

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

POST- GRADO FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON
ORIENTACIÓN EN FINANZAS**



TESIS

**“LAS INCUBADORAS DE EMPRESAS COMO MEDIO DE ÉXITO,
EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO SOSTENIBLE DE LAS MIPYMES
INDUSTRIALES DEL DISTRITO CENTRAL”**

SUSTENTADA POR:

ING. JENNIFER MARIEL BARAHONA ALONZO

**PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE
MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ORIENTACIÓN
EN FINANZAS**

TEGUCIGALPA, M.D.C, HONDURAS JUNIO DEL 2017

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

LICENCIADA JULIETA CASTELLANOS RUIZ

RECTORA

ABOG. EMMA VIRGINIA RIVERA MEJÍA

SECRETARIA GENERAL

LICENCIADA LETICIA SALOMÓN

DIRECTORA DEL SISTEMA

DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

MAE. BELINDA FLORES DE MENDOZA

DECANA DE LA FACULTAD

DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DR. JORGE ABRAHAM ARITA LEÓN
COORDINADOR GENERAL DE POSTGRADO EN
LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DEDICATORIA

Dedico éste documento a mis padres, Orlando Barahona y Patricia Alonzo, por todo lo que he recibido de ellos, la vida que me queda no alcanzaría para agradecerles todos los grandes sacrificios que han hecho por mí, siendo ellos la mayor bendición y el mejor ejemplo a seguir, los cuales han estado conmigo a lo largo de mi vida y carrera profesional apoyándome en todo los momentos, ambos me han inculcado los valores y principios espirituales que necesito para enfrentarme a los desafíos de la vida con una actitud de obediencia hacia a Dios.

Mil gracias a mis familiares y amigos por el amor y el apoyo incondicional que siempre me han brindado ya que siempre han confiado y creído en mí.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecerle a Dios por darme la vida, salud y por permitirme llegar hasta este momento tan importante. Lograr otra meta más en mi carrera, gracias porque sé que nunca me ha abandonado y sin su apoyo nada sería posible.

Le agradezco en gran medida a mis padres, quienes me brindaron su apoyo en todo momento y dieron las palabras de aliento y fortaleza que necesitaba para seguir adelante.

En forma especial, le agradezco a mi hermana Loany, quien fue la persona que me ayudó y se sacrificó junto a mí en las noches de estudio y tantas madrugadas que realizó para ir a dejarme a la maestría, de igual manera quiero agradecer a mis hermanos Marllory e Israel, quienes me brindaron su ayuda cuando fue necesario y me dieron sus muestras de cariño, así mismo no puedo dejar por fuera a mis abuelos por sus consejos, gracias a mis amigas Claudia, María José, Mercy, Victoria, Claudeth, Lourdes las cuales me animaban para seguir adelante y apoyarme en la culminación de la maestría.

Agradezco a mis asesores, por sus conocimientos, orientaciones, persistencia, paciencia que me han brindado, sus motivaciones han sido fundamentales para la culminación de ésta investigación y mi desarrollo como profesional.

Y para finalizar, les doy gracias a todos los que fueron mis compañeros en este programa de maestría, y los de años anteriores de estudio ya que gracias al compañerismo, amistad y apoyo moral han aportado en un alto porcentaje mis ganas de seguir adelante en mi carrera como profesional.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar si las incubadoras de empresas son un medio de éxito que fomentan el desarrollo a las nuevas MIPYMES en el Distrito Central, estableciendo de esta manera su importancia económica en el país, en las que se detectaron varias necesidades y factores críticos de éxitos que requieren los emprendedores de las nuevas empresas y les permita fortalecer su industria con un proceso de incubación.

La investigación se desarrolló con un enfoque de tipo cuantitativo, mediante recopilación de datos estadísticos sobre programas que brindan desarrollo a las MIPYMES del Distrito Central; asimismo se efectuaron entrevistas a expertos y cuestionarios a los propietarios de las micro, pequeñas y medianas empresas.

A su vez, cuenta con un estudio correlacional para analizar la relación entre las variables de estudio, con un diseño no experimental en el cual se definieron los factores que causan efectos críticos en las MIPYMES no incubadas de la población hondureña del Distrito Central.

Del análisis de la investigación se determinó que el 91% de los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central sí están dispuestas a implementar una metodología que les permita alcanzar sus factores de éxito tales como; la innovación, financiamiento, cooperación técnica externa, incubación, aceleración y desarrollo. En donde, a pesar de existir un 42% de empresas que han recibido o evidencian de un apoyo de incubación, aunque sea en aspectos de capacitación, el restante 58% de los propietarios de las MIPYMES no han recibido capacitación que consolide sus conocimientos, previo al inicio de sus operaciones.

Lo expuesto en los párrafos anteriores denotan que las MIPYMES industriales del Distrito central, así como toda aquella persona natural o jurídica que deseen emprender un negocio no cuenta con procesos formales de incubación, sino de esfuerzos aislados que brindan distintas entidades tanto en materia de financiamiento como cooperación técnica, afectando esto la brecha entre el emprender incubado o iniciar un negocio de forma empírica.

La revisión de la literatura permite identificar procesos de incubación aunque no denominados bajo este prefijo, a las actividades que hacen instituciones como INFOP, IIES-UNAH, CEM, Colegios Técnicos, BID, BCIE, CCIT, IHCIETI, FUNADEH, USAID, ANDI, Universidades privadas, TIGO, etc. Esto conduce a expresar que a pesar de no existir entidades que se denominen como incubadora (a excepción de la incubadora de empresas e investigación científica del instituto de Investigaciones Económicas y Sociales de la UNAH) existen entidades que se convierten en brazos de apoyo para garantizar el éxito de las operaciones de las empresas en formación o consolidación.

Palabras claves: Emprendimiento, incubación, desarrollo económico.

ABSTRACT

The present research has as objective to determine if incubators of companies are a medium of success that intensify the development to MIPYMES in the central district, establishing in this way the economic importance in the country, in which is detected several needs and factors critical of successes that require entrepreneurs of the new companies or allow strengthen it is industry in a process of incubation.

The research is developed with a focus of type quantitative since is obtained through collection of data statistical on programs that provide development to them MIPYMES of the district central; Likewise were interviews with experts and questionnaires to the owners of micro, small and medium enterprises.

At the same time boasts a correlational study since there is a relationship between the variables of study, with a non-experimental design in which defined the factors that cause critical effects on MIPYMES not incubated the Honduran population of the central district.

The analysis of research determined that 91% of the owners of SME of the Central District are willing to implement a methodology that allows them to achieve their success factors such as; innovation, financing, external technical cooperation, incubation, acceleration and development. Where, despite a 42% of enterprises that have received or demonstrate support for incubation, even in aspects of training, the remaining 58% of SME owners have not received training to strengthen their knowledge, prior to the start of its operations.

As set out in the preceding paragraphs indicate that SME industrial central district, as well as any natural or legal person wishing to start a business does not have formal processes of incubation, but isolated efforts that provide different entities both in the field of technical cooperation financing, this affecting the gap between incubated start or start a business in an empirical way .

Review of the literature identifies processes of incubation though not called under this prefix, to activities that make institutions like INFOP, IIES-UNAH, CEM, Technical Colleges, BID, BCIE, CCIT, IHCIETI, FUNADEH, USAID, ANDI, Private Universities, TIGO, etc. This leads to express that although there is no entities which called as incubator (with the exception of the incubator companies and scientific research of the Institute of economic and social research of the UNAH) there are entities that become arms of support to ensure the success of the operations of the companies in training or consolidation.

Words key: Entrepreneurship, incubation, development economic.

INTRODUCCIÓN

Las MIPYMES industriales del Distrito Central poseen claras ventajas, entre las que cabe mencionar la capacidad de satisfacer demandas limitadas en mercados especializados, una propensión al uso intensivo de mano de obra, un trabajo de nivel técnico bajo o mediano, así como la flexibilidad para adaptarse con rapidez a demandas y condiciones cambiantes. Desde el punto de vista gerencial, existe una ventaja en la participación personal en asuntos que van más allá del precio del producto, en donde sus empresarios suelen estar más motivados que un gerente asalariado: Trabaja más horas, proporcionando un mayor incentivo a los trabajadores con su ejemplo personal.

A pesar de tener buenas ventajas en cuanto a crecimiento empresarial, actualmente las MIPYMES son las que más desventajas encuentran en su proceso evolutivo, teniendo carencias en problemas cuantitativos más determinantes al financiamiento, así como problemas cualitativos en la calidad e innovación, capacitación, asesorías externas e internas entre otras.

La incubación según diversos autores, mismos que se desarrollan en las perspectivas teóricas de la presente investigación, la definen como; la acción de proveer condiciones controladas para favorecer el nacimiento y crecimiento de una nueva idea. En el ámbito empresarial se puede expresar o determinar que una incubadora de empresas es una institución especializada en ofrecer ayuda adaptando servicios a las necesidades específicas de cada una de las empresas instaladas en el mismo.

Para un abordaje integral de lo dado a conocer en los párrafos anteriores, la investigación se desagrega en los siguientes cinco capítulos.

En el capítulo I, se describe el planteamiento del problema de la investigación, detallando el objetivo general que busca determinar la incidencia de las incubadoras de empresas en el éxito, emprendimiento y desarrollo de las nuevas MIPYMES industriales del Distrito Central.

De igual forma se describen los objetivos específicos los cuales dan respuesta al objetivo general de la investigación. Seguidamente en el capítulo II se expone el marco teórico, tomando como referencia para la investigación temas de mucha importancia como ser: La historia y origen de las incubadoras de empresas en Latinoamérica así como los factores críticos de éxito que determinan el crecimiento empresarial, y el desarrollo sostenible empresarial.

El capítulo III, especifica toda la metodología de la investigación desarrollada como ser: El tipo y diseño de investigación, la relación entre las variables, diseño del instrumento utilizado para la recolección de datos, el desarrollo de la muestra objeto de estudio para luego especificar la forma en la que se realizó el análisis de los resultados. Y puntualiza la hipótesis de investigación en estudio la cual es: “Actualmente los emprendedores y las MIPYMES no cuentan con procesos de apoyo organizacional, técnico y financiero bajo la denominación de incubadoras de empresas que les permita desarrollar factores de éxito en su sector Industrial, esa falta de acompañamiento durante el proceso de formación y consolidación requiere de medios de incubación que aceleren, y guíen al emprendedor en su formación profesional. Para que fortalezcan el emprendimiento y sostenibilidad de las MIPYMES Industriales del Distrito Central Creando así una plataforma de incubación para el desarrollo económico sostenible de Honduras.”

Esa falta de acompañamiento durante el proceso de formación y consolidación requiere de medios de incubación que aceleren respalden y guíen al emprendedor en su formación profesional. Por lo tanto, es necesario que las incubadoras de empresas brinden apoyo a los emprendedores para que fortalezcan el emprendimiento y sostenibilidad de las MIPYMES industriales en el Distrito Central creando así una plataforma de incubación para el desarrollo económico y sostenible del país, de igual forma se describen las variables de investigación y la relación que existe entre ellas. Así mismo, en el capítulo IV, se analiza y muestra los datos obtenidos y la prueba de hipótesis por el método de correlación de Pearson determinando la aceptación de la hipótesis en estudio en donde las MIPYMES que si reciben una metodología de incubación logran obtener los factores de éxito esperado.

En el capítulo V, se presentan las conclusiones, recomendaciones, tomando en cuenta la perspectiva que se aborda a partir de los aportes realizados en el análisis de cada uno de los capítulos, los elementos necesarios para la demostración de la hipótesis en estudio.

De igual manera en los anexos se detalla la propuesta de tesis en la que se muestra un modelo que permite facilitar al empresario la identificación de los problemas relativos a la administración, procesos y proveedores, entre otros; clasificarlos y priorizarlos, permitiendo de esta manera encontrar las soluciones y mejoras adecuadas a sus propia empresa de una forma más rápida para poder brindar la mejor solución.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|-----|
| RESUMEN | III |
| ABSTRACT | V |
| INTRODUCCIÓN | 7 |
| CAPÍTULO I: EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN .. | 17 |
| 1.1 Antecedentes..... | 17 |
| 1.2 El enunciado del problema de investigación | 21 |
| 1.3 Los objetivos de la investigación..... | 22 |
| 1.3.1 El objetivo general..... | 22 |
| 1.3.2 Los objetivos específicos..... | 22 |
| 1.4 Preguntas del estudio | 22 |
| 1.5 La justificación y la delimitación del problema de investigación | 23 |
| 1.6 Viabilidad de la investigación | 24 |
| 1.6.1 Viabilidad operativa | 24 |
| 1.6.2 Viabilidad financiera | 24 |
| 1.7 Deficiencias de la investigación | 25 |
| CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO..... | 27 |
| Marco Teórico Conceptual | 27 |
| 2.1 Incubadoras de empresas | 27 |
| Marco Teórico Referencial..... | 29 |
| 2.2 Las incubadoras de empresas: contexto de su desarrollo | 29 |
| 2.3 Incubadoras de empresas en Latinoamérica | 31 |
| 2.4 Proceso de incubación de empresas..... | 36 |
| 2.5 Tipos de incubadoras | 38 |

| | |
|---|-----------|
| 2.6 Ventajas e inconvenientes de las incubadoras de empresas | 40 |
| 2.7 Incubadoras de empresas en Honduras..... | 41 |
| 2.8 Micro, pequeñas y medianas empresas de Honduras | 45 |
| 2.9 Aceleradoras de empresas | 46 |
| 2.10 Financiamiento local para las MIPYMES en Honduras..... | 48 |
| 2.11 Cooperación externa a las empresas..... | 50 |
| 2.12 Desarrollo sostenible empresarial..... | 51 |
| 2.12.1 Sostenibilidad empresarial..... | 55 |
| 2.12.2 Desarrollo de empresas sostenibles: El enfoque de la OIT | 55 |
| 2.12.3 Los tres pilares del programa de empresas sostenibles | 56 |
| 2.12.4 Programa de empresas sostenibles | 57 |
| 2.12.5 Creación de empresas sostenibles..... | 58 |
| 2.13 Emprendimiento empresarial..... | 59 |
| 2.13.1 Áreas de conocimiento del emprendimiento | 60 |
| 2.13.2 Cultura empresarial del emprendimiento | 61 |
| 2.13.3 Características del emprendedor..... | 61 |
| 2.13.4 Tipos de emprendedores..... | 62 |
| 2.14 Factores críticos de éxito de las MIPYMES..... | 65 |
| 2.14.1 Clasificación de los factores críticos de éxito | 68 |
| 2.14.2 Características de los factores críticos de éxito..... | 72 |
| 2.14.3 Fuerzas y debilidades de los factores críticos de éxito..... | 73 |
| CAPÍTULO III: MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN | 75 |
| 3.1 Tipo de investigación..... | 75 |
| 3.2 Alcance de la investigación | 75 |
| 3.3 Diseño de la investigación..... | 76 |

| | |
|--|------------|
| 3.4 Definición de las variables e indicadores | 76 |
| 3.5 Hipótesis de la investigación | 76 |
| 3.6 Población y muestra..... | 77 |
| 3.7 Descripción del método y las técnicas de investigación..... | 78 |
| 3.8 Descripción de los instrumentos para la recolección de información. | 79 |
| 3.9 Fuentes de información | 80 |
| 3.10 Matriz de operacionalización..... | 81 |
| CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS | 84 |
| 4.1 Estadística descriptiva de la investigación | 84 |
| 4.1.1 Análisis de los datos demográficos | 88 |
| 4.1.2 Análisis de la variable emprendimiento empresarial..... | 90 |
| 4.1.3 Análisis variable desarrollo económico sostenible..... | 97 |
| 4.1.4 Análisis de la variable cooperación externa | 102 |
| 4.1.5 Análisis de las variables aceleradoras e incubadoras de empresas..... | 115 |
| 4.2 Estadística inferencial de la investigación..... | 118 |
| 4.2.1 Tipo de hipótesis..... | 119 |
| 4.2.1.1 Método de prueba de hipótesis | 121 |
| 4.2.1.2 Prueba de hipótesis | 122 |
| 4.2.1.3 Resultados a la luz del marco teórico | 125 |
| 4.3 Análisis de las entrevistas estructuradas..... | 127 |
| 5.1 Modelo de Generación de Factores Críticos de éxito..... | 133 |
| CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 136 |
| CONCLUSIONES | 136 |
| RECOMENDACIONES | 138 |
| BIBLIOGRAFÍA | 140 |

| | |
|----------------|-----|
| ANEXOS | 151 |
| GLOSARIO | 179 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----|
| Tabla 1 Programas de apoyo y desarrollo empresarial en Honduras | 43 |
| Tabla 2 Clasificación de las MIPYME según rango de ventas y rango de empleados | 45 |
| Tabla 3 Estimado de las MIPYMES a nivel nacional | 49 |
| Tabla 4 Variables en Estudio..... | 76 |
| Tabla 5 Expertos..... | 79 |
| Tabla 6 Matriz de operacionalización | 81 |
| Tabla 7 Frecuencias estadísticas..... | 86 |
| Tabla 8 Característica de los propietarios de las MIPYMES | 88 |
| Tabla 9 Indicador estabilidad empresarial e infraestructura..... | 90 |
| Tabla 10 Indicadores colaboradores, constitución lega, estabilidad e ingreso empresarial. | 102 |
| Tabla 11 Indicadores financieras, retorno de inversión e ingresos extras | 104 |
| Tabla 12 Categorización de las variables en relación al cuestionario | 121 |
| Tabla 13 Correlación de Pearson relación 1 | 123 |
| Tabla 14 Correlación de Pearson Relación II..... | 124 |
| Tabla 15 Correlación de Pearson Relación III..... | 124 |
| Tabla 16 Pasos y herramientas del ciclo de mejora continúa de la calidad..... | 155 |
| Tabla 17 Base de datos de las MIPYMES industriales D.C..... | 168 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|---|----|
| Ilustración 1 Las empresas sostenibles y las influencias exteriores | 54 |
| Ilustración 2 Matriz DOFA / FODA..... | 67 |
| Ilustración 3 Ponderación de los FCE | 68 |
| Ilustración 4 Factores de éxito empresarial | 71 |

| | |
|--|-----|
| Ilustración 5 Correlación de las dimensiones de la variables factores de éxito | 120 |
| Ilustración 6 Modelo..... | 133 |
| Ilustración 7 Modelo propuesto de mejora continua | 155 |
| Ilustración 8 Cronograma de actividades | 163 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|-----|
| Gráfico 1 Actividad económica..... | 89 |
| Gráfico 2 Indicador ingresos por venta | 91 |
| Gráfico 3 Indicador de capacitación empresarial de las MIPYMES | 92 |
| Gráfico 4 Indicador de capital semilla en las MIPYMES | 93 |
| Gráfico 5 Indicador plan de negocio de las MIPYMES | 94 |
| Gráfico 6 Indicador plan de inversión | 95 |
| Gráfico 7 Situación laboral y económica del propietario | 96 |
| Gráfico 8 Indicador problemática de las MIPYMES industriales | 97 |
| Gráfico 9 Indicador planes I+D+I | 99 |
| Gráfico 10 Indicador Economía formal..... | 100 |
| Gráfico 11 Indicador salario conforme a ley | 101 |
| Gráfico 12 Indicador de prevención al riesgo laboral | 105 |
| Gráfico 13 Indicador de beneficios conforme a la ley..... | 107 |
| Gráfico 14 Indicador de dirección estratégica..... | 108 |
| Gráfico 15 Indicador de crecimiento económico empresarial..... | 109 |
| Gráfico 16 Indicador de fortalecimiento externo | 110 |
| Gráfico 17 Indicador tipos de fortalecimiento externo..... | 111 |
| Gráfico 18 Indicador de instituciones que brindan fortalecimiento externo | 112 |
| Gráfico 19 Indicador de encuentros empresariales..... | 114 |
| Gráfico 20 Indicador mejoramiento de la calidad | 116 |
| Gráfico 21 Indicador de implementación de programas empresariales | 117 |

ÍNDICE DE ECUACIONES

| | |
|---|----|
| Ecuación 1: Cálculo de la muestra | 77 |
|---|----|

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|---|-----|
| Anexo I: Propuesta | 152 |
| Anexo II Encuesta | 164 |
| Anexo III Base de datos de las MIPYMES industriales Distrito Central..... | 168 |
| Anexo IV Listado de abreviaturas y acrónimos | 177 |

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO

DEL PROBLEMA

CAPÍTULO I: EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

En este primer capítulo, se detallan los antecedentes que dan soporte a la investigación, el problema que se genera en el país al no contar con una metodología de incubación de empresas en el sector industrial. Para no perder la viabilidad en la investigación se plantearon los objetivos de estudio y preguntas que dan respuestas a los mismos. Al llevar a cabo el proceso de recolección de información se encontraron con limitaciones tanto técnicas, financieras y operativas, así como información confidencial y limitada.

