cambio una parte han mostrado crecimiento en sus operaciones. Para la investigación se aplicó el método descriptivo, ya que el trabajo de investigación implicó la recolección de datos. Para obtener la información requerida, se hizo uso de la encuesta diseñada específicamente para determinar diferentes aspectos y características propias y externas de la empresa, los segmentos de la encuesta fueron: las generalidades de la empresa, los aspectos administrativos y organizacionales, el recurso humano, datos operacionales y el aspecto de producción y mercadeo. Se aplicó el instrumento de análisis y medición de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) Mediante la reciente investigación se logró constatar que en el sector de las MIPYMES agropecuarias en el municipio de Catacamas existen una variedad de microempresarios que han incursionado en el mercado con productos de mucha demanda tanto a nivel local como nacional e internacional. La mayoría están dedicados a la producción de queso y mantequilla, así mismo en menor escala otros se dedican producción de embutidos, miel, concentrados y leche fluida. Un 41% de los empresarios reconocen que sus clientes los prefieren debido a la calidad de los productos que ofrecen. Las principales debilidades que presenta el sector agropecuario a nivel micro empresarial en el Municipio de Catacamas se resume en factores como: no se han actualizado en sus sistemas de comunicación para llegar a más clientes, falta una página Web, un inestable y poco claro sistema contable, se concentran en clientes locales y no aspiran ampliar su mercado.

Palabras claves: rubro, FODA, MIPYMES.

I INTRODUCCIÓN

La micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) en Honduras es un sector económico que por su contribución a la producción hace un importante aporte como fuente de empleo e ingreso al país. La MIPYME son unidades económicas que operan no solamente en zonas urbanas sino que también se encuentran diseminadas a lo largo de todo el territorio nacional. Esto implica que existen muchas características similares entre MIPYME rurales y urbanas, pero a la vez especificidades inherentes a la ubicación geográfica y al entorno que rodea a las empresas rurales.

Mediante el siguiente diagnostico se realizó con el fin de conocer la situación actual de las MIPYMES del municipio de Catacamas, identificando cuales son los factores que ayudan a su crecimiento y cuales son aquellos que impiden el desarrollo económico y operacional de las mismas.

Está diseñado en nueve capítulos que van desde el primero que contiene la introducción del mismo, en el segundo se denotan los objetivos planteados al momento de iniciar la investigación, de igual manera y continuando con los capítulos en el tercero de inicia una revisión bibliográfica donde se comparan distintas perspectivas de muchos autores en cuanto a las micro empresas, desde aspectos como su historia, definiciones de lo que es una micro, pequeña y mediana empresa, así mismo como se ven involucrados estos entes económicos en la población económicamente activa.

En el capítulo cuarto se presenta el método y los materiales utilizados, ya en el capítulo quinto se procede a la presentación de los resultados, continuando en el capítulo quinto y sexto con las conclusiones y recomendaciones respectivamente.

Concluyendo el documento, en el capítulo séptimo se presenta la bibliografía que se consultó para hacer la investigación y para finalizar se incluyeron anexos, entre ellos la encuesta utilizada.

Según la información y ubicando a las empresas de acuerdo a su rubro tomando los datos arrojados en la investigación nos damos cuenta que la mayoría de las microempresas del rubro agropecuario están dedicadas a la transformación de la leche en productos lácteos.

Las principales debilidades que presenta en sector agropecuario a nivel micro empresarial en el Municipio de Catacamas se resume en factores como que no se han actualizado en sus sistemas de comunicación para llegar a más clientes, falta una página Web, un inestable y poco claro sistema contable, se concentran en clientes locales y no aspiran ampliar su mercado.

II OBJETIVOS

2.1 General:

- Conocer la situación actual e identificar algunos factores que han permitido el crecimiento de las MIPYMEs Agropecuarias en el municipio de Catacamas, Olancho.

2.2 Específicos:

- Realizar un diagnóstico para conocer la situación actual de las MIPYMEs agropecuarias en el municipio de Catacamas.
- Identificar las MIPYMEs en el rubro agropecuario en el municipio de Catacamas.
- Analizar las fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) del rubro agropecuario en las micro empresas del municipio de Catacamas.
- Establecer las actividades estratégicas para la expansión y fortalecimiento en el mercado de las MIPYMEs en el sector agropecuario.

III REVISION DE LITERATURA

3.1 Historia de las PYME

Según Harry Elmer estas empresas, independientemente de la naturaleza de su actividad principal, presentan las características históricas que identifican a todas las culturas del mundo desde tiempos remotos, prácticamente desde que el hombre se vuelve sedentario, hace aproximadamente 10,000 años. Desde entonces, el mundo ha observado, con algunas variantes, los grandes contrastes que aun observamos en la constitución de las economías sociales; antes existían los grandes empresarios (nobles y terratenientes), los pequeños agricultores, productores y artesanos, así como aquellos que se dedicaban a tareas productivas prácticamente de subsistencia, lo mismo que una masa amorfa a veces difícil de identificar que se dedicaban a prestar servicios de distinta naturaleza.

Según Arroyo, (1998) la estructura del mercado del trabajo global en Centro América muestra que la Mediana y Gran Empresa tiene el 14% del empleo y la Micro y Pequeña Empresa el 42%, considerando en esta última clasificación micro negocios y cuenta propia.

3.2 Honduras

En la actualidad se le presta mayor atención al tema MIPYMES (micro, pequeñas y medianas empresas) debido a que las estructuras económicas actuales están conformadas en alto porcentaje por éstas. Llama la atención el surgimiento acelerado de variedad y cantidad de negocios pequeños en Honduras. Recientemente se ha ido comprendiendo en las sociedades que la proliferación del comercio informal y las microempresas se debe principalmente a la escasez de trabajo formal, a que las

empresas de mayor tamaño no se dan abasto para contratar toda la mano de obra disponible en el país (Cadena, 2005).

Según comunicado del Gobierno de Honduras s.f Aunque el peso económico del sector agropecuario de Honduras ha disminuido considerablemente desde 1996, el sector continúa siendo de suma importancia desde el punto de vista de la producción, el comercio y el empleo. El desempeño del sector está íntimamente relacionado con el mejoramiento de las condiciones de vida en el país ya que alrededor del 80 por ciento de la población rural aún vive en condiciones de pobreza.

El huracán Mitch de 1998 causó graves pérdidas al sector agropecuario hondureño. Una estimación sitúa dichas pérdidas en 2.052 millones de dólares EE.UU, de los cuales 1.067 millones corresponden a daños ocasionados a los activos (suelo, instalaciones) y 24,7 millones a daños ocasionados a la infraestructura de riego y drenaje. El monto restante resultó de daños a la producción, principalmente de banano y, en menor medida, de granos básicos, café, palma africana, caña de azúcar y leche.

En 2001 se crea la Dirección de Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa dependiente de la Secretaria de Industria y Comercio. Adicionalmente, se conforma el Consejo Nacional de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CONAMIPYME) como instancia interinstitucional de consulta y coordinación de los esfuerzos implementados en el ámbito público y privado. En 2004 se presenta oficialmente la “Política para el apoyo de la competitividad de las MIPYME”.

3.3 Microempresa

(Congreso Nacional, decreto N° 135-2008) Es toda unidad económica con un mínimo de una persona remunerada laborando ella, la que puede ser su propietario, y un máximo de diez (10) empleados remunerados.

3.4 Pequeñas empresas

Son aquellas con una mejor combinación de factores productivos y posicionamiento comercial, que permiten a la unidad empresarial, acumular ciertos márgenes de excedentes. Tienen una organización empresarial más definida y mayor formalización en su gestión y registro, cuenta con un mínimo de once (11) y un máximo de cincuenta (50) empleados remunerados.

3.5 Mediana empresa

Son empresas que disponen de mayor inversión en activos fijos, en relación a las anteriores. Asimismo presentan una adecuada relación en cuanto a su capital de trabajo, una clara división interna del trabajo y formalidad en sus registros contables y administrativos, emplea un mínimo de cincuenta y uno empleados y un máximo de ciento cincuenta empleados remunerados (La Gaceta 2009).

En el municipio de Catacamas se realizó un estudio, Este estudio se enfocó en el objetivo general que consistió en un estudio que permita conocer la caracterización de la Pequeña y Mediana Empresa (PYME), en el casco urbano de Catacamas. En base a este objetivo se evaluaron criterios que se considera son representativo del sector como ser el nivel de facturación de las empresas, nivel educativo del propietario y los empleados, niveles de ingreso, niveles de capacitación, etc. Todos estos aspectos se tomaron en cuenta para que proporcionaran una idea más clara de la situación real del sector empresarial del municipio (Pierre 2009).

3.6 Participación de la micro y pequeña empresa en población económicamente activa.

Con respecto a la participación de las micro y pequeñas empresas (MYPE) en términos de empleo, el total de los dueños y trabajadores de este segmento como porción de la PEA alcanza alrededor del 28% (CID/Gallup, 2000).

Según el mismo autor en relación con los mercados internacionales, las microempresas no exportan su producción, ya que se enfocan a satisfacer la demanda interna. Apenas 1% de las pequeñas empresas venden en el mercado externo.

El sector Agroalimentario continúa siendo el soporte fundamental de la economía hondureña. El PIB Agrícola en 2009 representó el 13% del PIB total, y si se toma en cuenta los productos agroindustriales y los servicios vinculados directa o indirectamente con la producción y comercialización de productos de origen agroalimentario, su aporte al PIB oscila entre el 40% y 45%.

Adicionalmente el sector agropecuario genera 1.2 millones de empleos permanentes que representa el 37.5 % de la Población Económicamente Activa (PEA). Miranda (2011).

3.7 Comportamiento del sector lácteo

Según estimaciones de FAOSTAT (sistema estadístico de la FAO) en el 2008, la producción mundial de leche de vaca fue superior a los 578 millones de toneladas métricas con un incremento de 2.4% en relación al 2007. Estados Unidos es el mayor productor (14.9% de la producción mundial). En América Latina, Brasil es el mayor productor con el 4.8% de participación. Según la FAO, se estima que los países desarrollados tendrán un acelerado crecimiento de su producción, debido a su avance en el desarrollo de la tecnología, controles sanitarios, investigación, mejoras genéticas y nutrición. En cambio, los países subdesarrollados se estancarán. El consumo interno es a menudo de leche líquida o queso, mientras que la mayoría del comercio internacional es de productos procesados, como leche en polvo. Entre los diez primeros países

exportadores de queso, únicamente Irlanda, Nueva Zelanda, Holanda y Australia tienen una producción de queso orientada principalmente a la exportación, con el 95%, 90%, 72% y 65% respectivamente.

