

UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

**DETERMINANTES SOCIOECONOMICOS QUE INFLUYEN EN
LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN LA CIUDAD DE CATACAMAS**

POR:

KAREN ELIZABETH PACHECO LICONA

DIAGNÓSTICO



CATACAMAS, OLANCHO

HONDURAS, C.A

DICIEMBRE, 2023

**DETERMINANTES SOCIOECONOMICOS QUE INFLUYEN EN LA
CREACIÓN DE EMPRESAS EN LA CIUDAD DE CATACAMAS**

POR:

KAREN ELIZABETH PACHECO LICONA

LICDO. FRANCISCO MEDINA CABRERA

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, 2023

ACTA DE SUSTENTACIÓN

DEDICATORIA

A mi SEÑOR JESUS; todo esto es por ti y para ti. A él le dedico este trabajo con amor y gratitud.

A mis padres, hija y hermanos; por sus sacrificios y su apoyo constante que han sido la clave de mi éxito.

A mi querido hermano; OSGUAL PACHECO (Q.D.D.G).

A los empresarios locales; que, a pesar de los desafíos socioeconómicos, han demostrado una tenacidad y una creatividad asombrosas en la creación y el crecimiento de sus empresas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a Dios por darme la fortaleza y la sabiduría.

Mi más sincero agradecimiento a mis asesores, Lcdo. Francisco Medina Cabrera, a M Sc. Neris Yessenia Escobar y al Lcdo. Mariano Enrique, cuya guía y apoyo invaluable han sido fundamentales en la realización de este estudio. Su paciencia y dedicación han sido una fuente constante de inspiración.

Agradezco a mis padres LUIS MANUEL PACHECO Y ANTONIA LICONA, a mi hija YORLENI ABIGAIL FIGUEROA y hermanos por su amor, apoyo y aliento incondicional durante todo el proceso de investigación. Su fe en mí ha sido una fuente constante de motivación.

Finalmente, quiero agradecer a la comunidad de Catacamas, Olancho, cuya cooperación y apertura han sido fundamentales para la realización de este estudio. Este trabajo está dedicado a ellos, con la esperanza de que los hallazgos de esta investigación puedan contribuir al desarrollo económico de la región.

CONTENIDO

	Pág.
ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
GLOSARIO.....	x
RESUMEN	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. OBJETIVOS.....	2
2.1 Objetivo General.....	2
2.2 Objetivos específicos	2
III. REVISIÓN DE LITERATURA	3
3.1 Generalidades en torno al diagnóstico	3
3.1.1 El Diagnóstico socioeconómico	3
3.1.2 La investigación diagnóstica descriptiva.....	4
3.2 Nacimiento de las organizaciones empresariales.....	5
3.2.1 Proceso de constitución de una empresa	6
3.3 La Mipyme.....	7
3.4 El entorno global de la micro, pequeña y mediana empresa	8
3.4.1 Avances y desafíos	9
3.4.2 Su clasificación	10
3.4.3 Factores determinantes en el desarrollo de la Mipyme	10
3.5 Actualidad de la Mipyme en Centroamérica.....	12
3.5.1 La Mipyme frente a la exportación y la innovación.....	13
3.5.2 Factores determinantes para fomentar una Mipyme de éxito	14

3.5.3 La digitalización un desafío para la Mipyme	15
3.6 Contexto de la Mipyme en Honduras	16
3.6.1 Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas	17
3.6.2 Factores que limitan a la Mipyme nacional	18
3.7 La Mipymes del departamento de Olancho	20
3.7.1 Perfil Empresarial de las Mipymes de Catacamas, Olancho	20
3.7.2 Principales desafíos y oportunidades	21
3.7.3 Variables socioeconómicos que inciden en la intención emprendedora.....	21
IV. METODOLOGÍA	24
4.1 Descripción del lugar de investigación	24
4.1.1 Unidad espacial	24
4.1.2 Unidad temporal	25
4.1.3 Unidad de análisis	25
4.2 Diseño de la investigación	25
4.2.1 Método	25
4.2.2 Herramienta de recogida de datos	26
4.2.3 Población.....	26
4.2.4 Método de selección de la muestra	26
4.2.5 Muestra.....	27
4.3 Materiales de trabajo.....	28
4.4 Fuentes de información utilizadas	28
4.4.1 Primarias.....	29
4.4.2 Secundarias.....	29
4.5 Variables a evaluar	29
4.5.1 Variables sociodemográficas	29
4.5.2 Variables Económicas	30
4.6 Análisis y tabulación de la información.....	30

V. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	31
5.1 Aspectos demográficos de los propietarios de Mipymes.....	31
5.2 Aspectos sociales de los propietarios de Mipymes.....	35
5.2.1 Vivienda, escolaridad y acceso a asistencia medica.....	35
5.2.2 Emigración familiar.....	37
5.2.3 Principales problemas sociales del municipio de Catacamas.....	38
5.3 Factores socioeconómicos y su relación con el emprendimiento.....	39
5.3.1 Factores socioeconómicos que influyen en la creación de negocios.....	39
5.3.2 Factores socioeconómicos limitan la creación de un negocio.....	40
5.4 Factores demográficos y su relación con el emprendimiento.....	42
5.4.1 Factores demográficos que influye en la creación de un negocio.....	42
5.4.2 Factores demográficos limitan la creación de un negocio.....	44
5.5 Factores socioeconómicos y su relación con la creación de negocios.....	45
5.5.1 incidencia de los factores socioeconómicos al momento de emprender.....	45
VI. CONCLUSIONES.....	47
VII. RECOMENDACIONES.....	48
VIII. BIBLIOGRAFÍA.....	49
ANEXOS	52

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Clasificación de las Pymes según sus ventas y número de empleados.....	10
Tabla 2. Género de los emprendedores evaluados	32
Tabla 3. Edad de los emprendedores evaluados	32
Tabla 4. Estado civil de los emprendedores evaluados.....	33
Tabla 5. Escolaridad de los emprendedores evaluados.....	34
Tabla 6. Integrantes del hogar.....	34
Tabla 7. Cargo de avaluado.....	35
Tabla 8. Tenencia de la vivienda.....	36
Tabla 9. Acceso a educación para leer y escribir	36
Tabla 10. Acceso a seguro medico.....	36
Tabla 11. Emigración familiar	37
Tabla 12. Cantidad de miembros del hogar que emigraron	38
Tabla 13. Problemas sociales del municipio	39
Tabla 14. Factores socioeconómicos que influyen en la creación de negocios	40
Tabla 15. Factores socioeconómicos que limitan la creación de un negocio	42
Tabla 16. Factores demográficos influye en la creación de un negocio	43
Tabla 17. Factores demográficos que limitan la creación de un negocio	44
Tabla 18. Factores socioeconómicos y su incidencia al momento de emprender.....	46

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Aporte de la Mipyme según región geográfica	9
Figura 2. Mapa del municipio de Catacamas como área de estudio	24
Figura 3. Aspectos demográficos de los propietarios de Mipymes de Catacamas	32
Figura 4. Aspectos demográficos de los propietarios de Mipymes de Catacamas	34
Figura 5. Vivienda, escolaridad y acceso a asistencia medica.....	36
Figura 6. Cantidad de integrantes del hogar que han Emigración.....	37
Figura 7. Problemas sociales identificados en el municipio de Catacamas	38
Figura 8. Factores socioeconómicos que influyen en la creación de negocios	40
Figura 9. Factores socioeconómicos que limitan la creación de un negocio.....	41
Figura 10. Factores demográficos que influye en la creación de un negocio.....	43
Figura 11. Factores demográficos que limitan la creación de un negocio.....	44
Figura 12. Factores socioeconómicos y su incidencia al momento de emprender.....	45

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Instrumento de recolección de datos para aplicar a emprendedores.....	53
Anexo 2. Aplicación del instrumentos de recolección de datos en Catacamas	56

GLOSARIO

SEMPRENDE: Servicio Nacional de Emprendimiento y de Pequeños Negocios

MIPYME: Micro, Pequeña y Mediana Empresa

ADEL: Agencia de Desarrollo Local

CDE: Centro de Desarrollo Empresarial

CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe

FONAC: Foro Nacional de Convergencia

OIT: Organización Internacional del Trabajo

Estratificación: Dividir una muestra en estratos según características similares

CENPROMYPE: Centro Regional de Promoción de la Micro y Pequeña Empresa

Pacheco Licon, K. E. 2023. Determinantes socioeconómicos que influyen en la creación de empresas en la ciudad de Catacamas. Modalidad de diagnóstico en el grado académico de licenciatura. Administración de Empresas Agropecuarias. Universidad Nacional de Agricultura. Catacamas, Olancho, Honduras. C.A. 70 Pág.

RESUMEN

El presente trabajo es un diagnóstico de los factores socioeconómicos orientado a establecer como estos factores influyen en la creación de empresas en la ciudad de Catacamas. El estudio se desarrolló mediante un diseño metodológico cuantitativo no experimental, con enfoque descriptivo y de alcance transversal, fundamentó en el análisis de 12 variables sociodemográficas y 9 variables económicos. En este sentido, se tomó una base muestral de 96 propietarios de Mipymes que fueron seleccionados a través del muestreo probabilístico siempre auxiliado de la técnica de estratificación. Es importante destacar que en esta investigación se identificó la inclusión de la mujer en las actividades sociales y de generación de ingresos ya que de los emprendedores evaluados el 50% fueron mujeres y el 50% hombres, con edades promedio oscilantes un 80.2% entre los 35 a 50 años, de los cuales el 71.92% están casados, con un nivel académico preponderante entre secundaria y educación de pregrado, cuya estructura familiar tiene en promedio de 1 a 3 integrantes. En cuanto al análisis de factores de incidencia se identificó a la necesidad de fortalecer el ingresos familiar como el elemento más influyente para que las personas obtén por establecer un negocio, seguido de elementos como formación académica y formación recibida en el hogar. Entre tanto, los factores que limitan la creación de negocios figuran la situación económica y política que atraviesa el país, el limitado acceso al crédito y la falta de capital de trabajo. Adicional a lo anterior, un 24% de emprendedores evaluados afirmaron que los factores socioeconómicos estudiados influyen positivamente en la intensidad empresarial. Por tal razón, la información generada a partir de este estudio socioeconómico sienta las bases para el diseño e implementación de planes de acción que mitiguen los impactos negativos que generan los factores socioeconómicos en detrimento de los emprendedores.

Palabras claves: Diagnóstico, Mipyme, estratificación, intensidad empresarial

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo abordar desde una perspectiva teórica y descriptiva el estudio de factores tanto sociales como económicos que incidencia directamente en la creación de emprendimientos como base sobre la cual se fortalece y desarrolla el parque empresarial Mipyme. Es de reconocer que este tipo de negocios en regiones geográficas con economías en subdesarrollo resultan vitales como medio de combate a la pobreza y al desempleo. Es lógico entonces, que estas representen un alto porcentaje del total de empresas en operación

A este respecto el Centro Regional de Promoción de la Micro y Pequeña Empresa CENPROMYPE, (2017) afirma que en los países de la región Centroamericana la Mipyme tiene una alta participación, con más del 90% de las unidades del parque empresarial total de los países. Para el caso en Honduras según datos del Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP) citado por González, (2019), las Mipymes generan el 70% del empleo y el 50% del Producto Interno Bruto.

En este contexto, es de reconocer que las Mipymes hondureña ha sido y sigue siendo objeto de múltiples estudios producto del papel dinamizante que proveen a la economías nacional, pese a ello estas nacen y operan dentro de un entorno familiar con bajos niveles de escolaridad, poco capital de trabajo, limitada inserción tecnológica, y débiles sistemas de información lo que permite deducir a grandes rasgos la razón de porque cada vez son menos los nuevos emprendimientos que surgen bajo un modelo de negocio novedoso con alto potencial de sobrevivencia y expansión.

En este sentido, y, en concordancia con su importancia el desarrollo de esta investigación recobra relevancia ya que permitió conocer en detalle aquellos factores de orden social y económicos que inciden positivamente en la tasa de nacimiento de nuevos emprendimientos, o bien que coaccionan el crecimiento potencial del parque empresarial de la ciudad de Catacamas.

II. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Realizar un estudio sobre los determinantes socioeconómicos que influyen en la creación de empresas en la ciudad de Catacamas, Olancho, Honduras C.A.

2.2 Objetivos específicos

- Identificar los determinantes socioeconómicos que influyen en la creación de las empresas de la ciudad de Catacamas.
- Analizar los factores socioeconómicos que limitan la creación de empresa en la ciudad de Catacamas.
- Determinar los factores demográficos que influyen en la no creación de empresas en la ciudad de Catacamas.
- Establecer qué tipo de incidencia tienen los elementos socioeconómicos en la creación de empresas en la ciudad de Catacamas

III. REVISIÓN DE LITERATURA

A continuación, en el presente acápite se presenta un amplio, pero adecuado marco teórico y conceptual, el cual tiene como fin primordial lograr una correcta y fácil comprensión para el lector logrando con ello inducirlo en la construcción constante de nuevos conocimientos.

3.1 Generalidades en torno al diagnóstico

Según Rojas (2006), el diagnóstico es un tipo de investigación aplicada que ofrece información útil para la solución de problemas o la transformación de una situación. El autor menciona que el termino diagnóstico proviene de *Gnosis*: Conocer y *día*: A través de. Esta definición etimológica ayuda a describirlo como un proceso de conocimiento de la naturaleza, cualidades, características, manifestaciones, relaciones, magnitud y trascendencia de una situación o un fenómeno de interés.

En la misma línea de pensamiento Conti (2009), define el diagnóstico como un estudio previo a toda planificación o proyecto y que consiste en la recopilación de información, su ordenamiento, su interpretación y la obtención de conclusiones e hipótesis. Entre tanto, Castillo (2004), en su visión global lo define como un instrumento que estudia una comunidad en su totalidad o una situación específica de la misma, además que descubre la realidad de los pobladores para; detectar sus problemas y necesidades existentes y también sirven para descubrir causas y consecuencias con el propósito de definir una línea base para tratarlo.