1.1 Antecedentes

A continuación, se da a conocer los antecedentes más relevantes encontrados para el soporte de la investigación, Las incubadoras de empresas concretan las ideas que tienen los nuevos negocios, apoyando los proyectos seleccionados para que a través de la asesoría y capacitación puedan llegar a un concepto más claro sobre la viabilidad y puesta en marcha del mismo, se puede observar, que la apertura de incubadoras de empresas viene de muchos años atrás por ejemplo “El movimiento de las incubadoras de empresas comenzó en la década de los años 30 en la Universidad de Stanford, en el Valle de Silicón en los Estados Unidos”. A partir de la década de los 70 la eficacia de las incubadoras fue reconocida en el ámbito mundial y su número comenzó a crecer significativamente (Mundo Alma, 2014).

En Canadá y Estados Unidos, comenzó a aplicarse en áreas urbanas olvidadas por el cierre de grandes industrias que provocaron desocupación masiva y deterioro social, en México esta idea comienza aplicarse después de la crisis de 1976, un grupo de emprendedores quienes tienen como propósito fomentar el espíritu emprendedor en escuelas y universidades, para poder así propiciar la creación de nuevas empresa. Estos empresarios fundaron “Desarrollo Empresarial Mexicano” (DESEM), una institución dedicada al fomento del espíritu emprendedor y apoyar la generación de empleo.

Esto no quiere decir, que la generación y propagación de las incubadoras sean paralelas al crecimiento de las empresas en un esquema real para el mundo competitivo. Tan sólo en Estados Unidos de América, en el año 1998 existían cerca de 600 incubadoras de empresas, mientras en Europa existían aproximadamente 900, estas iniciativas también han sido adoptadas en Japón y países de América Latina y del Sudeste Asiático. Según, *National Business Administration* (NBIA) de los Estados Unidos, al cabo de tres años, la tasa de éxito para negocios incubados oscila entre el 75 y el 80%, frente al 20 o 25% que reportan los nuevos negocios no incubados. El 87% de los incubados graduados continúan gestionando su negocio. Luego de diez años, la tasa de éxito para empresas que han sido gestadas en incubadoras oscila entre el 80% y el 93%. En cambio el 80% de las empresas innovadoras (no incubadas) cierran antes del año; entretanto, este número cae al 20% cuando se trata de empresas innovadoras egresadas en incubadoras (Lalkaka, 1993).

En Japón existen 12 centros como el Kanagawa Technology Foundation KSP, para apoyar las mejoras de competitividad de las PYMES y para revertir la situación que se empezó a presentar a mediados de los años 80, anterior a la creación del KSP, en Japón existían 600 laboratorios de investigación y 200,000 investigadores que estaban trabajando en cierta manera desarticuladamente, en razón a lo cual se encargó un estudio que recomendó la concentración de estos esfuerzos para aprovechar estos laboratorios y sus investigadores. El resultado de este estudio fue evaluado por el Ministerio de Industria y Comercio del Japón (MITI), y por un comité de las prefecturas de Kanagawa y de Kawasaki (empresas, cámaras, instituciones especializadas), y la recomendación fue construir el KSP en que trabajan 4,300 personas, teniendo un efecto directo sobre la economía de la zona, la generación de empleo y este siendo administrado por 5 entidades diferentes, según las diferentes áreas, para lo cual se han constituido 5 compañías para manejar las áreas de aire acondicionado, hotel, bienes raíces para alquiler a emprendedores (Rivas, 2011).

El programa de incubadoras fue estimulado desde 1990, en un esfuerzo por desarrollar la capacitación en el área de desarrollo tecnológico y para el año de 1995 existían alrededor de 10 incubadoras en funcionamiento, mayormente vinculadas a universidades y centros de investigación. De acuerdo a información emitida por el DESEM, para 1998 en México existían

alrededor de 40 incubadoras de negocio, aunque no se auto define como tal (Burebisterin, 1998).

Una de las características centrales de las incubadoras de empresas, es la existencia de una gran variedad de modelos de incubación, según Rustam Lalkaka en su manual sobre las incubadoras de desarrollo en la cual responde a una amplia gama de objetivos que les dan vida (Lalkaka, R, 2005).

Cabe resaltar que el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) fue el pionero en implementar programas diseñados para incrementar el número de emprendedores. Estos programas permiten a los estudiantes universitarios formar su propia empresa. Para ello, se le asesora en los aspectos más importantes (Administrativos, fiscales, financieros, mercadológicos, etc.) para la creación del negocio (Racbman, 1998).

Las incubadoras de empresas están definidas por el reconocimiento amplio de que la innovación más allá del ámbito industrial e incluyen desde no tecnológicas, ecológicas, hasta sectores específicos (p.ej. grupos vulnerables) y por supuesto las relacionadas con la innovación tecnológica.

A pesar que las fuentes de información son complejas y que su temporalidad no es actualizada con frecuencia, sino con la celeridad que la entidad responsable de desarrollar las bases de datos la realiza, se evidenció en la literatura; Según, los estudios realizados por el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP) demuestran que los servicios que se proporcionan en las incubadoras consisten en el apoyo profesional para la elaboración de planes de negocio en diferentes áreas de la administración como ser: Contabilidad, finanzas, mercadotecnia, marcas y patentes, viabilidad legal, etc. Las incubadoras se pueden denominar como semilleros de empresas, centros de innovación empresarial y tecnología, centros de apoyo a emprendedores y hoteles de empresa, entre otros, son entidades encargadas de apoyar el nacimiento y las primeras etapas del desarrollo de nuevas empresas dando estructura y credibilidad a las empresas nacientes para lograr la promoción de la innovación y la creación de

éstas, con el fin de incrementar la competitividad de sectores productivos y cadenas de valor en los diversos territorios en los que se encuentran (AECID, 2008).

Los estudios realizados en el año 2000, por el Congreso Científico Internacional de la Federación de Honduras (CCI), había en Honduras alrededor de 258,000 MIPYMES que ocupaban cerca de 760,000 personas. De este gran total se calcula que cerca del 52% de las unidades y el 18% de los trabajadores corresponden a cuenta propia 45% de las empresas y 51% de los trabajadores son microempresas con entre 1 y 10 empleados; 2% de empresas y el 14% de los trabajadores laboran en empresas de 11 a 50 empleados; y 0.5% de las empresas y 16% del empleo corresponde a empresas entre 51 y 150 trabajadores (CCI, 2000).

Para el año 2013 el estudio o consultoría denominada “Diagnóstico Sectorial de la MIPYME No Agrícola (Industriales, Comercio y Servicios) en Honduras” realizada por la Secretaria de Industria y Comercio a través de la Subsecretaría MIPYMES; Determino que en Honduras existen 590,437 MIPYMES, las cuales generan 1, 167,780 empleos directos (Valenzuela, Cesar, 2013).

Un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), existían en 2014 165,529 MIPYMES a nivel nacional, entre negocios legales y los del sector informal. El estudio estima que 127,330 MIPYMES generan 577,343 empleos a tiempos completos. En el Distrito Central operaban en el 2014 26,521 MIPYMES y en San Pedro Sula, operaban 20,973.

Las estadísticas del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y de la Secretaria de Industria y Comercio (SIC) indican que el 49% micro, el 65% de la pequeña y el 71% de la mediana empresa optaron a créditos con una institución financiera (PNUD, 2015).

1.2 El enunciado del problema de investigación

La posibilidad de una empresa que ha sido incubada recientemente y tenga éxito resulta muy incierta, el objetivo de las incubadoras es proveer a sus incubados las herramientas para el más exitoso desarrollo en su vida autónoma en el futuro, lo cierto es que no siempre la empresa que recién comienza consigue el éxito.

Muchas empresas nacientes muestran sus debilidades a la hora de intentar insertarse en los mercados competitivos, el que no se modificará para ellas sino más bien, la situación será al revés, las estructuras aún no bien definidas, sus pocos recursos iniciales, la inestabilidad financiera, la escasa claridad respecto de las necesidades reales de sus clientes, los importantes riesgos de fracaso y la incertidumbre que con lleva el inicio de una empresa, serán los obstáculos que se evidencian en la infinidad de mentes emprendedoras (Urrea, 2005).

El fracaso de este tipo de empresas puede derivarse de la carencia de conocimientos tecnológicos, baja capacidad de gestión, productos de diseño limitado, falta de contactos con redes de colaboración o por no contar con acceso expedito a fuentes de financiamiento adecuadas, considerando las características específicas de este tipo de iniciativas o elementos que la incubación busca fortalecer a las MIPYMES del Distrito Central. En este sentido, las MIPYMES hoy en día no cuentan con una institución que integre todos los esfuerzos de gobiernos autónomas y semiautónomas así como las empresas centralizadas y descentralizadas hacen de forma desagregada con apoyo desde técnico hasta financiero para llevar a cabo los emprendimiento bajo modelos empíricos de incubación.

Esto afecta la capacidad de las empresas de analizar su entorno, modelar su negocio, generar competencias, compartir experiencias, adquirir conocimientos técnicos para lograr desarrollar productos de calidad, mejora continua, buenas prácticas de manufactura y mayor conocimiento tecnológica, logrando con estos, ser una empresa con factores de éxito empresarial en un ambiente económico, político y social.

1.3 Los objetivos de la investigación

A continuación, se detallan los objetivos de forma coherente para poder alcanzar lo que se pretende en la investigación.

1.3.1 El objetivo general

Analizar las incubadoras de empresas como medio para el éxito, emprendimiento y desarrollo sostenible de las MIPYMES industriales del Distrito Central.

1.3.2 Los objetivos específicos

1. Establecer la importancia económica que tienen las MIPYMES industriales del Distrito Central, para el periodo 2014 - 2016.
2. Detectar las necesidades que requieren los emprendedores para el éxito y desarrollo sostenible tomando como base el sector industrial al que pertenece su empresa en el Distrito Central.
3. Determinar los Factores Críticos de Éxito (FCE) durante el proceso de incubación de una MIPYME del sector industrial en el Distrito Central.

1.4 Preguntas del estudio

Además, de definir los objetivos concretos de la investigación, es conveniente plantear a las preguntas del problema que se estudiará.

1. ¿Cuál es la importancia económica que tienen las MIPYMES industriales del Distrito Central, en el periodo 2014-2016?
2. ¿Cuáles son las necesidades que requieren los emprendedores para el éxito y desarrollo sostenible tomando como base el sector industrial al que pertenece su empresa en el Distrito Central?

3. ¿Cuáles son los Factores Críticos de Éxito (FCE) durante el proceso de incubación de una MIPYME del sector industrial en el Distrito Central?

1.5 La justificación y la delimitación del problema de investigación

Además de los objetivos de la investigación, es necesario plantear una justificación, la cual permite dar a conocer las razones o motivos por las cuales se procedió con esta investigación.

- Conveniencia

Hoy en día es muy conveniente que en Honduras se cuente con más incubadoras de empresas ya que estas permiten acelerar el crecimiento y asegurar el éxito de proyectos emprendedores a través de una amplia gama de recursos y servicios empresariales que puede incluir renta de espacios físicos, capitalización, acceso a redes de contactos y otros servicios básicos como telecomunicaciones, limpieza o estacionamiento.

Las incubadoras de empresas normalmente son patrocinadas, apoyadas y operadas por compañías privadas, entidades gubernamentales o universidades.

- Relevancia social

El propósito primordial de las incubadoras de empresas es la creación de nuevas fuentes de transformación y generación de la riqueza que contribuyen directamente a la macroeconomía del país reflejado esto en el PIB, en el mercado laboral, la cual a través de proyectos innovadores permiten forjar un movimiento positivo en la economía como es la generación de empleos, ingresos en los hogares y permanencia de los negocios, etc.

- Implicaciones prácticas

Esta metodología permite hacer negocios rentables y atractivos de proyectos que buscan solucionar diferentes problemáticas, como la falta de servicios en zonas rurales o fomentar el cuidado del medio ambiente es la meta de las incubadoras de empresas.

- Valor teórico

Esta investigación permite a las incubadoras de empresas determinar de manera científica cuáles son los factores críticos de éxito que influyen directamente en micro, pequeña y mediana empresa del Distrito Central de Francisco Morazán y así poder aplicar los factores para aumentar el crecimiento y desarrollo empresarial del país.

- Utilidad metodológica

Con esta investigación se pretende crear un instrumento de medición que contribuya a la recolección de los datos que generan factores críticos de éxitos en las nuevas empresas, para posteriormente hacer el análisis de los mismos.

1.6 Viabilidad de la investigación

La viabilidad es evaluada desde dos perspectivas, la primera de ella a nivel operativo y la segunda de ellas a nivel financiero. A continuación se detallan las mismas.

1.6.1 Viabilidad operativa

La investigación es viable desde el punto de vista operativo, debido a que se encontraron estudios que se han desarrollado e implementado en las empresas hondureñas, los cuales han aportado un apoyo financiero y técnico a pequeñas empresas del sector industrial, estos programas son obtenidos por medio de organizaciones extranjeras, en alianzas con el consejo hondureño de la empresa privada, el instituto nacional de formación profesional, entre otras instituciones del país.

1.6.2 Viabilidad financiera

En segunda instancia, la investigación es viable financieramente por que los montos económicos necesarios para su desarrollo serán financiados por el investigador. A su vez, el llevarlo a cabo con las empresas hondureñas, especialmente para el área del Distrito Central que es en donde se concentran la mayor cantidad de las MIPYMES industriales, las cuales

aportan un gran porcentaje para el crecimiento económico en la capital, siendo estas las fuentes de información primaria y secundaria.

1.7 Deficiencias de la investigación

La información de base en la literatura en el contexto de Honduras, presenta deficiencias de contenido, profundidad y validez, dado que los abordajes de este tema desde una perspectiva teórica han sido pocos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

En este capítulo, se desarrolla el contenido que va a fundamentar la investigación en curso, con base al planteamiento del problema que se ha expuesto, es cual está sustentado por fuentes documentales que permitieron detectar, extraer y recopilar la información de interés construyendo de esta manera el marco teórico pertinente a la investigación planteado.

Marco Teórico Conceptual

2.1 Incubadoras de empresas

El término “incubadora” no solo se refiere al desarrollo de nuevos negocios, sino que también ellas son “aceleradoras de empresas”, es decir, aplican modelos de negocio a organizaciones ya existentes con el fin de mejorar su desempeño (Jara, 2005); En donde su principal función es de apoyo integral a los emprendedores y su proyecto, no se trata tan sólo de un apoyo económico, es decir, financiación sino también en todos los aspectos de la empresa como: gestión, organización, planificación, entre otros; podemos determinar que es una función de consejero o de asesoramiento al emprendedor (Finance, 2015).

Por lo tanto, una incubadora es un programa que acompaña a emprendedores mientras sus proyectos dan los primeros pasos. En general, suelen ser programas de formación, consultorías, en muchos casos, cuentan con espacio físico para los emprendedores. A través de estos programas, podrán transitar los primeros meses, críticos para el surgimiento de un nuevo emprendimiento, de manera más fluida, contenidos y acompañados por profesionales con experiencia en las diferentes áreas que conforman las necesidades del proyecto para esos primeros meses como ser: Tecnología, asesoría legal, asesoría de negocios en marcha, finanzas (González, 2015).

Así mismo, es un proceso que permite acelerar el desarrollo con éxito de las nuevas empresas proporcionando a los empresarios una serie de recursos y servicios específicos mismos que suelen ser desarrollados por la dirección de las incubadoras, donde el objetivo principal es

producir empresas exitosas que dejará el programa financieramente viable e independiente, están también proporcionan a los clientes acceso a apropiarse del espacio de alquiler y arrendamiento flexibles, servicios de negocios básicos compartidos y equipo, servicios de apoyo tecnológico y la asistencia en la obtención de la financiación necesaria para el crecimiento de la empresa generalmente varían en la forma en que prestan sus servicios, en su estructura organizativa y en los tipos de clientes que sirven, incluyendo la diversificación de las economías rurales, la creación de empleo.

Cada una de las empresas que estén en el programa de incubación es asistida y monitoreada separadamente y es incentivada de acuerdo a su propia etapa de crecimiento, necesidades particulares y tamaño relativo, de manera que el estímulo sea oportuno para cada una de ellas, algunas pueden contar con la asistencia permanente de instituciones académicas. En las ciudades las incubadoras de empresas también actúan como un mecanismo de revitalización de ciertas áreas y transforman edificios y espacios sub-aprovechados en centros de productividad y competitividad (Valda, 2012).

Las incubadoras desarrollan su propio negocio en un entorno que promueva la excelencia y la innovación mediante técnicas gerenciales que fortalezcan y desarrollen capacidades en la toma de decisiones, superando así los desafíos propios de poner en marcha un proyecto o idea de negocio, que involucre productos o servicios todo esto con el objetivo de disminuir las posibilidades de fracaso, analizando las ideas de nuevos negocios, apoyando los proyectos seleccionados para que a través de la asesoría y capacitación puedan llegar a un concepto claro sobre la viabilidad y puesta en marcha del mismo (VYDE, 2014).

Los servicios que se proporcionan consisten en el apoyo profesional que la incubadora ofrece para la elaboración de planes de negocio en diferentes áreas de la administración de negocios: Contabilidad y finanzas, mercadotecnia, marcas y patentes, viabilidad legal, etc. Las incubadoras de empresas también conocidas como semilleros de empresas, centros de innovación empresarial, centro de innovación y tecnología, hoteles de empresa, entre otros, son entidades encargadas de apoyar el nacimiento y las primeras etapas del desarrollo de nuevas empresas dando estructura y credibilidad a las empresas nacientes para lograr la

promoción de la innovación y la creación de éstas, con el fin de incrementar la competitividad de sectores productivos y cadenas de valor (Villarán, 2009).

El sistema nacional de incubadoras de empresas ofrece la opción de que los emprendedores creen incubadoras de empresas y los apoya integrándose a una red de incubadoras de todo el país que cuentan con métodos y procesos controlados para ofrecer un servicio profesional y confiable a los emprendedores que buscan apoyo para el desarrollo de sus negocios. Según un estudio de la Universidad de Michigan, el 87% de las empresas que se gradúan de un programa de incubación logran viabilidad de largo plazo (Perezcano, 2011).

Marco Teórico Referencial

2.2 Las incubadoras de empresas: contexto de su desarrollo

El concepto de incubadora de empresas dio sus primeros pasos en la década de los 50 en Silicon Valley, California, a partir de las iniciativas de la Universidad de Stanford, la cual creó un parque industrial y, posteriormente, un parque tecnológico (Stanford Research Park), con el objetivo de promover la transferencia de tecnología desarrollada en la Universidad hacia las empresas y la creación de nuevas empresas intensivas en tecnología, principalmente del sector electrónico (Toledo, 2007).

El éxito obtenido con esa experiencia estimuló la replicación de iniciativas semejantes en otras localidades, dentro y fuera de los Estados Unidos y en Europa, las incubadoras surgieron inicialmente en Inglaterra, subsidiadas por la British Steel Corporation, que impulsó la creación de pequeñas empresas en áreas relacionadas con la producción de acero (Rodríguez I. J., 2009).

La estructura de las incubadoras actuales, se configura en la década de los setenta, nuevamente en los Estados Unidos. A partir del final de esta década y principios de los ochenta, en Europa occidental, los gobiernos locales, las universidades e instituciones financieras se reunieron para evaluar el proceso de industrialización de las regiones poco desarrolladas o en fase de

declinación debido a la recesión de los años setenta y ochenta. La motivación era de naturaleza económica y social, vislumbrando la creación de puestos de trabajo, generación de renta y desarrollo económico. Las incubadoras europeas fueron concebidas, por tanto, dentro de un contexto de políticas gubernamentales que tenían el objetivo de promover el desarrollo regional por lo que además de empresas orientadas a nuevas tecnologías, incorporaron empresas de áreas tradicionales de la economía.