3.8 Comportamiento del sector lácteo en Honduras

A pesar del crecimiento en la producción de leche, todavía existen importaciones lácteas. Este crecimiento de la producción puede deberse a: aumento de la productividad y del número de fincas e incremento del número de vacas. De acuerdo a los resultados de la Encuesta Agrícola Nacional (EAN9) 2008, el inventario del hato ganadero en Honduras va en aumento, superando los 2.5 millones de cabezas en el 2008.

3.9 Clúster de competitividad y las MIPYMES

El informe presentado por el Foro Económico Mundial 2008-2009 muestra el índice de Competitividad Global (Inglés: Global Competitiveness Index, siglas GCI)², el cual mide la habilidad de los países de proveer altos niveles de prosperidad a sus ciudadanos. A su vez, esta habilidad depende de cuán productivamente un país utiliza sus recursos disponibles. En consecuencia, el índice mide un conjunto de instituciones, políticas y factores que definen los niveles de prosperidad económica sostenible hoy y a medio plazo.

Según estudio de Serna (2006) El sector agropecuario es el más importante generador de producción, ingresos, exportaciones y empleo de la economía hondureña, además de que aporta valiosos servicios ambientales. La población rural emigrada al extranjero envía importantes ingresos en divisas. Sin embargo, el sector recibe escaso apoyo estatal, crédito e inversiones, lo que restringe su desarrollo sostenido. Así, en los últimos años su crecimiento ha sido débil y volátil, con baja productividad y escasamente competitivo.

Según los resultados del informe 2008-2009, Chile es la economía más competitiva de América Latina y el Caribe, y a nivel mundial se ubica en la posición 28.

En la región latinoamericana, Chile es seguido por Panamá y Costa Rica, los países más competitivos de América Central. El informe resalta a Costa Rica en particular, que ha mostrado una fuerte tendencia hacia el mejoramiento de su competitividad, al haber logrado subir nueve posiciones desde 2006. Los siguientes países en la clasificación latinoamericana son México y Brasil. Brasil ha tenido un fuerte progreso, mejorando ocho posiciones y cerrando la brecha que lo separaba de México.

A nivel centroamericano el índice de competitividad posiciona a Costa Rica en primer lugar (59 en el mundo), seguido por; el Salvador (79), Honduras (82), Guatemala (84) y Nicaragua (120).

3.10 Proyectos para la creación y apoyo de MIPYMES

Según el boletín económico abril de 2013 de la CCIT los Centros de Desarrollo Empresarial son modelos provenientes de la Universidad de San Antonio, Texas que tienen como objetivo desarrollar micro y pequeñas empresas basándose en un plan que parte del diseño de un plan de negocios, de la capacitación técnica y administrativa que, complementada con la búsqueda de apoyo financiero y la asesoría en la parte de comercialización y mercadeo, produzca una micro o pequeña empresa con valor agregado, competitiva y formalizada.

La puesta en marcha de los CDE comenzó a partir de una convocatoria de la SIC en la región del Valle de Sula, y se ha desarrollado con el apoyo de la Universidad Tecnológica de Honduras (UTH), cámaras de comercio de la región, cooperativas y organizaciones gremiales. El gobierno de Honduras desembolsará 2.5 millones de lempiras, y las contrapartes antes mencionadas aportarán otros 2.5 millones de lempiras para llevar a cabo el proyecto.

3.11 Factores que se ven involucrados en las MIPYME

Las MIPYME a lo largo de la historia han sufrido una serie de dificultades las cuales han afectado su crecimiento y desarrollo, estos problemas que han venido sufriendo se deben en gran parte a características propias de las empresas y otra parte a la situaciones del país dentro de las áreas de la economía, sociales y educativas, también cabe mencionar que los mercados globalizados ejercen presión sobre este sector y que los esfuerzos implementados por parte del sector público y privado no han brindado los resultados más deseados (SIC 2009).

Simplemente servicio al cliente es el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Se trata de una herramienta de mercadeo que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales.

Según el Gobierno de Honduras, entre los problemas a los que se enfrentan los productores agropecuarios del país se encuentran: la inseguridad jurídica, particularmente en relación con la tenencia de la tierra; prevalencia de prácticas anticompetitivas en ciertos sectores; acceso limitado a fuentes de financiamiento, especialmente en el caso de los pequeños productores; baja productividad de la mano de obra; infraestructura deficiente; ausencia de mecanismos para reducir el riesgo asociado con los desastres naturales, limitada normalización en el área de pesas y medidas y desconocimiento de las normas de calidad; falta de acceso a las tecnologías apropiadas y disponibilidad limitada de programas de asistencia técnica de alta calidad; acceso limitado a los mercados de productos e insumos; y degradación de los recursos naturales.

Pese a la importancia del medio rural, y en especial de las actividades agropecuarias, pareciera que el sector no recibe ni los montos, ni la calidad de los apoyos necesarios para competir, crecer sostenidamente y elevar el ingreso de su población. Así, la

participación del gasto gubernamental real en el sector descendió de 11% del total en 1990 a 3,5% en 2005,3 en tanto que la proporción del crédito agrícola en el total de la cartera pasó de 19% en 1990 a 12% en el año 2000 y a 4,5% en 2005. Sólo 3,5% de los productores recibieron crédito en 2000-2001. La falta de una política efectiva ha limitado el crecimiento del sector y, consiguientemente, del conjunto de la economía. Serna (2006).

Servicio al cliente es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y generar en ellos algún nivel de satisfacción. Se trata de “un concepto de trabajo” y “una forma de hacer las cosas” que compete a toda la organización, tanto en la forma de atender a los clientes (que nos compran y nos permiten ser viables) como en la forma de atender a los Clientes Internos, de nuestra propia empresa.

La competitividad de las MIPYME depende en gran parte, igual que el resto de la economía; de un entorno macroeconómico favorable, en el que las tasas de cambio, de interés, de inflación, etc., no impidan el funcionamiento “perfecto” de los mercados de insumos, bienes, productos y servicios. Las imperfecciones provocan límites a la competitividad de la economía en general y de las MIPYME en particular (Kerkhoff 2004).

El mismo autor relata que en el análisis macro de la competitividad de las MIPYME se identifica la intervención de las políticas económicas (o productivas), que se dividen en dos categorías principales: políticas fiscales y políticas monetarias. Las políticas fiscales contemplan la política presupuestaria, que establece los gastos e ingresos del Estado (lo que incluye también políticas comerciales), así como el déficit fiscal (y la forma de financiarlo). A su vez, las políticas monetarias abarcan las políticas cambiarias (tasas de cambio) y las financieras (desregulación, reformas al sistema financiero, tasas de interés, etc.).

BANADESA Es actualmente una de las organizaciones que apoya el desarrollo de las MIPYME. Muestra de eso es el otorgamiento de préstamos a los microempresarios de Catacamas, Olancho, para darle más formalidad a esta estrategia de apoyo, se firmó un acuerdo entre El Banco Nacional de Desarrollo Agrícola (BANADESA), representado por su presidente Jhony Handal y la cámara de comercio e industrias de Catacamas, el señor Handal expreso que se otorgaran prestamos fiduciarios de hasta 100,000 lempiras con un interés anual del siete por ciento y para los microempresarios que deseen prestamos arriba de los 100,000 lempiras llegando hasta los 300,000 lempiras deberán optar a préstamos prendarios, la cámara de comercio e industrias de Catacamas será el ente encargado de escoger los candidatos que necesiten la inyección de capital (Cruz 2011).

En Honduras no es fácil obtener un crédito en el sector financiero especialmente si estos se orientan al sector de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME), el camino para que a este sector se le conceda un crédito está lleno de obstáculos. Ante este panorama el Banco Centroamericano de Integración Económico (BCIE), dentro de su programa cadenas productivas firmo una línea de financiamiento con la Escuela Agrícola Panamericana INC. “Zamorano”, por una cantidad de US\$ 800 mil esto con el objetivo de beneficiar a las MIPYME de esa región (BCIE 2011).

A pesar de que las MIPYME han obtenido crecimiento y desarrollo económico han sido limitadas por muchos factores como ser la falta de acceso a los servicios financieros bancarios. Otros problemas que el sector MIPYME tiene que afrontar, es que la mayoría de estas se constituyen sin estudios previos de factibilidad financiera y de mercado, no cuentan con servicios de desarrollo empresarial esto se observa más en las MIPYME de las aéreas rurales, existencia de un alto grado de analfabetismo especialmente en el segmento de microempresario, bajos niveles de capacitación, productividad y de tecnología (königsperger 2004).

El BCIE procura o tiene como meta contribuir al desarrollo, crecimiento y productividad del sector empresarial de las MIPYME. Esto lo pretende lograr por medio de diversos programas e inversiones. En el periodo comprendido entre el 2005 y

2010 el BCIE desembolsó al sector MIPYME fondos por US\$ 1,800 millones en el istmo, según datos recientes en la actualidad es el organismo que mayor apoyo brinda a este sector en la región centroamericana (BCIE 2011).

Uno de los factores que también se involucra en el desarrollo de una empresa es el plan de negocio. Ya sea que una empresa sea pequeña o grande, esté por iniciarse o se encuentre ya en marcha, muchas son las ventajas que se pueden obtener al desarrollar un plan de negocio, entre las que se pueden mencionar; Tener una visualización del negocio y generar una comunicación efectiva. (Aguilar y Villavicencio, 2006).

De igual manera es necesario un estudio de mercado en el cual se estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias...), etc. Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores (Garrido, 2000).

3.11.1 Marco legal y administrativo

Existe una posibilidad de desarrollo y expansión para las MIPYME de Honduras y es a través del tratado de libre comercio entre República Dominicana, Estados Unidos y Centroamérica. Las negociaciones de este tratado se iniciaron en enero del 2003 para todos los países centroamericanos (Honduras, Nicaragua, Guatemala, El Salvador y Costa Rica) y entro en vigor para estos países en 2006 en diferentes fechas. No así para República Dominicana que comenzó sus negociaciones en 2004 y entro en vigor el primero de marzo del 2007 (Jiménez 2009).