3.1.1 El Diagnóstico socioeconómico

Según Silva y Brain, (2015) en su libro valides y confiabilidad del estudio socioeconómico lo definen como el instrumento cuya finalidad es desde la perspectiva investigativa el método de indagación valorativa y clasificatoria cuantitativo -cualitativa

de variables ponderadas, cuyo fin es descubrir en un sujeto las características que lo ubican en un nivel categórico estratificado, así como contribuir al conocimiento de su entorno familiar, económico y social partiendo de información sobre el número de integrantes de la familia, la ocupación del principal proveedor económico, el ingreso y egreso familiar, las características de la vivienda, tipo de tenencia, zona de ubicación, material de construcción, servicios públicos

El autor añade que este tipo de estudio se realiza con la técnica de la entrevista o encuesta estructurada o bien mediante la visita domiciliaria la cual es la estrategia ideal para lograr mayor objetividad. Finalmente afirma que el estudio socioeconómico como objeto de estudio es complejo pero que es considerado desde distintos ángulos consiste, unificado en criterios técnicos para su aplicación, con mucha validez y alta confiabilidad.

3.1.2 La investigación diagnóstica descriptiva

Es una investigación de segundo nivel, inicial, cuyo objetivo principal es recopilar datos e informaciones sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, agentes e instituciones de los procesos sociales.

Este nivel de investigaciones podría también denominarse investigación diagnóstica o de levantamiento de datos, ya que se centra en responder a preguntas del tipo ¿cómo es x? ¿Cuál es la relación entre X, Y? ¿Qué diferencias existen entre A y B? ¿Cuál es el origen de x? ¿Cómo se comporta x? ¿Cómo se clasifica x?, entre otras (Nieto, 2018).

3.1.2.1 Su valor y aportes

Los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación. En este tipo de estudio el investigador debe ser capaz de definir, o al menos visualizar, que se medirá (que conceptos, variables, componentes, entre otros.) y sobre que o quienes se recolectaran los datos (personas, grupos, comunidades, objetos, animales, hechos).

Adicional mediante los hallazgos del diagnóstico descriptivo se pueden tomar decisiones correctivas a través de la formulación de propuestas para mejorar el funcionamiento o evolución del fenómeno u objeto estudiado (Nieto, 2018).

3.2 Nacimiento de las organizaciones empresariales

La creación o formación de empresas responde a la necesidad de cubrir un servicio o una necesidad en un entorno determinado y mediante el cual existe la posibilidad de salir beneficiado. Para ello, el emprendedor o el grupo de emprendedores reúne los recursos económicos y logísticos necesarios para poder afrontar dicho reto empresarial y cumplir los objetivos que se marquen y haciendo uso de los llamados factores productivos: trabajo, tierra y capital (Sánchez, 2020).

En esta misma línea de pensamiento Krause, (2021) añade que las empresas son organizaciones creadas por un grupo de emprendedores o por un individuo que reúne los recursos necesarios, desde lo económico hasta la logística. Estos elementos son de los que se vale una organización para enfrentar el “reto empresarial”, utilizando las herramientas a su alcance para transformar la materia prima en un producto (que puede ser tanto un bien como un servicio) y comercializarlo, insertándose en el mercado de oferta y demanda.

El autor reconoce y afirma que la empresa necesita un motivo, una filosofía definida, una planificación, diversos objetivos y estrategias para llevarlos a cabo, además de un marco político que delimite sus normas. Adicional esta requiere de determinados recursos para existir, además de para poder concretar sus finalidades. Se identifican dos fuentes de recursos para la actividad empresarial que son las fuentes propias derivadas del capital del empresario o emprendedor, la segunda son las fuentes ajenas que se obtienen por medio de préstamos, subsidios y créditos concedidos por otras personas o entidades (Krause, 2021).

3.2.1 Proceso de constitución de una empresa

Una de las primeras decisiones para crear una empresa es la elección de la forma jurídica. Los tipos de constitución más utilizados en Honduras según el Código de Comercio y Leyes Especiales: la sociedad anónima, la sociedad de responsabilidad limitada y comerciante individual. Adicional los trámites para constituir y operar legalmente son:

A. Obtener la escritura pública: El trámite para obtener la escritura pública varía dependiendo si la empresa se constituye de acuerdo con los tipos descritos en el Código de Comercio o si se basa en los tipos de las Leyes Especiales (S.S.E.)

- Empresa basada en el Código del Comercio: El apoderado legal realiza los trámites y elabora la escritura de constitución.
- Empresa basada en Leyes Especiales: Sector Social de la Economía (S.S.E.) empresas y organizaciones privadas formadas por trabajadores que sostienen la primacía del trabajo, optan por la propiedad social de los medios de producción y establecen que el excedente generado es un medio para elevar el nivel de vida de sus miembros.
- Empresas Asociativas Campesinas: es aquella beneficiada por la Ley de la Reforma Agraria. La personalidad jurídica de una empresa asociativa campesina es un documento legal que convierte al grupo campesino en empresa de derecho, adoptando el carácter jurídico señalado en las leyes de la República para que puedan acceder a beneficios.

B. Inscripción en el Registro Mercantil: El empresario realiza el trámite en ventanilla de la Cámara de Comercio e Industria del municipio en el que esté ubicada la empresa.

C. Registro Tributario Nacional: Realizado por el empresario en la Dirección Ejecutiva de Ingresos, Obtiene el RTN de Comerciante individual o empresa mercantil.

Si bien es cierto la empresa está legalmente constituida después de todo lo anterior, pero para comenzar operaciones, es necesario solicitar unas series de registros, licencias, permisos y autorizaciones:

Registro en la Cámara de Comercio: obligatorio para todo comerciante

- Licencia ambiental: necesario para el permiso de operación
- Permiso de operación: tramitado por el empresario en la alcaldía del municipio donde operará la empresa.
- Autorización de libros contables: tramitado por el empresario en la alcaldía del municipio donde operará la empresa.
- Permiso de instalación de rótulos: tramitado por el empresario en la alcaldía del municipio donde operará la empresa.
- Registro de marcas, patentes y derechos de autor: tramitado por el apoderado legal en el Instituto de la Propiedad.
- Código de Barras: Realizado por el empresario en la Dirección del Sistema Electrónico de Comercio (DISELCO).
- Licencia Sanitaria: Deben obtener Licencia Sanitaria las siguientes empresas: Droguerías, farmacias, puestos de ventas de medicamentos, establecimientos de salud (centros o clínicas médicas, consultorios, estéticas, centros de nutrición, centros odontólogos, hospitales, ambulancias: terrestres, aéreas y marítimas, y laboratorios).
- Registro Sanitario: El Registro Sanitario se gestiona para que los productos de interés sanitario puedan ser fabricados, distribuidos, importados o exportados.

3.3 La Mipyme

Según Guaipatín, (2003) las Mipyme pueden clasificarse por varios factores y elementos de acuerdo con los que desee evaluar. Sin embargo, expresa que el criterio más utilizado para clasificarlas es aquel basado en la cantidad de empleado. Al respecto expresa que:

Microempresas es toda unidad económica con un mínimo de una persona remunerada trabajando en ella, y un máximo de (10) empleados remunerados. Su promedio de ventas mensual de Lps.0.00 A 700,000.00. Misma que caracteriza por tener baja relación de capital-trabajo, poca maquinaria, escaso nivel tecnológico, no legalizada, poco control contables y administrativos.

Pequeñas empresas son aquellas con una mejor combinación de factores producidos y posicionamiento comercial, cuenta con un mínimo de once (11) y un máximo de cincuenta (50) empleados remunerados. ventas mensuales promedio de Lps.701,000.00 a 2,000,000.00, una mayor relación de capital-trabajo, procesos de producción semi tecnificados.

Medianas empresas son aquellas que disponen de mayor inversión en activos fijos, presentan una adecuada relación en cuanto a su capital de trabajo y formalidad en sus registros contables y administrativos emplean un mínimo de cincuenta y uno (51) empleados y un máximo de ciento cincuenta (150) empleados remunerados, con ventas mensuales mayores a Lps. 2,000,000.00 (Guaipatín, 2003).

3.4 El entorno global de la micro, pequeña y mediana empresa

Los negocios familiares surgen como una respuesta social a las necesidades constantes y crecientes que impone un sistema económico exigente. La micro, pequeña y mediana empresa, juega un papel fundamental en la subsistencia y combate de la pobreza en todo el mundo. Para el caso de la región Latinoamericana su peso en el tejido productivo alcanza al 99% de las empresas formales y en el empleo, el 61% es generado por empresas de ese tamaño.

No obstante, son pocos los pequeños y medianos negocios que logran permanecer en operación después de su primer o segundo año de apertura. Lo anterior queda evidenciado con las estadísticas mundiales las cuales muestran que aproximadamente el 50% de las Pyme mueren durante el primer año, el segundo año otro 25%, y antes del quinto año muere otro 15%, sólo sobreviviendo y madurando el 10% (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2020).

Por su parte la Konrad-Adenauer-Stiftung y la Universidad Católica del Uruguay, (2022) en su estudio de las Pymes de Latinoamérica afirman que las características económicas de los distintos países de América Latina y el Caribe (ALC) son muy heterogéneas en prácticamente todas las dimensiones que se pretendan analizar: estructuras productivas,

estructura de exportaciones o de importaciones y/o sus desempeños macroeconómicos, entre otras variables. La realidad de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), no es la excepción.

Las Pymes constituyen un elemento fundamental del sistema económico latinoamericano, así como también de las diversas estrategias de fomento y crecimiento económico regional, protagonismo este, por dos dimensiones: la gran cantidad de pequeñas empresas de la región, así como también por su contribución al empleo.

3.4.1 Avances y desafíos

Según los autores Dini y Stumpo, (2019) la encuesta Enterprise Surveys del Banco Mundial aplicada en empresas mostró que el 90% de las empresas de la región pueden ser consideradas Pymes., donde nueve de cada 10 son microempresas. De las mismas un 60% son aportantes del empleo productivo formal, aunque solo contribuyen con un 25% del PIB de las economías de Latinoamérica.

Pese a ello aun que las Pymes tienen una gran participación en el mercado laboral, su contribución al PIB no sigue el mismo rumbo, diferencia esta que puede ser explicada por la baja productividad de estas con respecto a las de gran tamaño, incluso acentuándose más esta brecha en el caso de ALC con respecto a regiones de mayor desarrollo. Así, por ejemplo, en regiones más desarrolladas como Europa generan siete de cada 10 empleos y contribuyen el doble a la generación de riqueza, proporción que se multiplica por seis en el caso de las microempresas (Figura 2-1).

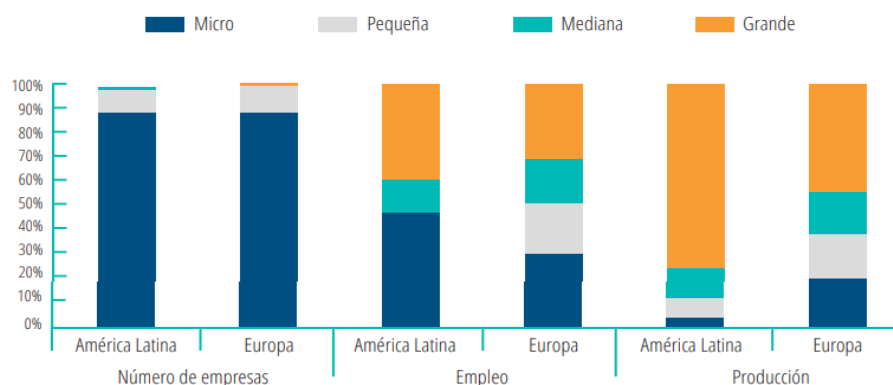


Figura 1. Aporte de la Mipyme según región geográfica

Fuente: OECD/CAF, 2019

3.4.2 Su clasificación

Los criterios para clasificar a las empresas son diferentes en cada país, aunque tradicionalmente se realiza según el número de trabajadores y el valor de las ventas anuales. A modo de ejemplo, se presenta información sobre los criterios de clasificación de empresas para los países incluidos en este estudio. Según el Ministerio de Producción y Trabajo de Argentina, la clasificación para determinar qué empresas se consideran Pymes depende de la facturación anual y del personal ocupado. Para ambas dimensiones, los límites son distintos dependiendo del sector de actividad (los sectores considerados son: construcción, servicios, comercio, industria y minería, y agropecuario) (Dini & Stumpo, 2019).

Tabla 1. Clasificación de las Pymes según sus ventas y número de empleados

Tipo de empresa				
País	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Argentina	81,60	16,10	1,90	0,40
Brasil	85,40	12,10	1,40	1,00
Chile	90,40	7,80	1,20	0,60
Colombia	93,20	5,50	1,00	0,30
Ecuador	95,40	3,80	0,60	0,20
México	95,50	3,60	0,80	0,20
Perú	98,10	1,54	0,34	0,02
Uruguay	83,80	13,40	3,10	0,60

Fuente: Stefano (2013)

3.4.3 Factores determinantes en el desarrollo de la Mipyme

El interés en las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme) ha sido una constante en las políticas de fomento productivo desarrolladas por los países de Europa y América Latina en los últimos treinta años. Sin embargo, el enfoque y los ejes centrales de esas políticas, y más aún sus prioridades y resultados, registran diferencias significativas. Tal vez la más notoria concierne a su grado de integración con las estrategias de desarrollo productivo a nivel nacional (Dini & Stumpo, 2019).

Mientras que en Europa las políticas para el fomento de las Mipymes se han integrado progresivamente en los planes y medidas que apuntan al fortalecimiento de los territorios

y en las redes institucionales que promueven el desarrollo de mercados, tecnologías, investigación y acceso al financiamiento. En América Latina las iniciativas en pro de las empresas de menor tamaño han mantenido un estatus separado y han logrado un escaso nivel de integración y coordinación con el resto de las políticas productivas (Dini & Stumpo, 2019).