La experiencia internacional del concepto incubadora ha sido exitosamente aplicada en el todo el mundo, pero Estados Unidos es ciertamente la nación más avanzada en la creación y operación de incubadoras de empresas, según estimaciones de la Asociación Nacional de Incubadoras de Empresas (NBIA) en 1980 existían 80 incubadoras en todo el país, cifra que aumentó a cerca de 500 el año 1994, actualmente existen cerca de 1,000 incubadoras. Entre los años 1995 y 2000 la tasa de creación de incubadoras era de una por semana (Félix, 2013).

Actualmente es posible encontrar programas de incubación empresarial en prácticamente todas las principales economías del mundo, así como también en muchos países en desarrollo, como por ejemplo China, India, México, Brasil, Turquía y Polonia, entre otros. En Argentina existen 33 incubadoras de empresas y 22 parques tecnológicos, pero las condiciones económicas que generó la crisis financiera afectó seriamente la operatividad de estas, adicionalmente, la falta de un sistema de apoyo económico y de capital semilla dificultado hasta el momento el desarrollo de una red eficiente de incubación (Caiquetán, 2011).

En Chile el surgimiento de incubadoras de empresas partió a fines de la década de los ochenta, se fomenta la creación de un organismo que tuviera por finalidad acoger a potenciales empresarios, desarrollar sus habilidades emprendedoras y consolidar su negocio, desde el punto de vista de su capacidad negociadora, procesos productivos y administrativos y evolución de su patrimonio (Castillo, 2014).

El 19 de enero de 1990 fue suscrito un convenio en el cual el municipio entrega en comodato gratuito el inmueble a SERCOTEC (Servicio de Cooperación Técnica), institución que, por su parte, asume el compromiso de administrar y promover en él la actividad de los

microempresarios que califican para ser incorporados al proyecto. Posteriormente, nuevas incubadoras han ido surgiendo, siendo la más antigua "Santiago Innova" creada por el municipio de Santiago con el apoyo de la comunidad económica Europea y el ayuntamiento de Barcelona. En sus catorce años de operación, esta incubadora ha prestado asistencia a cerca de 9,000 iniciativas empresariales, incubando a 70 nuevas empresas (Toledo, Cristian, 2007).

En Chile, se ha promovido un modelo de incubación basado en las universidades, bajo este esquema se han creado veintiuna incubadoras, de estas las más exitosas son Octantis, de la Universidad Adolfo Ibáñez y de la Universidad Técnica Federico Santa María. Cada una ha conseguido generar cerca de 20 empresas en sus 4 años de operación (Rodríguez F. B., 2005).

En la sexta región, la municipalidad de Rancagua realizó un intento por crear una incubadora de empresas orientada a la generación de pequeñas empresas manufactureras, sin embargo el modelo de incubación implementado presentó limitaciones para generar el flujo de proyectos requeridos y políticas poco claras de graduación de las empresas incubadas, hicieron que estas se negarán a independizarse de la incubadora, lo cual impidió la entrada de nuevos proyectos (CEPAL, 2002).

2.3 Incubadoras de empresas en Latinoamérica

Las incubadoras están adquiriendo especial importancia en Latinoamérica donde los países más destacados en cuanto al uso de las incubadoras y aceleradoras se encuentra Brasil en primer lugar seguido de Argentina. Es muy importante mencionar que no todas las incubadoras de empresas tienen las mismas características, las nuevas empresas deberán buscar aquellas incubadoras que encajen mejor a sus necesidades como conseguir apoyo financiero para nueva idea de negocio, además de proporcionar a tu proyecto un capital para su desarrollo te ofrece una formación intensiva así como asesoramiento (Mayorga, 2014).

Algunas de las más reconocidas incubadoras de Latinoamérica según el centro de innovación BBVA (BBVA, 2015):

- **START-UP CHILE:** Este programa es un modelo diferente debido a que trabaja con apoyo del gobierno de Chile para atraer a nuevos emprendedores en el mundo para que den inicio a sus ideas de negocio en este país. En caso de que un proyecto sea seleccionado recibe un monto de dinero y visas temporales para todo el equipo de trabajo ofreciéndoles apoyo con escritorio y sus oficinas en Chile. La media de aportaciones se sitúa en los \$ 35,000, y desde esta incubadora sacan pecho puesto que Forbes, The Economist o 'Tech Crunch' se han hecho eco de muchos de sus casos de éxito.
- **THE POOL:** Ubicada en México; centra sus objetivos en los emprendedores más jóvenes, además, focaliza mucho su atención en la educación financiera para desarrollar mejores proyectos. Fue desarrollada en el año 2013, y juega de manera clara con la alusión de *tirarse a la piscina*, aunque para ello ayuda con sesiones de asesoría, organización foros y promoción de networking entre empresarios.
- **INNPULSA COLOMBIA:** Ubicada en Colombia; Esta incubadora tiene el claro objetivo de promover un cambio en todo el entramado empresarial colombiano, además, buscan de manera decidida corregir los fallos que existen en el mercado, y que según ellos necesitan de financiación inmediata.
- **INGENIO:** Con esta incubadora uruguaya; Las empresas que ayuda dentro de sus proyectos son de base tecnológica, y lógicamente siempre buscan un alto valor añadido en sus acciones. Creada en 2001, en sus inicios estuvo muy ligada a proyectos universitarios. Además, cabe destacar que recibe fondos públicos de diversos organismos uruguayos, de momento se trata de una región en pleno proceso de crecimiento, pero con este tipo de apuestas, basadas en el cambio tecnológico, están seguros de poder cambiar el entramado empresarial del país.
- **INCUBAUC:** Ubicada en Chile fundada en el año 2002 su gerente es Marcelo Díaz Bowen pertenece a la Pontificia Universidad Católica de Chile. Apoya proyectos de I+D y acompaña el desarrollo de negocios de manera local y global, mediante, entre otras cosas, el acceso a redes de contacto, subsidios públicos e inversionistas privados. Desde 2002 invierte US\$ 3 millones anuales, aunque si hablamos del binomio Universidad-Startup, esta incubadora es sin duda una de las más importantes no solo de Latinoamérica, sino del mundo entero. De hecho, está situada entre las 25 primeras

dentro de un ranking global donde se valoraran las incubadoras que están proyectadas desde la Universidad.

Así mismo, según una selección de incubadoras globales y regionales, todas con operaciones en Latinoamérica podemos encontrar (WOBI, 2012):

- **FOUNDER INSTITUTE:** Es una red de profesionales que dan ayuda a emprendedores para iniciar con éxito sus ideas tecnológicas, con un programa de pre-empredimiento de 4 meses donde recibes asesoría de expertos en el tema de gestión y tecnología. En la actualidad apoya a varios proyectos de diferentes lugares en el mundo y en latino América Colombia y Chile son los países seleccionados.
- **TAYRONA VENTURES:** Esta incubadora invierte y trabaja apoyando desde el inicio el crecimiento y la expansión de las empresas colombianas en América Latina. Tiene como misión crear la nueva generación de empresas estadounidenses con éxito de internet para América.
- **NXTP LABS:** Ubicada en Chile, como la mayoría de incubadoras en estos momentos, también tiene planes de aceleración, aunque su punto fuerte lo centran en los sistemas de negocio, marketing y estrategias de crecimiento. Sus inversiones iniciales se sitúan en 25,000 dólares, con el requerimiento de una participación minoritaria en la empresa (2-10%).
- **ENDEAVOR:** Ubicada en Estados Unidos, fundada en el año 1997 por Linda Rottenberg en la cual se impulsa a emprendedores con proyectos de alto impacto de todas las industrias en regiones emergentes como Latinoamérica, África y Medio Oriente. Mediante servicios de asesoría estratégica y conexiones, apunta a que sus emprendedores se conviertan en agentes multiplicadores. En 2011 apoyó a 148 empresas que generaron 17,000 empleos.
- **FUNDACIÓN BAVARIA:** Ubicada en Colombia, fundada en el año 2005 actualmente su presidente es Richard Rushton, en ella se desarrolla y fortalece comunidades de emprendedores en estratos de bajos ingresos a través de educación, otorgamiento de microcréditos, redes de emprendedores, hasta hoy han invertido más de US\$ 40,000 millones y acompañado a 30,000 emprendedores de diversas industrias.

Fundación Bavaria pertenece a la cervecera más grande de Colombia y la mayor del grupo SABMiller Latinoamérica.

- **KAUFFMAN FOUNDATION:** Se encuentra en Estados Unidos de América fue fundada en 1962, Su presidente es Benno Schmidt esta es una guía a los emprendimientos hacia una visión efectiva en materia laboral, innovación y expansión económica, ha invertido más de \$ 2,000 millones (Kauffman, 2016).
- **NEW VENTURES:** Ubicada en Estados Unidos fundada en 1999 su director Rodrigo Villar, esta incubadora surgió como iniciativa del "think tank" en desarrollo sostenible, World Resources Institute. Impulsa proyectos sustentables de emprendedores de todo el mundo, han desarrollado 1,300 empresas sustentables.
- **WAYRA:** Es una aceleradora de ideas y proyectos innovadores de Latinoamérica y Europa, fundada en el año 2011 cuyo CEO global es Gonzalo Martín-Villa se concentra en la tecnología del grupo telefónica. Desarrolla Start-Ups en España y Latinoamérica; les brinda asesoría y financiamiento y después las suma a la cartera de productos de la compañía. Tiene 11 academias o centros funcionando y se apoyaron más de 140 nuevas empresas, cuyos productos fueron usados por 300 millones de clientes de telefónica, con un capital disponible de más de US\$ 393 millones, cada Start-Up puede recibir entre US\$ 30,000 y US\$ 70,000 de manera inicial, con opción a nuevas inyecciones de capital.
- **WILLIAM JAMES FOUNDATION:** Ubicada en EE.UU fundada en el año 2002 su director ejecutivo Ian Fisk, en ella se impulsa a emprendedores sociales de todo el mundo orientados a fomentar una economía responsable, brinda financiamiento y una red de mentores. En 10 años trabajó con más de 10,000 emprendedores (CSR, 2013).
- **YOUTH BUSINESS INTERNATIONAL:** (Reino Unido), fundada en el año 2002, su CEO global es Andrew Devenport, fue creada bajo el patrocinio del príncipe de Gales, actual presidente de la fundación, apoya a emprendedores de entre 18 y 35 años, brinda capital, entrenamiento, mentoring y acceso a asociaciones comerciales para desarrollo y expansión. Entrega el premio al emprendedor del año, que consta de US\$ 5,000 dólares. Apoyó a más de 100,000 jóvenes desde su creación. El 70% de estos negocios siguen operando con éxito; invierte US\$ 162 millones anuales (YBI, 2014).

- **RED REGIONAL DE INCUBADORAS DE LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE** (RedLAC): Patrocinada por el programa InfoDev del Banco Mundial, trabaja por la creación de oportunidades para el crecimiento inclusivo, la creación de puestos de trabajo y la reducción de la pobreza. Apunta a mejorar el intercambio de conocimiento entre los profesionales del desarrollo y las organizaciones que promueven a los emprendedores en América latina y el Caribe.
- **RED DE INCUBADORAS DEL CONO SUR** (RPABI): Integrada por incubadoras de Brasil, Paraguay, Uruguay y la Argentina. Articula actividades entre aceleradoras de países miembro, por un lado, potenciar las posibilidades de transferencia de tecnología, innovación y capacitación de las aceleradoras de modo de crear un ecosistema de innovación sustentable, y, por el otro, para abrir nuevas posibilidades de negocios entre las más de 150 empresas que forman parte de la red. También integra actividades con otras redes internacionales, centros de apoyo a emprendedores y parques tecnológicos.
- **ANPROTEC** (Brasil): Asociación de incubadoras, parques tecnológicos y emprendimientos innovadores de Brasil. Promueve actividades de capacitación, articula políticas públicas y capacitación. Tiene 261 entidades asociadas que representan cerca de 400 incubadoras de empresas, y ha incubado 6,300 emprendimientos innovadores que juntos generaron 33,000 puestos de trabajo en todo el país (Aranha, 2008).
- **THE HUB** (Reino Unido): Red de aceleradoras con filiales en 25 países de cinco continentes. Fomenta un espacio de colaboración creativa para los emprendedores miembro, a quienes brinda servicios de oficina, asesoría, financiamiento en cualquier lugar del mundo. Hay 25 incubadoras en funcionamiento, más de 50 en formación, y 400 miembros.
- **SISTEMA NACIONAL DE INCUBACIÓN DE EMPRESAS MÉXICO EMPRENDE**: Dentro del marco del programa nacional México Emprende, la red se compone de 500 incubadoras con presencia en 190 ciudades de ese país. Las aceleradoras brindan financiamiento, consultoría, asesoría y asistencia integral a emprendedores de todas las industrias, desde el desarrollo del proyecto a su implementación y operación.

Los países de Latinoamérica cada vez toman más conciencia sobre la necesidad de hacer una reconversión hacia las economías del conocimiento, para ello es imprescindible lograr una transferencia desde el lugar donde se producen los conocimientos y tecnologías, es decir desde las universidades, hacia el lugar donde se consumen y utilizan estas herramientas (Gutiérrez, 2011).

Un claro ejemplo es Latinoamérica, donde decenas de proyectos arrancan y se consolidan con fuerza gracias en gran medida al papel que están jugando las incubadoras de empresa “Se estima que entre un 70-80% de los emprendimientos fracasan tras el primer año de vida. Aunque el dato más demoledor es que luego la mitad de quienes han aguantado terminan muriendo pasados 4 o 5 años.” donde parece que el segmento de las incubadoras de empresa ha ganado una importancia vital, en Latinoamérica las incubadoras conviene no perderlas de vista. Más que nada porque en sus entrañas se gestan Start-Ups y empresas que terminan teniendo un alcance global.

2.4 Proceso de incubación de empresas

La incubación de empresas es el proceso sistemático mediante el cual se desarrolla una idea de inversión proveniente de un emprendedor que mediante su estudio y análisis se convierte en una futura empresa sustentable, rentable, con capacidad de pago y socialmente responsable, en donde actualmente, la economía y por ende las empresas cambian con rapidez, debido a los altos niveles de competitividad en el que se desarrolla la actividad económica (INAMAP, 2014).

Si bien es cierto, los procesos de incubación varían según su contexto y áreas de acción, no obstante, toda incubación consta generalmente de tres etapas, estas comienzan desde que llega el emprendedor a la incubadora, hasta el regreso de la empresa incubada, etapa la cual debe seguir fuera de la incubadora por sus propios medios, aunque cabe señalar que las empresas incubadas no se desprenden totalmente de la incubadora, puesto que ésta última siguen obteniendo información de la incubada para ver su progreso y el éxito o fracaso alcanzado, lo

que le sirve posteriormente a la incubadora para medir en cierta forma su desempeño como tal, lo cual se observa que cada etapa difiere operacionalmente.

El Proceso tiene una duración aproximada de 5-6 meses, durante esta etapa el emprendedor aprende y utiliza diversas herramientas para desarrollar e implementar su modelo de negocio y plan de acción para iniciar la operación de su empresa la cual debe de aplicar una serie de objetivos como el desarrollar un modelo de negocio rentable y viable para la empresa a incubar o asesor así esta pueda iniciar operaciones y desarrollar habilidades, mejorar y controlar la administración de la empresa en curso, para el logro de estos objetivos, la incubadora ofrece a los incubados distintas herramientas como son consultoría especializada, asesoría empresarial, oportunidades de networking y apoyo de consultores académicos para el desarrollo de su empresa (Tecnológico de Monterrey, 2016).

Por lo tanto, el proceso que cumple la incubadora de empresas comprende las siguientes etapas que se detallan a continuación (UPAO, 2016):

a) **Búsqueda de emprendedores**

Se desarrolla un análisis de la idea descrita en la solicitud de inscripción y una evaluación del perfil del emprendedor.

b) **Selección de emprendedores**

En este proceso se desarrolla un análisis de la ideas de negocio y del emprendedor, si aprueba se continúa con el siguiente proceso; si no se aprueba se finaliza el proceso.

c) **Pre incubación**

En el proceso de Pre incubación se realiza el acompañamiento en la identificación y estructuración de ideas de negocio con potencial empresarial, con elementos de diferenciación, innovación y de valor agregado en las diferentes fases del proceso empresarial, se acompaña al emprendedor en la confección de su plan de negocios y en los conceptos iniciales relacionados a la gestión moderna de empresas, brindando servicios de tutores especializados, asesoría en estrategia, capacitación en gestión, información, orientación, enlaces de negocios, para la elaboración, desarrollo y terminación del plan de negocios, velar porque que cada proyecto de empresa desarrolle en forma controlada el proceso de conceptualización, estructuración, simulación y planificación de actividades.

d) Incubación

En la etapa de incubación de empresas, se desarrollan servicios integrales (tutoría, asesoría, consultoría, capacitación, información, orientación, enlaces de negocios) para facilitar y guiar a las empresas en el proceso de implantación, operación y desarrollo de la empresa.

- Ejecutar las estrategias definidas en el plan de negocios.
- Ajustar y definir nuevas estrategias y planes de acción.
- Desarrollar y fortalecer habilidades empresariales de los emprendedores.
- Fortalecer los sistemas competitivos de las empresas.
- Perfil empresarial del emprendedor.
- Grado de diferenciación del negocio.
- Potencial de crecimiento.

e) Post incubación

En esta etapa se gradúan las empresas que cumplen con los requisitos establecidos, la incubadora de empresas se encarga de monitorear el desempeño de la empresa para que pueda desarrollarse en el mercado.

2.5 Tipos de incubadoras

Los emprendedores generalmente tienen la inquietud cuando desean poner en marcha su empresa o negocio de qué tipo de incubación o asesoramiento empresarial necesitan, pero tienes claro que les hacen falta conocer algunas estrategias que favorezcan el arranque de su vida empresarial. Según el rubro de la empresa que se pretende emprender será al tipo de incubadora que se va a necesitar estas se pueden identificar como incubadoras tradicionales que están orientadas a las empresas que pertenecen a sectores tradicionales como estéticas, tienda de abarrotes; Es decir aquellas que no requieren elementos tecnológicos ni físicos de complejidad mayor.

Así mismo, existen incubadoras de empresas de tecnología intermedia en la cual se trabaja con empresas o negocios industriales con requerimientos físicos, tecnológicos e industriales poco especializados y finalmente se encuentran las incubadoras de empresas de alta tecnología

enfocadas a aquellos que pretenden desarrollar algún negocio de punta o economía del conocimiento (Revista Pyme, 2015).

Las incubadoras de empresas brindan una serie de apoyos institucionales dentro de los cuales podemos encontrar los siguientes:

- **De carácter estratégico:** Apoyo a la dirección de la empresa. (comité consultor), acceso a consultores expertos, acceso a consultores internos.
- **De carácter financiero:** Acceso a guías de fuentes de inversión, referencias con empresas de capital de riesgo.
- **Marketing y prensa:** Apoyo con la red de contactos y amigos, referencias con posibles clientes, detección de oportunidades, contacto con personas, empresas y organismos con el apoyo nuestro personal, servicios internos de bases de datos, información y noticias y aprovechamiento del "brand image".
- **Recursos humanos:** Acceso a consultores profesionales y adscritos a universidades o escuelas de negocios, bases de datos con curriculum de posibles empleados, apoyo en selección y contratación de personal, sinergias internas y red de contactos.
- **Apoyos institucionales externos:** Estos se refieren a aquellos apoyos que se irán implementando una vez que se suscriban convenios de coordinación y colaboración con diversos organismos e instituciones que pudiesen proporcionar beneficios tangibles o intangibles a sus incubados. Por ejemplo: convenios con la Cámaras de Comercio e Industria, manufactureras; convenios con gobiernos e instituciones nacionales o extranjeras; convenios académicos y de colaboración con universidades o escuelas de negocios; vinculación con fondos y sociedades de inversión; búsqueda para la obtención de precios y servicios en condiciones favorables con proveedores; acceso a talleres de empresas o universidades con las que se tengan suscritos convenios o alianzas (Thompson, 2005).