El marco legal y administrativo se define como el conjunto de reglas y trámites para obtener permisos de operación, de exportación, de establecimiento físico, etc. No existe tal marco para las MIPYME, adaptado a sus características y condiciones específicas. El marco existente se caracteriza, en general, por sus altos costos de transacción e

inseguridad jurídica, debido principalmente a la complejidad de sus procedimientos, lentitud en el otorgamiento de licencias y permisos, falta de información y orientación sobre los trámites requeridos, ineficientes sistemas de registro de propiedad, entre otros. Así, se calcula que debe hacer trámites entre 150 y 250 días para constituirse como comerciante individual o social. Dependiendo de la actividad económica, los trámites para constituir una empresa industrial son más largos, y ello afecta adversamente la competitividad de Honduras (Irías y Guerrero, 2001).

Según lo expresado por Castillo *et al.* (2009) el nivel de formación profesional dentro de la Micro Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME), es de un nivel medio y nivel bajo de educación, esto produce ciertos problemas a este sector ya que los propietarios dueños de estas entidades económicas no cuentan con la suficiente formación administrativa y técnica para poder desarrollar y dirigir de la mejor manera sus empresas, por este y otros aspectos se hace importante que los propietarios y empleados que componen este grupo se capaciten para adquirir conocimientos y capacidades en sus actividades específicas.

La competitividad es la mejor arma de los negocios y de las PYMES ya que es más fácil desarrollar estas estrategias que aseguran tener su permanencia en el mercado. El mercado está en constante movimiento y en constante evolución, este dinamismo muchas veces perjudica las estrategias que plantean las empresas, como consecuencia, las ganancias empiezan a disminuir.

3.11.2 Funciones de la administración en las MIPYMES

(Robbins y Coulter, 2005) Si uno no piensa en ningún destino en particular, puede tomar cualquier vereda, en cambio, si hay algún lugar al que uno quiere llegar hay que planear la mejor manera de llegar ahí. Como la finalidad de las organizaciones es alcanzar un objetivo, alguien tiene que definirlo claramente, lo mismo que los medios para conseguirlo. La administración es ese alguien. Es por eso que en la actualidad se conocen 4 funciones administrativas muy importantes:

3.11.3 Planeación

Función de la administración en la que se definen las metas, se fijan las estrategias para alcanzarlas y se trazan planes para integrar y coordinar las actividades.

3.11.4 Organización

Función de la administración que consiste en determinar que tareas hay que hacer, quien las hace, como se agrupan, quien rinde cuentas a quien y donde se toman las decisiones.

3.11.5 Dirección

Consiste en motivar a los subordinados, influir en los individuos y los equipos mientras hacen su trabajo, elegir el mejor canal de comunicación y ocuparse de cualquier otra manera del comportamiento de los empleados.

3.11.6 Control

Esta función consiste en vigilar el desempeño actual, compararlo con una norma y emprender las acciones que hicieran falta.

3.12 Supervivencia y constitución de las empresas

Las empresas, cualquiera que sea su naturaleza o su tamaño, tienen muchos objetivos, por tanto, es necesario no confundir los objetivos organizacionales con los objetivos de los empresarios.

Supervivencia, rentabilidad y crecimiento son tres variables omnipresentes en el pensamiento del administrador moderno, aunque en la realidad solo hable de las dos últimas. (Valencia s.f.).

3.12.1 ¿Cómo obtener la Escritura Pública?

La Escritura Pública es un instrumento o documento público y legal que contiene: los nombres de las personas que conforman la organización; el nombre o razón social de la organización y de qué tipo es; el capital inicial; su duración; su naturaleza y objeto. El trámite lo realiza un notario público, tardando un tiempo promedio de veinte días hábiles y un costo de tres mil a cinco mil lempiras, dependiendo del tipo de sociedad. Al constituir también hay que pagar honorarios al apoderado legal, según el arancel del Colegio de Abogados, de acuerdo al monto del capital social.

Requisitos:

- ✓ Entregar al notario público los siguientes datos y documentos:
- ✓ El nombre o la razón social del comerciante o la sociedad.
- ✓ Descripción de la actividad a la que se dedicará la empresa.
- ✓ Capital inicial, que dependerá de la personalidad jurídica a adoptar.
- ✓ Fotocopia de los documentos personales de los socios: Tarjeta de identidad.
- ✓ Registro Tributario Nacional (RTN) y Solvencia Municipal.

Con estos datos y documentos, el notario público elabora la escritura de constitución. Para ello deberá adquirir timbres fiscales según el monto de la inversión y, después, publicar el aviso de declaración de comerciante individual o sociedad en el Diario Oficial La Gaceta, o en uno de los diarios de mayor circulación en la localidad.

3.12.2 Inscripción en el Registro Mercantil

Toda empresa constituida con base en el Código de Comercio deberá registrar su escritura de constitución en el Registro Mercantil. Quién realiza el trámite es el mismo empresario, para ello deberá realizarlo en el departamento de Francisco Morazán, exclusivamente en la Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa (CCIT), pero en

el resto del país, es en el Instituto de la Propiedad, y el costo depende del capital con el que se constituyó la empresa.

3.12.3 El Registro Tributario Nacional (RTN)

El Registro Tributario Nacional es el mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a las personas naturales o jurídicas que tienen obligaciones ante la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI). ¿Quién realiza el trámite? es el empresario, el trámite se realiza en oficinas de la DEI, también se puede realizar en la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa, el tiempo promedio es de tres días hábiles y no tiene ningún costo. La empresa creada según el Código de Comercio o Leyes especiales, está legalmente constituida, pero para iniciar operaciones, deberá tramitar varias licencias y permisos, según la actividad a la que se dedique.

3.12.4 Registro en la Cámara de Comercio

De acuerdo con el artículo 384 del Código de Comercio, es obligatorio que todo comerciante y/o sociedad mercantil se registre en la Cámara de Comercio e Industria correspondiente al municipio en el cual funcionará la nueva empresa. Sin este registro, las alcaldías no autorizan el permiso de operación. Pero, además, al registrarse, la empresa forma parte de la base de datos de la localidad, lo cual es útil para establecer contactos comerciales.

Quién realiza el trámite es el empresario, y lo realiza en la Cámara de Comercio e Industria del municipio o ciudad donde operará la empresa, el tiempo promedio de tardanza es de un día hábil y su costo es según el capital suscrito por la empresa.

3.12.5 El permiso de operación

Este documento lo extiende la municipalidad para garantizar que la empresa funciona conforme a las leyes municipales. Algunas municipalidades, como las de San Pedro Sula, Comayagua, Choluteca, Choloma, Santa Rosa de Copán y el Distrito Central han implementado procesos de simplificación administrativa. Con ello, el trámite para obtener un permiso de operación es mucho más sencillo y rápido.

IV MATERIALES Y METODO

4.1 Descripción de la ubicación de la investigación

El municipio de Catacamas se encuentra ubicado en el departamento de Olancho a 85° 53 longitud Oeste y 14° 51 latitud Norte, con las siguientes colindancias: Al Norte con los municipios de Gualaco, San Esteban y Dulce Nombre de Culmi, al Sur con el municipio de Patuca (Olancho) y el departamento de El Paraíso; al Este con el municipio de Dulce Nombre de Culmi y Republica de Nicaragua; al Oeste con los municipios de San Francisco de Becerra, Santa María del Real y Juticalpa. (Municipalidad de Catacamas).

Tiene una extensión territorial de 7,261.2 Km² y una población de 103,577 habitantes, distribuida en 12 sectores. La densidad poblacional es de 14 habitantes por km². El 60% de la población vive en la zona rural mientras el 40% reside en la zona urbana que corresponde a la cabecera municipal.

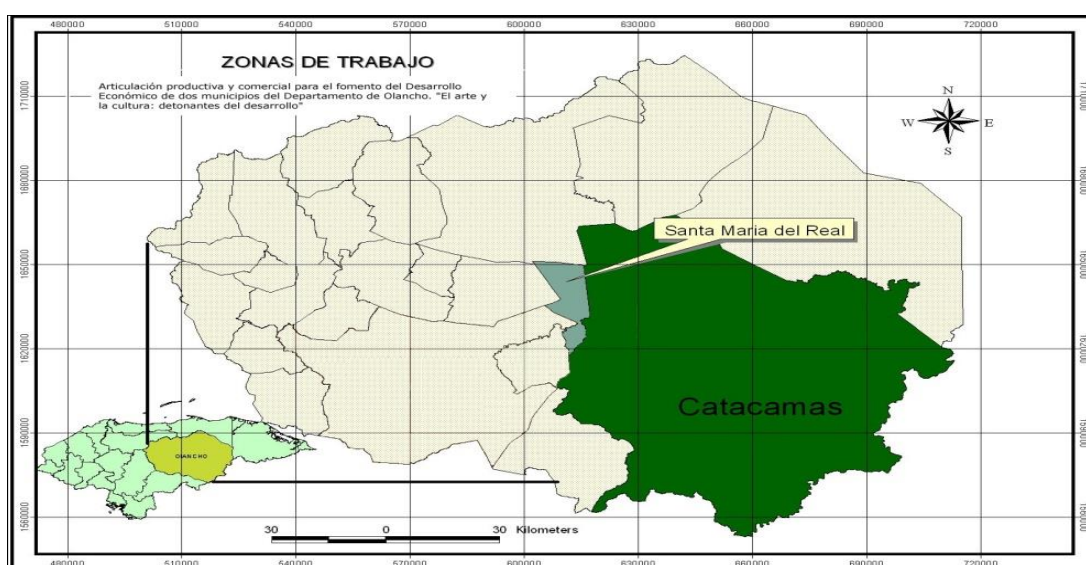


Figura 1. Mapa de la Ciudad de Catacamas

4.2 Materiales y equipo

Para llevar a cabo esta investigación se utilizaron materiales que facilitaron la recopilación y evaluación de las variables estudiadas, estos materiales fueron:

- Libreta de campo
- Lápiz tinta y lápiz grafito
- Papel
- Computadora
- Mochila
- Teléfono celular
- Cámara fotográfica
- Memoria USB
- Encuesta
- Impresora
- Motocicleta

4.3 Método

El método aplicado fue el método descriptivo ya que el trabajo de investigación implicó la recolección de datos.