En este marco, no obstante, las políticas de fomento de las Mipymes en América Latina han registrado una importante evolución, que, en la última década, ha incluido tanto el cuadro normativo como la institucionalidad, los instrumentos de fomento y los recursos invertidos. A continuación, Dini y Stumpo (2019) presentan un balance sintético de los progresos logrados en cada área y de los elementos que inciden en el desarrollo del sector Mipyme

A. Cuadro normativo: En la mayoría de los países analizados se registran avances en el marco normativo, pues este se ha profundizado y ampliado mediante la aprobación de normas que reconocen la importancia de las Mipymes en las respectivas economías nacionales. El propósito de estas medidas es crear condiciones que permitan a las empresas de menor tamaño reducir o contrabalancear las desventajas especialmente relacionadas con las economías de escala, en la organización de sus insumos y en la generación de sus ingresos, a causa de su tamaño reducido.

B. Institucionalidad: En lo que respecta a la institucionalidad de apoyo, se observa, por un lado, la persistencia de debilidades sustanciales en las entidades públicas encargadas de las políticas de fomento a las Mipymes y la falta de coordinación efectiva entre los distintos organismos del Estado que intervienen en estas materias.

C. Instrumentos de fomento: En esta materia, se observan algunas tendencias relativamente claras. Primero, se aprecia un esfuerzo significativo por incorporar herramientas de fomento nuevas o que abarquen problemáticas recientes. Por otra parte, aunque son relativamente nuevas, las medidas que promueven la incorporación de tecnologías digitales en las empresas de menor tamaño ya están ampliamente presentes

en las agendas de desarrollo de la mayoría de los países de la región. En segundo lugar, se mantiene, o incluso se acentúa, la tendencia a la fragmentación de las medidas.

D. Recursos para las Mipymes: Los recursos que las políticas públicas han logrado movilizar en pro del desarrollo de las Mipymes han alcanzado montos significativos globalmente, lo que se debe en gran medida a los programas de subsidios, créditos, regímenes tributarios especiales y compras públicas.

E. Promoción de las tecnologías digitales: Los estudios realizados por la CEPAL revelan que la mayoría de los países de América Latina han definido estrategias nacionales para impulsar el progreso de estas tecnologías. Aun así, los principales avances se refieren al mayor acceso a infraestructura física, sobre todo gracias a los servicios de banda ancha, así como a la implementación de programas sociales para brindar conectividad en los ámbitos de la educación y la salud. En cambio, en lo que respecta a la capacidad de las empresas de incorporar las tecnologías digitales en sus procesos productivos, aún se registran retrasos considerables.

3.5 Actualidad de la Mipyme en Centroamérica

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, (2003) las microempresas participan con más de 2.5 millones de empleos, en tanto que las Pymes en conjunto aportan alrededor del 25% del PIB de El Salvador, Guatemala y Honduras. No obstante, la mayoría de las Mipymes, sobre todo de las microempresas, son de subsistencia y con empleos de baja calidad: el 88% de las microempresas son de autoempleo.

Así mismo, las ventas promedio anual por empresa y trabajador son muy bajas, de 201 dólares y 62 dólares en El Salvador y Guatemala, respectivamente, lo cual refleja un limitado potencial de inversión, productividad e innovación. Pese a ello, frente a los problemas de desempleo y pobreza extrema que aqueja a un buen porcentaje de la población de los países del Istmo Centroamericano, la posibilidad de contar con una

fuentes de ingreso si bien es cierto escasas, representan un sueño que no todos los habitantes pueden lograr (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL, 2003).

3.5.1 La Mipyme frente a la exportación y la innovación

En relación con lo anterior es importante mencionar que la inserción internacional de la pequeña y mediana empresa tiene impactos positivos en su nivel de productividad, en la incorporación de innovación, en la calidad del empleo y en el nivel de sus salarios, así mismo, es crucial para la diversificación productiva. Por ello desarrollar mejores políticas de apoyo a la internacionalización de las Mipymes es un aporte para un desarrollo más inclusivo. Así lo mostró un estudio publicado a partir de información de 94 países por el Centro de Comercio Internacional (ITC) en el 2016, citado por la (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2016).

Los investigadores concluyeron que por cada dólar que se invierte en innovación en las Mipymes, se puede llegar a generar exportaciones por un monto de 87 dólares e incrementar el PIB en 384 dólares, donde este aumento en la competitividad se asocia a la experiencia que ganan al convertirse en exportadores. Aunado a lo anterior el estudio hace referencia también a las características que describen la Mipyme exportadora centroamericana, dejando ver las comparativas contra otras regiones del mundo.

Primero es de reconocer que son pocas, representando apenas el 1% del total de empresas existentes, no obstante, en Europa y otros países desarrollados este porcentaje es superior al 5%. Segundo; existe un alto grado de concentración de las Pymes exportadoras. Tercero, la región se caracteriza por una alta tasa de entradas y salidas de empresas exportadoras del 37% anual, contra el 30% de la UE (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2016).

Adicional, tanto las Pymes de Nicaragua, El Salvador y otros países de Sur América que fueron parte del estudio se identificó que las empresas exportadoras realizan envíos relativamente bajos y, por lo tanto, su aporte al monto total exportado solo representa un 10%. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2016).

3.5.2 Factores determinantes para fomentar una Mipyme de éxito

El crecimiento empresarial es un proceso complejo en el que intervienen varios factores y por lo tanto es un resultado organizacional que es producto de la combinación de recursos, capacidades y rutinas específicos de la empresa, que se dan en contextos sectoriales y regionales o nacionales específicos. Esto destaca la importancia de la calidad del entorno empresarial en el que operan y compiten las empresas.

Según la Organización Internacional de Trabajo, (2021) los factores asociados con el crecimiento a nivel de la empresa se clasifican por lo general en tres grupos principales.

A. Determinantes individuales: Las decisiones que toma un emprendedor tienen una incidencia obvia en el desempeño y crecimiento de una empresa, las principales características que influyen en las decisiones del emprendedor son:

- Rasgos de su personalidad
- Su motivación para crecer
- Sus competencias individuales
- Sus antecedentes personales:

B. Determinantes organizacionales: Existe una gran variedad de factores organizacionales responsables del éxito de la empresa, como del crecimiento del empleo o del volumen de negocios, las ganancias o el crecimiento de los activos, que son un determinante clave de la evolución de su productividad. Adicional el crecimiento de la empresa puede estar determinado por el grado de eficacia y capacidad con el que los recursos específicos de ésta, como la mano de obra, el capital y el conocimiento, son adquiridos, organizados y transformados.

Los principales determinantes organizacionales pueden agruparse en tres grupos:

- Atributos de la empresa
- Recursos y estructura de la empresa
- Estrategias empresariales.

C. Determinantes ambientales: Varios estudios destacan la influencia de la ubicación en el crecimiento de las empresas, el entorno sectorial y regional en el que opera la empresa varía en sus diversas dimensiones e influye en su crecimiento ya sea

favoreciéndolo o constituyendo una barrera para su desarrollo (Organización Internacional del Trabajo, 2021). Dentro de las principales barreras están:

- Una infraestructura adecuada
- Las barreras institucionales
- Barreras financieras

3.5.3 La digitalización un desafío para la Mipyme

La sociedad en su conjunto se enfrenta a un cambio rápido y radical motivado por las tecnologías digitales y su aplicación en todos los mercados. La digitalización representa el uso de tecnologías digitales para innovar un modelo de negocio y proporcionar nuevas fuentes de ingresos, así como nuevas oportunidades de producción de valor. Este concepto conlleva dos componentes que se encuentran intrínsecos al proceso de digitalizar una empresa, que son, la innovación en su modelo de negocio y la búsqueda de crear valor para la organización y la sociedad en general (Barann et al., 2019); citados por (Konrad-Adenauer-Stiftung y la Universidad Católica del Uruguay, 2022).

Según el BID (2018), citado por (Konrad-Adenauer-Stiftung y la Universidad Católica del Uruguay, 2022) la economía digital está tomando cada año más fuerza, es por eso por lo que los empresarios y emprendedores debe responder a las oportunidades y riesgos asociados a las tecnologías disruptivas. Adaptarse con éxito y aprovechar las oportunidades de transformación digital, aumentando con ello la inclusión y el acceso a la infraestructura digital.

Se espera que para el año 2025 se alcance una penetración de banda ancha en la región del 66% y del 61% a nivel mundial. Para ello las tres olas registradas de la actual revolución digital comprenden: (a) computación, banda ancha y telecomunicaciones móviles que automatizaron funciones y descentralizaron las cadenas productivas, (b) las plataformas de internet y computación en la nube que redefinieron los procesos productivos, y (c) el internet de las cosas, robótica, inteligencia artificial, aprendizaje de máquinas y blockchain que refundaron la estructura y modelo de negocio (Katz, 2018) citado por (Konrad-Adenauer-Stiftung y la Universidad Católica del Uruguay, 2022).

Para ejemplo el caso de Costa Rica donde el proceso de transformación digital en las empresas se ha dado, al igual que en otros países de forma paulatina, comenzando por las grandes empresas y de forma más lenta por las Pymes, quienes enfrentan mayores retos y limitaciones de recursos para su implementación. Actualmente, en Costa Rica existen 133.765 empresas, de éstas aproximadamente 25.000 se encuentran registradas como Pymes activas, según lo reporta el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), de las cuales un 40% se encuentran apenas en un nivel inicial de madurez digital (CAMTIC, 2021; MEIC, 2021) citado por (Konrad-Adenauer-Stiftung y la Universidad Católica del Uruguay, 2022).

3.6 Contexto de la Mipyme en Honduras

Según López y Ruano, (2013) tomando como base las cifras presentadas por el Centro de Servicios de Desarrollo Empresarial del INFOMIPYME se estima que las Mipymes en el año 2000 ya empleaban a cerca de 760,000 personas. Específicamente en el 2018 generaban más del 70% del empleo por medio de las 170,000 organizaciones existentes, y que, en suma, contribuyen con más del 30% del PIB nacional” (Centro de Desarrollo Empresarial, 2018).

Desde entonces es sabido y se calcula que del total de Mipymes cerca del 52 % son microempresas con trabajadores por cuenta propia y 51 % de los trabajadores son microempresas de entre 1 y 10 empleados; 2 % de empresas y el 14 % de los trabajadores laboran en empresas de 11 a 50 empleados y el 0.5 % de las empresas y 16 % del empleo corresponde a empresas de entre 51 y 150 trabajadores (López & Ruano, 2013).

En cuanto a la actividad a la se dedican la concentración de Mipyme estaba constituida en un 30 % en el sector industrial, 60 % en el sector comercial y un 10% en el área de servicios. Por su parte, la participación en el PIB y las exportaciones la micro y pequeña empresa hondureña no exporta, ya que su producción se enfoca a satisfacer la demanda interna, por lo tanto, apenas el 1 % venden en el exterior (López & Ruano, 2013).

Ante este contexto queda claro la importancia y el nivel de significancia que desde siempre ha tenido la micro, pequeña y mediana empresa para el país, más aún cuando se considera que estos indicadores transcurridos dos decenas han incrementado significativamente de forma positiva en la actualidad, al menos en los aspectos de generación empleo y cantidad de negocios.

Según el autor, a pesar de las diferentes iniciativas de apoyo a las micro, pequeña y medianas empresas de Honduras, es evidente que estos esfuerzos no están claramente vinculados a un marco de políticas de desarrollo del país en general, ni a la competitividad del sector empresarial en particular. Ya que los programas de promoción se han caracterizado por su aislamiento de las políticas económicas y productivas de la gran empresa. Además, se han orientado hacia la problemática de las empresas como unidades de producción aisladas, sin entender el entorno institucional, el funcionamiento de los mercados y el marco político (López & Ruano, 2013).

3.6.1 Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

Desde el punto de las exportaciones, se establece que la competitividad de la Mipyme hondureña en el plano internacional hasta hoy ha sido irrelevante, ya que esta se ha restringido al nivel nacional. Si bien es cierto, es un segmento empresarial muy importante en términos de empleo, pero por su nivel tecnológico es básico. Por consiguiente, su productividad general también es muy baja, generando que su presencia en las actividades comerciales no sea representativa

Llama la atención un importante estudio realizado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), por sus siglas. Donde se evaluó el proceso de industrialización del país como base promotora que impulse a las empresas hacia la competitividad. Los datos revelaron que la industrialización se dio mediante la sustitución de las importaciones con el objetivo de diversificar la producción interna para posteriormente diversificar las exportaciones de bienes. 40 años después, el 60% de las exportaciones totales de bienes es de productos agrícolas y mineros no procesados.

3.6.2 Factores que limitan a la Mipyme nacional

La CEPAL propone acciones claves que permitirán e impulsarán a las Mipymes hacia su competitividad. Estas acciones se plantean en cuatro niveles que son:

- A. Nivel meta:** con respecto al nivel de promoción estratégica, las medidas deberán ser orientadas hacia la inclusión del segmento empresarial en las estrategias y políticas de desarrollo a corto y mediano plazo. Como hemos visto en la sección del análisis, se trata de cambios socioculturales y político culturales, lo que no se realiza solamente a corto plazo, sino sobre todo a mediano plazo.
- B. Nivel macro:** el análisis primordialmente se concentra en un ambiente macroeconómico favorable o no, y las estrategias se proponen para mejorar esas condiciones en las áreas de incentivos y reformas con respeto a la competitividad con acento en las empresas con potencial de crecimiento y exportación.
- C. Nivel meso:** Se tiene que configurar el entorno específico de las Mipyme para promover su competitividad como segmento empresarial. Este entorno existe de un mercado financiero, laboral, de servicios de desarrollo empresarial, colaboración interempresarial y asociatividad. También, existe su relación con el Estado, como entidad reguladora del entorno económico.
- D. Nivel micro:** es el eje principal para mejorar la competitividad a nivel micro, ya que, al invertir en tecnologías apropiadas para las Mipymes, en la gestión empresarial y en mecanismos de colaboración interempresarial, la competitividad se impulsa desde la base (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2002)

3.6.3 Estrategia de fomento al emprendimiento de Honduras

Según la Secretaría de Desarrollo Económico, (2018) para lograr el fomento al Emprendimiento de Honduras se han establecido cinco ejes estratégicos que a continuación se detallan:

- A. Industria de soporte:** Entidades de apoyo al emprendimiento que se encargan de prestar asistencia técnica, acompañamiento y orientación empresarial para la

sostenibilidad de las empresas desde la concepción de la iniciativa empresarial hasta la puesta en marcha de la empresa, expansión y consolidación.