2.6 Ventajas e inconvenientes de las incubadoras de empresas

Recurrir a una incubadora no es, objetivamente, malo ni bueno, todo depende de las circunstancias del emprendedor y de sus inquietudes, no hay que confundir incubadoras con las aceleradoras de empresas. Estas últimas como su nombre indica aceleran el desarrollo de un proyecto cuando éste se encuentra en su fase inicial. Las incubadoras se caracterizan, en cambio (Barragán, 2016), por lo siguiente:

Las ventajas que obtienen las incubadoras de empresas son:

- **Ayuda:** La primera ventaja es obvia, se ponen a disposición del emprendedor recursos con los que rara vez cuenta si es principiante. Esos recursos van desde un espacio físico en el que trabajar hasta formación para los miembros de la empresa en proceso de creación. Esta ayuda es un apoyo inmenso, si no se sabe por dónde empezar.
- **Lugar:** Como hemos comentado, una de las contribuciones de la incubadora es aportar un espacio en el que los miembros de la PYME puedan trabajar. Atención, no confundir las incubadoras con espacios de coworking.
- **Adaptabilidad:** La incubadora suele adaptarse a las necesidades del emprendedor y su proyecto, ofreciendo recursos diferentes en función del perfil de la empresa. Este trato, más a pequeña escala, contribuye al rápido desarrollo del proyecto.
- **Minimización de riesgos:** Iniciar un proyecto conlleva siempre ciertos riesgos, y las incubadoras suponen un airbag que limita las posibilidades de fracaso.
- **Formación:** El emprendedor tendrá a su alcance diversos cursos que le capacitarán para llevar a cabo los requisitos formales que requiere toda empresa, elaboración de un plan de negocio, estudio de mercado, trabajo en equipo o gestión de personal.

Se muestran los inconvenientes que presentan las empresas incubadas (Herrera, 2015):

- **Dependencia:** Las incubadoras de empresas son un poco “jaulas de cristal”. No tienes total independencia de movimiento, ya que has decidido pedir ayuda para tu proyecto, y parte de esa ayuda es la supervisión y el estar atado al lugar que se cede. Además en

algunas ocasiones es la propia incubadora la que propone el proyecto y busca emprendedores que lo ejecuten.

- **Dilución accionarial:** Las incubadoras suelen quedarse con una parte accionarial del proyecto, lo cual no solo afecta al reparto de beneficios, sino también al control de la empresa y la toma de decisiones. A los emprendedores nos gusta tener mucha autonomía y en algunos casos esto puede ser un inconveniente.
- **No suele haber inversión económica:** Cuando se comienza un proyecto, el dinero rara vez abunda, por eso es de agradecer la financiación, de donde quiera que venga. No obstante, rara vez las incubadoras proveen de ayuda monetaria a los proyectos que albergan, su apoyo suele ser en especie, espacio, asesoría, servicios generales.
- **Salir al mundo:** El servicio de las incubadoras es limitado una vez que el proyecto crece mínimamente, la estructura se queda pequeña y debe salir al mercado. Por supuesto, si tras el tiempo de incubación aún necesita apoyo externo, puede recurrir a otras estructuras como las aceleradoras de empresas, para terminar de lanzar la idea.

2.7 Incubadoras de empresas en Honduras

Este tipo de empresas tienen un proceso de incubación aproximado de tres años al que precede una etapa de pre-incubación cuya duración es de seis meses y durante la cual se desarrolla el proyecto, la idea o la empresa. Se motiva a los emprendedores fomentando la cultura empresarial; se estudia y analiza la factibilidad y viabilidad de la idea; y se constituye física y legalmente la empresa. En esta área, los emprendedores hondureños cuentan con el apoyo del consejo nacional de la MIPYME (SIC, 2015).

En la actualidad en Honduras existe un gran índice de desempleados por varias causas pero una de ellas y a la que muchos analistas no le dan la importancia debida es a la falta de recursos por parte del individuo para crear y desarrollar sus ideas emprendedoras e innovadoras, Honduras es un país fértil para la creación de empresas debido a las muchas necesidades con que cuenta el mercado empresarial y se pueden aprovechar para desarrollar todo tipo de empresas, además muchos de los jóvenes recién graduados de las diferentes universidades o colegios de segunda enseñanza pueden pasar hasta dos años sin trabajo o

trabajando en lugares que no son de la rama para la cual estudiaron. Existen muchos proyectos de parte del gobierno y de instituciones privadas pero estos no atacan directamente uno de los problemas más importantes que es la falta de recursos y preparación para la creación de empresas y así mismo, la orientación para el buen funcionamiento de estas empresas (Alonzo, 2012).

La Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa ha desarrollado procesos de incubación comprendida en un programas de formación de emprendedores Honduras emprende cuyo objetivo es apoyar y fomentar la cultura emprendedora, a través de la capacitación y asesoría, para generar proyectos que permitan detectar oportunidades reales de negocio e iniciar su propia empresa. La Cooperación Alemana GIZ bajo el marco del proyecto de cambio regional facilidad para el fomento de la economía y empleo en Centroamérica se incorporó la nueva metodología de formación de emprendedores de Coparmex Jalisco lo que le ha permitido al programa Honduras emprende dotar capacidades técnicas para poder fomentar el emprendimiento local de alto impacto. En el año 2014 se recibieron 257 ideas de negocios de los cuales se capacitaron 150 emprendedores en fase I (idea de negocio: desarrollo de talleres para fortalecer su idea de negocio, y realizar un modelo de negocio) y fase II (proyecto de empresa, desarrollo dentro de los taller un plan de negocio), 79 de ellos presentaron su plan de negocios y culminaron, de los cuales el 57% de los participantes eran mujeres y el 43% restante eran hombres con un grado de escolaridad universitario del 84% de los emprendedores atendidos, el 37% de los emprendedores beneficiados oscila entre 26 a 35 años, y el 30% de los mismos oscila entre 18 a 25 años (CCIT, 2014). Quedando pendientes en culminar las fase III (incubación de empresa: Establecidas pasan a un proceso de mentoría con un empresario exitoso) y la fase IV (post incubación: Empresas establecidas que pasan el proceso de incubación se les vincula con ángeles inversores).

En Honduras como en el resto de países de la región, no han definido las operaciones de programas de fortalecimiento al emprendimiento como incubadoras, sin embargo al hacer revisión de la literatura, se puede determinar que las mismas son procesos de incubación. En este sentido se considerara como proceso de incubación a todos los programas que impulsan, aportan y respaldan las operaciones de los emprendimientos. Siendo su misión promover el

crecimiento, la innovación, la productividad y las ganancias del sector MIPYME, a través de mejoras en la administración empresarial.

El modelo de Centros de Desarrollo Empresarial adaptado para Colombia, se basa en el modelo de Small Business Development Centers-SBDC de los Estados Unidos. El modelo de los SBDCs ya ha sido adaptado en otros países latinoamericanos. Para finales del 2014, funcionan bajo esta metodología 118 Centros en México, 10 Centros en El Salvador, 6 Centros en Honduras, 5 Centros en Guatemala y un Centro en Belice, y se espera que esta Red, de la cual actualmente hacen parte cerca de 1.200 Centros, se siga ampliando a otros países de América Latina y el Caribe. (MinCIT, 2014).

De igual manera en Honduras se cuenta con diversidad de programas que apoyan a los emprendedores y MIPYMES, estos cumplen la función de una incubadora de empresa, en la siguiente tabla se muestran los programas más relevantes que se han desarrollado:

Tabla 1 Programas de apoyo y desarrollo empresarial en Honduras

| PROGRAMA | INSTITUCIÓN |
|--|--|
| Incubadoras de innovación | TIGO |
| Soy Emprendedor Tigo | TIGO |
| Honduras Emprende | CCIT |
| Honduras Startup | El Instituto Hondureño de Ciencia, Tecnología y la Innovación (IHCIETI) |
| Proyecto Génesis “ Generando emprendedores y sinergias Sostenibles. | Fundación para el Desarrollo de Honduras (FUNADEH), con el apoyo de la agencia para el Desarrollo Internacional (USAID). |
| Tu Banca Joven | Gobierno de la Republica |
| “Honduras Digital Challenge” | Banco Atlántida, USAP, Grupo Karim’s, Tigo y Fondo Empresarial |
| Programa de Fortalecimiento capacidades Pyme para los Clientes Ficohsa | Banca Pyme Ficohsa y Centro de Crecimiento de Recursos Humanos (Creceh) |
| “Unidad de Financiamiento para las Mayorías” (FINAM) | BCIE |

| PROGRAMA | INSTITUCIÓN |
|--|--|
| Programa DESCA-GIZ | Gobierno de la Republica y DIFOMIPYME |
| Proyecto JOVIN | ANDI |
| Laboratorios Empresariales diseñado para promover la innovación y competitividad en el emprendimiento | El Young Americas Business Trust (YABT), la Organización de los Estados Americanos (OEA) y la Agencia Israelí para el Desarrollo y Cooperación (MASHAV) |
| Honduras Startup | Instituto de Ciencia, Tecnología y la Innovación (IHCITI) |
| Programa de radio con contenido de calidad acerca del emprendimiento, liderazgo, calidad, protección medio ambiental y motivación; enfocado en la promoción y el desarrollo de ideas innovadoras y de emprendimiento | Radio América |
| TECNOEMPRENDE | Universidad Tecnológica de Honduras (UTH), El Centro Asesor para el Desarrollo de los Recursos Humanos (CADERH) y La Fundación Covelo |
| Proyectos de emprendimiento | BUIL |
| “Formación y orientación juvenil para emprendedurismo comunitario” | Aldeas Infantiles SOS Honduras desarrolla, con la colaboración de Fundación MAPFRE |
| Programa de Apoyo a la Microempresa y Artesanos (PAMA) | Municipalidad de San Pedro Sula, sostuvieron una reunión con miembros de la Asociación Tec Guatemala y del Centro de Innovación Avanza del Universidad Tecnológica de Honduras (UTH) |

Fuente: Elaboración Propia

Considerando que una de las funciones de los programas de apoyo y desarrollo empresarial es fomentar la innovación, el uso de tecnología y un enfoque de negocio para tener MIPYMES competitivas contribuyendo de esta manera a la generación de empleo, que es lo que carece

Honduras. Las empresas que ingresan a estos programas pueden ser formales o informales, se buscará que a través del proceso de acompañamiento y asesoría las empresas informales avancen en su proceso de formalización.

2.8 Micro, pequeñas y medianas empresas de Honduras

La MIPYME (Micro, Pequeña, Mediana Empresa); está clasificado en tres segmentos basándose en el análisis de las ventas y el número de empleados de las empresas del Distrito Central.

Tabla 2 Clasificación de las MIPYME según rango de ventas y rango de empleados

| Tamaño de empresa | Rango de ventas anuales | Rango de empleados |
|-------------------|----------------------------|--------------------|
| Micro | Menor a L 700,000 | 1 a 4 |
| Pequeña | De L 700,000 a L 2,000,000 | 5 a 10 |
| Mediana | Más de L 2,000,000 | 11 en adelante |

Fuente: Diagnóstico sectorial de las MIPYMES no agrícolas (Industriales, Comercio y Servicios) en Honduras, Marcos Ramos (2013).

La definición MIPYME utilizada en el presente documento tiene su origen en la definición empleada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) basada en el directorio de establecimientos económicos que realiza. La utilización de dicha definición es con el propósito de poder brindar con el presente estudio cifras que puedan ser comparables con estudios futuros que pudiera realizar en el sector el INE, permitiendo de esta manera que los resultados del presente estudio puedan seguirse vinculando con las nuevas cifras que el INE investigue sobre las MIPYMES (CONAMIPYME, 2004).

Los Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE) en Honduras tuvieron sus inicios en los años 70 con la creación del (INFOP) como parte de la estrategia del gobierno propiciar el desarrollo económico y social. En el año 2000 mediante el decreto ejecutivo 008-2000 el gobierno de Honduras crean la comisión nacional de micro pequeñas y medianas empresas, organizando los Servicios de Desarrollo Empresarial mediante mesas de trabajo, lográndose para el

2005 la creación del Fondo de Servicios de Desarrollo Empresarial de Honduras (FOSEDEH) el cual fue cerrado en el 2008 por la falta de recursos económicos.

La oferta de SDE a través del tiempo no ha logrado alcanzar un auge que le permitirá impulsar la creación de su propio mercado sostenible para las instituciones oferentes de SDE lo que los hace depender de donaciones para poder ofrecer y brindar sus servicios. Esta percepción de valor que tiene la MIPYME en relación a estos servicios (usualmente centrados en aspectos administrativos y contables, que no responden a la demanda preferida por las MIPYMEs en aspectos relacionados a mercados de: Incursión, mejora del servicio al cliente, técnicas de mercadeo y ventas, desarrollo de nuevos productos, entre otros) y sus beneficios, ha incidido negativamente en la expansión y sostenibilidad de dicha oferta.

Actualmente no existe una estrategia a nivel de gobierno que impulse los SDE enfocados a las MIPYMEs y la oferta es mantenida exclusivamente por el INFOP en su pequeña unidad de SDE enfocada para las MIPYMEs (centrada en estudios de factibilidad sin sistemas de monitoreo de su efectividad). Los demás oferentes de relevancia nacional (CADERH, entre otros), mantienen una oferta dependiente de las donaciones (Los donantes definen temas y poblaciones objetivos) y no cuentan con una oferta específica para el sector MIPYME. (Se apoyan temas de empleabilidad y emprendimiento) pequeña y mediana empresa (CONAMIPYME) y junto con la ejecución de su agenda de trabajo.

2.9 Aceleradoras de empresas

Es un programa para empresas que después de asegurar su estabilidad en el mercado, buscan transformarse y romper esquemas tradicionales, ofreciendo una nueva propuesta de valor a todos los socios claves de la empresa. Esto tiene como resultado el posicionamiento de la empresa en áreas más atractivas, de mayores posibilidades y el incremento de su participación en la riqueza global como resultado de mejores oportunidades en el negocio (ITESM, 2003).

Las aceleradoras buscan generar empresas “Gacela” con mayor dinamismo en el crecimiento de ventas y la generación de empleos respecto del promedio, con capacidades de competir en

los mercados internacionales y fortalecer el interno con estándares internacionales. La aceleración incrementa la competitividad de las empresas, la captación de divisas y facilita el ingreso a nuevos mercados (Economía en Mexico, 2014).

Las aceleradoras son una tendencia global, de las 10 que existían en el 2008 (año en que nació Seed-Rocket) ahora se encuentran más de 20 en 2010. Aunque se trata de una iniciativa nacida en Estados Unidos, el 49% de los programas ya tienen lugar fuera del país, mayoritariamente en Europa.

En Estados Unidos, el 25% de las aceleradoras se encuentran en California. Mientras YCombinator decidió en 2008 cerrar sus oficinas en la costa este y centrar sus actividades en Silicon Valley, otras iniciativas como "Tech Stars" cuentan ya con cuatro sedes en Estados Unidos y Seed-Camp, con sede en UK, organiza eventos en más de diez ciudades diferentes en Europa, África y Asia, como el mini Seed-Camp Barcelona, cerca del 70% de las aceleradoras son iniciativas privadas (SeedRocket, 2011).

Estos son algunos de los beneficios que brindan las aceleradoras de empresas:

- Formación de estrategias dentro de la empresa.
- Incremento de ventas y generación de empleos.
- Mejoras en la operación de la empresa.
- Definición de estrategias para incrementar la competitividad de la empresa.

De igual manera se detallan los servicios que prestan las aceleradoras de empresas:

- Asesorías especializadas en diferentes temas (según las necesidades de la empresa).
- Tutoría en el desarrollo del plan de crecimiento.
- Vinculación con el consejo de negocios.
- Cursos de capacitación.
- Seguimiento en la implementación de estrategias.

Las aceleradoras tratan de "adoptar" proyectos emprendedores en formación y darle una serie de servicios que ayuden a sus componentes a desarrollar el modelo de negocio y todo lo que éste comprende de una manera intensiva (de ahí el concepto de acelerar) para terminar el proceso, que puede durar un máximo de seis meses, con un negocio prácticamente listo para funcionar, para captar capital y salir al mercado, aportando un método de desarrollo y una serie de actividades formativas que complementen a los participantes en su desarrollo como emprendedores y la asistencia de un equipo de mentores que aportan conocimiento y experiencia para que los proyectos tengan una mayor garantía de éxito. Por otro lado, en la fase final, la aceleradora puede facilitar a los proyectos la posibilidad de presentarse a alguna ronda de inversión para captar capital para su puesta en marcha, el entrenamiento para este procedimiento también forma parte de todo el proceso de aceleración (BBVA, 2012).

Por lo tanto, las incubadoras de empresas y las aceleradoras están estrechamente relacionadas con la obtención de los factores de éxito de las empresas pero ambas tienen sus diferencias, la aceleradora de empresa genera mayor velocidad un proyecto en marcha, dándole soporte legal, técnico y financiero durante un periodo de tiempo que suele oscilar entre 3 y 12 meses. Y las incubadoras de empresas inician el desarrollo de una empresa o crean proyectos propios, a diferencia de las aceleradoras que lo que hacen es dar un impulso a proyectos que ya están empezando a ser desarrollados por sus emprendedores (lo que se conoce como fase de pre-semilla o semilla) (López, 2014).

La diferencia principal entre ambas, es el planteamiento del modelo de crecimiento, mientras una aceleradora busca tasas intensivas de crecimiento en el menor tiempo posible, las incubadoras son espacios que permiten a la empresa crecer al ritmo natural de cada compañía en periodos más largos de tiempo (Villavicencio, 2015).

2.10 Financiamiento local para las MIPYMES en Honduras

El acceso a las MIPYMES, acorde a sus necesidades financieras y la capacidad de pago, es cada vez más limitada, esto debido al alto poder de endeudamiento derivado este del incremento en los indicadores de riesgo país, pese a la inexistencia de un punto de equilibrio

entre lo que son paquetes de financiamiento ofrecidos por la banca comercial y las necesidades de liquides de las MIPYMES. La empresa Espiralica reveló que el 53% de las MIPYMES hondureñas inicia con su idea de negocio a partir de préstamos otorgados por entidades bancarias comerciales (Valenzuela, 2013).

Por otro lado, cabe mencionar que en acorde a diversos análisis del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Secretaria de Industria y Comercio (SIC) se detectó que el 49% de la micro, 65% de la pequeña y 71% de la mediana empresa han optado a créditos con una institución financiera, independientemente de su zona geográfica de gestión de lo anterior denota que es en las zonas urbanas, donde las MIPYMES conviven entre ofertas de financiamiento más dinámicas que les brindan acceso a los fondos de maniobra necesarios para su gestión y de una forma relativamente más rápida y flexible que en el caso urbano.

A finales de los 80 en Honduras inicia una réplica de alternativas financieras fundamentadas en las metodologías de Grameen Bank (grupos solidarios) y finca internacional (bancos comunales, en el año de 1989) en instituciones especializadas creadas por programas de desarrollo con el propósito de atender al sector micro y pequeño (Ramírez K. , 2014).

Tabla 3 Estimado de las MIPYMES a nivel nacional

| Descripción | Estimación de las MIPYMES | | | |
|--|---------------------------|---------|---------|----------------|
| | Micro | Pequeña | Mediana | Total |
| Urbano | 34,854 | 8,358 | 4,282 | 47,495 |
| Distrito Central | 19,513 | 4,699 | 2,310 | 26,521 |
| San Pedro Sula | 15,341 | 3,659 | 1,973 | 20,973 |
| Resto urbano | 16,590 | 3,500 | 1,834 | 21,924 |
| Rural | 44,731 | 9,192 | 3,988 | 57,912 |
| Población de las MIPYMES en base a contadores | 96,175 | 21,050 | 10,105 | 127,330 |
| Vendedores ambulantes en total (3 de 10 negocios son ambulantes) | | | | 38,199 |
| Población de las MIPYMES a nivel nacional incluyendo vendedores ambulantes | | | | 165,529 |

Fuente: Diagnóstico sectorial de las MIPYMES no agrícolas (Industriales, Comercio y Servicios) en Honduras, Febrero (2013).

Las MIPYMES, que atiende los tres segmentos (micro, pequeña y mediana empresa) del sector empresarial cuenta con una presencia mayor de la micro y pequeña empresa como predominante en sus carteras y con una baja presencia en las empresas medianas (estas acceden a condiciones más favorables en bancos comerciales).

En donde la tipología de clientes de las MIPYMES es atendido por el sector financiero el cual varía conforme al tipo de institución, para el caso, las cooperativas de ahorro y crédito atienden principalmente la micro y pequeña empresa y con reducida presencia de empresas medianas. Sin embargo, en la actualidad y en su mayoría en las zonas urbanas, las instituciones bancarias, especialmente los bancos enfocados en dicho sector (PROCREDIT y Banco Popular) presentan una fuerte atención hacia el sector de la microempresa (44% micro, 65% pequeña y 84% mediana empresa).

En cuanto, a la entrega de los servicios financieros tanto en el sector especializado, cooperativo como bancario emplean la visita personalizada al negocio de las MIPYMES como su principal medio de promoción (IIES, 2014).