Para obtener la información requerida, se hizo uso de la encuesta diseñada específicamente para determinar diferentes aspectos y características propias y externas de la empresa y la entrevista como medios de recopilación de datos. Se aplicó el instrumento de análisis y medición de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).

4.4 Las variables a ser tomadas en cuenta para efectos de la investigación fueron:

4.4.1 Generalidades de la empresa.

Se tomaron los datos generales de la empresa, como ser; nombre de la empresa o propietario, año de fundación de la empresa, así como también los años que lleva operando en el mercado, también se tomó en cuenta la razón social de la misma.

4.4.2 Aspectos administrativos y organizacionales.

En este segmento se consultó si la empresa cuenta con un plan operativo, si tiene actualizado su plan de negocios, si cuenta con una descripción de procedimientos y métodos de trabajo, así como también, si existen reglas dentro de la empresa.

4.4.3 Recurso humano.

En esta sección de la encuesta se identificó el número de empleados con los que cuenta la empresa, si existe una constante rotación de personal, si el personal cuenta con capacitación etc.

4.4.4 Datos operacionales.

Aquí se preguntó al encuestado sobre los aspectos del manejo de dinero de la empresa, de igual manera sobre la situación financiera de la misma.

4.4.5 Producción y mercadeo.

Esta parte sirve para ver qué tan extenso es su producto, si utiliza algunas técnicas de mercadeo y comercialización del producto, se indago como por ejemplo: la calidad del servicio brindado a los clientes, diferencia de producto en cuanto a la competencia, etc.

4.5 Fuentes de información:

Se contemplaron como fuentes de información primaria las MIPYMES que se encuentran ubicadas en el municipio de Catacamas, así mismo se recibió información del sector financiero, la Cámara de Comercio e Industria de Catacamas (CCIC) y la oficina de apoyo a la MIPYME ubicada en la UNA. La investigación se desarrolló en 4 fases:

4.5.1 Fase preparatoria.

En esta parte de la investigación se recolecto la información sobre conceptos de diferentes autores relacionados con las micro, pequeñas y medianas empresas, se definieron las variables a evaluar, se diseñaron los planes para capacitación de personas que apoyaron en el levantamiento y recolección de la información y se estableció la muestra a ser tomada para dicha investigación.

4.5.2 Fase de ejecución y recolección de datos.

Es aquí donde se procedió a hacer el levantamiento de los datos, se visitaron las empresas seleccionadas, se les notifico de la investigación y se solicitó su colaboración para contestar la encuesta.

4.5.3 Fase de procesamiento y análisis de datos.

Ya una vez teniendo la información se procedió a su debido análisis, utilizando el programa estadístico Microsoft Excel 2010 y el programa SPSS, mediante estos se ordenaron los datos y se emanó a la interpretación de los mismos.

4.5.4 Fase de cierre.

Aquí ya se procedió a la redacción del documento de investigación final, con la interpretación de los datos, se presentan los cuadros de salida con su respectivo análisis. Se muestran algunos factores que ayudan a las empresas a sobresalir, así mismo aquellos factores que van en negativo contra la empresa.

V RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Las fuentes primarias de información incluyeron a los actores que conforman la función central de la cadena agropecuaria- agroindustrial, es decir proveedores de insumos, productores y plantas procesadoras. Las experiencias y conocimientos que estos actores ofrecen fueron recogidas por medio de encuesta y entrevistas.

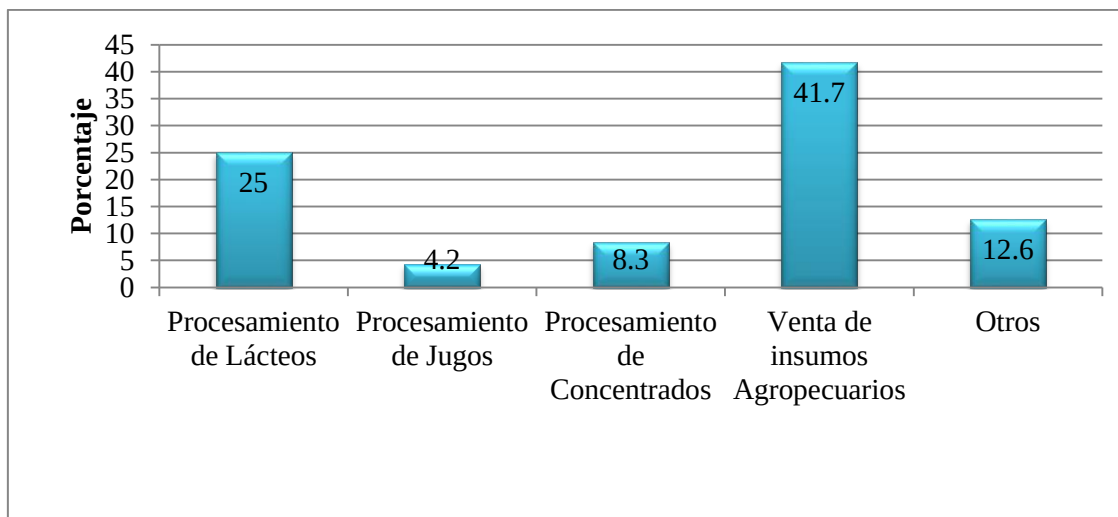
Mediante esta investigación se logró captar cierto porcentaje de datos apreciables del sector micro empresarial agro productivo del municipio de Catacamas, se da a conocer un análisis importante tanto interno como externo de las empresas y de los establecimientos que brindan sustento a este sector importante para el desarrollo monetario y cultural del municipio.

5.1 Aspectos generales de las MIPYMEs.

5.1.1 Rubro de la empresa:

Molina, (2010). Honduras es un importante productor de leche en el ámbito regional, siendo una actividad relevante desde el punto de vista económico, ambiental y social. Adentrándonos a la información y ubicando a las empresas de acuerdo a su rubro según los datos arrojados en la investigación nos damos cuenta que la mayoría de las microempresas del rubro agropecuario están dedicadas a la transformación de la leche en productos lácteos.

Sobresale la producción de queso y mantequilla, sin embargo existe también las empresas dedicadas en un menor porcentaje a producción de embutidos, transformación de carnes y exportación de vegetales. Así mismo se pudo ubicar una empresa dedicada a la comercialización de agro fertilizantes e insecticidas orgánicos. (Figura. 2)



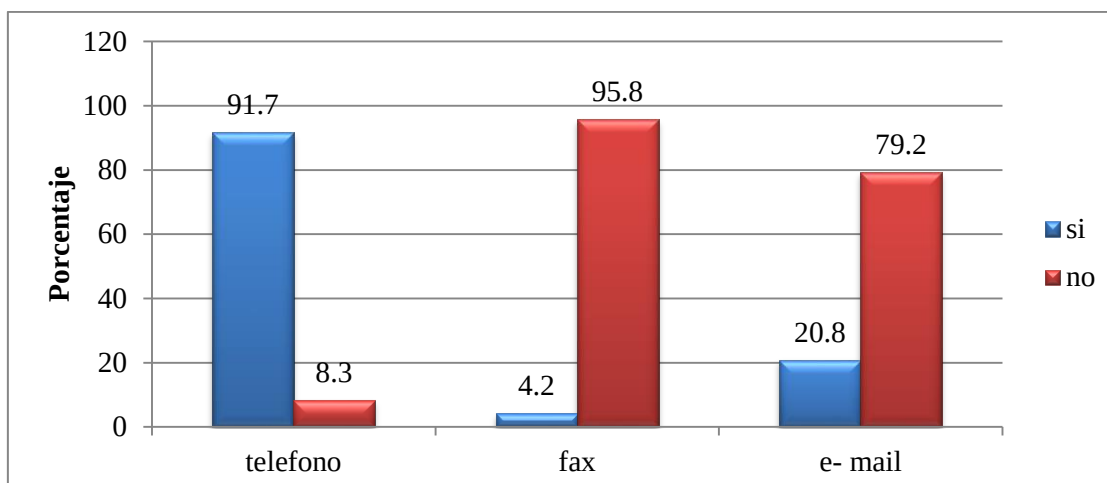
Fuente propia

Figura 2. Principales rubros de las micro empresas agropecuarias del municipio de Catacamas.

La producción de lácteos sobresale en nuestro municipio debido al alto porcentaje de ganado que mantiene nuestra zona, pues Olancho siempre ha sido reconocido como uno de los departamentos en los que se concentra mayor cabezas de ganado.

5.1.2 Disponibilidad de los medios de comunicación

En cuanto a los servicios de comunicación como ser teléfono, fax y correo electrónico según la figura 3 tan solo sobresale el teléfono móvil como medio edicto para las transacciones. Sin duda el correo electrónico debería ser utilizado como medio comunicativo en las empresas dado que es importante en el traslado de información.



Fuente propia

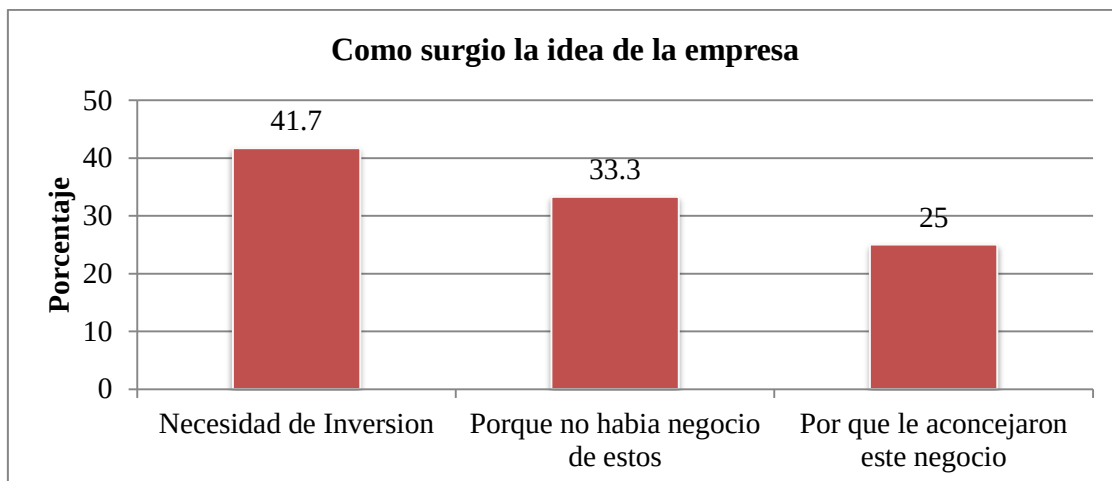
Figura 3. Disponibilidad de medios comunicativos en las empresas agropecuarias del municipio de Catacamas.