- B. Financiamiento:** Instrumentos de financiación al emprendimiento a lo largo del proceso emprendedor, tales como, capital semilla, redes de ángeles inversionistas, fondos de capital de riesgo en etapa temprana, fondos de inversión, entre otros.
- C. Articulación institucional:** Instancias de cooperación y acción colectiva entre las entidades públicas y privadas de apoyo al emprendimiento, que tienen como propósito el diseño e implementación de la política pública de emprendimiento, evitando duplicidad de programas, maximizando el impacto colectivo y cubriendo las fallas de mercado.
- D. Mentalidad y Cultura:** Es la manera de pensar y actuar frente al emprendimiento, transformando comportamientos, creencias, modelos mentales y paradigmas a favor de la creación de empresas como opción de vida, a partir de narrativas de inspiraciones y aspiraciones en los ciudadanos del País.
- E. Sistema educativo:** Es la modernización del sistema de formación para el emprendimiento a partir de políticas institucionales en escuelas, colegios, institutos y universidades, así como el desarrollo de programas de creación de empresas, herramientas tecnológicas, metodologías de enseñanza y formación de formadores para el emprendimiento (Secretaría de Desarrollo Económico, 2018).

El propósito de éstas estrategias es elevar la capacidad de respuesta y fortalecimiento institucional en el ecosistema de emprendimiento que permitan:

- Disminuir los costos de transacción presentes en la prestación de los servicios de desarrollo empresarial.
- Generar una unidad de respuesta y complementariedad a la hora de abarcar a los emprendedores y a las instituciones de apoyo al Emprendimiento para que logren su objetivo.
- Empoderamiento de las instituciones para lograr modelos Escalables, Replicables y Sostenibles capaces de superar ciclos de cambios en los equipos de gobierno.

- Establecer un sistema nacional de información en una plataforma de diálogo permanente entre el estado y los ciudadanos (Secretaría de Desarrollo Económico, 2018).

3.7 La Mipymes del departamento de Olancho

Según la Cámara de Comercio e Industrias de Olancho, en su aporte al Informe Regional Anual de Emprendedurismo publicado por el Foro Nacional de Convergencia, FONAC, (2018) indico que las Mipymes del departamento de Olancho se agrupan en los rubros de agroindustria, en el sector café, sector agrícola, sector lácteo, sector de la madera, sector del cuero, sector ganadero, las manualidades (bisutería, suvenires entre otros), también un importante sector turístico que en los últimos años ha resultado estratégico para promocionar el departamento y la marca país.

Adicional, es oportuno mencionar que en Olancho existe bastante comercio, y que en los últimos años se observa una significativa participación y crecimiento del sector servicios, lo que viene a fortalecer y completar un ecosistema empresarial robusto para atender distintas necesidades de los mercados

3.7.1 Perfil Empresarial de las Mipymes de Catacamas, Olancho

Según El Servicio Nacional de Emprendimiento y de Pequeños Negocios (SENPRENDE), (2021) como resultado de su “mesa de trabajo MIPYME” en el marco de la iniciativa “Honduras Se Levanta”, expreso que: la pequeña y mediana empresa ha experimentado en los últimos años la inclusión de la mujer en las actividades de emprendimiento. Donde los propietarios de negocios en 50% de los casos al cursado como mínimo la educación media, en cambio el resto solo asistieron a la primaria o bien, no asistieron a la escuela. También se observa que el 90% de negocios son dirigidos por sus propietarios.

En su conclusión, SENPRENDE afirma que en Olancho el perfil empresarial de las Pymes está creciendo ya que muchas ya están participando en mercados regionales, sin

embargo, la informalidad del comercio abarca más del 50% de los negocios (Servicio Nacional de Emprendimiento y de pequeños Negocios, SENPRENDE, 2021).

3.7.2 Principales desafíos y oportunidades

La Organización Internacional del Trabajo, (2013) afirma que la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs) es un elemento fundamental, primero; para propiciar un aumento en la competitividad de las Pymes, segundo; para generar cambios positivos en la gestión de procesos y tercero; para llevar las acciones de marketing tradicional hacia plataformas digitales.

No obstante, el camino por recorrer es largo, ya que según la OIT en todo el territorio hondureño casi la mitad de las empresas no cuenta con ni con correo electrónico, y dos tercios no cuentan con página web y más del 75% no tiene un servicio de compras por vía electrónica (Organización Internacional del Trabajo, OIT, 2013).

Por su parte, en una entrevista realizada a la Directora de la Cámara de Comercio e Industrias de Catacamas (CCICT) indicó que no existe a la fecha un estudio de factores claves que garanticen el éxito de la actividad emprendedora detallado de Catacamas. No obstante, añadió que a grandes rasgos se conoce que las Pymes se publicitan y venden por medio de perfiles empresariales en Facebook y WhatsApp. Adicional, también añadió que las Pymes del municipio de Catacamas y en general del departamento de Olancho, están aumentando sus ventas fuera del país mediante la exportación indirecta lo que está generando crecimiento y reconocimiento de marca (Rosales, 2022),

3.7.3 Variables socioeconómicas que inciden en la intención emprendedora

Un importante estudio realizado por los autores Tarapuez, García, y Castellano, (2018) muestra datos interesantes relacionados a los aspectos socioeconómicos que resultan influyentes en la intención emprendedora, entre sus principales hallazgos los investigadores afirman que la intención empresarial (IE) es un campo de investigación en rápida evolución; además, constituye el antecedente más importante de la conducta para

crear una empresa y se considera como un resultado de las actitudes del individuo frente a los comportamientos que lo llevan a desear la concreción de una empresa

Los dos aspectos socioeconómicos que más influyen en la intención empresarial son el "tipo de universidad o nivel de formación académica" y "tener un amigo empresario". Por otra parte, encontraron varias asociaciones entre las modalidades de las variables cualitativas; especialmente, se resaltan las relacionadas con una mayor intención empresarial en las personas de mayor edad, que cuentan con experiencia laboral, que pertenecen a los estratos socioeconómicos más altos, cuyo estado civil es casados y que cuentan con familiares empresarios. En otra dirección, es oportuno aclarar que no se notó influencia del género en la intención empresarial (Tarapuez, García, & Castellano, 2018).

Las variables socioeconómicas evaluados en este estudio fueron:

- Estado civil
- la edad
- el género
- el campo de estudio
- la clase social
- el nivel de estudios
- la ocupación de los progenitores
- familiares y amigos empresarios
- experiencia laboral
- entre otros

Finalmente, la creación de una nueva empresa es el resultado de una serie de factores que, enlazados dan vida a la nueva organización, entre ellos están (Tarapuez, García, & Castellano, 2018).

A. Factores sociales: Las fuerzas que actúan dentro de la sociedad y que afectan las actitudes, intereses y opiniones de la gente e influyen en sus decisiones están:

- La estructura demográfica
- La salud, la educación y la movilidad social

- Las tendencias en el empleo
- Los medios de comunicación, la opinión pública, actitudes y prejuicios
- La Brecha Digital y las condiciones de vida de la población
- Los cambios socioculturales en marcha.

B. Factores políticos: Los factores políticos no operan en el vacío, y las decisiones de política pública tienen implicaciones económicas. Las entidades se ven afectadas por factores económicos del orden nacional, internacional o global. El comportamiento, la confianza del ciudadano y su poder adquisitivo estarán relacionados con la etapa que atraviese una economía. Es por ello por lo que los factores económicos que influyen están:

- La etapa del ciclo económico (auge, recesión, estancamiento o recuperación)
- El presupuesto público e institucional
- El tamaño y distribución del gasto público
- Las tasas de crecimiento económico actuales y potenciales
- El nivel de confianza del consumidor de servicios
- La disponibilidad de técnicos calificados
- La disponibilidad de recursos energéticos

B. Factores económicos: Desarrollar y hacer crecer una empresa depende mucho de las gestiones que se lleven a cabo dentro de ella. Pero además de eso, es imprescindible tomar en cuenta ciertas variables que, aunque escapan del control empresarial, pueden influir en ella ya que guardan una estrecha relación con el negocio y por lo tanto pueden impactarlo positiva o negativamente.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Descripción del lugar de investigación

Se describe a través de las siguientes unidades: Unidad espacial; que es la ubicación geográfica y las características cuantitativas y cualitativas del municipio en el cual se realizó el estudio: unidad temporal, que hace referencia al espacio de tiempo requerido para que cumplir todas las fases del proceso de investigación: unidad de análisis, que permitió la identificación detallada de los individuos o sujetos a investigar.

4.1.1 Unidad espacial

La investigación se realizó en la ciudad de Catacamas, ubicada en el departamento de Olancho. fue fundada en el año 1838 y recibió el título de ciudad el 24 de enero de 1898 bajo decreto legislativo, tiene una extensión territorial de 7,174 km². Cuenta con una población de aproximadamente 150,000 habitantes y presenta una densidad 16,73 hab/km² y una altitud media de 489 msnm (Agencia de Desarrollo Local ADEL, 2020)

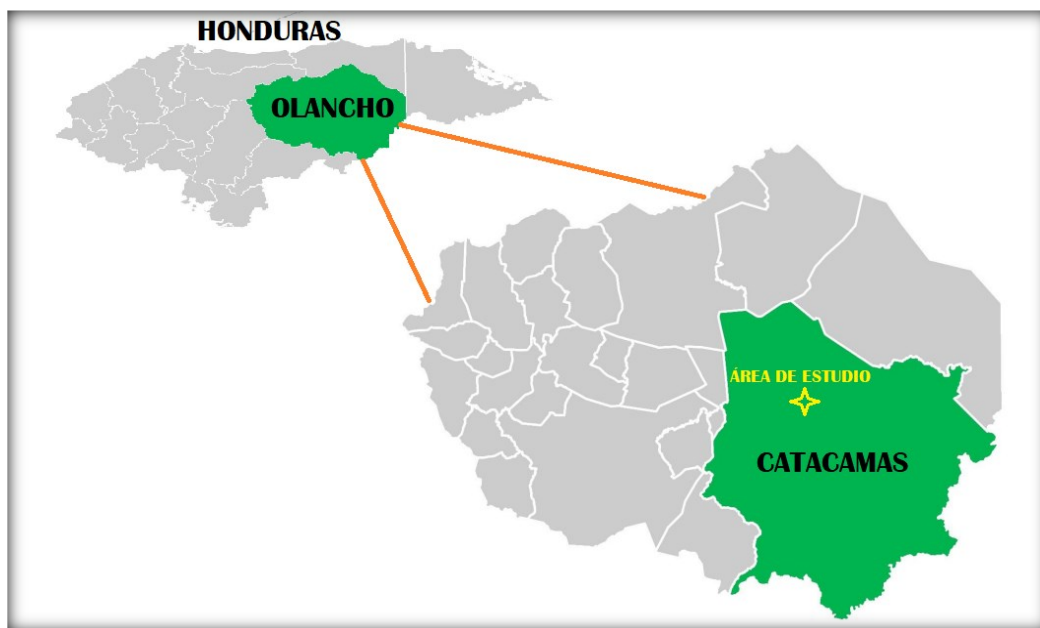


Figura 2. Mapa del municipio de Catacamas como área de estudio

Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Unidad temporal

La investigación se llevó a cabo durante los meses de mayo a noviembre de 2023, donde se analizaron los factores que son determinantes en la creación de empresas en la ciudad de Catacamas, Olancho.

4.1.3 Unidad de análisis

Para el desarrollo de la presente investigación se definió como unidad de análisis a las personas que actualmente en condición de emprendedores poseen un Micro, Pequeña o Mediana Empresa (MIPYME) en operación 2023.

4.2 Diseño de la investigación

4.2.1 Método

Se aplicó una metodología de enfoque cuantitativo de diseño no experimental y transversal, basados en un método descriptivo de participación directa de los actores involucrados.

- **No experimental:** Investigación en la que resulta imposible manipular variables. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad (Kerlinger, 2002).
- **Transversal:** Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, un estudio transversal es aquel donde el instrumento de recogida de datos es aplicado una sola vez sin necesidad de contrastar los datos en un corte de tiempo futuro, y, por lo tanto, no se requiere tiempo de espera para terminar la investigación (UNESCO, 1995).
- **Descriptivo:** Aquí se van a describir los datos característicos de la población encuestada con el objeto de adquirir datos precisos y similares tal y como se aprecian en el ambiente natural de cada unidad muestral (UNESCO, 1995).

4.2.2 Herramienta de recogida de datos

El instrumento de recolección de datos fue de tipo encuestas, esta se aplicó a la unidad de análisis lo que permitió la identificación, verificación y obtención de datos que contribuyeron a dar respuesta a los objetivos planteados en esta investigación. Para tal fin, se preparó una encuesta corta y coherente con la capacidad de opinión, percepción y análisis de los participantes.

4.2.3 Población

La población definida para esta investigación estuvo representada por todas las personas en condición de emprendedores, es decir que tengan actualmente una Mipyme del sector formal en operación dentro del casco urbano de la ciudad de Catacamas. Según datos extraídos de la Cámara de Comercio e Industria de Catacamas expuestos por su directora; se estima que hasta el 2021 operaban unas 1500 Mipymes las cuales se encuentran inscritas en la base de datos de la institución (Rosales, 2022).

4.2.4 Método de selección de la muestra

Para el desarrollo de la investigación se utilizó un método de selección aleatoria probabilístico, es decir, seleccionados al azar, donde todas las Mipymes en representación de la unidad de estudio tuvieron la misma posibilidad de ser seleccionadas. Adicional, este método se auxilió de la técnica de estratificación la cual permitió dividir la muestra total en grupos con aspectos en común y de menor tamaño a fin de facilitar el proceso de recogida de datos para el investigador.

4.2.4.1 Muestreo estratificado proporcional

Según Sampieri (2006), es una técnica de muestreo probabilístico en la cual el investigador divide a toda la población (muestra general) en diferentes estratos. Luego, selecciona aleatoriamente a los sujetos finales de los diferentes estratos en forma proporcional. Basado en lo antes expuesto por el autor, se procederá a dividir el territorio

del casco urbano de la ciudad de Catacamas en cuatro cuadrantes, llamados zonas o estratos a evaluar.