2.11 Cooperación externa a las empresas

La cooperación externa en las MIPYMES permite facilitar la información y análisis confiables en la toma de decisiones en las empresas, brindando apoyo con profesionales de amplia experiencia, que aplican altos estándares de calidad en los procesos haciendo especial énfasis en exigente selección rigurosa, y capacitación del personal de campo, revisión, supervisión y un estricto control en los procesos (Apoyo externo, 2014).

La incubadora les permite mantener una constante asesoría y capacitación en la áreas, que sean requeridas, ya que propietarios necesitan fortalecer varios servicios en sus empresas por medio de cooperaciones externas o evaluadoras; este tipo de asesoría ,pretenden orientar de manera particular a cada emprendedor y empresario en temas específicos relacionados con el desarrollo empresarial, dictaminado por la madurez de cada una de las ideas de negocios o de unidades productivas , entre los servicios a fortalecer en las empresas se pueden mencionar los siguientes (MinCIT, 2014):

- Evaluar estrategias de precio o servicios.
- Control de inventario.
- Análisis de promociones y publicidad.
- Auditoria de merchandising.
- Satisfacción y calidad del cliente.
- Estudios cuantitativos y cualitativos.

Los cuales están abiertos a cualquier opción y forma de investigación que deseen aplicar los propietarios de empresa, ingeniería de alimentos, ingeniería de materiales; certificaciones ISO, certificaciones internacionales, entre otros. Este tipo de asesoría o servicios se programan de acuerdo al análisis de la información que arroje el diagnóstico realizado a las MIPYMES.

2.12 Desarrollo sostenible empresarial

El término «empresa sostenible» nació como consecuencia del desarrollo del concepto de trabajo decente. La organización internacional de empleadores (OIE), a la luz de los debates sobre creación de empleo y trabajo decente, solicitó a la OIT en 2004 que presentase al consejo de administración, para el orden del día de la Conferencia Internacional del Trabajo (CIT), un punto que definiera el marco y los parámetros necesarios donde las empresas pudieran crearse y desarrollarse de manera consolidada; en esas condiciones, las empresas podrían contribuir abiertamente a la creación de trabajo decente y productivo (CIT, 2004).

La dimensión social del desarrollo sostenible consiste ante todo en el compromiso de “promover la integración social fomentando sociedades estables, seguras y justas, y que estén basadas en la promoción y protección de todos los derechos humanos, así como en la no discriminación, la tolerancia, el respeto de la diversidad, la igualdad de oportunidades, la seguridad y la participación de todas las personas, incluidos los grupos y las personas desfavorecidas y vulnerables” (OIT, 1995).

En la ilustración 1, se muestra la distinción entre lo que, en la práctica, son esferas operativas y políticas parcialmente coincidentes e interdependientes (el micro nivel, el macro nivel y el meta nivel). En el centro se sitúan las empresas sostenibles, que engloban las diferentes partes involucradas, entre ellas los accionistas, los empleadores, los trabajadores y los consumidores, así como las relaciones con los proveedores, los gobiernos y la comunidad en general (OIT, 2007).

- El nivel micro se refiere, fundamentalmente, a lo que sucede en el seno de la empresa o en su entorno inmediato (la gestión de los recursos humanos y financieros, y el uso de los recursos materiales, como la energía y los sistemas de transporte y comunicaciones) y a la conexión directa entre las empresas y sus consumidores y proveedores. Por lo tanto, es necesario considerar la sostenibilidad de una empresa en función de la estructura del sector o del mercado en que opera y, en particular, de su relación con los proveedores y los consumidores a lo largo de la cadena de valor.
- En el nivel macro hay una serie de esferas de políticas que determinan, directamente, la competitividad y la idoneidad del entorno, así como la sostenibilidad y el potencial de crecimiento de las empresas. Se trata de las políticas macroeconómicas (fiscal, monetaria y cambiaria), en particular las que afectan a las condiciones de la demanda; políticas de ámbito sectorial (agricultura, manufactura y servicios), políticas de desarrollo empresarial de ámbito geográfico o regional, políticas industriales y de promoción de la inversión.
- En el nivel meta se sitúan las condiciones económicas, sociales y medioambientales generales que determinan, entre otras cosas, la calidad de las instituciones y la gobernanza de una sociedad. Este plano abarca una serie de factores que podrían no ser privativos de la empresa, pero que sí influyen de forma determinante en el desarrollo del sector privado en el sentido más amplio y en circunstancias sociales generales como la estabilidad, la integración y los desafíos que plantean problemas como la desigualdad y la corrupción.

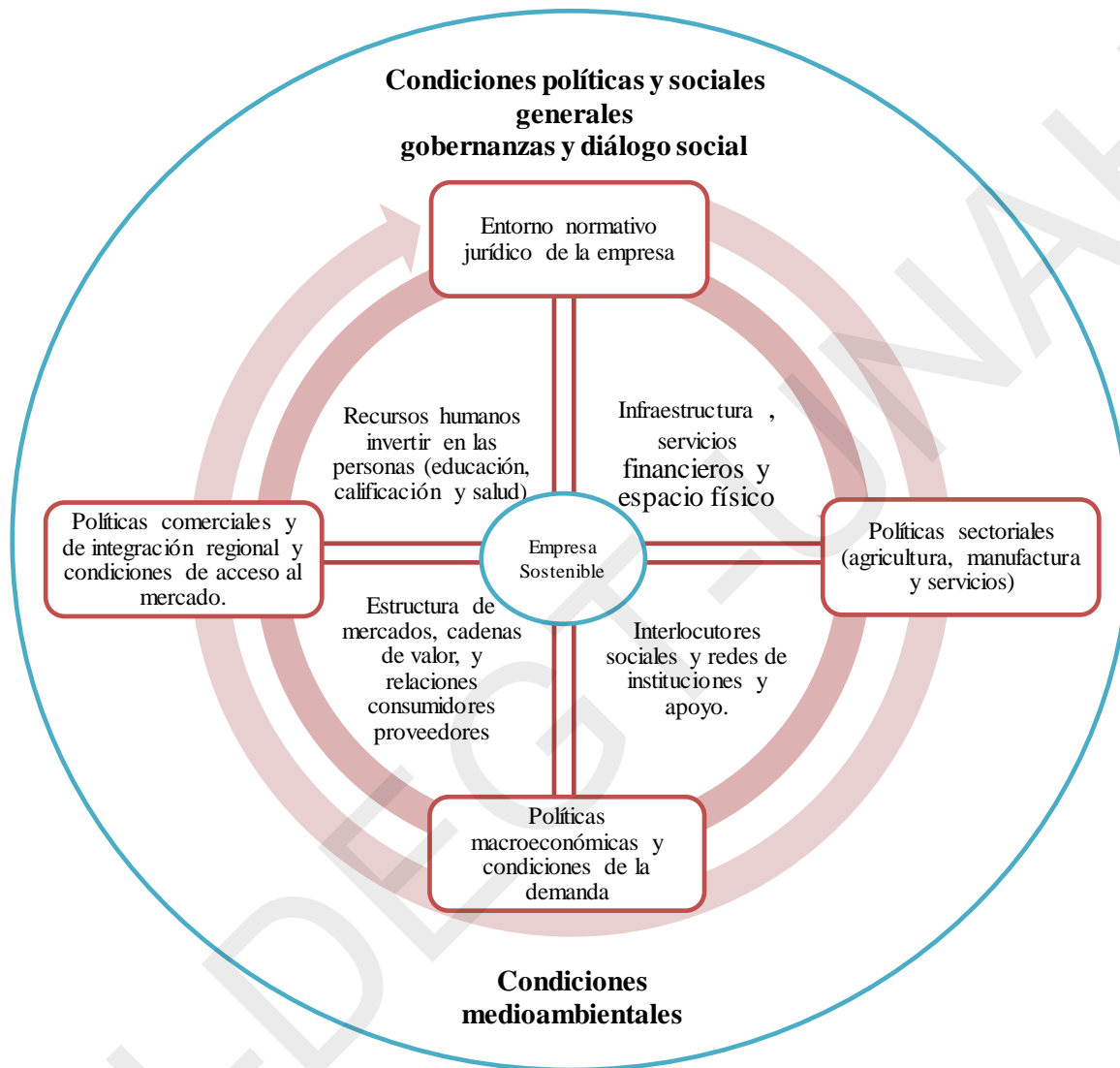
En el año 2007, la Conferencia Internacional del Trabajo de la OIT adoptó una resolución donde concluye que el desarrollo de empresas sostenibles abarca un gran abanico de factores, cuya importancia relativa puede variar en diferentes etapas del desarrollo y en contextos distintos, pero que existen algunas condiciones que se consideran esenciales.

En particular, se detallan los 17 pilares básicos de América Latina y el Caribe (ALyC) : paz y estabilidad política, buena gobernanza, diálogo social, y respeto de los derechos humanos universales y normas internacionales del trabajo; política macroeconómica acertada y estable y buena gestión de la economía, comercio e integración económica sostenible, entorno jurídico y reglamentario propicio, estado de derecho y garantía de los derechos de propiedad, competencia leal, acceso a los servicios financieros, infraestructura material y tecnologías de información y la comunicación; cultura empresarial, educación, formación y aprendizaje permanente, justicia social e inclusión social y protección social adecuada; y gestión responsable del medioambiente.

El desarrollo sostenible es un concepto relacionado pero de un ámbito más amplio que se suele aplicarse a los países. Su fundamento es el mismo que el de “sostenibilidad” el cual se detalla más adelante pero se refiere no al fin, sino al proceso. La declaración final de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible extiende la definición en el año 2002 para el desarrollo sostenible empresarial (OIT, 2002): Reconociendo que el alivio de la pobreza, el cambio de los esquemas de producción y consumo insostenibles , la protección y gestión de los recursos naturales, bases del desarrollo económico y social, son los objetivos dominantes e ingredientes necesarios para el desarrollo sostenible (Junyent, 2010).

También se reafirma la necesidad de lograr el desarrollo sostenible a través de la promoción del crecimiento económico sostenido, equitativo e incluyente, de crear mayores oportunidades para todos, reducir las desigualdades, elevar los estándares básicos de vida, impulsar el desarrollo social equitativo e incluyente y promover el desarrollo integral y sostenible de los recursos naturales y los ecosistemas que apoyan, entre otros, el desarrollo económico, social y humano, al tiempo que facilitar la conservación de los ecosistemas, su regeneración y recuperación y su resiliencia ante los nuevos y emergentes desafíos (CEPAL, 2011).

Ilustración 1 Las empresas sostenibles y las influencias exteriores



Fuente: Elaboración propia tomado del informe VI, la promoción de empresas sostenibles. Ginebra, Suiza: OIT, p. vi año 2007.

Según esta extensión de la definición el desarrollo sostenible incluye no solamente “lograr las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de lograr su propias necesidades” sino además lograr la reducción de la pobreza, la inclusión social, la reducción de la desigualdad y elevar los estándares básicos de vida (OIT, 2002).

Un emprendimiento tan amplio es obviamente responsabilidad de todos, gobiernos, empresas y el resto de la sociedad porque los afecta a todos y compete a todos. Se considera primordial la acción de los gobiernos ya que controlan las políticas nacionales, el poder y buena parte de los recursos financieros. Controlan las reglas de juego que son indispensables para el desarrollo armónico de las actividades de los gobiernos, empresas y sociedad. Si bien las empresas, en algunos casos, son muy poderosas su capacidad para actuar sobre el conjunto del desarrollo sostenible es limitada y muchas veces sus incentivos no van en esa dirección (ODM, 2002).

2.12.1 Sostenibilidad empresarial

A diferencia de la responsabilidad social de la empresa RSE y del desarrollo sostenible, no existe una definición de aceptación general sobre lo que constituye la sostenibilidad empresarial. En un concepto muy usado, en general se extiende el ya clásico concepto de desarrollo sostenible propuesto en el marco de la cumbre de la tierra de 1992 por la comisión Brundtland sobre medio ambiente y “El desarrollo que permite lograr las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de lograr su propias necesidades”.

Recientemente la real academia de la lengua española, RSE ha incorporado la palabra “Sostenible” al diccionario: “Referido a un proceso, es aquel que puede mantenerse por sí mismo, como lo hace, por ejemplo, un desarrollo económico sin ayuda exterior al desgastes de los recursos existentes” (Vives, 2014).

2.12.2 Desarrollo de empresas sostenibles: El enfoque de la OIT

La OIT es el único organismo de las naciones unidas que reúne a representantes de los gobiernos, de los empleadores y de los trabajadores para diseñar políticas y programas de forma conjunta con el fin de promover empresas sostenibles. Basándose en las últimas propuestas sobre desarrollo sostenible, promoción del sector privado y buena ciudadanía de empresa, la conferencia internacional del trabajo de 2007 de la OIT abordó las necesidades

imperativas para el desarrollo sostenible, la globalización justa y el papel de las empresas. En sus conclusiones presentó un Programa para orientar la Promoción de Empresas Sostenibles (Poshe, 2014).

El programa de empresas sostenibles aplica sus directrices mediante un marco estratégico para la creación de trabajo decente en empresas sostenibles (Pinzón, 2015). Dicho marco se basa en tres elementos fundamentales que se refuerzan mutuamente: Crear las condiciones idóneas para que las empresas sostenibles prosperen y creen empleos; estimular a los empresarios para que cumplan con sus ambiciones en lo relativo a la creación de empresas, y fomentar lugares de trabajo sostenibles y responsables que combinen una mayor productividad y menos emisiones ambientales con mejores condiciones de trabajo y relaciones laborales (OIT, 2002).

La estrecha relación de la OIT con los gobiernos, las organizaciones de empleadores y los sindicatos de sus países miembros, así como sus vínculos con empresas multinacionales, le proporciona un acceso único a los actores de la economía real.

Las actividades de la OIT, en colaboración con dichos asociados y a través de estos mismos, son más eficaces dado que vinculan las reformas políticas con el fortalecimiento de las instituciones pertinentes y la divulgación dirigida a las propias empresas. El programa de empresas sostenibles, firmemente arraigado en el programa de trabajo decente de la OIT, se aplica a las empresas de todos los tamaños, desde microempresas a multinacionales, y de todos los tipos, entre los que se incluyen las cooperativas y las empresas sociales (OIT, 2008).

2.12.3 Los tres pilares del programa de empresas sostenibles

A continuación, se detallan los tres pilares según el programa sostenible de la OIT.

- A.** Crear entornos propicios para el empleo y las empresas sostenibles: Ayudar a los países miembros a evaluar y adaptar, cuando sea pertinente, políticas, leyes y normativas. El objetivo es fomentar las inversiones y la iniciativa empresarial para

equilibrar las necesidades e intereses de la empresa tanto de los trabajadores como de los empleadores con las aspiraciones más amplias de la sociedad.

- B.** Iniciativa empresarial y desarrollo de empresas: Ayudar a los empresarios incluidos los de los grupos objetivos especiales, como los jóvenes y las mujeres a crear y constituir empresas con éxito. El programa respalda las actividades que estimulan la iniciativa empresarial a través de la formación, la prestación de servicios para el desarrollo de empresas, el acceso a la información, a la tecnología y a la financiación, y la conexión de empresas a cadenas locales y globales de valor.
- C.** Lugares de trabajo sostenible y responsable: Vincular las mejoras en el ámbito de la productividad a mejores condiciones de trabajo, buenas relaciones laborales y buenas prácticas ambientales. Esto incluye la promoción del diálogo social y la negociación colectiva, así como el desarrollo de los recursos humanos y una producción más limpia, a fin de aumentar la productividad, reducir el uso de energía y materiales y reducir los impactos ambientales; aumentar los salarios y los beneficios compartidos, y lograr una buena gobernanza corporativa y prácticas empresariales responsables.

2.12.4 Programa de empresas sostenibles

La OIT tiene una amplia trayectoria y una buena reputación en la comunidad de desarrollo internacional en el ámbito del desarrollo de empresas, gracias a sus distintos productos y soluciones de eficacia demostrada que se aplican a nivel internacional a gran escala. El equipo de desarrollo de empresas sostenibles de la OIT cuenta actualmente con 11 ámbitos de especialización distintos, con productos y soluciones que ayudan a crear las condiciones idóneas para las empresas, impulsar la iniciativa empresarial y el desarrollo de empresas, y promover lugares de trabajo responsables. La OIT también ayuda a las empresas a orientarse hacia una economía más verde con procesos de producción más eficientes en términos ecológicos y mediante productos y servicios ecológicos. Estos productos se pueden usar de

forma independiente, pero son más eficaces cuando están adaptados y se utilizan conjuntamente (OIT, 2014)

2.12.5 Creación de empresas sostenibles

El potencial para desarrollar empresas sostenibles no suele aprovecharse por completo. Entre los obstáculos al desarrollo de las empresas se encuentran factores externos sobre los que las empresas puede que no tengan control, así como factores internos relacionados con las capacidades y los conocimientos de los empresarios (Mancias, 2011).

Entre los principales obstáculos internos para las actividades y el crecimiento de las empresas pueden enumerarse la falta de competencias de gestión, una información y un conocimiento de los mercados y las finanzas limitados, la falta de sensibilización sobre el valor de los servicios de apoyo a las empresas, el uso de tecnologías obsoletas, o una falta de prácticas responsables en el lugar de trabajo que produce un bajo nivel de productividad.

Aunque es importante abordar estos obstáculos internos para que las empresas crezcan, reviste la misma importancia el entorno externo en que éstas operan. Las empresas, independientemente de si son pequeñas o medianas, grandes multinacionales o cooperativas, no existen en el vacío, operan en un contexto político, social y económico de mercados y cadenas de suministro y están sujetas a limitaciones normativas e institucionales. Si no se abordan las cuestiones sobre el entorno propicio, los avances que se podrán conseguir mediante intervenciones en el ámbito de la empresa serán limitados (OIT, 2006).

Los estudios han identificado como principales obstáculos para el desarrollo de empresas sostenibles la falta de acceso a la financiación, la infraestructura insuficiente, la inestabilidad política, la normativa jurídica y administrativa, y la disponibilidad de trabajadores calificados. Estos obstáculos tienden a ser más graves cuanto más pobre es el país y más pequeñas son las empresas. Este entorno poco propicio también es una causa de la informalidad entre las microempresas y las pequeñas empresas, que, además, limita su crecimiento y productividad.

Para abordar estos desafíos se requiere un enfoque integrado que promueva un entorno propicio, que respalde a los empresarios potenciales y existentes, y que ayude a las empresas a adoptar prácticas responsables y sostenibles en el lugar de trabajo para lograr ser competitivas y mantener esa cualidad (OIT, 2014).

2.13 Emprendimiento empresarial

La palabra “emprendimiento” se deriva del término francés “Entrepreneur”, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo. Al describir la evolución histórica del término emprendedor (Vérin H, 1982). Muestra cómo a partir de los siglos XVII y XVIII se calificaba de emprendedor al arquitecto y al maestro de obra.

De esta manera se identificaba en ellos características de personas que emprendían la construcción de grandes obras por encargo, como edificios y casas. Esta concepción se asocia con el concepto de empresa que se identifica como una actividad económica particular, que requiere de evaluación previa sobre la producción y su equivalente en dinero, que en todo momento de la ejecución los criterios para evaluar la empresa ya están determinados en variables de producto y dinero (Vérin, 1982).

La definición del término emprendedor ha ido evolucionando y se ha transformado con base en estas dos concepciones, hasta hoy en día, que caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquivada a la comprensión de sus propias dinámicas (M.C, 1982).

Para (Hoselitz, 1960) y Jean Baptiste Say (1767-1832) es uno de los grandes colaboradores del emprendimiento en este período, al manifestar que el empresario representaba o se constituía en el catalizador para el desarrollo de productos, y lo definía como un “trabajador superior”. Consideraba que el fundamento del valor está en la utilidad que los distintos bienes reporten a las personas. Esta utilidad puede variar en función de la persona, del tiempo y del lugar en el

contexto del emprendimiento. La concepción de SAY es, por lo tanto, que el valor es subjetivo para el empresario (Amint, 1997).

Sin embargo, es importante señalar algunas otras definiciones específicas que se han generado en torno a la cultura emprendedora, las siguientes fueron citadas por Sérvulo Anzola (Anzola, 2003).