Muchas veces como clientes nos sentimos en la necesidad de enviar una carta o documento lo cual si la empresa no tiene el servicio de fax o correo se hace imposible. Así mismo este sirve como mediador en la resolución de conflictos ya que se puede enviar y recibir información de manera rápida y fácil.

En este mismo ámbito el 100% de las empresas no cuenta con una página web en la que pueda ofertar sus productos sin duda, esto sería de gran ayuda para obtener un mercado más amplio es decir a nivel nacional o internacional. Así mismo se identificó que la mayoría de las empresas no tienen ningún tipo de alianza con otras empresas, ellas trabajan solas.

5.1.3 La idea de la empresa:

De igual manera pudimos constatar que muchas de estas empresas surgen únicamente por la necesidad de invertir en algo el dinero, otras porque solamente no había negocio que se dedicara al que se está dedicando la empresa y un 25% es decir, la cuarta parte de estos empresarios vinieron y pusieron a trabajar ese capital porque alguien se los aconsejo. (Figura 4).



Fuente propia

Figura 4. Como surge la idea de formar la empresa encuestada en la investigación.

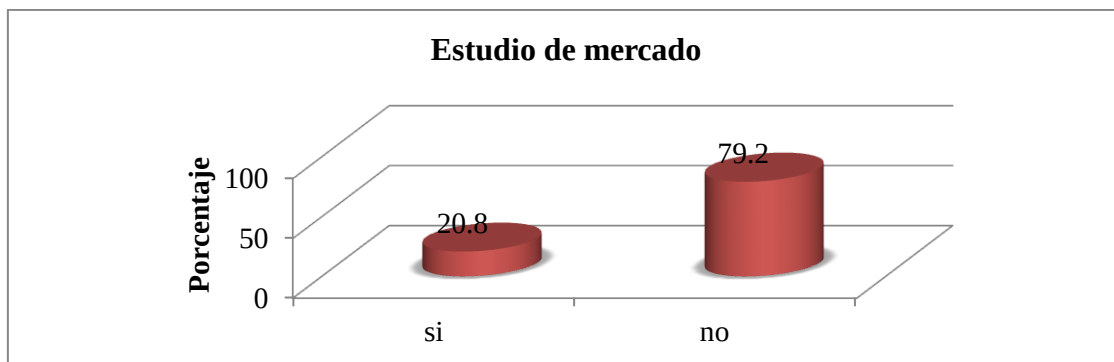
Es importante destacar que según Ludevid, M. (2008) la mayoría de las ideas de las que surgen nuevos negocios no parten directamente de grandes descubrimientos, sino de la observación atenta de los cambios y de las nuevas necesidades que se producen en la economía y en la sociedad que nos rodea.

5.1.4 Alianza con otras empresas:

En el tema de alianza, las empresas en su mayoría son de una sola persona, el 66% prefieren trabajar solos a compartir su negocio con alguien más. Mientras tanto 12% de estas se han unido con otra persona para darle mayor empuje tanto monetario como en trabajo a la organización.

5.2 Aspectos administrativos y organizacionales

El estudio de mercado es sin duda una herramienta importante para la implementación de una empresa, de acuerdo a esta investigación el 80% de estas empresas no implementaron un estudio de mercado para iniciar sus operaciones, se considera importante el estudio de mercado dado que recoge toda la información valiosa sobre los productos que los consumidores están dispuestos a comprar lo que debería ser la clave al momento de la decisión final del empresario sobre si invertir o no. (Figura 5).

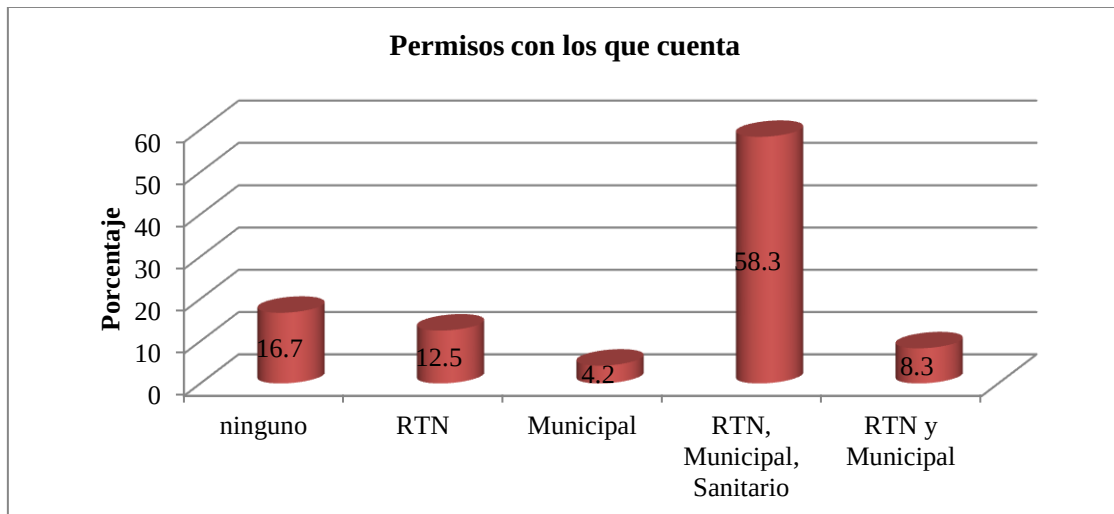


Fuente propia

Figura 5. Realizo la empresa estudio de mercado

5.2.1 Permisos con los que cuenta la empresa:

En cuanto a los permisos si están al día con ellos, más de la mitad de las empresas tomadas para esta investigación cuentan con sus permisos al día, esto es porque muchas ya llevan bastante tiempo en el mercado y debido a las exigencias de las autoridades los conservan vigentes. (Figura 6).



Fuente propia

Figura 6. Permisos con los que cuenta las empresas agropecuarias en Catacamas.

5.2.2 Estructura organizativa:

Las empresas también muestran un factor en contra, dado que no cuentan con una estructura organizativa, en un mayor porcentaje con un 75% solo se encuentran estructuradas en departamentos de compra y ventas, y en un porcentaje del 25% poseen un departamento productivo.

5.2.3 Sectores que apoyan a las empresas en el municipio de Catacamas:

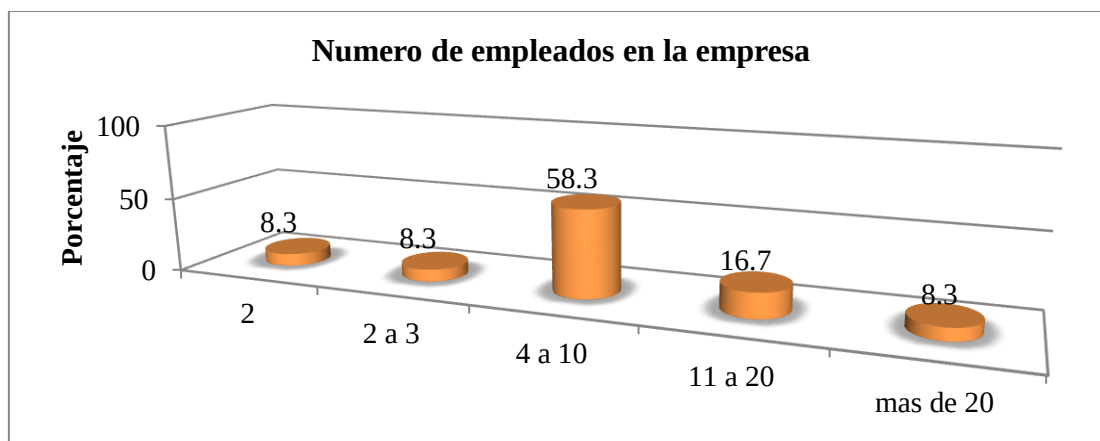
La mayoría de las empresas no cuentan con apoyo de la Cámara de Comercio local, lo que les impide ser partícipes de programas de gestión de empresas, y gozar de beneficios en capacitación. Sin embargo el 58 % de las empresas tienen establecido una misión y una visión organizacional, así mismo el 50% establecen sus objetivos aunque no manejen un plan de negocios escrito y organizado, es decir no cuentan con una forma clara y precisa para enunciar los propósitos, las ideas, las formas operativas del negocio. Pero es importante destacar que el hecho de no tener plasmado en un papel lo que es el negocio no significa que no se sepa en lo que se está trabajando.

El presupuesto es un factor relevante en la administración de una empresa es por ello que estas aunque sean a nivel micro económico han tomado a bien manejarlo, tan solo un 29% no tiene establecida su empresa en base presupuestaria. El restante si maneja el presupuesto, esto permite orientar el gasto hacia objetivos y metas preestablecidas.

5.3 Recurso humano

5.3.1 Número de empleados en la empresa:

Se denota que las empresas agropecuarias poseen un promedio de 4 a 10 empleados lo que las ubica en el sector micro empresarial de acuerdo al número de empleados, sin embargo también se destacan pequeñas empresas en un 25% con más de 10 empleados. Eso lo podemos observar en la (figura 7).



Fuente propia

Figura 7. Número de empleados en la empresa agropecuaria.