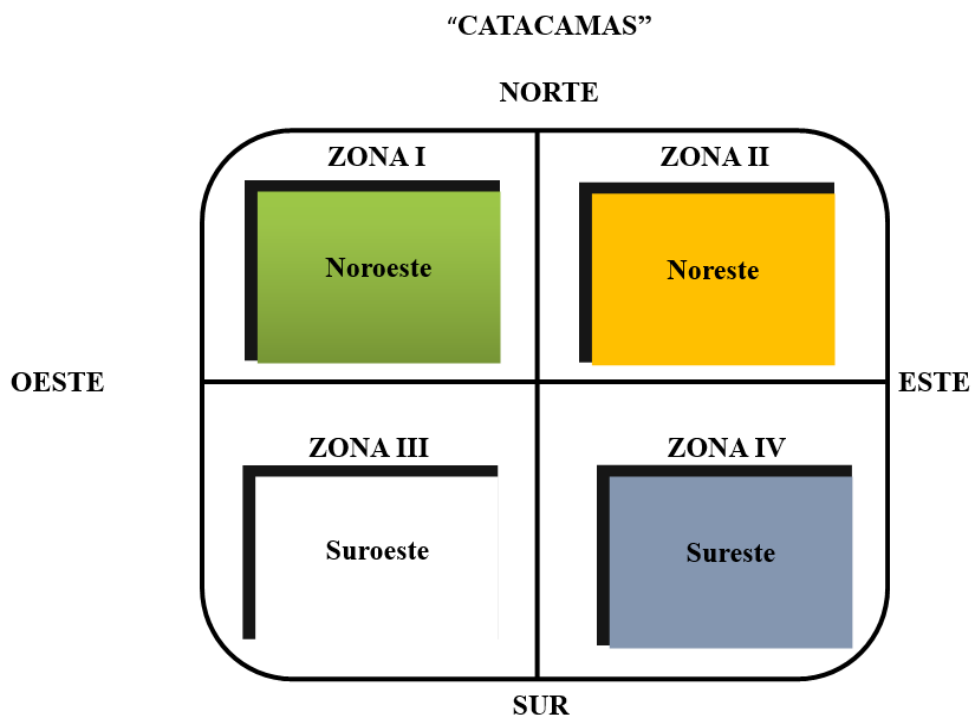


Figura 7. Cuadrantes del territorio de la ciudad de Catacamas

Fuente: Elaboración propia

4.2.5 Muestra

Para garantizar un correcto cálculo del número de muestras a evaluar se recurre a la fórmula para poblaciones finitas que según Pachón (2006), es aquella recomendada en investigaciones donde se conoce el número de la población que se está estudiando. Dicho lo anterior, a continuación, se expone el cálculo matemático antes propuesto.

Formula

$$n = (Z^2 pqN) / (Ne^2 + Z^2 pq)$$

- Nivel de confianza (Z) = 1.96 (95%)
- Grado de error (e) = 0.05
- Universo (N) = 1,500
- Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5
- Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$n = ((1.96)^2 (0.5) (0.5) (1500) / (1500) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)) = 96 \text{ encuestas}$$

4.2.5.1 Distribución de la muestra según técnica de estratificación

Con la aplicación de las 96 encuestas se buscó obtener resultados generalizados de los factores determinantes en la creación de Mipymes de la Ciudad de Catacamas. Para ello se dividió el territorio de la ciudad en cuatro cuadrantes, asignando por deliberación del investigador un 25% de la muestra a cada estrato o zona con el objetivo de que los resultados obtenidos sean representativos de todo el casco urbano de la ciudad.

Cuadro 1. Distribución de encuestas a aplicar por cuadrante

Zona	N° de encuestas a aplicar	Porcentaje (%)
Zona I	24	25%
Zona II	24	25%
Zona III	24	25%
Zona IV	24	25%
TOTAL	96	100%

Fuente: Elaboración propia

4.3 Materiales de trabajo

- Lápiz tinta
- Encuesta
- Papel bond
- Libreta de apunte
- Memorias portátiles
- Computadora
- Fotocopiadora
- Calculadora
- Impresiones
- Teléfono celular

4.4 Fuentes de información utilizadas

Las fuentes de información que se utilizaron fueron primarias y secundarias ya que en ellas se considera que se encuentra la información más objetiva y confiable, entre ellas:

4.4.1 Primarias

Libros

Tesis

Revistas científicas

Entrevistas personales

Memorias

Autobiografías

Informes

4.4.2 Secundarias

Enciclopedias

Diccionarios

Blogs en páginas web

4.5 Variables a evaluar

Para el desarrollo de esta investigación se abordaran 12 variables de orden sociodemográficas, así como 9 variables relacionados a factores económicos. Entre las principales se encuentran,

4.5.1 Variables sociodemográficas

- Características demográficas: edad, escolaridad, estado civil, genero
- Estructura familiar: Número de integrantes
- Vivienda: Tenencia, materiales de construcción
- Asistencia escolar, alfabetismo y asistencia médica
- Principales problemas sociales del municipio
- Acceso a las TIC
- Emigración
- Empleo

- Actualidad política del país
- Influencia social: familiares y amigos empresarios
- Ocupación de los progenitores
- Acceso al mercado laboral

4.5.2 Variables Económicas

El análisis de las variables de carácter económico, suelen ser indispensables y de alto valor cuando se quiere dar a conocer la relación que pueden tener los aspectos e indicadores económicos con la creación de Mipymes en la ciudad de Catacamas. Con el afán de apoyar el planteamiento antes mencionado se enuncian las variables siguientes.

- Ingreso
- Comercialización
- Egresos
- Gastos
- Situación Fiscal del país
- Situación económica del país
- Inflación
- Financiamiento
- Capital de trabajo

4.6 Análisis y tabulación de la información

Una vez obtenida la información de cada una de las preguntas formuladas en las encuestas se procedió a procesar y analizar la información mediante el uso del programa estadístico SPSS versión 27, con el propósito de obtener las conclusiones y recomendaciones necesarias para la publicación del documento investigativo.

V. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A continuación, el siguiente apartado expone el análisis de datos realizado mediante técnicas inferenciales, así como también, la discusión de los principales resultados obtenidos en este diagnóstico de tesis abordado desde una perspectiva descriptiva relacionados al tema de investigación determinantes socioeconómicos que influyen en la creación de empresas en la ciudad de Catacamas.

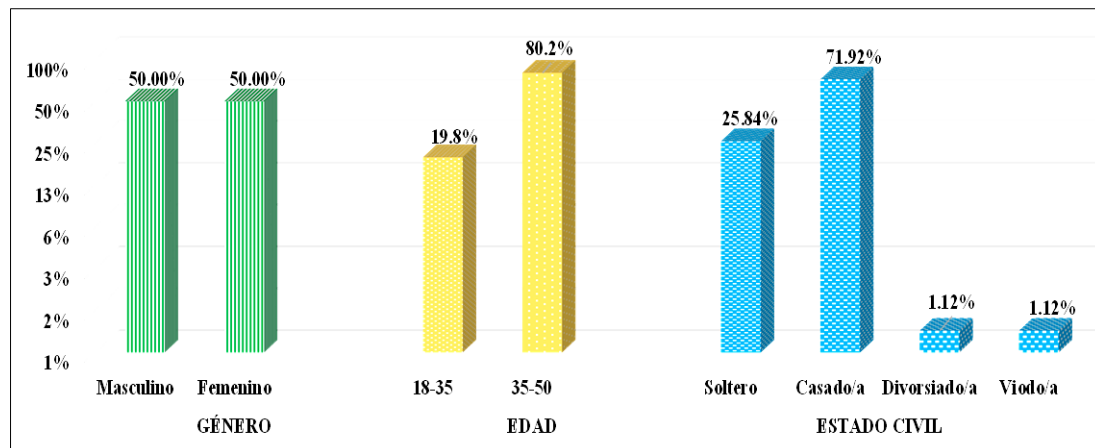
5.1 Aspectos demográficos de los propietarios de Mipymes

Este acápite describe aquellos factores de orden demográficos que caracterizan a los propietarios de negocios evaluados en esta investigación.

De los cuales, se observó equidad de género en el muestreo a quienes se les aplicó el instrumento de recolección de datos, ya que el 50% fueron masculinos y 50% femeninos. En otra dirección, los intervalos de edad identificados se agruparon en dos grandes grupos, el primero; que representó un 80.2% que indicaron tener entre los 35 y 50 años, y, un segundo grupo equivalente al 19.8% cuyo edad osciló entre los 18 y 35 años. Finalmente, otro factor interesante de conocer fue el estado civil de los emprendedores evaluados, de los cuales un 71.92% sostuvo se casado (a), un 25.84% soltero (a), así como un 1.12% indicó ser divorciado (a) y viudo (a) respectivamente, (Ver figura N.3 análisis descriptivo y tabla N. 2,3,4 análisis de frecuencias).

En este sentido, los datos antes expuestos muestran que las actividades de emprendimiento son indistintas y no tiene relación con el factor de género, pero si permiten identificar a priori que está en función directa con la edad ya que se identificó que el total de casos evaluados superaban los 35 años de edad, mostrando con ellos que son las personas en un ciclo de vida de adultos los que optan en mayor proporción a emprender, siendo predominante aquellos que tiene un estado civil actual de casados.

Estos datos son congruentes con la investigación realizada por Tarapuez, García, y Castellano, (2018) denomina aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios, en la cual los autores concluyeron que no se notó influencia del género en la intención empresarial, resaltando que una mayor intención empresarial se da en las personas de mayor edad, que cuentan con experiencia laboral y cuyo estado civil es casados.



Fuente: Elaboración propia en base a levantamiento de datos

Figura 3. Aspectos demográficos de los propietarios de Mipymes de Catamarca

Tabla 2. Género de los emprendedores evaluados

Detalle	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mujer	48	50.0	50.0	50.0
	Hombre	48	50.0	50.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

Tabla 3. Edad de los emprendedores evaluados

Detalle	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-35	19	19.8	19.8	19.8
	35-50	77	80.2	80.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

Tabla 4. Estado civil de los emprendedores evaluados

Detalle	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero	23	24.0	25.8	25.8
	Casado/a	64	66.7	71.9	97.8
	Divorciado /a	1	1.0	1.1	98.9
	Viudo /a	1	1.0	1.1	100.0
	Total	89	92.7	100.0	
Perdidos	Sistema	7	7.3		
Total		96	100.0		

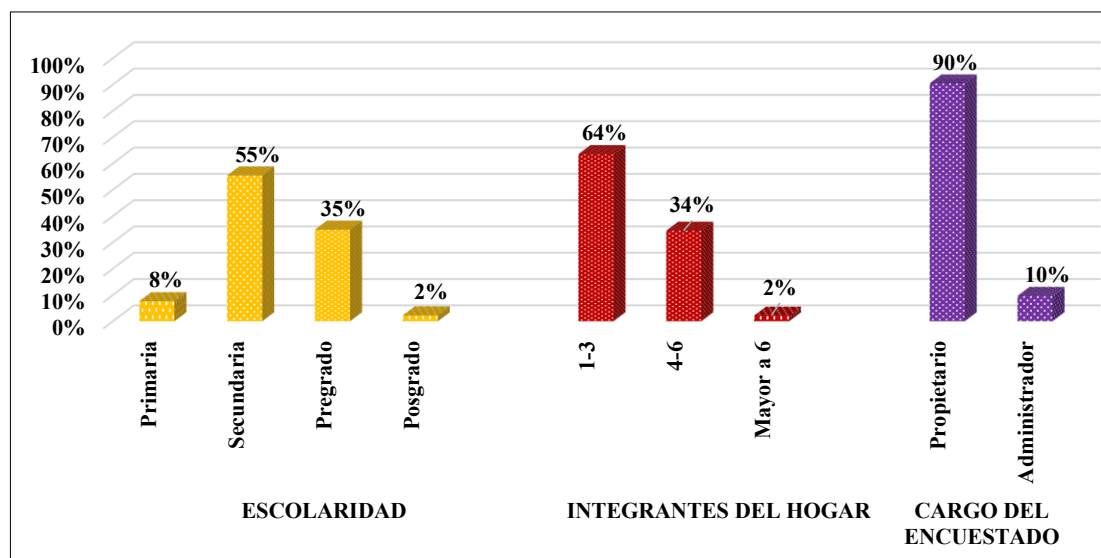
Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

Continuando con el análisis sobre aspectos demográficos de los emprendedores abordados en la ciudad de Catacamas, específicamente respecto al nivel de escolaridad, se identificó que un 55% cursó la educación secundaria, el 35% nivel de pregrado, 8% nivel de primaria y un 2% se ha especializado a nivel de posgrado. En otra dirección, en cuanto a la estructura del núcleo familiar de los emprendedores se observó que el 64% de los hogares está conformado de 1 a 3 integrantes, el 34% de 4 a 6 miembros y un 2% de hogares están formados por más de 6 integrantes. Adicional a lo anterior, se evaluó también el aspecto administrativo, del se obtuvo que un 90% de emprendedores gestionan directamente sus negocios, y el 10% restante, tiene un administrador (Ver figura N.4 análisis descriptivo y tabla N. 5,6,7 análisis de frecuencias).

En este contexto, es oportuno indicar que los datos obtenidos en esta investigación son congruentes con los obtenidos por el Servicio Nacional de Emprendimiento y de Pequeños Negocios (SENPRENDE), (2021) en el marco de la iniciativa “Honduras Se Levanta”, donde se expresó que la pequeña y mediana empresa ha experimentado en los últimos años inclusión y desarrollo pese a que los propietarios de negocios en 50% han cursado como mínimo la educación media, en cambio el resto solo asistieron a la primaria o bien, no asistieron a la escuela. También se indicó que el 90% de negocios son dirigidos por sus propietarios.

Según SENPRENDE, estos datos se modelan de igual forma en Olancho donde el perfil empresarial de las Pymes está creciendo ya que muchas ya están participando en

mercados regionales, sin embargo, la informalidad del comercio abarca más del 50% de los negocios.