- Definición económica de emprendedor: Realiza cambios de recursos de una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.
- Definición pragmática de emprendedor: Es una persona que inicia su propio negocio nuevo y pequeño.
- Definición operativa de emprendedor: Aplica su talento creador e innovador para iniciar su propia empresa o engrandecer una ya existente.
- Definición general de emprendedor: El que hace que las cosas sucedan.
- Definición popular de emprendedor: Del dicho al hecho hay un gran emprendedor.
- Definición política de emprendedor: Es aquel que se esfuerza por convertir sus sueños en realidad.

2.13.1 Áreas de conocimiento del emprendimiento

Teniendo en cuenta la relación persona, empresa y entorno, las características de los estudios del emprendimiento se refieren a empresarios de otras culturas, que nada tienen que ver con el entorno Colombiano y Latinoamericano; de aquí se desprende que la del emprendimiento sea diferente de la de otras latitudes, donde la cultura y la economía influyen mucho el fenómeno emprendedor.

Por ello, hay que estudiar el fenómeno emprendedor colombiano para entender qué características culturales y económicas influyen tanto en la creación de nuevas empresas como en el crecimiento de las que ya existen (Rcintificas, 2009).

2.13.2 Cultura empresarial del emprendimiento

El reconocimiento por parte de los gobiernos y la sociedad de la función clave de las empresas en el desarrollo y el firme apoyo, tanto público como privado, a la iniciativa empresarial, la innovación, la creatividad y el concepto de tutoría, sobretodo en el caso de las nuevas empresas, las pequeñas empresas, y grupos específicos tales como las mujeres y los jóvenes, son determinantes importantes de un entorno propicio para la empresa. El respeto de los derechos de los trabajadores debería incorporarse (OIT, 2008).

2.13.3 Características del emprendedor

Los emprendedores no son iguales, no obstante, se puede mencionar algunas características esenciales que los emprendedores deben poseer para alcanzar sus objetivos: Valores, virtudes y actitudes (MIFIC, 2000).

(Velazco, 2003) Dentro de las virtudes y valores del emprendedor podemos encontrar: honestidad, solidaridad, responsabilidad, amistad y la excelencia así mismo, los emprendedores poseen diversas actitudes dentro de las cuales podemos mencionar las siguientes:

- Tener los objetivos claros en la vida.
- Creer en el propio proyecto.
- Las cosas no suceden por sí solas sino que uno mismo hace que sucedan.
- Dedicar todo el tiempo, recurso y esfuerzo necesario para lograr nuestros objetivos.
- Es necesario tomar riesgos en la vida y disfrutar de estos desafíos.
- Disponer de gran energía.
- Saber que actuar con honestidad es beneficioso.
- Valorar la perseverancia y el esfuerzo.
- Valor de la educación permanente.
- Comprometerse a trabajar con ética.
- Comprometerse con los factores ambientales y sociales.

- Comprometerse a tener estabilidad en las relaciones personales.
- Ser un buen comunicador.
- Darle la pasión del amor a lo que se hace.
- Ver al fracaso como el camino hacia el éxito.
- Adquirir conocimientos técnicos.
- Ser consciente de que el primer capital y el más importante en un emprendimiento es uno mismo.

2.13.4 Tipos de emprendedores

Existen diferentes enfoques sobre los tipos de emprendedores, se pueden clasificar por su experiencia, por entorno, por actividades, o por personalidad (Chen, 2012):

- **Emprendedores por experiencia:** Tienen diferentes actitudes, algunos son dinámicos, innovadores y saben tomar riesgos; en otros casos algunos toman demasiados riesgos, no son cautelosos y no se educan; también hay otros emprendedores que son demasiado cautelosos, no son innovadores y toman pocos riesgos. Por lo general los emprendedores por experiencia que saben tomar riesgos, son innovadores, dinámicos y buscan aprender de sus errores serán los que tendrán mayores oportunidades de éxito (Miamónides, 2016).
- **Emprendedores informales:** Son emprendedores que están comenzando a emprender, no tiene experiencia en negocios y tal vez ni siquiera se consideran a sí mismos como emprendedores. son emprendedores sin un plan de negocios definido, solo posee una idea o concepto de negocio. Comienzan su emprendimiento con sus propios recursos financieros, por ende su capital es muy reducido. La mayoría de los emprendedores informales son desempleados, amas de casa o empleados con necesidad de ganar más dinero, que están buscando una fuente de ingreso adicional y terminar con negocios informales (Schubert, 2013).
- **Emprendedores mixtos o término medio:** Estos son los emprendedores informales que han ganado experiencia o se educan para desarrollar una idea de negocio con más estabilidad. También pueden ser empleados con mucha experiencia en la

administración o desarrollo de algún tipo de negocio que decide abrir su propia empresa, en algunos casos son emprendedores por necesidad. En la gran mayoría de los casos este tipo de emprendedor no solo tiene la idea, también tiene más o menos un plan de negocio pero no está completo. Poco a poco va desarrollando las mejoras y los toques finales a su plan e idea de negocio (Alamillo, 2008).

- **Emprendedores inversores:** Son emprendedores con capital, pero sin idea de negocio, buscan otros emprendedores que tengan algún plan de negocio para invertir en ese plan de negocio. Ellos conocen como juzgar una idea, un plan de negocio y principalmente a las personas. La principal razón, por la cual un emprendimiento falla es por culpa del emprendedor, porque no sabe implementar su idea o aterrizar el plan de negocio (Carrillo, 2014).
- **Emprendedores innovadores:** Este tipo de emprendedor normalmente nace de ambiente universitario o centros de investigación, y son influenciado o reciben soporte de los denominados parques tecnológicos como Silicon Valley. Por lo general la innovación tiene un poco de riesgo (o mucho), porque el modelo de negocio depende mucho de un producto innovador, que permite crear un mercado nuevo o sustituir un mercado existente. Este tipo de emprendedor usualmente es tecnológico pero no es exclusivo de este rubro. Pueden ser emprendedores de áreas como medicina, equipos médicos, terapias, automóviles, industria (Chile, 2011).
- **Inter emprendedor:** Se le dice a las personas que están dentro de un empresa por varios años, consiguen toda la experiencia, los contactos y conocimientos para luego renunciar y deciden desarrollar su propia empresa del mismo tipo con la experiencia y conocimiento adquirido. La mayoría de los emprendedores provienen de este tipo. Por ejemplo: publicistas, diseñadores gráficos, corredores de bienes raíces o de seguros (Nieto, 2015).
- **Emprendedores por azar:** Suelen toparse con el negocio por azar no es algo planificado, pero esto no quiere decir que no tengan una idea o concepto de negocio. Normalmente surgen en mercados nuevos pero con altas probabilidades de crecimiento. Pueden adaptarse rápidamente y aprovechan el momento, a menudo también son emprendedores por necesidad (Discapnet, 2013).

- **Emprendedores productores:** Este tipo de emprendedores tiene dos tipos: Personas innovadores, usualmente inventores por su capacidad inventiva o de recursos para generar nuevos productos para desarrollar patentes de propiedad intelectual para luego venderlos y Personas que producen productos no tan innovadores pero de consumo masivo como pan, muebles, artesanías, etc. Muchos de estos emprendedores pueden categorizarse dentro de la industria en gran escala o en pequeña escala (Emprendedores, 2011).
- **Emprendedores especialistas:** Tiene un perfil profesional técnico, son innovadores y creativos. Buscan mejorar procesos, productos, ideas, etc. Tienden a ser muy individuales por ello pueden que no sepan trabajar muy bien en grupo (aunque no es una regla). Son especialistas en su campo y suelen ser los mejores, por lo general, este tipo de emprendedores fracasan porque los negocios requieren tener conocimiento de muchos campos, y por ello ser individualistas no les ayuda, necesitan trabajar en grupo con personas que llenen la falta de experiencia y de conocimiento que el especialista no tienen (Jiménez, 2012).
- **Emprendedores visionarios:** No le tienen miedo al riesgo, y dependiendo de su personalidad pueden ser cautelosos o poco cautelosos. Buscan ideas o mercado poco explorados. Pueden emprender tanto en negocios tradicionales como innovadores. El único problema, es que suelen saltar de idea de negocio en idea de negocio. Nunca aterrizan sus proyectos y comienzan a comenzar otro sin haber terminado el primero (Bianco, 2013).
- **Emprendedores persuasivos:** Tienen una gran de persuasión y de influir a otras personas como colaboradores, socios, inversores, financieras, etc. Son grandes líderes y motivadores con una gran autoestima hacia ellos mismos y hacia la idea, plan o proyecto. En algunas ocasiones son vistos como testarudos y/o abusan del poder y la manipulación. Son pocos los que son los suficientemente sensatos para no embriagarse con el poder (Ceballos, 2009).
- **Emprendedores exploradores o rastreadores:** Son profesionales o personas con una gran capacidad de entender su entorno y analizarlo, tienen una mente analítica y racional que les permite detectar errores u oportunidades. Tienen una visión general y específica permitiéndoles descubrir cosas que otros no han visto sin importar el

mercado. En algunas ocasiones se excede demasiado en el análisis y la cautela, y terminan haciendo nada (Federico, 2009).

2.14 Factores críticos de éxito de las MIPYMES

Se detallan, las definiciones más relevantes sobre los factores críticos de éxito FCE, (Rockart J. F., 1979) Es el término para un elemento que es necesario en una organización o proyecto para cumplir su misión. Es un factor crítico o una actividad requerida para asegurar el éxito de una compañía u organización. El término fue usado inicialmente en el mundo del análisis de datos, y análisis de negocios.

(Rockart J. , 1982), Define a los factores críticos de éxito como: *“Las áreas clave en las que son absolutamente necesarios los resultados favorables para que un gerente en particular alcance sus metas”*. Similar a esta definición, pero más simple, definen (Grant, 1996) a los factores críticos de éxito como: *“Los elementos que hacen que una empresa sea exitoso”*.

Así mismo, según (Boynlon, A.C., and Zmud, R.W, 1984) “Los factores críticos de éxito son una serie de cosas que necesitan ir bien para asegurar el éxito de un gerente o una organización, y, por lo tanto, representan aquellas áreas de gestión empresarial, las que deben de ser de continua atención para lograr un alto rendimiento.

Los factores críticos del éxito incluyen cuestiones vitales para las actividades de funcionamiento actuales y para su futuro éxito." Por lo tanto, (James F. M., 1995) define a los (FCE) como: “Los factores críticos de éxito describen las cosas que la organización debe hacer bien para alcanzar los objetivos de sus estrategias. Los factores críticos de éxito son los medios por los que la organización cumple sus estrategias."

Los factores críticos de éxito (FCE) no deben confundirse con los criterios del éxito; los FCE son los resultados o logros de un proyecto que son necesarios para considerar un proyecto como exitoso. Los criterios del éxito están definidos con los objetivos y puede ser cuantificado

por “los indicadores claves de desempeño”. El concepto de “Factores del éxito” fue desarrollado por D. Ronald Daniel de McKinsey & Company en 1961 (D, 1961).

Los factores de éxito representan las condiciones externas e internas que necesitan ser atendidas frecuente y cautelosamente por parte de los altos ejecutivos. Estos factores fijan las métricas del uso en el control operacional y la planeación estratégica (Luck, 1996). Muchos argumentan que el éxito de un negocio es basado en identificar un mercado nicho que a la larga se traducirá en crecimiento, desarrollo y rentabilidad (aumentar su cadena de valor). La descripción técnica de los FCE se trata en definitiva de identificar áreas y factores cuyo funcionamiento permitirán la implantación de una estrategia determinada (Nuñez, 2008).

Deben considerarse factores internos y externos de la empresa, como actividades dentro de la organización que se deben realizar con especial atención, sucesos externos sobre los cuales la organización puede tener o no control y áreas cuyo funcionamiento debe situarse a un nivel competitivo (ICESI).

La metodología de los factores críticos de éxito se realiza siguiendo los siguientes pasos:

- **Paso 1:** Elección de la misión de la organización la cual define el modelo de negocio actual de las organizaciones, lo que hace bien, y para lo que fueron creadas y es donde se convoca al equipo humano que entrará a ser parte del proceso de análisis para definir los puntos de la metodología FCE.
- **Paso 2:** Conformación del equipo de análisis, acá se convoca al equipo humano que entrara a ser parte del proceso de análisis para definir los puntos de la metodología.
- **Paso 3:** Identificación de las influencias dominantes, con la exposición de la misión de la organización se establecen todos los factores externos positivos y negativos, así como los factores internos positivos y negativos que hace parte del entorno de la organización.

- **Paso 4:** Basado en los resultados del Paso 3 por el equipo de análisis, se diseña la ya famosa y conocida Matriz DOFA, en donde básicamente se transforman las influencias de la siguiente manera:

Ilustración 2 Matriz DOFA / FODA

| INFLUENCIA DOMINANTE | | MATRIZ DOFA |
|----------------------|------------------|---------------|
| (I,-) | Interna negativa | Debilidades |
| (I,+) | Interna positiva | Fortalezas |
| (E,-) | Externa negativa | Amenazas |
| (E,+) | Externa positiva | Oportunidades |

Fuente: Tomado del Artículo Asignación y determinación de prioridades de procesos esenciales, con base en los FCE, escrito por Juan de J. Pinto

- **Paso 5:** Luego del análisis de la lista de influencias dominantes y el estudio de la Matriz DOFA, proseguimos a generar el conjunto de factores críticos de éxito, que servirán como puntos fijos al horizonte para llegar a ellas (Metas) y que se deben cumplir al pie de la letra si se desea alcanzar el éxito visionado.

Los FCE deben empezar con los siguientes verbos: Desarrollar, incrementar, adquirir fortalecer, capacitar, optimizar y controlar. Para que todo el trabajo no se quede en papel, se deben definir el conjunto de actividades que se requieren ejecutar para garantizar el cumplimiento de cada uno de los FCE (Pinto).

- **Paso 6:** Desarrollo del plan de acción, ya que todo el trabajo realizado no se puede quedar en papel, se debe definir el conjunto de actividades que se requieren ejecutar para garantizar el cumplimiento de cada uno de los FCE.

- **Paso 7:** Puesta en marcha de las estrategias, cada responsable inicia las acciones y estrategias correspondientes que garantizaran el éxito sinérgico de la organización, ya que todos los FCE pueden estar relacionados entre sí, el conjunto de ellos aumentan la probabilidad de éxito de la organización (Arias, 2016).

Ilustración 3 Ponderación de los FCE

| | FCE1 | FCE2 | FCE3 | FCE4 | FCE5 | FCE6 | FCE7 | FCE8 | | Sumatoria | Ponderado |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|--|-----------|-----------|
| FCE1 | X | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | | 3 | 0.11 |
| FCE2 | 1 | X | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 6 | 0.22 |
| FCE3 | 0 | 0 | X | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | | 3 | 0.11 |
| FCE4 | 1 | 1 | 0 | X | 0 | 1 | 1 | 0 | | 4 | 0.14 |
| FCE5 | 1 | 0 | 0 | 1 | X | 1 | 1 | 1 | | 5 | 0.18 |
| FCE6 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | X | 1 | 1 | | 4 | 0.14 |
| FCE7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | X | 1 | | 1 | 0.03 |
| FCE8 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | X | | 2 | 0.07 |
| | 4 | 1 | 4 | 3 | 2 | 3 | 6 | 5 | | 28 | |

Comprobación: Total Fila 1 + Total Columna 1 = 7 = FCE -1
 (4) + (3) = 7 = (8) -1

Fuente: Elaboración propia, tomado del artículo asignación y determinación de prioridades de procesos esenciales, con base en los FCE, escrito por Juan de J. Pinto

2.14.1 Clasificación de los factores críticos de éxito

Según John F Rockart en el año 1982, plantea que los FCE según su experiencia de diversas organizaciones se ha identificado diferentes características que nos permite manejar y establecer de manera más clara los FCE las cuales provienen de cinco fuentes principales las cuales se detallan a continuación:

- **Industria:** Donde cada una posee un conjunto de factores críticos de éxito los cuales son definidos por las mismas características de la industria.
- **Estrategia Competitiva y posicional:** Cada compañía se encuentra en una posición individual dentro de la industria en que se desenvuelve, la cual depende de su historia, su situación geográfica y su estrategia competitiva actual.
- **Ambiente:** Son todos los factores ambientales exceptuando aquellos donde la organización posee poco o nada de control, como son las fluctuaciones económicas o las políticas nacionales.
- **Fuentes temporales:** Son áreas dentro de la organización que se tornan críticas por algún periodo de tiempo y luego pierden importancia dentro de la empresa. Normalmente estas áreas no generan factores críticos de éxito.
- **Gerencia:** Dependiendo de la situación funcional de los administradores se genera factores críticos de éxito. Si un administrador está enfocado a la parte económica de la organización, ciertamente no le importara lo que le concierne al administrador de la producción.

Cada industria posee un conjunto de factores críticos de éxito los cuales son definidos por las mismas características de la industria. Cada compañía se encuentra en una posición individual dentro de la que se desenvuelve, la cual depende de su historia, su situación geográfica y su estrategia competitiva actual (Rockart J. F., 2012).

Existen algunas técnicas o mejores prácticas para el desarrollo de las empresas. Sin embargo, no es necesario ser un experto en todas las áreas o estar certificado en alguna de ellas, lo que sí es importante y un requisito primordial que se debe cumplir, es el liderazgo, ya que siempre estaremos rodeados de profesionales que dominan cada una de sus áreas, pero sin esos recursos necesarios no se puede lograr el éxito, en este caso implementar o desarrollar un proceso de incubación sin ser líderes o contar con experiencia profesional, poco valdrá o servirá de la experiencia de cada uno, ya que se incurrirá en errores elementales bajo esta situación, de trabajo, poca comunicación asertiva, escasez de visión de hacia dónde vamos con éste proyecto, (Oropeza, 2014).

Los factores críticos de éxito son aquellos elementos en los que hay que sobresalir para superar a la competencia, en las cuales podemos determinar las siguientes etapas (UNAM, 2009) :

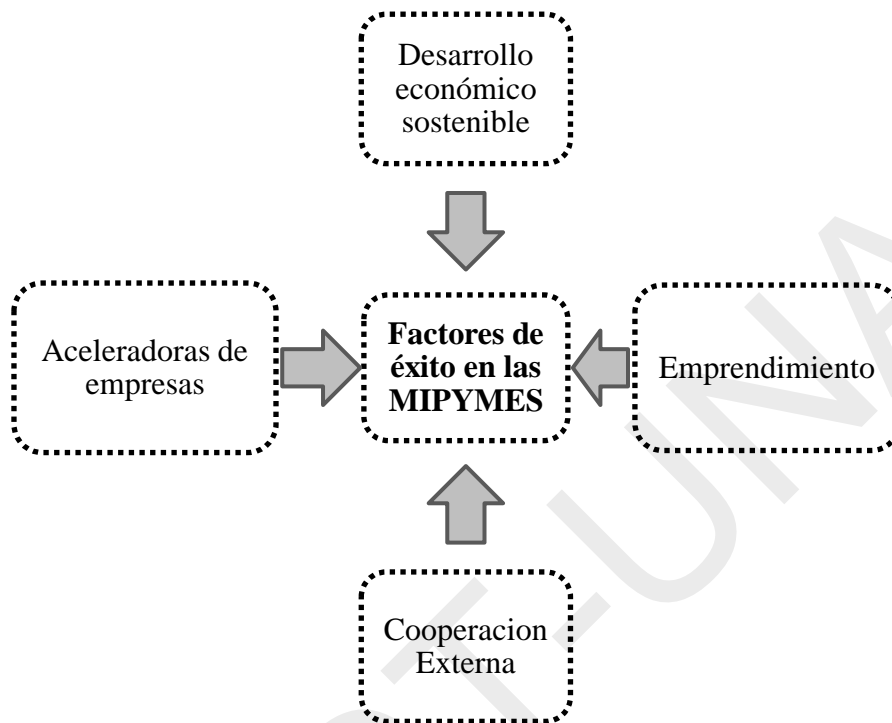
- Identificar los factores críticos de éxito de una estrategia concreta.
- Identificar las competencias nucleares que permiten lograr una ventaja competitiva.
- Identificar los estándares de rendimiento necesarios para superar a la competencia.
- Determinar consecuencias potenciales de las reacciones de los competidores y cómo se pueden contrarrestar Factores Críticos de Éxito.

La importancia de las pequeñas y medianas empresas en el sector manufacturero en la economía hondureña sugiere que la comprensión del éxito de las empresas es crucial para la estabilidad y salud de la economía de la nación. Las causas generales para el éxito de las pequeñas y medianas empresas, son: Capacitación en dirección a la problemática de la empresa, financiamiento para la obtención de capital, apoyo a las asesorías de la empresa y otras técnicas de mejora de la calidad y productividad, crecimiento financiero y de los empleados, son citas típicas para el éxito de las pequeñas y medianas empresas (Núñez, 2008).