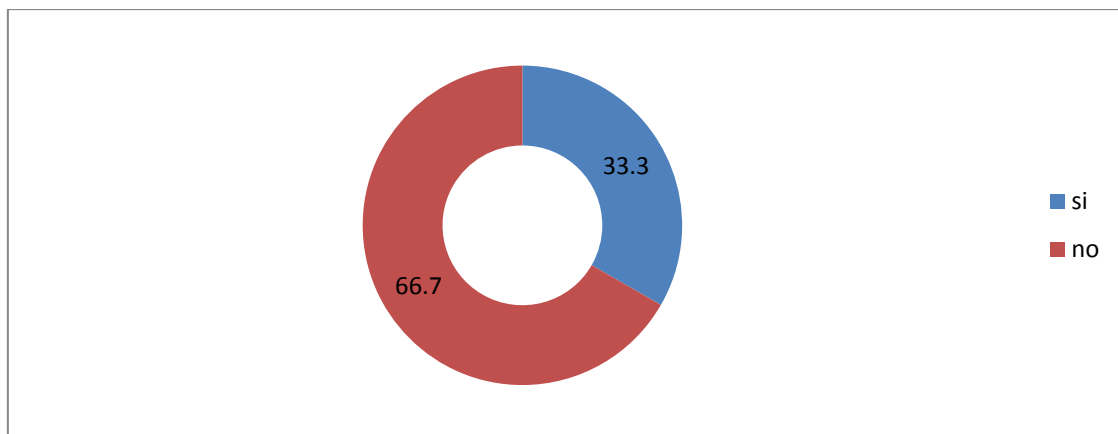
Según lo expresado por Castillo *et al.* (2009) El nivel de formación profesional dentro de la Micro Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME), es de un nivel medio y nivel bajo de educación, esto produce ciertos problemas a este sector ya que los propietarios dueños de estas entidades económicas no cuentan con la suficiente formación administrativa y técnica para poder desarrollar y dirigir de la mejor manera sus empresas.

De acuerdo a la información obtenida en este sector coincidimos con lo expresado por Castillo ya que la mayoría de las empresas cuenta con un número de empleados mínimo en el que el nivel de escolaridad es también es minúscula apenas y han cursado la primaria. Ya que el 41% de las empresas encuestadas mencionan que de sus empleados incluyéndole a Él propietario solo cuentan con un nivel de escolaridad en primaria y

secundaria. Del restante solo el 8% tiene un nivel de educación universitaria, la diferencia entre ambos se encuentra estudiando o no estudio.

5.3.2 Aspectos de capacitación y contratación:

La capacitación es sin duda una herramienta base en el desempeño de las funciones como empleados en una organización, es por la misma razón que el 84% de los dueños de empresas se preocupan porque los empleados que contratan antes de iniciar su trabajo sean capacitados para operar en los puestos que desempeñaran, mientras tanto no es para ellos de importancia el solicitar una hoja de vida, solo el 33% solicita una hoja de vida cuando contrata un nuevo empleado. (Figura. 8).



Fuente propia

Figura 8. Solicita hoja de vida cuando contrata una persona.

No consideran importante el curriculum puesto que la mayoría son micro empresas que aún no tienen una estructura organizativa, tan solo un 33% correspondiente a las empresas pequeñas que manejan más de 10 empleados si se preocupan por obtener información de las personas que van a contratar.

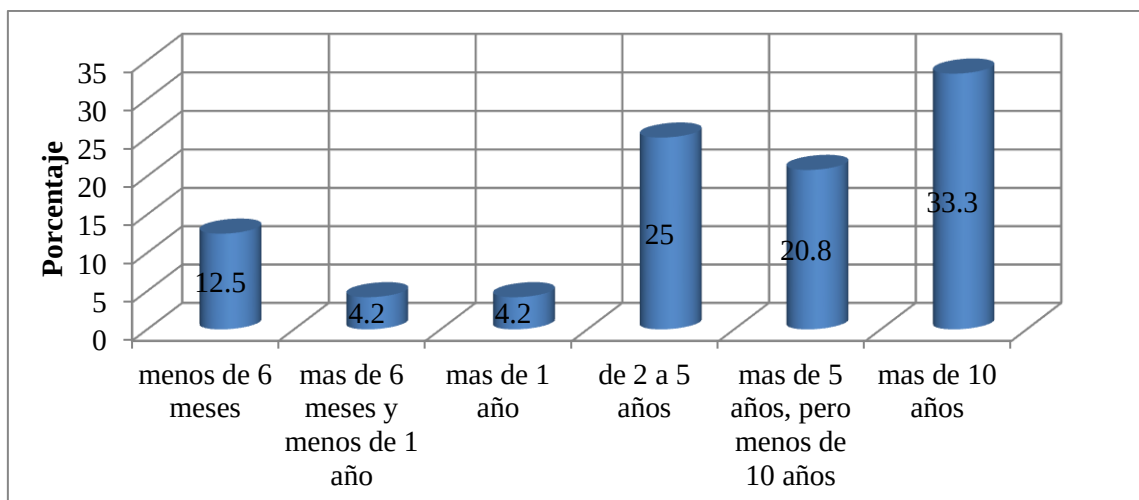
Las empresas encuestadas sostienen que recibieron capacitación en un periodo menor de un año. Y solo un 25% de los empresarios no se preocupa por capacitar a sus empleados, las empresas que lo hacen reciben su capacitación de la Cámara de

Comercio de Catacamas, otras de ONGs y en su minoría pagan a empresas privadas por las mismas.

Muchas empresas reciben apoyo de estos grupos de gestión, pero más del 50% no lo tienen y es aquí donde instituciones como los Centros de Desarrollo Empresarial deberían empezar a tomar parte incluyéndolos en sus programas de gestión.

5.4 Datos operacionales

Sin duda el tiempo que una empresa lleva en el mercado dice mucho de ella significa que ha sido sostenible a través del tiempo. En el caso de las empresas investigadas la mayoría de ellas tienen operando más de 10 años, un 20% tienen de 2 a 5 años, y alrededor de un 46% tiene menos de 2 años en el mercado. (Figura 9).



Fuente propia

Figura 9. Tiempo de operación de la empresa.

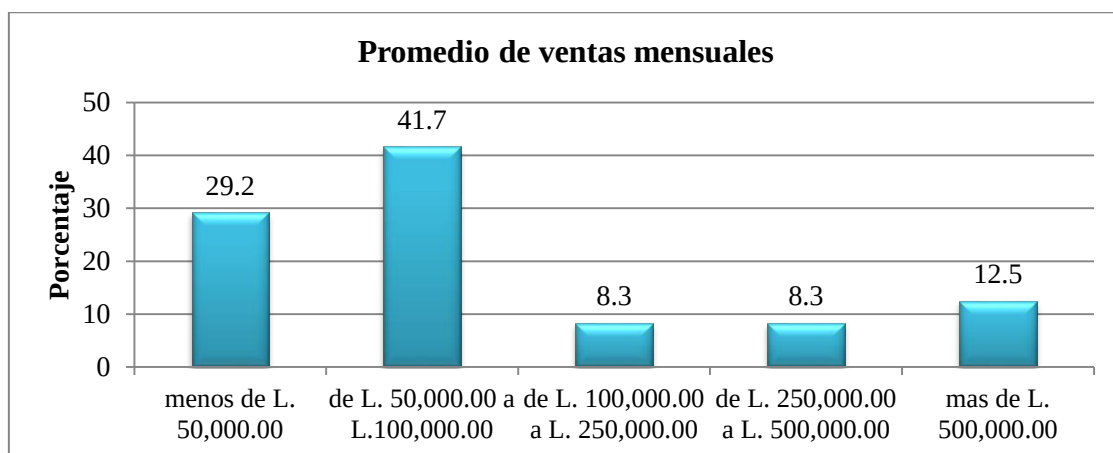
Las empresas que cuentan con objetivos a largo plazo son las que muestran supremacía en el tiempo de operación. Es importante destacar también que las nuevas empresas son las que están basando sus operaciones en estudios de mercado y que cuentan con una misión y una visión empresarial.

El 100% de los empresarios maneja su dinero en cuentas de banco, separa sus gastos personales de los de la empresa y solo el 16% involucra los gastos del negocio con los gastos personales. Así mismo las empresas manejan un fondo para imprevistos, y sostiene un plan de pago a sus empleados mensual. Esto para controlar de mejor manera sus gastos.

5.4.1 Manejo de estados financieros y ventas:

En cuanto a sus estados financieros el 83% lleva un control de los mismos, aunque en conocimientos mínimos llevan sus facturas y gastos, manejan en su mayoría el estado de resultado e inventario y quienes no lo llevan de esta manera hacen uso de cuadernos o libretas para hacer sus anotaciones y sacar al final del día o de la semana sus ganancias o pérdidas, dado que son los mismos propietarios quienes administran la empresa con un 83% del total, y el restante dijo que sus empresas eran administradas por contratación y familiares.

Se logró obtener información de que las ventas promedios de estas empresas son de L. 50,000.00 a L. 100,000.00 puesto que como se había mencionado anteriormente son en su mayoría microempresas. (Figura 10).



Fuente propia

Figura 10. Promedio de ventas mensual en las empresas encuestadas.

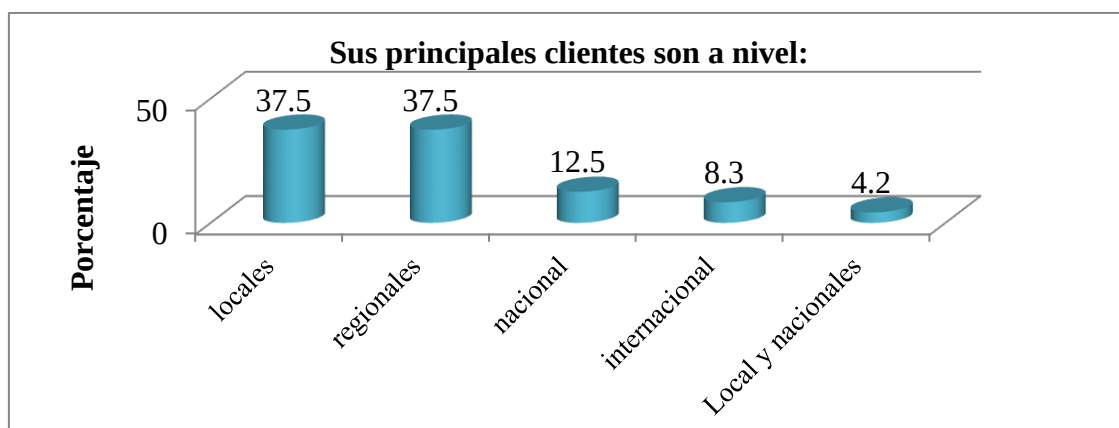
Según la figura 10. Los propietarios sostienen que en relación al año anterior sus ventas se han mantenido iguales, por tanto su empresa no ha mostrado crecimiento alguno. Mientras un 38% en cambio manifiestan que si han mejorado sus ingresos eso debido a la calidad del producto que ofrecen. Entretanto un 20% revela que esto en vez de mejorar va hacia atrás pues sus ventas se han visto disminuidas.