Fuente: Elaboración propia en base a levantamiento de datos

Figura 4. Aspectos demográficos de los propietarios de Mipymes de Catacamas

Tabla 5. Escolaridad de los emprendedores evaluados

Detalle	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	7	7.3	7.6	7.6
	Secundaria	51	53.1	55.4	63.0
	Pregrado	32	33.3	34.8	97.8
	Posgrado	2	2.1	2.2	100.0
	Total	92	95.8	100.0	
Perdidos	Sistema	4	4.2		
	Total	96	100.0		

Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

Tabla 6. Integrantes del hogar

Detalle	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1-3	61	63.5	63.5	63.5
	4-6	33	34.4	34.4	97.9
	Mayor a 6	2	2.1	2.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

Tabla 7. Cargo de avaluado

	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Propietario	85	88.5	90.4	90.4
	Administrador	9	9.4	9.6	100.0
	Total	94	97.9	100.0	
Perdidos	Sistema	2	2.1		
Total		96	100.0		

Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

5.2 Aspectos sociales de los propietarios de Mipymes

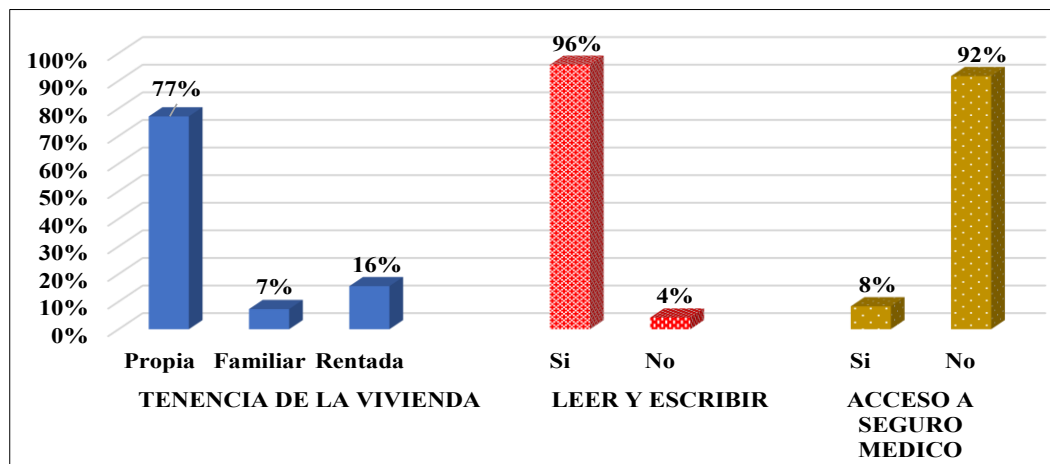
A continuación, en este apartado se presentan los principales hallazgos relacionados a los aspectos sociales como ser vivienda, acceso a educación y salud, emigración familiar, así como los principales problemas sociales que afronta el municipio de Catacamas en la cual está inmersa la actividad emprendedora.

5.2.1 Vivienda, escolaridad y acceso a asistencia medica

Respecto a la disponibilidad de vivienda como indicador para medir a grandes rasgos los elementos sociales que describen a los propietarios de negocios en la ciudad de Catacamas, es oportuno mencionar que un 77% manifestó tener vivienda propia, 16% paga una renta por vivienda y un 7% indicó vivir en casa de un familiar. Por su parte, al consultarles respecto al acceso a educación, un 96% reconoció que en el hogar todos saben leer y escribir, sin embargo, se identifica un 4% que sostuvo tener en caso personas en edad escolar en estado de analfabetismo. Finalmente, en cuanto al acceso a la salud, un 92% dijo no tener acceso a un seguro médico, y solo un 8% confirmo tener seguro de salud (Ver figura N.5 análisis descriptivo y tablas N.8,9 y10 análisis de frecuencias).

Estos datos modelan lo expuesto por autores como Tarapuez, García, y Castellano, (2018) quienes afirmaron que la intención empresarial (IE), es un resultado de las actitudes del individuo frente a las fuerzas que actúan dentro de la sociedad y que afectan sus intereses e influyen en sus decisiones y comportamientos, entre los que están; la estructura

demográfica, la salud, la educación y la movilidad social, las tendencias en el empleo, la brecha digital y las condiciones de vida de la población.



Fuente: Elaboración propia en base a levantamiento de datos

Figura 5. Vivienda, escolaridad y acceso a asistencia medica

Tabla 8. Tenencia de la vivienda

Detalle	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Propia	74	77.1	77.1	77.1
	Familiar	7	7.3	7.3	84.4
	Rentada	15	15.6	15.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

Tabla 9. Acceso a educación para leer y escribir

Detalle	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	92	95.8	95.8	95.8
	No	4	4.2	4.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

Tabla 10. Acceso a seguro medico

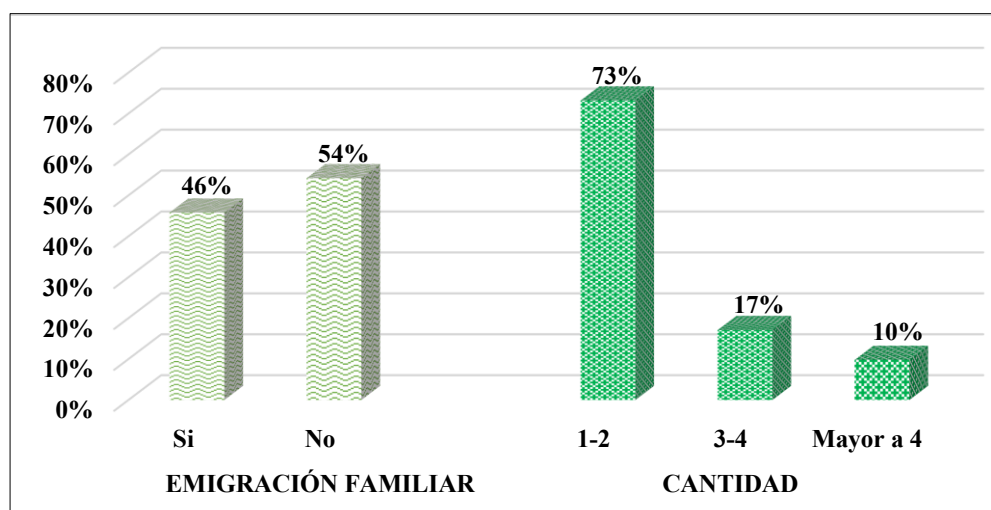
Detalle	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	8	8.3	8.3	8.3
	No	88	91.7	91.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

5.2.2 Emigración familiar

Relacionado al indicador de emigración se identificó que un 54% de emprendedores evaluados sostuvo no haber experimentado emigración en su núcleo familiar, entre tanto el 46% afirmó que sí. En el cual, de dicho porcentaje el 73% reconoció que entre 1 y 2 miembros del hogar han emigrado, un 17% afirmó haber experimentado emigración entre 3 y 4 miembros de la familia y finalmente un 10% dijo tener más de 4 casos de emigración familiar.

Lo anterior, fija un foco de tensión ya que, pese a que en Honduras la Mipyme son generadoras de empleo e ingreso, así como lo afirma el Centro de Desarrollo Empresarial, (2018) “donde para el 2018 las Mipymes generaban más del 70% del empleo, contribuyendo con más del 30% del PIB nacional”. Pese a ello, sigue observándose alta recurrencia en la cantidad de personas que emigran a otros países generando fuga de mano de obra calificada y no calificada.



Fuente: Elaboración propia en base a levantamiento de datos

Figura 6. Cantidad de integrantes del hogar que han Emigración

Tabla 11. Emigración familiar

Detalle	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	44	45.8	45.8	45.8
	No	52	54.2	54.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

Tabla 12. Cantidad de miembros del hogar que emigraron

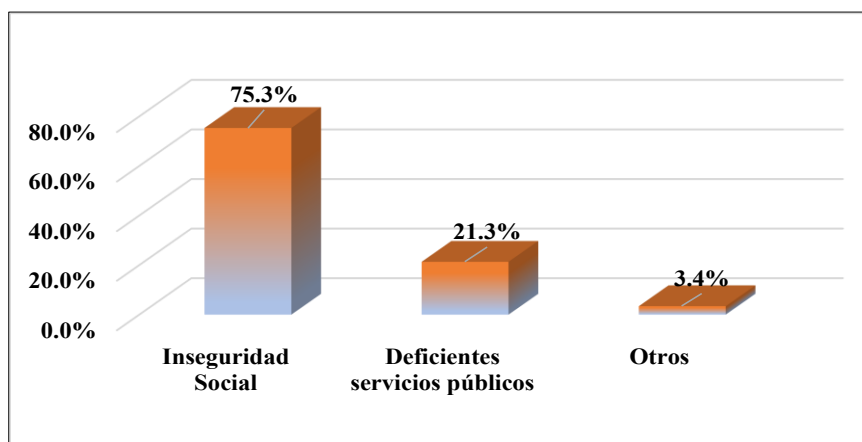
Detalle	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1-2	30	31.3	73.2	73.2
	3-4	7	7.3	17.1	90.2
	Mayor a 4	4	4.2	9.8	100.0
	Total	41	42.7	100.0	
Perdidos	Sistema	55	57.3		
Total		96	100.0		

Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

5.2.3 Principales problemas sociales del municipio de Catacamas

El análisis de factores sociales desarrollado mediante esta investigación permitió identificar que según el 75.3% de los propietarios de negocios el principal problema social que aqueja a la ciudad de Catacamas es la inseguridad social, entre tanto, un 21.3% reconoció que el mayor problema que hay en la ciudad es la deficiencia en los servicios públicos, finalmente el 3.4% restante manifestaron otros tipos de problemas.

Lo anterior, permite desde una perspectiva descriptiva observacional asociar los principales problemas que han identificado los propietarios de negocios como factores de orden social que pueden incidir en la intención de emprendimiento a nivel de municipio, fenómenos que, en otras zonas del país debido a la concentración poblacional, tiende a incrementarse (Ver figura N.7 y Tabla N.13 análisis descriptivo y de frecuencias)



Fuente: Elaboración propia en base a levantamiento de datos

Figura 7. Problemas sociales identificados en el municipio de Catacamas

Tabla 13. Problemas sociales del municipio

	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Inseguridad Social	67	69.8	75.3	75.3
	Deficientes servicios públicos	19	19.8	21.3	96.6
	Otros	3	3.1	3.4	100.0
	Total	89	92.7	100.0	
Perdidos	Sistema	7	7.3		
Total		96	100.0		

Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

5.3 Factores socioeconómicos y su relación con el emprendimiento

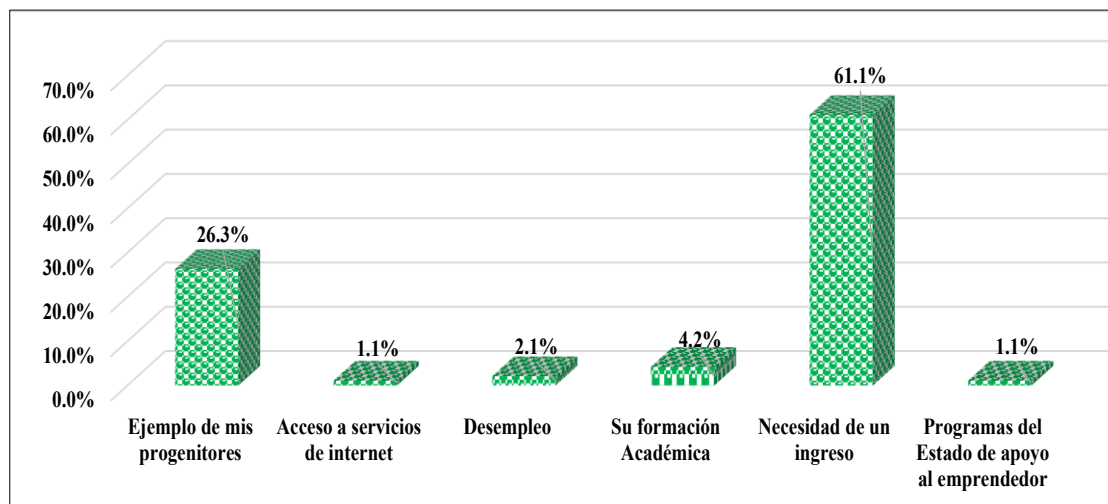
Por su parte el siguiente apartado muestra y ofrece el abordaje descriptivo de los factores socioeconómicos que influyen y potencial intención emprendedora a nivel del municipio de Catacamas.

5.3.1 Factores socioeconómicos que influyen en la creación de negocios

El levantamiento y análisis inferencial de los datos recolectados de cada propietario de negocios abordado en esta investigación, permite identificar porcentualmente con claridad los factores socioeconómicos que favorecen e impulsan la creación de nuevos negocios en la ciudad de Catacamas, de los cuales un 61.1% dijo ser la necesidad de obtener un ingreso, el 26.3% lo asoció con el ejemplo de sus padres, un 4.2% lo acreditó a su formación académica, un 2.1% al desempleo, y un 1.1% respectivamente al acceso a internet y programas de apoyo de Estado.

Estos datos antes expuestos son congruentes con un importante estudio que se realizó sobre intención emprendedora donde se identificó que los dos aspectos socioeconómicos que más influyen en la intención empresarial son, el tipo de universidad o nivel de formación académica, y tener un amigo empresario. Por otra parte, encontraron varias asociaciones de otros factores como las que pertenecen a los estratos socioeconómicos

más altos, y que cuentan con familiares empresarios (Tarapuez, García, & Castellano, 2018).