Estudios recientes demuestran que a pesar de la variedad de factores internos que llevan a las pequeñas empresas al éxito, casi todos están relacionados a la figura del emprendedor. Dentro de las diversas áreas del conocimiento que tienen que ser atendidas en el estudio del éxito empresarial, casi todas confirman que el fundador es la pieza fundamental para que efectivamente ocurra el éxito (Meeham, 2002).

Los empresarios que recién comienzan deben tener presente que el éxito depende en gran medida de uno mismo y de las causas o circunstancias que se pueden controlar o modificar. Sin embargo, tal como se ha visto, el éxito de los nuevos empresarios está fundamentalmente al interior de sus organizaciones de ellos mismos, buscar estos factores de innovación que nos lleven a tener una mejor ventaja competitiva (Carballo, 1990) siendo estos factores los más importantes: De acuerdo a (Fragoza, 1994) el método de los factores críticos de éxito básicamente permite la creación de un proyecto fuera de la definición del problema.

Ilustración 4 Factores de éxito empresarial



Fuente Elaboración propia

Esto se realiza mediante la descomposición de una meta claramente definida en una lista de sub objetivos llamados factores. La función de los factores críticos de éxito es la de guiar y enfocar a los directivos hacia las actividades primordiales de su negocio y a pensar en sus necesidades de información más críticas, para el aprovechamiento de los recursos valiosos de una organización, como lo son los financieros, materiales, humanos y de tiempo.

Es limitada la atención a otros tipos de éxitos dentro de las MIPYMES, como las metas personales de los propietarios, la motivación por estar en ese negocio. Por lo tanto, las medidas de éxito en las empresas deben de reflejar una combinación de las características personales de los propietarios y el medioambiente donde se encuentre la empresa, en donde los éxitos de las MIPYMES pueden ser medidos por diferentes criterios; uno puede ser el financiero y el no-financiero, aunque la literatura les pone más atención a las medidas financieras. Las medidas tradicionales del éxito de los negocios tienen su base en el número de

empleos, retorno de la inversión, utilidades, salud financiera. Estas medidas de éxito llevan implícito otras medidas como crecimiento, calidad, innovación, dirección estratégica.

2.14.2 Características de los factores críticos de éxito

De acuerdo a la experiencia de diversas organizaciones se ha identificado diferentes características que nos permite manejar y establecer de manera más clara los FCE puede ser temporales o subjetivos (Andres Roa, 2012).

- Están relacionados íntimamente con la supervivencia exitosa o competitividad de la entidad que se refieren. Son específicos para cada negocio, organización, entidad o individuales.
- Un plan o un proceso se consideran estratégicos para una organización cuando afectan a sus FCE.
- Son influenciados por el contexto o entorno económico, socio político, cultural, geográfico, y por el acceso y disponibilidad de recursos.
- Están directamente relacionados con el reconocimiento de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que la organización posee.
- Desarrollar relaciones efectivas con los clientes.
- Fortalecer la visibilidad externa.
- Entender las bases en que el cliente juzga la calidad de los productos.
- Asegurar el abastecimiento de productos de calidad.

Por lo tanto, los factores críticos del éxito son los factores necesarios para que una organización logre el éxito de un negocio. Los factores pueden variar de empresa a empresa, pero deben abordarse para garantizar que la empresa opere con una eficiencia óptima.

Hay por lo menos siete factores críticos de éxito que deben ser abordados durante la vida de la empresa: Los ingresos, el servicio al cliente, la calidad, la innovación, la comunicación, la flexibilidad y la investigación y el desarrollo (Hunter, 2013).

2.14.3 Fuerzas y debilidades de los factores críticos de éxito

El método de factores críticos de éxito, no es del todo infalible. Por si solo es una buena herramienta para los administradores, más sin embargo requiere de la experiencia y habilidad de los mismos para desarrollar un mejor desempeño en las áreas críticas identificadas (Carballo, 1990).

Se detalla las fuerzas de los factores críticos de éxito:

- Proveen un soporte efectivo al proceso de planeación.
- Permite investigar los servicios de información que pueden afectar la posición competitiva de una empresa.
- El método es recibido con mucho entusiasmo por parte de los ejecutivos.
- Sirve para el análisis estructurado de los niveles altos de una empresa.

Se muestran las debilidades de los factores críticos de éxito:

- El grado de dificultad de los ejecutivos, para determinar los factores críticos de éxito de una empresa, depende de su posición dentro de la misma.
- Los ejecutivos que no están familiarizados con la planeación estratégica y táctica pueden tener problemas al tratar con la naturaleza de los factores críticos de éxito.
- Es muy difícil para algunos ejecutivos tratar de averiguar las necesidades de información, utilizando únicamente los factores críticos de éxito.
- Es importante mencionar que los factores críticos de éxito no se mantienen constantes a través del tiempo, su determinación depende de la época en que son analizados y también varía de una organización a otra, por lo que implica que se deben monitorear y medir constantemente, para que el desempeño de la persona, organización o industria sea acorde a los cambios del ambiente de negocio.

CAPÍTULO III

MÉTODOS Y

TÉCNICAS DE

INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO III: MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

En el siguiente capítulo, se dan a conocer los parámetros que se realizaron para contextualizar y profundizar en la recolección de información en el problema de investigación planteado, mediante el desarrollo de una perspectiva teórica y analítica, y con el propósito de responder a las preguntas de investigación anteriormente detalladas y cumplir con los objetivos del estudio.

3.1 Tipo de investigación

La investigación fue desarrollada bajo un enfoque de tipo cuantitativo ya que comprende la recopilación y revisión de datos estadísticos así como cifras históricas de algunas instituciones financieras y programas de desarrollo a las MIPYMES del Distrito Central efectuando entrevistas a expertos y cuestionarios a las micro, pequeña y mediana empresa donde la información recolectada se procederá a analizar estadísticamente logrando obtener de esta forma los patrones de comportamiento de las empresas que han recibido apoyo para fortalecerse logrando el éxito y desarrollo económico en el Distrito Central.

3.2 Alcance de la investigación

La investigación se basó en un estudio de tipo correlacional ya que se determina la relación existente entre las variables, incubadoras o aceleradoras de empresas con factores críticos de éxito, desarrollo económico sostenible y emprendimiento empresarial.

Los objetivos están dirigidos a las empresas que no han logrado alcanzar el éxito y desarrollo empresarial y esto trae como consecuencia el desempleo, salarios bajos, falta de producción, incumplimiento de leyes y todas las variables relacionados con el emprendimiento y desarrollo de las MIPYMES industriales del Distrito Central.

3.3 Diseño de la investigación

El diseño que se utilizó es de tipo no experimental en el cual se definirán los factores que causan efectos críticos en las MIPYMES no incubadas en la población hondureña del sector industrial del Distrito Central, desarrollando un estudio transversal de tipo correlacional causal debido a que se recopilaban datos en un momento único y sin manipulación deliberada de las variables, luego evaluaremos los factores de éxito que brindan las incubadoras a las MIPYMES al ser incubadas.

3.4 Definición de las variables e indicadores

Se detallan cuáles son las variables dependientes e independientes de la investigación, estas son de gran importancia debido a que es una medida de resumen, donde se muestra de preferencia estadísticamente, referida a la cantidad o magnitud de un conjunto de parámetros o atributos de la investigación.

Tabla 4 Variables en Estudio

| Variable Dependiente | Variable Independiente | Variable Independiente | Variable Independiente |
|-----------------------|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------|
| Incubadora de empresa | Factores Críticos de Éxito (FCE) | Desarrollo Económico sostenible | Emprendimiento empresarial |

Fuente Elaboración propia, conceptos obtenidos ley para el fomento de desarrollo de la competitividad de micro, pequeña y mediana empresa (2009)

3.5 Hipótesis de la investigación

A continuación, se detalla la hipótesis de investigación la cual es el enlace entre la teoría y la recolección de información que realizamos para comprobar su aceptación o rechazo.

“Actualmente los emprendedores y las MIPYMES no cuentan con procesos de apoyo organizacional, técnico y financiero bajo la denominación de incubadoras de empresas que les

permita desarrollar factores de éxito en su sector Industrial, esa falta de acompañamiento durante el proceso de formación y consolidación requiere de medios de incubación que aceleren, y guíen al emprendedor en su formación profesional. Para que fortalezcan el emprendimiento y sostenibilidad de las MIPYMES Industriales del Distrito Central creando así una plataforma de incubación para el desarrollo económico sostenible de Honduras.”

3.6 Población y muestra

El universo se estimó partiendo de la base de datos de la CCIT del Distrito Central la cual fue brindada por el coordinador del área de las MIPYMES del COHEP la cual se compone por 3,108 empresas dentro de las cuales solo 407 empresas pertenecen al sector industrial según lo detalla la descripción de la CCIT.

El muestreo fue desarrollado a partir del método probabilístico donde se realizaron la aplicación de cuestionarios a las MIPYMES del sector del Distrito Central que hayan obtenido algún acompañamiento o impulso económico para el desarrollo de su empresa o que estén en el proceso del mismo.

Así mismo, se determinó una población finita (aplicación de las entrevistas estructuradas a expertos); y una infinita (para la aplicación de cuestionarios a emprendedores que hayan recibido un apoyo externo para el logro de éxito y desarrollo sostenible de las MIPYMES. Por lo tanto, nuestro universo está compuesto por 407 empresas del sector industrial en el Distrito Central, en donde la fórmula estadística para calcular nuestra muestra de población infinita es:

Ecuación 1: Cálculo de la muestra

$$n = \frac{(Z^2P)(Q)(N)}{N(E)^2 + (Z^2)(P)(Q)}$$

Fuente: Elaboración propia tomado del libro de estadística

En Donde:

- ♦ n = Número de encuestas a realizar : Incógnita
- ♦ Z = Nivel de confianza : 95% = 1.96 de la tabla de distribución normal para el 95% y error del 5%
- ♦ P = Probabilidad de éxito : 5% = 0.50
- ♦ Q = Probabilidad de fracaso : 5% = 0.50
- ♦ N = Población : 407 MIPYMES industriales del Distrito Central
- ♦ E = Margen de error : 5% = 0.05

Cálculo:

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)(407)}{(0.05^2)((407)+(0.5))(0.5)(1.96^2)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.5)(0.5)(407)}{(0.0025)((407) + (0.25)(3.8416)}$$

$$n = 198 \text{ Encuestas}$$

Del cálculo anterior, la muestra a encuestar será de las 198 MIPYMES industriales del Distrito Central de Francisco Morazán.

3.7 Descripción del método y las técnicas de investigación

El método de recolección de información probabilísticos que se desarrolló fue el cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES industriales del Distrito Central siendo estos los actores claves en esta unidad de análisis así mismo, se aplicó el método no probabilístico a la investigación por medio de entrevistas aplicadas a expertos en el tema de desarrollo empresarial, financiación económica y aplicación de proyectos de innovación a las MIPYMES industriales del Distrito Central , logrando de esta manera una validación de la información recolectada en los cuestionarios aplicados, los datos que se obtuvieron fueron analizados por el instrumento probabilístico, utilizando el muestreo aleatorio simple debido a que los individuos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados.

Para el procesamiento de análisis de los datos se utilizó el paquete estadísticos SPSS; se obtuvieron en un primer momento los datos descriptivos de las diferentes variables por métodos estadísticos. Luego se analizaron las diferentes estadísticas según la hipótesis planteada verificando previamente la pertenencia de cálculo de regresión lineal y correlación de Pearson.

3.8 Descripción de los instrumentos para la recolección de información.

Los Métodos para la recolección de la información son:

1. El Cuestionario de tipo estructurado, para poder recolectar información sobre las poblaciones finitas respecto a las MIPYMES ubicadas en el Distrito Central para lograr encontrar o determinar si utilizó algún apoyo para fortalecer su empresa; debido a que está conformado con preguntas estructuradas de selección única evaluando los factores críticos de éxito, emprendimiento empresarial, desarrollo económico sostenible así como el apoyo técnico y financiero recibido externamente, permitiendo de esta manera fortalecer y emprender la empresa.
2. La Entrevista: Se utilizó para fortalecer el contenido relativo en la investigación a partir de la indagación del fenómeno a expertos del tema quienes por ser poblaciones finitas y de alta riqueza de contenido se estableció una entrevista estructurada la cual será aplicada y desarrollada a las siguientes institución.

Tabla 5 Expertos

| INSTITUCIÓN | EXPERTO |
|--|---------------------|
| 1. Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP). | Unidad de SDE |
| 2. Secretaria de Industria y Comercio (SIC), encargado de DIFOMIPYME y CONAMIPYME. | Coordinador General |
| 3. Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP) | Coordinador General |

Fuente: Elaboración Propia

3.9 Fuentes de información

Las fuentes de información que estarán presente en los procesos de recolección y análisis de datos provendrán de:

1. Fuentes primarias: Se aplicaron 198 encuestas a las MIPYMES Industriales del Distrito Central.
2. Fuentes secundarias: Se visitó a 3 instituciones en la cual se realizaron entrevistas estructuradas a expertos recolectando así la información necesaria para el estudio.

3.10 Matriz de operacionalización

A continuación, se detalla la operacionalización de las variables que comprenden el tema en estudio

Tabla 6 Matriz de operacionalización

| VARIABLE EN ESTUDIO | CONCEPTO | DEFINICIÓN OPERACIONAL | ÍNDICE REFERENTE | INDICADOR | # DE ÍTEM |
|--|--|---|--|-------------------------------|-----------|
| EMPREDIMIENTO EMPRESARIAL (Variable Independiente) | Es la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que inicia una nueva empresa. | Para que una empresa logre el emprendimiento debe de cumplir estos aspectos o claves empresariales | Utilizando la teoría de la mitad más uno, tenemos 100 nuevas empresas incubadas, si el 50% cumple ciertos parámetros llegan a obtener emprendimiento empresarial. | Estabilidad empresarial | 6 |
| | | 1. Liderazgo y el coaching. | | Ingreso anual (ventas) | 8 |
| | | 2. Espíritu emprendedor. | Nuevas ideas de negocio. | Capacitación | 10 |
| | | 3. Trabajo en equipo. | Nuevos negocios que nacieron del emprendimiento. | Capital semilla | 17 |
| | | 4. Habilidad de gestión. | Las claves de éxitos en los emprendedores. | Plan de negocio | 18 |
| | | 5. La orientación al servicio-cliente. | Productos de innovación | Planes de inversión | 19 |
| | | 6. Determinar las metas y prioridades. | | Situación laboral y económica | 21 |
| | | | Infraestructura | 22 | |
| DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE (Variable Independiente) | Se llama desarrollo sostenible aquel desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. | El Desarrollo sostenible involucra aspectos adicionalmente a su comportamiento económico, utilice de manera adecuada sus recursos y contribuya positivamente al crecimiento del entorno de dónde opera. | Porcentaje de crecimiento económico interanual de las empresas incubadas en el Distrito Central. | Aprendizaje permanente | 11 |
| | | | El Logro que ha tenido la economía de las MYPIMES en Japón. | Problemática de la empresa | 12 |
| | | | El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible WBCSD está formado por compañías internacionales unidas por un compromiso compartido por el desarrollo sostenible a través del crecimiento económico, equilibrio ecológico y progreso social. | Planes de I+D+I | 14 |
| | | | Economía formal | 23 | |

| VARIABLE EN ESTUDIO | CONCEPTO | DEFINICIÓN OPERACIONAL | ÍNDICE REFERENTE | INDICADOR | # DE ÍTEM |
|---|---|--|---|---|-----------|
| ACELERADORAS E INCUBADORAS DE EMPRESAS (Variable Dependiente) | Las incubadoras de empresas son instituciones que aceleran el proceso de creación, crecimiento y consolidación de empresas innovadoras a partir de las capacidades emprendedoras de los ciudadanos. | Proceso mediante el cual se brinda apoyo a las nuevas IMIPYMES para lograr minimizar el riesgo empresarial y aumentar las posibilidades de éxito empresarial. Las incubadoras de empresas brindan servicios de asesoría especializada, capacitación e infraestructura administrativa a los pequeños y micro empresarios en forma compartida con la finalidad de consolidar el desarrollo de estas empresas | Si de 100 nuevas MIPYMES el 60% recibieron apoyo para fortalecerse, mantenerse a flote por sí mismas. | Numero de colaboradores | 7 |
| | | | | Acceso a instituciones financieras | 13 |
| | | | | Retorno de inversión | 15 |
| | | | | Prevención al riesgo laboral | 26 |
| | | | | Beneficios conforme a ley | 27 |
| | | | | Dirección estratégica | 20 |
| | | | | Crecimiento empresarial | 28 |
| | | | | Ingresos extras | 29 |
| | | | | Fortalecimiento externo | 31 |
| | | | | | 32 |
| 33 | | | | | |
| Encuentros empresariales | 34 | | | | |
| FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO (Variable Independiente) | El número limitado de áreas en las cuales los resultados, si son satisfactorios. Aseguran un funcionamiento competitivo y exitoso para la empresa u organización. Esto de la mano con la cooperación empresarial entre empresas para compartir recursos, capacidades o actividades con el propósito del mutuo aprendizaje y la mejora de la posición competitiva. | Mejora de la posición competitiva por la necesidad de un mayor volumen de negocio | Podemos señalar que las empresas que afrontan un proceso de cooperación, adquieren las siguientes ventajas: | Mejora de la Calidad | 9 |
| | | Acceso a un mercado, Adquisición de tecnología, Expansión internacional | a) Incrementan sus capacidades y sus competencias, sin necesidades de incorporar y desarrollar nuevos recursos y habilidades | Constitución Legal de la empresa | 16 |
| | | Acceso a un recurso o habilidad complementaria, Aprendizaje de una habilidad | b) Ganan tiempo respecto a los competidores; y | Incremento de la productividad | 24 |
| | | Realización de un proyecto demasiado costoso y arriesgado | c) Preservan su flexibilidad, tan necesaria para la adaptación al entorno cambiante en que, generalmente, se insertan sus actividades | Implementación de programas empresariales | 30 |
| | | | | | |

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y

DISCUSIÓN DE

LOS

RESULTADOS

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

A continuación, se detallan los resultados que se obtuvieron mediante cuestionario y entrevista a expertos, de esta misma manera se observa el estudio de la estadística descriptiva e inferencial en donde se determina la aceptación o rechazo de la hipótesis en estudio.

Los resultados obtenidos mediante las 198 encuestas la cuales fueron aplicadas a propietarios de empresas industriales del Distrito Central que han recibido o están interesados en recibir apoyo externo para fortalecer o emprender su negocio y que este llegue al éxito.

4.1 Estadística descriptiva de la investigación

A continuación, se presenta el análisis de la estadística descriptiva de la investigación tomando como referencias las variables estudiadas en el cuestionario, la cual es la fuente de información primaria. Cada una de las variables está asociada con los indicadores según el instrumento que se aplicó a los propietarios de las MIPYMES industriales del Distrito Central. Así mismo, a cada una de las preguntas identificadas en el instrumento de recolección de información se le calculará:

- Análisis de las medidas de tendencia central.
- Análisis de las medidas de dispersión.

Es importante conocer las estadísticas descriptivas, así se visualiza de una mejor manera la acumulación de las frecuencias en las respuestas obtenidas en el cuestionario aplicado.

En la tabla 7, se observan los resultados de todas las preguntas o elementos que conformaron el cuestionario en donde las frecuencias estadísticas que se obtuvieron en SPSS están compuestas por las medidas de tendencia central y las medidas de dispersión.

Por lo tanto, las medidas de tendencia central, nos permiten identificar los valores más representativos de los datos, de acuerdo a la manera como se tienden a concentrar, la media determina la suma de todos los valores observados, dividido por el número total de

observaciones, la mediana nos permite identificar el valor que se encuentra en el centro de los datos, es decir, nos permite conocer el valor que se encuentra exactamente en la mitad del conjunto de datos después que las observaciones se han ubicado en serie ordenada, y la moda nos indica el valor que más veces se repite dentro de los datos; es decir, donde se obtuvieron las mayores respuestas.

Así como, las medidas de tendencia central nos permiten identificar el punto central de los datos, las medidas de dispersión nos permiten reconocer que tanto se dispersan los datos alrededor del punto central; es decir, nos indican cuánto se desvían las observaciones alrededor de su promedio aritmético (media), las medidas de dispersión más importantes y las más utilizadas en la investigación son la varianza, la desviación estándar y el rango.