Entre las fuentes de financiamiento que usan las empresas agropecuarias se encuentra las agencias bancarias como fuente primaria con un 58%, mientras que un porcentaje más revela que su financiamiento ha sido propio, han desestimado el acceder a servicios financieros bancarios debido a que siempre ha contado con el capital para invertir y un 12% declara que en el sistema bancario mantiene intereses muy elevados que también elevarían sus costos. Y un mínimo porcentaje estima que es por las muchas trabas que establecen los bancos.

5.5 Producción y mercadeo

5.5.1 Clientes:

Dentro de estas empresas mantienen clientes a nivel local, en un 37% estas son aquellas empresas dedicadas a la comercialización de agroquímicos, mientras tanto empresas como procesadoras de concentrados y de jugos mantienen clientes a nivel local, regional y nacional. (Figura 11).



Fuente propia

Figura 11. Localización de principales clientes de las empresas agropecuarias.

Existe un porcentaje de 9% que tiene sus clientes a nivel internacional estos son aquellos que se dedican a la transformación de leche en productos lácteos como queso y mantequilla los cuales son exportados hacia El Salvador.

El 95% de las empresas encuestadas dice conocer a sus clientes, es decir ya tienen su mercado establecido. Algo que les falta a estas empresas es establecer conexión en cuanto a las promociones como estrategias de marketing ya que el 66% dice no enviar datos de cuando establecen promociones.

Los empresarios reconocen que sus clientes los prefieren debido a la calidad de los productos que ofrecen en un 41% mientras otro 46% relaciona lo que es la calidad con la atención y los precios bajos que ofrecen.

5.5.2 Aspectos publicitarios:

Si determinan necesario la publicidad para darse a conocer un 75% de las empresas encuestadas hacen uso de la publicidad. (Figura 12). Hacen uso de la radio en un 38% como medio de difusión y un 30% hacen una combinación de radio y televisión.



Fuente propia

Figura 12. Porcentaje de empresas que cuentan con publicidad para su empresa.

Sin duda la publicidad es importante dado que es la manera de llegar al público. Se logra un posicionamiento de marca, se logra atraer más clientes, de nada sirve tener el

mejor servicio o producto si nadie lo conoce. Pero muchos de los microempresarios no lo hacen debido a que consideran solamente la publicidad como un gasto que incrementaría sus costos. Mientras tanto los que no usan medios publicitarios utilizan la publicidad de boca en boca y hacen contactos directos mediante telefonía e internet.

5.5.3 Marca para los productos:

Respecto a una marca establecida en el producto se indago que ya mayoría de las microempresas cuentan con esas marca que hace que su producto se diferencie de los demás, solo un 29% no tiene una marca establecida eso debido al poco tiempo que llevan en operación.

Existen variedad de productos que destacan en las empresas agropecuarias los productos que sobresalen son:

Leche	Embutidos
Mantequilla	Compra venta de agroquímicos
Leche fluida	Compra venta de productos veterinarios
Concentrados	Venta de servicios agrícolas
Quesillo	Compra venta de insumos orgánicos
Cuajada	para la agricultura
Jugos	Producción de miel
Carne de pollo	Carne de res y cerdo
Huevos	

5.6 Análisis FODA de las empresas agropecuarias en el municipio de Catacamas.

El análisis FODA permite determinar las posibilidades reales que tiene la empresa, para el logro de objetivos, así mismo es de importancia dado que aquí el propietario de la empresa puede adquirir conciencia sobre los obstáculos que debe afrontar, de igual manera permite explotar más eficazmente los factores positivos y neutralizar o eliminar los factores negativos.

Cuadro 1 Fortalezas de las empresas agropecuarias en el Municipio de Catacamas.

No	Fortalezas
1	Experiencia en el área que desempeñan.
2	Clientes satisfechos debido a la calidad de sus productos.
3	Los empleados suplen el puesto de otro en caso de que uno faltara.
4	En cierto porcentaje tienen su propio capital para invertir.
5	La administración de la empresa está en manos de los propietarios.
6	Tienen productos identificados con una marca que los diferencia de los demás.

Fuente propia

Cuadro 2. Oportunidades de las empresas del rubro agropecuario en Catacamas.

No	Oportunidades
1	Mercado amplio y conocido para la distribución de los productos.
2	Creación de Centro de Desarrollo Empresarial como medio de apoyo.
3	Apertura de nuevos mercados mediante el uso de medios de publicidad.

Fuente propia

Cuadro 3. Debilidades de las empresas agropecuarias en el Municipio de Catacamas.

No	Debilidades
1	No se han actualizado en sus sistemas de comunicación falta una página Web.
2	Escaso nivel de escolaridad en los empleados.
3	No poseen ninguna alianza con otras empresas para que les apoyen.
4	Algunas no llevan un claro sistema contable, solo anotan en cuadernos.
5	Se concentran en clientes locales y no aspiran ampliar su mercado.
6	Baja producción, no aumentan la productividad.
7	La mayoría de empresarios se ha autoformado y no acepta ayuda de otros.
8	Oferta de productos poco variada.
9	Limitada cobertura geográfica.
10	Falta de un plan estratégico.

Fuente propia

Cuadro 4. Amenazas de las empresas agropecuarias en el Municipio de Catacamas.

No	Amenazas
1	La introducción a la localidad de productos provenientes de grandes industrias.
2	La creación de nuevas empresas dedicadas a lo mismo.
3	La fluctuación en el cambio monetario que incrementa los insumos.
4	Los factores climáticos inconstantes.
5	Las exigencias cambiantes de los consumidores.

Fuente propia

VI CONCLUSIONES

En el municipio de Catacamas existe una variedad de MIPYMEs, la mayoría le da un valor agregado a la leche (elaboran queso y mantequilla), otras en menor porcentaje se dedican a la producción de embutidos, miel y alimento concentrado para animales.

De acuerdo al estudio realizado en las MIPYMEs del sector agropecuario, se identificó que el 75% de las empresas encuestadas son consideradas micro, solo el 25% de las empresas están clasificadas en la categoría de pequeñas, estas generan fuentes de empleo a más de 10 familias, tienen establecido sus objetivos a corto y mediano plazo y están desarrollando una estructura organizacional que les permitirá expandir y fortalecer sus operaciones para lograr un posicionamiento en el mercado.

El 62% de las empresas agropecuarias del municipio de Catacamas no tienen una idea bien definida de la importancia de este rubro en la economía de la comunidad, debido a que no se encuentran afiliados a la cámara de comercio local, desconociendo los beneficios que esta entidad ofrece como ser programas de capacitación y asesoramiento de gestión empresarial entre otros.

Podemos concluir de que de acuerdo a la investigación realizada a las empresas agropecuarias tanto micro como pequeñas tienen que poner mayor interés en estructurar y establecer sus planes operativos y estratégicos, así como proporcionar programas de capacitación en todos los niveles, de lo contrario corren el riesgo de estancarse o desaparecer, ya que carecen de una cultura organizacional, y no están bien fundamentadas la misión y la visión por la cual fueron creadas.

VII RECOMENDACIONES

Instituciones como el Centro de Desarrollo Empresarial y la Agencia de Desarrollo Local de Catacamas deberían unirse para brindar apoyo en gestión empresarial a las empresas del rubro agropecuario, debido a que muchas no cuentan con apoyo de ningún tipo.

Es importante que la Universidad Nacional de Agricultura a través de la carrera de Administración de Empresas Agropecuarias, establezcan programas que sean utilizados como práctica/aprendizaje del futuro profesional para apoyar a las MIPYMEs en la capacitación y asesoramiento en las áreas administrativas y de producción para que ayuden en la planeación, organización, dirección y ejecución de los planes operativos y estratégicos que los lleve a lograr los objetivos generales de la micro, pequeña y mediana empresa pertenecientes en el municipio de Catacamas.

Instituciones como la agencia de Desarrollo Local de Catacamas debe tener un monitoreo periódico de cómo se van desenvolviendo estas empresas, ya que se podrá notar si van mejorando aspectos que puedan ayudar al crecimiento de las mismas, es decir seguir aplicando diagnósticos para conocer su situación.

La Cámara de Comercio de Catacamas debería de dar a conocer los beneficios que ellos otorgan a sus afiliados y que así las micro empresas del rubro agropecuario puedan participar en los programas que esta entidad proporciona.

VIII BIBLIOGRAFIA

SICA (Sistema de la Integración Centroamericana). 2008. el centro para la promoción de la Micro y Pequeña empresa en Centroamérica. Belmopán, Belice. 4 pág.

Serna, B. (2006) Proyecto Análisis Políticos y Escenarios Prospectivos, y publicado en el libro de Diego Achard y Luis E. González, editores, Política y Desarrollo en Honduras, 2006-2009. Los Escenarios Posibles, Tegucigalpa, Honduras, 2006

Robbins, Stephen P. y Coulter, M. Administración. octava ed. Pearson educación, México. 2005. Pag. 640.

La Gaceta (Diario Oficial de la República de Honduras). 2009. Ley para el fomento y desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa. Diario La Gaceta. Tegucigalpa MDC: Honduras. Ene. Mie. 15 pág.

Secretaría de Estado del Despacho Presidencial (*s.f.*), Informes de avance a tres años del Mitch.

Jiménez, B. 2009. Estudio sobre las posibilidades de las MIPYME de aprovechar su potencial exportador en el marco del DR-CAFTA. Chemonics International inc. República Dominicana. 124 pág.

Valencia, J. *s.f.* Como aplicar la administración estratégica a la pequeña y mediana empresa. Quinta ed. México.

Guerrero, L. 2002. Diagnóstico de la micro, pequeña y mediana empresa de honduras. Ediciones ZAS. Tegucigalpa M.D.C, Honduras C.A. 54 pág.