Fuente: Elaboración propia en base a levantamiento de datos

Figura 8. Factores socioeconómicos que influyen en la creación de negocios

Tabla 14. Factores socioeconómicos que influyen en la creación de negocios

Detalle	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Amigos microempresarios	4	4.2	4.2	4.2
	Ejemplo de mis progenitores	25	26.0	26.3	30.5
	Acceso a servicios de internet	1	1.0	1.1	31.6
	Desempleo	2	2.1	2.1	33.7
	Su formación Académica	4	4.2	4.2	37.9
	Necesidad de un ingreso	58	60.4	61.1	98.9
	Programas del Estado de apoyo al emprendedor	1	1.0	1.1	100.0
	Total	95	99.0	100.0	
Perdidos	Sistema	1	1.0		
Total		96	100.0		

Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

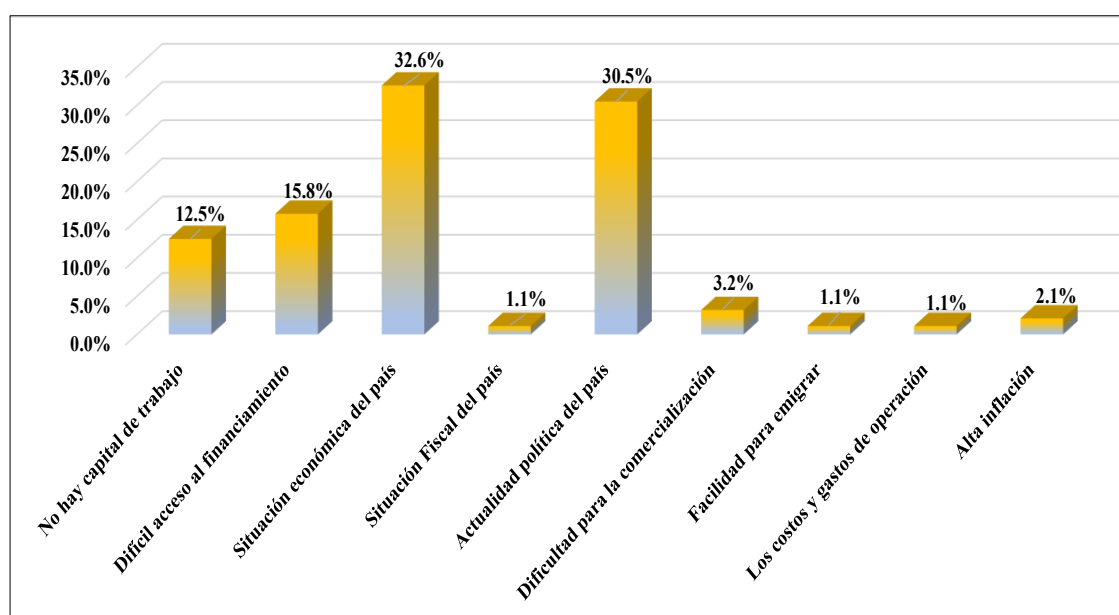
5.3.2 Factores socioeconómicos limitan la creación de un negocio

En otro extremo, también se estudiaron y analizaron los factores socioeconómicos que limitan la creación de nuevos negocios en la ciudad de Catacamas, de los cuales resalta

con un 32.6% la situación económica actual que atraviesa el país, con un 30.5% la actualidad política del país, un 15.8% el acceso limitado al crédito, un 12.5% el limitado capital de trabajo, un 3.2% las barreras de comercialización, un 2.1% a la alta inflación y un 1.1% respectivamente, la carga impositiva fiscal, los altos costos de operación y la facilidad para emigrar (ver figura N. 9 análisis descriptivo y tabla N.15 análisis de frecuencias)

Sobre este mismo orden de ideas autores como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, evaluaron los factores que limitan la Pyme de Honduras, concluyendo que dicha limitación se agrupa en cuatro niveles.

Nivel meta, que se relaciona a la carencia de planificación en la promoción estratégica de gestión del negocio, entre tanto el nivel macro, engloba la mejora de la competitividad con acento en potenciar la exportación, nivel meso; que se relaciona a la mejora del mercado laboral, desarrollo de servicios empresariales y la asociatividad, finalmente el nivel micro se enfoca en la necesidad de invertir en tecnología apropiada para la gestión empresarial y mejorar la colaboración interempresarial (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2002).



Fuente: Elaboración propia en base a levantamiento de datos

Figura 9. Factores socioeconómicos que limitan la creación de un negocio

Tabla 15. Factores socioeconómicos que limitan la creación de un negocio

Detalle	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No hay capital de trabajo	12	12.5	12.6	12.6
	Difícil acceso al financiamiento	15	15.6	15.8	28.4
	Situación económica del país	31	32.3	32.6	61.1
	Situación Fiscal del país	1	1.0	1.1	62.1
	Actualidad política del país	29	30.2	30.5	92.6
	Dificultad para la comercialización	3	3.1	3.2	95.8
	Facilidad para emigrar	1	1.0	1.1	96.8
	Los costos y gastos de operación	1	1.0	1.1	97.9
	Alta inflación	2	2.1	2.1	100.0
	Total	95	99.0	100.0	
Perdidos	Sistema	1	1.0		
Total		96	100.0		

Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

5.4 Factores demográficos y su relación con el emprendimiento

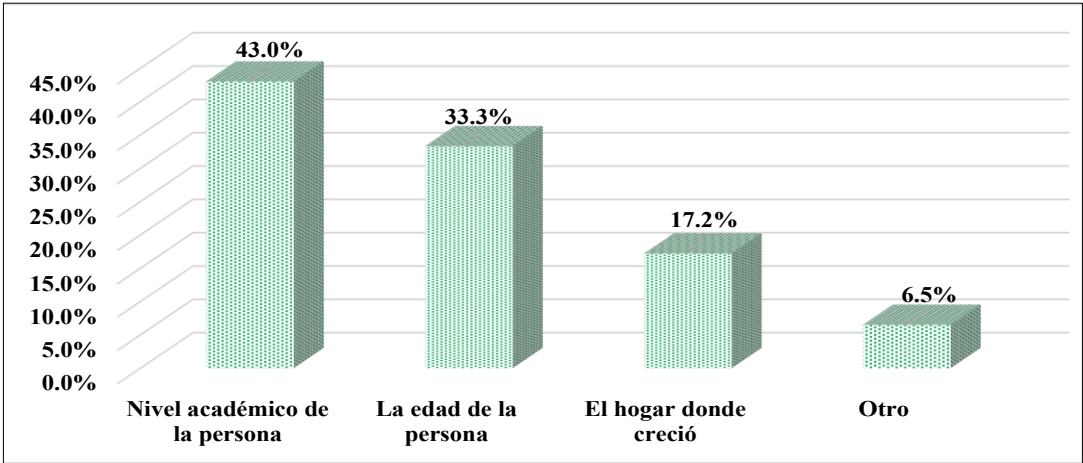
Múltiples estudio que hasta hoy se han realizado han demostrado que los factores demográficos son aspectos para considerar y de tener muy en cuenta cuando de intensidad empresarial se habla. En este sentido, este apartado aborda desde una perspectiva la relación de incidencia de los factores demográficos con la creación de negocios en la ciudad de Catacamas.

5.4.1 Factores demográficos que influye en la creación de un negocio

Respecto de los factores demográficos que inciden en el emprendimiento en la ciudad de Catacamas, la recolección y análisis de datos permitió identificar que en un 43% el nivel académico que cuentan las personas es el factor de mayor incidencia, seguido en un 33.3% de la edad, un 17.2% el tipo de hogar donde creció y un 6.5% relacionaron el

emprendimiento con otros factores (ver figura N. 10 análisis descriptivo y tabla N.16 análisis de frecuencias)

Lo anterior deja entrever la brecha de oportunidad que existe a nivel de nuestro país, en la cual la ciudad de Catacamas está inmerso respecto a los años de estudio que los ciudadanos logran cursar con indicar demográficos académico directo de formación de capacidades y habilidades necesarias para crear y administrar un negocios. Así lo expresaron Tarapuez, García, y Castellano, (2018) quienes indicaron que los concluyeron que los dos aspectos que más influyen en la intención empresarial para formar negocios son el "tipo de universidad o nivel de formación académica" y "tener un amigo empresario". Por otra parte, encontraron las personas de mayor edad, que cuentan con experiencia laboral y que cuentan con familiares empresarios son más proclives a emprender algún tipo de negocio.



Fuente: Elaboración propia en base a levantamiento de datos

Figura 10. Factores demográficos que influye en la creación de un negocio

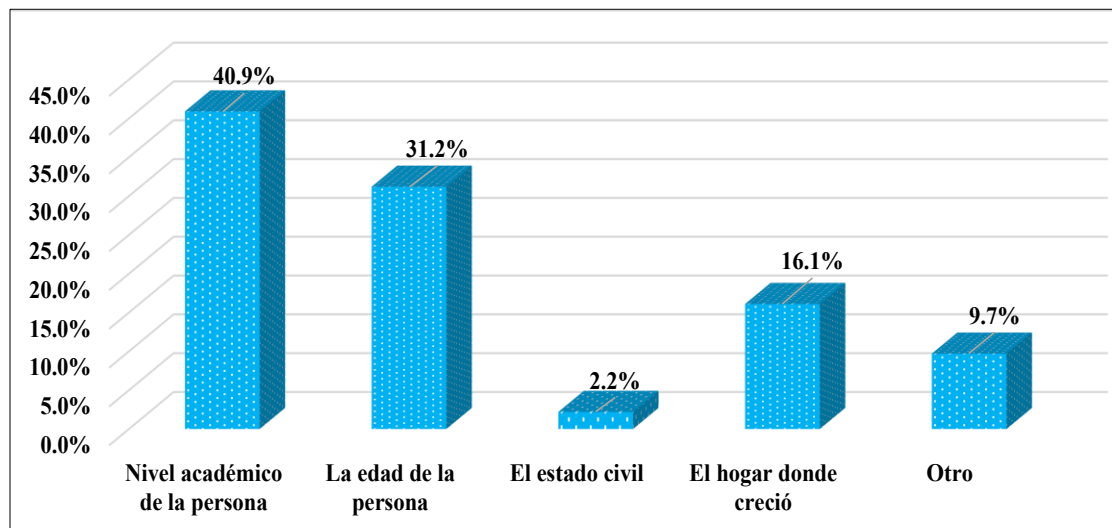
Tabla 16. Factores demográficos influye en la creación de un negocio

	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel académico de la persona	40	41.7	43.0	43.0
	La edad de la persona	31	32.3	33.3	76.3
	El hogar donde creció	16	16.7	17.2	93.5
	Otro	6	6.3	6.5	100.0
	Total	93	96.9	100.0	
Perdidos	Sistema	3	3.1		
Total		96	100.0		

Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

5.4.2 Factores demográficos limitan la creación de un negocio

Por su parte, en contra posición del análisis anterior también se evaluaron los factores demográficos que limitan la creación de negocios, de los cuales es oportuno indicar y de resaltar que con un 40.9% el nivel académico de las personas es el factor más preponderante que limita la creación de negocios, seguido por el 31.2% que sostuvo que la edad se vuelve una barrera al desear emprender, un 16.1% que dijo que el hogar donde crece la persona puede limitar su intensión empresarial, un 2.2% el estado civil y un 9.7% dijo que existen otros factores demográficos que limitan la creación de negocios en la ciudad de Catacamas (ver figura N. 11 análisis descriptivo y tabla N.17 análisis de frecuencias).



Fuente: Elaboración propia en base a levantamiento de datos

Figura 11. Factores demográficos que limitan la creación de un negocio

Tabla 17. Factores demográficos que limitan la creación de un negocio

Detalle	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel académico de la persona	38	39.6	40.9	40.9
	La edad de la persona	29	30.2	31.2	72.0
	El estado civil	2	2.1	2.2	74.2
	El hogar donde creció	15	15.6	16.1	90.3
	Otro	9	9.4	9.7	100.0
	Total	93	96.9	100.0	
Perdidos	Sistema	3	3.1		
Total		96	100.0		

Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

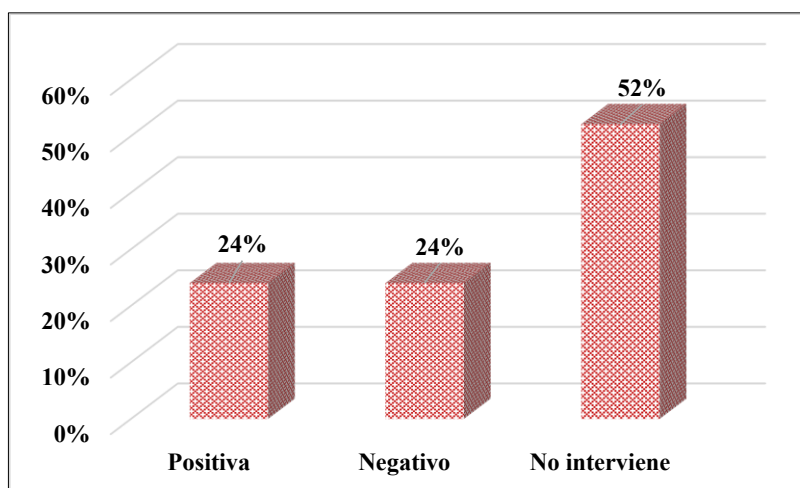
5.5 Factores socioeconómicos y su relación con la creación de negocios

En este acápite se presenta el abordaje descriptivo observacional de los factores socioeconómicos y su relación con la creación de negocios en la ciudad de Catacamas, para lo cual, se presenta el apartado siguiente.

5.5.1 incidencia de los factores socioeconómicos al momento de emprender

En cuanto al abordaje descriptivo de los factores socioeconómicos que favorecen la creación de negocios en la ciudad de Catacamas, se les consultó a los propietarios actuales de Mipymes en operación que tipo de incidencia tienen estos factores, de los cuales es oportuno resaltar que para un 52% estos factores no intervienen, entre tanto para un 24% tiene una influencia positiva y para el 24% restante intervienen de forma negativa (ver figura N. 12 análisis descriptivo y tabla N.18 análisis de frecuencias).

En este contexto, la investigación realizada por el Centro de Comercio Internacional (ITC) en el 2016, citado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, (2016) a partir de información de 94 países es oportuna con trata posición para dar claridad al tema expuesto y para contrastar los resultados obtenidos en esta investigación diagnóstica, ya que los investigadores concluyeron que el factor socioeconómico es determinante en la actividad empresarial, ya que por cada dólar que se invierte en innovación, mejoras de los salarios y empleo en las Mipymes, se puede llegar a generar un incremento el PIB.



Fuente: Elaboración propia en base a levantamiento de datos

Figura 12. Factores socioeconómicos y su incidencia al momento de emprender

Tabla 18. Factores socioeconómicos y su incidencia al momento de emprender

Detalle	Detalle	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Positiva	23	24.0	24.0	24.0
	Negativo	23	24.0	24.0	47.9
	No interviene	50	52.1	52.1	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia extraído de análisis de frecuencia realizado en SPSS versión 27

VI. CONCLUSIONES

1. Los factores socioeconómicos de mayor incidencia en la creación de nuevos negocios en la ciudad de Catacamas son; la necesidad de obtener un ingreso según el 61.1% de los propietarios de Mipymes evaluados, en segundo lugar se identificó el ejemplo recibido de sus padres dijo con el 26.3% de los casos abordados, así como la formación académica en un 4.2%, el desempleo con un 2.1%, y finalmente un 1.1% dijo que el acceso a redes sociales en internet es un factor que facilita la creación de negocios.
2. Los factores socioeconómicos que limitan la creación de nuevos negocios en la ciudad de Catacamas son; con un 32.6% la situación económica actual que atraviesa el país, con un 30.5% la actualidad política del país, un 15.8% el acceso limitado al crédito, un 12.5% el limitado capital de trabajo, un 3.2% las barreras de comercialización, un 2.1% a la alta inflación y un 1.1% respectivamente, la carga impositiva fiscal, los altos costos de operación y la facilidad para emigrar
3. De los factores demográficos que limitan la creación de negocios en la ciudad de Catacamas resalta con un 40.9% el limitado nivel académico de las personas como el factor más preponderante que limita la creación de negocios, seguido por el 31.2% que sostuvo que la edad se vuelve una barrera al desear emprender, un 16.1% que dijo que el hogar donde crece la persona puede limitar su intención empresarial, un 2.2% el estado civil y un 9.7% dijo que existen otros factores demográficos.
4. En cuanto al abordaje descriptivo de los factores socioeconómicos y el tipo de incidencia que estos tienen en la creación de negocios, un 52% de Mipymes en operación indicaron que estos factores no intervienen, entre tanto para un 24% tiene una influencia positiva y para el 24% restante intervienen de forma negativa.
5. En relación con el levantamiento de datos, es importante de hacer notar que existió un 2% de la muestra a evaluar que no brindo información, por lo cual los resultados antes presentados y discutidos se realizaron sobre una base del 98% de la muestra, equivalente a 94 Mipymes de la ciudad de Catacamas, Olancho.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la academia y las instituciones de fomento de la micro, pequeña y mediana empresa de orden Estatal brindar taller y capacitaciones a los propietarios de negocios a fin de dotarles de conocimientos y habilidades en la exploración y aprovechamiento de plataformas digitales como herramientas de crecimiento para las Mipymes en operación, así como para el nacimiento de nuevas ideas y modelos de negocio.
2. Se insta a las dependencias del Estado hondureño y a las organizaciones no Gubernamentales de apoya al sector Mipyme que diseñen e implementen programas de apoyo a los emprendedores relacionados al acceso de capital de trabajo, proceso de documentación para la formalización facilitando con ello el acceso al crédito, así como en la vinculación de mercados locales y departamentales a fin de potenciar las actividades de comercio entre las Mipymes de la ciudad de Catacamas.
3. Se motiva a instituciones y organizaciones como SEMPRENDE, Centros de Desarrollo Empresarial, Cámaras de Industria y Comercio y oficinas municipales de Desarrollo Local a implementar programas de incubadoras de negocios con el objetivo de generar oportunidades de emprendimientos a las familias de la ciudad de Catacamas indistintamente su edad.
4. Se recomienda a la Cámara de Industria y Comercio de Catacamas dar acompañamiento oportuno a los negocios que operan en la ciudad con el objetivo de bríndales asesoría y herramientas que permita a los emprendedores desarrollos nuevos conocimientos con los que puedan mitigar la influencia negativa que generan los factores socioeconómicos actuales en su actividad empresarial.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Agencia de Desarrollo Local ADEL. (agosto de 2020). Centro de Indicadores físicos demográficos de Catacamas. http://www.adelcatacamas.com/docs/Indicadores_generales_Municipio_de_Catacamas.pdf.

Centro de Desarrollo Empresarial. (13 de 6 de 2018). Ministerio de Desarrollo Economico apoya las Mipymes de Honduras. (Prensa-CDE, Ed.) Tegucigalpa, Tegucigalpa, Honduras: Prensa-CDE. Retrieved 25 de 4 de 2022, from <https://sde.gob.hn/2018/06/13/ministro-de-desarrollo-economico-ratifica-apoyo-del-gobierno-al-sector-pyme-de-honduras/>.

Centro Regional de Promoción de la Micro y Pequeña Empresa CENPROMYPE. (2017). Informa de estadísticas de exportaciones de las MIPYMES región SICA, 2015. San Salvador: Félix Pacas. Retrieved 15 de 4 de 2022, from <https://www.sica.int/download/?110137>.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2002). Competitividad de las Micro Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME) de Centroamérica. D.F, México: Naciones Unidas. Retrieved 15 de 5 de 2022, from https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/25541/lcmexr827sem1334_es.pdf.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2016). Internacionalización de la Pyme: Innovar para exportar. Santiago, Chile: Naciones Unidas. <https://doi.org/ISBN:16-00442>.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. Santiago, Chile: Naciones Unidas. <https://doi.org/ISBN: 978-92-1-058625-2>.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL. (2003). Competitividad de la Mipyme Centroamericana: Políticas de Fomento y Mejores Prácticas. DF. México: Naciones Unidas. Retrieved 14 de 5 de 2022,

from <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2746/S338642N962C.pdf?sequence=1>.

Dini, M., & Stumpo, G. (2019). MIPYME en América Latina un frágil desempeño y desafíos para las políticas de fomento. (I. e. UnidaS, Ed.) Revista de Naciones Unidas CEPAL, 20, 74. <https://doi.org/S.19-00091>.

Foro Nacional de Convergencia, FONAC. (2018). Informe Regional: Cordillera Nonbre de Dios, Norte de Olancho, Valles de Olancho. Veeduría Social, Fonac, Tegucigalpa, Honduras. Retrieved 15 de 5 de 2022, from <https://fonac.hn/wp-content/uploads/2018/10/Informe-Region-regiones-6-7-y-8-final-revisado.pdf>.

González, R. (2019). Innovar para la exportación en las pymes de Centroamérica y la República Dominicana. Santiago, Chile: Publicación de las Naciones Unidas. <https://doi.org/S.19-01081>.

Guaipatín, C. (2003). Observatorio MIPYME: Compilación estadística para 12 países de la Región. División de Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, D.C. Retrieved 15 de 5 de 2022, from https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Observatorio+MIPYME%3A+Compilaci%C3%B3n+estad%C3%ADstica+para+12+pa%C3%ADses+de+la+Regi%C3%B3n&btnG=.

Konrad-Adenauer-Stiftung y la Universidad Católica del Uruguay. (2022). Los efectos de la digitalización, inteligencia artificial, Big Data e industria 4.0 en el trabajo de las Pymes de Latinoamérica. Konrad-Adenauer-Stiftung y la Universidad Católica del Uruguay. Panamá, Panamá: Konrad-Adenauer-Stiftung. <https://doi.org/ISBN: 978-9962-732-12-9>.

Krause, G. (27 de Noviembre de 2021). Definición de empresa, su creación, sus recursos y su clasificación. Retrieved 21 de 05 de 2023, from <https://definicion.com/empresa/>.

López, O., & Ruano, M. (12 de 2013). Situación de las MIPYMES en Honduras, retos y oportunidades en el siglo XXI. Revista Portal de Ciencia(5), 11. Retrieved 20 de 4 de 2022, from <https://doi.org/10.5377/pc.v5i0.1855>.

Nieto, E. (2018). Tipos de Investigación. (UNISDG-Institucional, Ed.) ALICIA Acceso Libre a Información Científica para la Innovación, 1-4. Retrieved 21 de 05 de 2023, from <http://repositorio.unisdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>.

Organización Internacional del Trabajo. (2021). Factores internos y externos para el éxito de las PYME: Lo que las Organizaciones Empresariales deben saber para promover empresas más competitivas. Organización Internacional del Trabajo. Ginebra: Unidad de Gestión de la Producción de Publicaciones (PRODOC) de la OIT. <https://doi.org/ISBN978-92-2-035814-6>.

Organización Internacional del Trabajo, OIT. (2013). Evaluación del entorno para empresas sostenibles: Honduras 2013. Organización Internacional del Trabajo. San José / Ginebra: International Labour Office. <https://doi.org/ISBN9789223279615;9789223279622>.

Rosales, K. (30 de 5 de 2022). Tamaño del sector Pyme en el municipio de Catacamas. 2. (W. Mejia, Entrevistador) Catacamas, Honduras. Retrieved 30 de 5 de 2022.

Sánchez, J. (1 de 03 de 2020). La empresa. Retrieved 21 de 05 de 2023, from <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>.

Secretaría de Desarrollo Económico. (2018). Estrategía de fomento al emprendimiento en Honduras. Tegucigalpa. D.C: ProHonduras. Retrieved 22 de 05 de 2023, from http://www.sice.oas.org/SME_CH/HND/Estrategia_Fomento_Emprendimiento_HND_s.pdf.

Servicio Nacional de Emprendimiento y de pequeños Negocios, SENPRENDE. (19 de 5 de 2021). SENPRENDE. (SENPRENDE, Editor) Retrieved 15 de 5 de 2022, from SENPRENDE: <https://senprende.com/productores-y-microempresarios-de-olanchito-se-reinventan-a-traves-de-la-iniciativa-honduras-se-levanta/>.

Silva, M., & Brain, M. (2015). Validez y confiabilidad del estudio socioeconómico. México D.F, México: Universidad Nacional Autónoma de México. <https://doi.org/ISBN978-607-02-7296-7>.

Tarapuez, E., García, M., & Castellano, N. (Junio de 2018). Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío. (R. Innovar, Ed.) Revista Innovar, 28(67), 123-135. Retrieved 20 de 05 de 2023, from <https://www.redalyc.org/journal/818/81854579009/html/>.

ANEXOS

Anexo 1. Instrumento de recolección de datos para aplicar a emprendedores

UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

Catacamas, Olancho



**ENCUESTA DE FACTORES SOCIECONOMICOS QUE INFLUYEN EN LA
CREACIÓN DE EMPRESAS EN CATACAMAS.**

NOTA: La información brindada y contenida en este documento es de carácter confidencial. Por lo que es solicitada con fines académicos para uso y manejo exclusivo de la investigación; “DETERMINANTES SOCIOECONOMICOS QUE INFLUYEN EN LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN LA CIUDAD DE CATACAMAS”, La cual será desarrollada por la Universidad Nacional de Agricultura a través de la Estudiante de la Carrera de Administración de Empresas Agropecuarias de IV año.

I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa: _____

Dirección: _____

Barrio: _____

Zona / Estrato: _____

Cargo del Encuestado: Propietario: ____ Administrador: ____ Gerente Tienda ____

Personal de Ventas: ____

II. ASPECTOS SOCIODEMOGRAFICOS

1. Edad (años): a) 18-35 ____ b) 35-50 ____ c) 55-65 ____ d) Mayor a 65 ____

2. Escolaridad: a) Primaria ____ b) Secundaria ____ c) Pregrado ____ d) posgrado ____

3. Estado civil: a) Soltero ____ b) Casado/a ____ c) Divorciado/a ____ d) Viudo/a ____

4. Género: a) Mujer ____ b) Hombre ____

5. Número de integrantes en el hogar: a) 1-3 ____ b) 4-6 ____ c) Mayor a 6 ____

6. Todos en el hogar en edad escolar saben leer y escribir: a) Si ____ b) No ____

7. Tenencia de la Vivienda: a) Propia ____ b) Familiar ____ c) Rentada ____

8. Los miembros del hogar cuentan con algún seguro médico: a) Si ____ b) No ____

9. Algún miembro de su núcleo familiar a emigrado: a) Si ____ b) No ____

10. Cuantos: a) 1-2____ b) 3-4____ c) Mayor a 4____
11. Principales problemas del municipio: a) Inseguridad social____ b) Deficientes Servicios públicos____ c) Otros_____

III. FACTORES SOCIECONOMICOS QUE INFLUYEN EN LAS MIPYMES

12. Factores socioeconómicos que influyeron en la creación de su negocio: a) Amigos microempresarios____ b) Ejemplo de mis progenitores____ c) Acceso a servicios de internet____ d) Desempleo____ e) Su formación Académica: ____ f) Necesidad de un ingreso ____ g) Programas del Estado de apoyo al emprendedor_____

IV. FACTORES SOCIECONOMICOS QUE LIMITAN LAS MIPYMES

13. Según su criterio que factores socioeconómicos limitan la creación de un negocio:
- a) No hay capital de trabajo____ b) Difícil acceso al financiamiento____
- c) Situación económica del país____ d) Situación Fiscal del país____
- e) Actualidad política del país____ f) Dificultad para la comercialización____
- g) Facilidad para emigrar____ h) Los costos y gastos de operación____
- i) Alta inflación_____

V. FACTORES DEMOGRAFICOS QUE INFLUYEN EN LAS MIPYMES

14. Según su criterio que factores demográficos influye en la creación de un negocio:
- a) Nivel académico de la persona____ b) La edad de la persona____
- c) El estado civil____ d) El hogar donde creció____ e) Otro_____

VI. FACTORES DEMOGRAFICOS QUE LIMITAN LA CREACIÓN DE MIPYMES

15. Según su criterio que factores demográficos limitan la creación de un negocio:
- a) Nivel académico de la persona____ b) La edad de la persona____
- c) El estado civil____ d) El hogar donde creció____ e) Otro_____

VII. INCIDENCIA DE LOS FACTORES SOCIECONOMICOS EN LA CREACIÓN DE MIPYMES

16. En su experiencia que tipo de incidencia tiene los factores socioeconómicos que existen actualmente en la ciudad de Catacamas al momento de establecer un negocio:

a) Positiva_____ b) Negativa_____ c) No interviene_____

Gracias por su amable participación en este importante estudio para impulsar el desarrollo del sector MIPYME de la ciudad de Catacamas.

Anexo 2. Aplicación del instrumentos de recolección de datos en Catacamas