SIC (Secretaria de Industria y Comercio). 2009. Consejo nacional de la micro, pequeña y mediana empresa (CONAMIPYME).Tegucigalpa MDC. Ene. Mie. 4 pág. Disponible en línea (www.sic.gob.hn/difomipyme/conamipyme.aspx).

Cruz, G. 2011. 200 millones de lempiras para MIPYME dispondrá BANADESA. (En línea). Tegucigalpa, HND. Consultado 23 sept. 2013. Disponible en <http://www.Lavanguardia.hn>.

Kerkhoff, F. 2001. Honduras competitividad de las MIPYME. Capitulo V. Tegucigalpa M.D.C, Honduras C.A. 62 pág.

López, C; López, H; Galo, K; Méndez, C. 2011. Asociatividad de las MIPYME en Honduras. Asociatividad de las MIPYME de producción demora en la ciudad de la paz. Monografía. Tegucigalpa M.D.C. U.N.A.H. 4 pág.

Castalia, MA. 1992. El diseño de programas masivos de apoyo a la microempresa. 74e. San Jose, Ecuador. 14 de julio de 2013. Disponible en: <http://www.microfinanzas.org/uploads/media/0870.pdf>

Barnes y Elmer, H. 1967. Historia de la economía del mundo occidental, UTEHA, México.

Gobierno de Honduras (s.f.), Plan Maestro de Reconstrucción y Transformación Nacional, disponible en: rds.org.hn/estocolmo.

Ramírez E, “Moneda Banca y Mercados Financieros” México, 2001, Pág. 4

IX ANEXOS

Anexo 1. ENCUESTA APLICADA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL DE LAS MIPYMES EN LA CIUDAD DE CATACAMAS, OLANCHO E IDENTIFICACION DE LOS FACTORES QUE HAN FAVORECIDO SU CRECIMIENTO.

Estimados Empresario (a) la Universidad Nacional De Agricultura de Catacamas Olancho, a través de los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas Agropecuarias, se están realizando estudios de investigación por lo que muy respetuosamente solicitamos nos brinde información, la cual será utilizada estrictamente en la investigación. La presente encuesta tiene como finalidad identificar algunos factores que afectan o favorecen el crecimiento de las MYPIMES en el municipio de Catacamas.

Por favor marque con una X en el recuadro según sea su respuesta.

I. Generalidades de la empresa			
1.1 Ubicación de la empresa:	Barrio	Municipio	Ciudad
	Departamento	País	
1.2 Nombre o razón Social:			
1.3 Rubro:		1.4 Fecha de fundación:	
1.5 Teléfono:	fax	e-mail	
1.6 Cargo de Persona que ofrece los datos:			
1.7 Cómo surgió la idea de la empresa:			
1.8 Tiene alianza con otra empresa:		SI ☐	NO ☐
1.9 Con cuántos socios cuenta:			
1.10 Tiene página web:		NO TIENE ☐	

II. Aspectos administrativos y organizacionales	
2.1 En que departamentos está dividida su empresa: A. _____ B.- _____ C.- _____ D.- _____ E.- _____ F.- _____	
2.2 Realizo estudio de marcado antes de iniciar su empresa:	SI ☐ NO ☐
2.3 Con que permisos cuenta: NINGUNO ☐ RTN ☐ MUNICIPAL ☐ SANITARIO ☐ OTRO ☐	
2.4 Cuenta con apoyo de la Cámara de Comercio Local:	SI ☐ NO ☐
2.5 Cuenta su empresa con una misión y una visión:	SI ☐ NO ☐
2.6 Establece metas y objetivos por tiempo definido:	SI ☐ NO ☐
2.7 Su empresa tienen un plan de negocios:	SI ☐ NO ☐
2.8 Trabaja en base a presupuesto:	SI ☐ NO ☐
2.9 Tiene definidos los puestos y responsabilidades a sus empleados: SI ☐ NO ☐	

III. Recurso humano					
3.1 Cual es número de empleados con el que cuenta:		Permanente		Por temporada	
3.2 De Sus empleados cuantos cuentan con nivel de escolaridad:					
primaria	secundaria	universidad	maestría	No estudio	estudiando
3.3 Sus empleados son capacitados para operar en sus puestos:				SI ☐	NO ☐
3.4 Cuando contrata a alguien solicita su hoja de vida (curriculum)				SI ☐	NO ☐
3.5 Capacita a su personal:				SI ☐	NO ☐
3.6 Hace cuánto tiempo fue su última capacitación: _____ MESES AÑOS					
3.7 Recibe apoyo de grupos de gestión de empresa:				SI ☐	NO ☐
3.8 Rota su personal en diferentes áreas:				SI ☐	NO ☐

IV. Datos Operacionales:				
4.1 Tiempo en funcionamiento de su empresa: _____				
4.2 Administra el dinero en cuentas de banco: SI ☐ NO ☐				
4.3 Separa sus gastos personales de los de su empresa: SI ☐ NO ☐				
4.4 Cuenta fondo para imprevistos: SI ☐ NO ☐				
4.5 Sus pagos son:	Semanal ☐	Quincenal ☐	Mensual ☐	
4.6 Lleva control de sus estados financieros: SI ☐ NO ☐				
4.7A cuanto ascienden sus ventas promedio mensuales: Lps. _____				
4.8 En relación al año anterior sus ventas has sido: MAYORES ☐ MENORES ☐ IGUALES ☐				
4.9 Sino lleva estados financieros, como controla sus ingresos y gastos:				
4.10 Quien es el administrador de su empresa:	Propietario ☐	Contratación ☐	Pariente o Socio ☐	
4.11 Lleva un control de sus inventarios: SI ☐ NO ☐				
4.12 Con qué tipo de registros contables cuenta:				
4.13 Cuáles son sus fuentes de financiamiento	Banca privada ☐	Cooperativas ☐	Propio ☐	Prestamista u acreedor ☐
4.14 Sino trabaja con banca privada, porque motivo no lo hace:				

V. Producción y Mercadeo				
5.1 Sus principales clientes son	Locales ☐	Regionales ☐	A nivel nacional ☐	Internacional ☐
5.2 Conoce usted a sus principales clientes: SI ☐ NO ☐				
5.3 Envía datos de promociones a sus cliente: SI ☐ NO ☐				
5.4 Sus clientes lo prefieren por: Atención ☐	Facilidad y rapidez en entregas ☐	Calidad del producto ☐	Variedad de productos que ofrece ☐	Precios bajos ☐
5.4 Su empresa tiene planes de mercado según temporadas SI ☐ NO ☐				
5.5 Sus productos cuentan con marca que los diferencia de los demás: SI ☐ NO ☐				
5.6 Cuáles son sus principales productos:	1	2	3	4
	5	6	7	8
5.7 Cuenta con publicidad para su negocio: SI ☐ NO ☐				
5.8 Como da a conocer su negocio	Televisión ☐	Radio ☐	Periódico ☐	Hojas volantes ☐
	De boca en boca ☐	Internet ☐	Otros: ☐	

Anexo 2. Listado de empresas encuestadas.

No	Nombre de la empresa.	Nombre del dueño de la empresa.	Dirección de la empresa.
1	Industrias Olanchanas	Alberto Cáliz	Esc. El sembrador
2	Agrocomercial Guayape	Jesús Ayala	Bo. El Campo
3	Granja de Pollos Guanaja	Adrián Cruz	Guanaja, Talgua.
4	Agropecuaria El Surco	Erika Ramos	Bo. La Mora
5	Olancho Farm	Eleazar Turcios	Bo. El espinó
6	Distribuidora San Carlos	Juan Carlos Silva	Bo. de Jesús
7	Agropecuaria Reyes Quan	Faustino Quan	Bo. La Mora
8	Dist. De Prod. Alimenticios	Gustavo Díaz	Bo. Zunilapa
9	ESMAGRO-OL.	Naun Moradel	Bo. Zunilapa
10	AGROVASA	Milton Barahona	Bo. Las Acacias
11	Agrocomercial Cuyamel	José Mendoza	Bo. Cabañas
12	Lácteos de Vita	Vitalicio Zelaya	Bo. San Sebastián
13	Carnes y Embutidos Miguelito	Dinora Espino	Mercado Municipal
14	Agrocomercial El Corral	Will Aguilera	Bo. La Mora
15	Concentrados El Encino	Francisco Alemán	Bo. Las Acacias
16	Dipagro	Santiago Cruz	Bo. Las Acacias
17	ALCOCA Concentrados	Luis Guifarro	Bo. San José
18	Leche El Encino	Harry Lobo	Bo. El Encino
19	Lácteos Ramírez	Anabel Núñez	Bo. San Miguelito
20	Lácteos El Pataste	Otoniel Alemán	El Pataste, Cat.
21	Lácteos D' Olancho	Francisco Alemán	Bo. Santa Clara
22	Lácteos Rio Blanco	Guadalupe Cruz	Rio Blanco
23	Miel de Poncaya	William Molina	Poncaya, Cat.
24	Lácteos El Zapote	Luis Cárcamo	Poncaya, Cat.
25	Lácteos Agrícola	Rolando García	Colonia Agrícola
26	Lácteos Molina	Lourdes Molina	Poncaya, Cat.
27	Producción de Cerdos San Pedro	Joel Zelaya	San Pedro de Cat.

Anexo 3. Calculo de muestra.

Esta investigación está directamente relacionada a una población finita, como, es decir que según registros de la Cámara de Comercio e Industria de Catacamas existen 1905 MIPYMEs distribuidas en distintos rubros: comercio, servicio y producción agropecuaria, para efectos de esta investigación se hizo en base a las microempresas del rubro agropecuarios, las cuales son 44 población a la cual se aplicó la encuesta. Para determinar el total de encuestas a aplicadas se utilizó la siguiente formula:

Dónde:

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

$n=?$

N = Población total _____ =44

$Z^2_a = 1.96^2$ (con seguridad del 95%) =1.96

$$n = \frac{44(1.96)^2(0.05)(0.95)}{0.05^2(44-1)+(1.96)^2(0.05)(0.95)}$$

p = Proporción esperada 5% _____ =0.05

q = 1-P (1-0.05) _____ =0.95

$$n = \frac{8.028944}{0.289976}$$

d = Precisión (Sera del 5%) _____ =0.05

$n= 27$ MIPYME

Se aplicaron 27 encuestas al sector MIPYME agropecuario.