La varianza esta medida nos permite identificar la diferencia promedio que hay entre cada uno de los valores respecto a su punto central, la desviación estándar nos permite determinar el promedio aritmético de fluctuación de los datos respecto a su punto central o media, la desviación estándar nos da como resultado un valor numérico que representa el promedio de diferencia que hay entre los datos y la media y el rango o también llamado recorrido de una distribución a la diferencia entre el mayor y el menor valor de la variable estadística.

En la siguiente tabla, se muestra el conjunto de todas estas frecuencias estadísticas que se obtuvieron al aplicar el cuestionario a los propietarios de las MIPYMES industriales del Distrito Central.

Tabla 7 Frecuencias estadísticas

| Pregunta | | Media | Mediana | Moda | Desviación estándar | Varianza | Rango |
|----------|--|-------|---------|------|---------------------|----------|-------|
| 1 | Género | 1.54 | 2.00 | 2 | .500 | .250 | 1 |
| 2 | Estado civil | 1.74 | 2.00 | 2 | .698 | .487 | 3 |
| 3 | Nivel de escolaridad del propietario | 2.53 | 3.00 | 3 | .785 | .616 | 3 |
| 4 | Edad del propietario | 2.56 | 3.00 | 2 | .909 | .826 | 3 |
| 5 | Rubro de la empresa de manufactura industrial | 4.10 | 4.00 | 7 | 2.227 | 4.960 | 6 |
| 6 | ¿Qué tiempo tiene de operar su empresa? | 2.00 | 2.00 | 1 | 1.135 | 1.289 | 3 |
| 7 | ¿Con cuántos colaboradores cuenta su empresa? | 1.45 | 1.00 | 1 | .672 | .452 | 2 |
| 8 | ¿Cuál es el rango de venta anual de su empresa? | 1.48 | 1.00 | 1 | .681 | .464 | 2 |
| 9 | Seleccione la herramienta que utiliza su empresa para medir la satisfacción de sus clientes | 1.55 | 1.00 | 1 | .649 | .421 | 2 |
| 10 | Usted ha participado en capacitaciones o curso para emprendimiento | 1.58 | 2.00 | 2 | .495 | .245 | 1 |
| 11 | Sus colaboradores reciben capacitaciones para mejorar el desarrollo de sus funciones | 1.67 | 2.00 | 2 | .471 | .222 | 1 |
| 12 | ¿Cuál cree usted que es el mayor factor que afecta el éxito de su empresa? | 2.88 | 3.00 | 3 | .685 | .469 | 3 |
| 13 | Su empresa cuenta con líneas de crédito bancarias o de proveedores | 1.56 | 2.00 | 2 | .498 | .248 | 1 |
| 14 | Tiene la empresa un programa escrito y presupuesto asignado para la innovación y desarrollo para nuevos servicios o procesos | 1.73 | 2.00 | 2 | .444 | .197 | 1 |
| 15 | Su negocio actualmente está operando financieramente con: | 2.47 | 3.00 | 1 | 1.312 | 1.722 | 3 |
| 16 | En qué forma jurídica está constituida su empresa | 1.61 | 1.00 | 1 | .797 | .636 | 2 |
| 17 | Su empresa fue iniciada con: | 1.36 | 1.00 | 1 | .560 | .314 | 2 |
| 18 | Realizó usted algún estudio de mercado o financiero para la apertura su empresa | 1.71 | 2.00 | 2 | .454 | .206 | 1 |
| 19 | La empresa cuenta con un plan de trabajo para desarrollarse anualmente | 1.59 | 2.00 | 2 | .493 | .243 | 1 |
| 20 | La empresa está cumpliendo los objetivos planteados | 1.32 | 1.00 | 1 | .469 | .220 | 1 |
| 21 | A qué se dedicaba usted antes de emprender su negocio | 2.26 | 2.00 | 3 | 1.126 | 1.268 | 4 |

| | Pregunta | Media | Mediana | Moda | Desviación estándar | Varianza | Rango |
|------|--|-------|---------|------|---------------------|----------|-------|
| 22 | Las instalaciones de la empresa son | 1.64 | 2.00 | 2 | .587 | .344 | 2 |
| 23 | Su empresa cuenta con el nuevo sistema tributario de la DEI | 1.46 | 1.00 | 1 | .658 | .433 | 2 |
| 24 | ¿Cuál es el perfil educativo de los colaboradores de su empresa? | 1.98 | 2.00 | 1 | .904 | .817 | 3 |
| 25 | Seleccione el sueldo mensual que devengan sus colaboradores | 1.83 | 2.00 | 2 | .635 | .404 | 2 |
| 26 | Su empresa cuenta con un plan de prevención de riesgos laborales | 1.60 | 2.00 | 2 | .492 | .242 | 1 |
| 27 | Sus colaboradores cuentan con los beneficios del código de trabajo | 1.60 | 2.00 | 2 | .492 | .242 | 1 |
| 28 | La empresa ha tenido crecimiento en los últimos 3 años | 1.26 | 1.00 | 1 | .441 | .195 | 1 |
| 29 | Usted cuenta con otra fuente de ingreso económico aparte de los de su empresa | 1.22 | 1.00 | 1 | .413 | .171 | 1 |
| 30 | Le gustaría que su empresa contará con una metodología de aceleramiento para fortalecer, desarrollar y lograr un mayor posicionamiento en su rubro | 1.09 | 1.00 | 1 | .288 | .083 | 1 |
| 31 | Usted ha recibido apoyo externo para el fortalecimiento de su empresa (conteste la pregunta número 32, Solo si su respuesta es NO) | 1.76 | 2.00 | 2 | .427 | .182 | 1 |
| 32 | Marque qué tipo de apoyo le gustaría que recibiera su empresa que permita lograr el éxito | 2.49 | 3.00 | 4 | 1.583 | 2.505 | 4 |
| 33 A | Le gustaría que su empresa recibirá apoyo de alguna de estas instituciones | 2.44 | 3.00 | 4 | 1.629 | 2.654 | 4 |
| 33 B | Le gustaría que su empresa recibirá apoyo de alguna de estas instituciones | .80 | 0.00 | 0 | .982 | .964 | 2 |
| 33 C | Le gustaría que su empresa recibirá apoyo de alguna de estas instituciones | .70 | 0.00 | 0 | 1.270 | 1.613 | 3 |
| 33 D | Le gustaría que su empresa recibirá apoyo de alguna de estas instituciones | .71 | 0.00 | 0 | 1.530 | 2.340 | 4 |
| 33 E | Le gustaría que su empresa recibirá apoyo de alguna de estas instituciones | 1.94 | 0.00 | 0 | 2.444 | 5.972 | 5 |
| 33 F | Le gustaría que su empresa recibirá apoyo de alguna de estas instituciones | .82 | 0.00 | 0 | 2.064 | 4.261 | 6 |
| 34 | Usted ha participado en programas o eventos para emprendedores | 2.37 | 3.00 | 3 | .880 | .774 | 2 |

Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del análisis del cuestionario por medio de SPSS.

Seguidamente, se detalla los resultados obtenido en el cuestionario aplicado a los propietarios de micro, pequeñas y medianas empresas industriales de diferentes rubros de la manufactura como ser: Productos fabricados en madera, papel, textil, cuero así como los sectores cárnico, lácteo y alimenticio entre otros, las 198 empresas que se encuestaron están ubicadas en el Distrito Central de Francisco Morazán.

El estudio tiene como propósito dar a conocer las principales características de estos negocio; como ser: si iniciaron por medio de emprendimiento, número de empleos que generan, ventas anuales, si cuentan con acceso a servicios financieros, desarrollo empresarial constante, perspectivas de inversión, los FCE entre otros, los dominios principales sobre los cuales se pronuncian los resultados son: Sexo del propietario o socio principal (masculino y femenino); así como las edades y nivel educativo de ellos.

4.1.1 Análisis de los datos demográficos

Tabla 8 Característica de los propietarios de las MIPYMES

| | | Género | | Total |
|----------------------|--------------------|----------|-----------|-------|
| | | Femenino | Masculino | |
| Edad del encuestado | De 18 a 25 años | 16 | 7 | 23 |
| | De 26 a 35 años | 44 | 31 | 75 |
| | De 36 a 50 años | 23 | 43 | 66 |
| | Más de 50 años | 9 | 25 | 34 |
| | Total | 92 | 106 | 198 |
| Nivel de escolaridad | Primaria | 8 | 13 | 21 |
| | Secundaria | 33 | 33 | 66 |
| | Universidad | 46 | 50 | 96 |
| | Post Universitaria | 5 | 10 | 15 |
| | Total | 92 | 106 | 198 |

Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

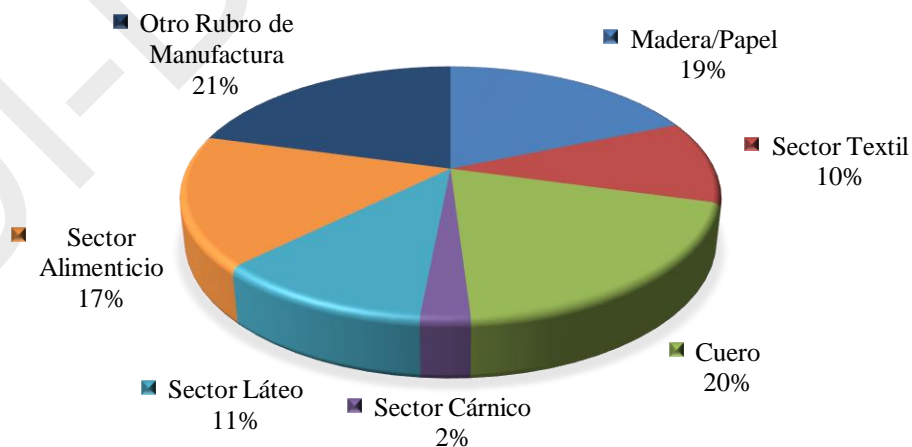
Se determinó, que los dueños o socios de las principales de las MIPYME son personas que oscilan en un promedio de edad entre los 26 y 35 años, y que han tenido alrededor de 16 años de estudios en general (primaria 6 años, secundaria 3 años, plan básico 2 años, universidad 5

años); lo que les permite ser posibles receptores de servicios de desarrollo empresarial, educación financiera, entre otros.

La edad promedio en que un empresario inicia su propio negocio es entre los 26 y 35 años en donde existe un 12% de dueños o socios con una edad menor a los 26 años lo que indica muy poca actividad de emprendimiento a temprana edad. Este aspecto es muy importante para antes que desarrollan programas de emprendimiento, puesto que el perfil de los emprendedores basado en los hallazgos de esta encuesta, determina que un emprendedor exitoso es una persona que inició su negocio a partir de que trabajó en uno similar y adquirió experiencia, y tiene la madurez para administrar y conocer los riesgos que implica iniciar un negocio al obtener conocimientos metodológicos y técnico, se debe de tomar en cuenta que los propietarios encuestados en sus empresas no tenían más de 5 años en operaciones.

El emprendimiento está más desarrollado por los hombres en un 53%, pero las mujeres hoy en día han incrementado el emprendedurismo por diversos problemas sociales, políticos y económicos así como la igualdad de género que se está incrementando en los últimos años esto no sería posible si no se tuviera el deseo de superación personal y las nuevas oportunidades que se brindan al género femenino.

Gráfico 1 Actividad económica



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

En el gráfico 1, se observa que el rubro de transformación del cuero representa el 20% esto es debido a nuevos programas de emprendimiento y desarrollo que actualmente se están desarrollando en ese sector; la aceptación a nivel internacional de este tipo de producto desarrollado en Honduras está innovando localmente con las carteras y zapatos con el nuevo estilo de pirograbados, eso ha ayudado a que nuevas empresas emprendan en ese rubro, así mismo, el 21% de las MIPYMES industriales está representado por el rubro de manufactura (caficultora, alfarería, bisutería, reciclaje de materia prima), ya que gran parte están iniciando o están posicionadas en la elaboración de bisutería , hoy en día existen cursos, talleres o capacitaciones especializadas en este sector y eso motiva al emprendedor en constituir una microempresa inicialmente.

Los demás rubros son empresas que están mayormente posicionada en el Distrito Central en los sectores cárnico, lácteo y alimenticio ya que su rubro es de consumo primordial para la población hondureña y permite la competencia leal entre las empresas incentivando a la apertura de nuevas así como el rubro de papel, madera y textil que son empresas que generan mayor cantidad de empleos en la población hondureña disminuyendo las tasa de desempleo e incrementando el desarrollo económico del país.

4.1.2 Análisis de la variable emprendimiento empresarial

Tabla 9 Indicador estabilidad empresarial e infraestructura

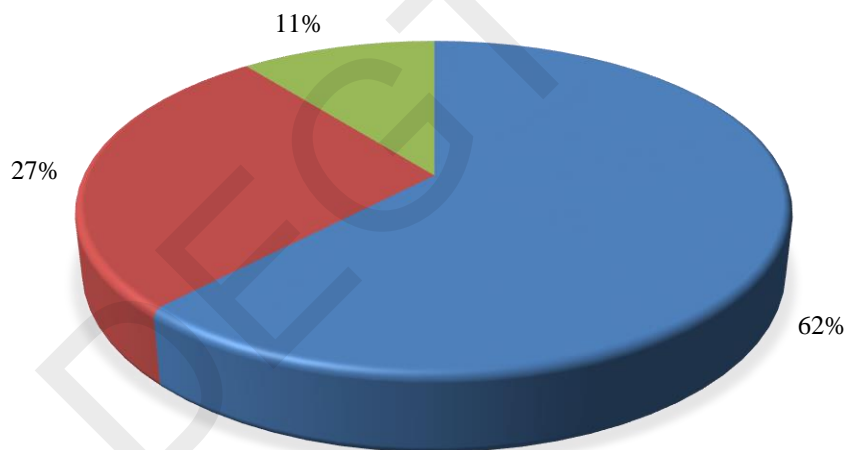
| | | ¿Qué tiempo tiene de operar su empresa? | | | | Total |
|--------------------------------------|-----------------------------|---|----------------|-----------------|----------------|------------|
| | | De 1 a 5 años | De 5 a 10 años | De 11 a 15 años | Más de 15 años | |
| Las instalaciones de la empresa son: | Propia | 30 | 26 | 5 | 22 | 83 |
| | Arrendado | 57 | 26 | 8 | 13 | 104 |
| | Compra por medio financiero | 2 | 6 | 0 | 3 | 11 |
| Total | | 89 | 58 | 13 | 38 | 198 |

Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

Según estudios realizados, los años de duración actual de las MIPYMES oscilan entre los 1 y 5 años en un 45% lo cual entre menos años tiene de existencia la empresa son menores los aspectos de acumulación de activos, de experiencia y de conocimiento.

Las MIPYMES están funcionando en un lugar arrendado fuera de la vivienda como ser: Tienda, local comercial, taller o kiosko. Se identificó que existe un 42% de las MIPYMES que funcionan en la vivienda de los propietarios mismo que realizan la función de gerente general y que a mayor tamaño de empresa, más tiende a tener una estructura organizacional completa con un gerente, un administrador y un contador diferentes al dueño, así mismo, se determinó que solamente el 5% de las MIPYMES tiene acceso a un préstamo bancario y esto para poder adquirir instalaciones propias para su negocio.

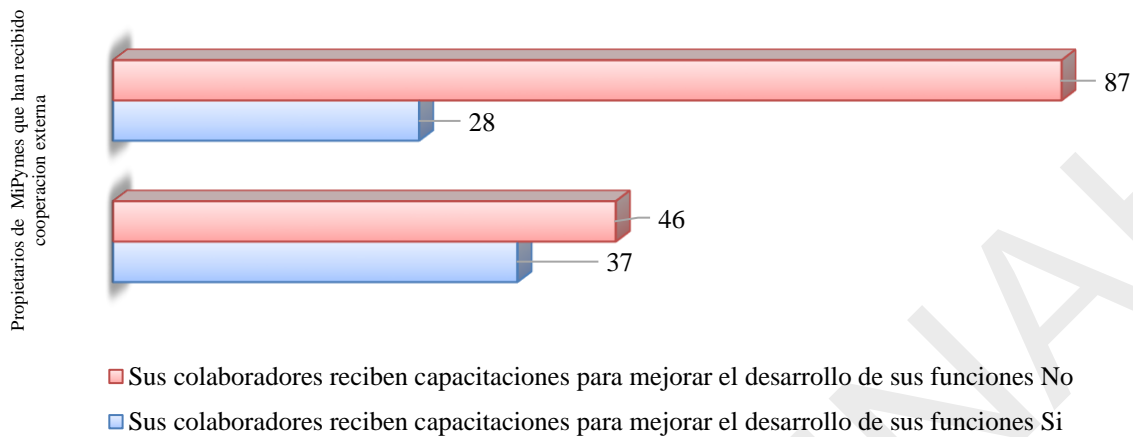
Gráfico 2 Indicador ingresos por venta



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

El desempeño en las MIPYMES industriales referente al monto total de las ventas en el 2016 y el número de empleados se consideran las principales variables que diferencian los tamaños de empresas. El monto promedio de ventas anuales utilizando los estimadores robustos, es menor a setecientos mil lempiras, en un 62% esto se debe principalmente porque los negocios son significativamente más pequeños y con menor número de empleados.

Gráfico 3 Indicador de capacitación empresarial de las MIPYMES



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

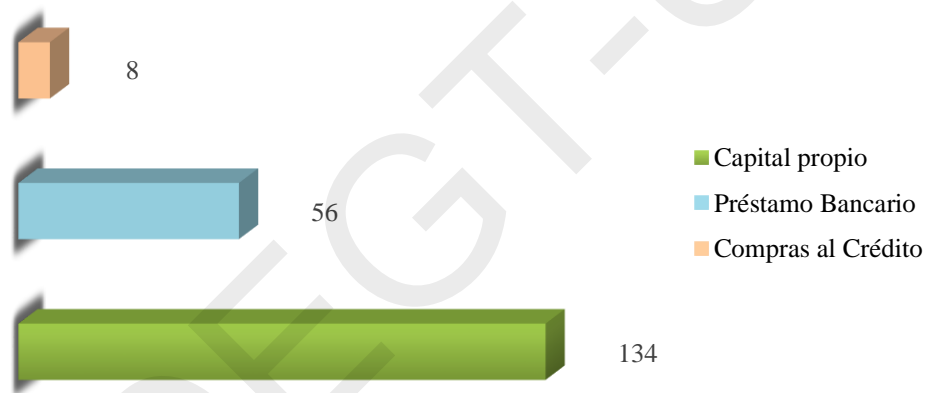
Se puede observar, en el gráfico 3 la relación que existe entre los empresarios que han recibido capacitaciones, y el efecto dominó que este representa en sus colaboradores. El 58% (115/198) de propietarios de las MIPYMES no han recibido capacitaciones ni curso de emprendimientos, esto viene a impactar en sus colaboradores ya que el 67% (133/198) de estos no tienen oportunidades de mejora ni de crecimiento empresarial. Sin embargo un 42% (83/198) de propietarios recibieron o participaron en cursos para emprender su negocio o capacitarse para un mejor desarrollo del mismo lo cual permitió que el 33% (65/198) de sus empleados se capacitaran obteniendo conocimientos teóricos y prácticos que incrementan el desempeño de las actividades dentro de la organización u empresa.

Hoy en día, la capacitación tanto del propietario en las organizaciones es de vital importancia porque contribuye al desarrollo de los colaboradores tanto personal como profesional. Por ello las empresas deben encontrar mecanismos que den a sus colaboradores los conocimientos, habilidades y actitudes que se requiere para lograr un desempeño óptimo. Ya que en la capacitación se diseñan programas para transmitir la información relacionada a las actividades de cada organización. Mediante el contenido de éstos, los colaboradores tienen la oportunidad aprender nuevas cosas, actualizar sus conocimientos, relacionarse con otras personas, es otras palabras, satisfacen sus propias necesidades, mediante técnicas y métodos nuevos que ayudan

aumentar sus competencias, para desempeñarse con éxito en su puesto, permitiendo a las organizaciones alcanzar sus metas.

Muchos empresarios consideran a la capacitación como un gasto innecesario, sin darse cuenta que se puede ofrecer resultados positivos y un aumento en la productividad y calidad en el trabajo; es decir, es una inversión que trae beneficios al colaborador y a las MIPYMES, también se puede mencionar que desarrolla una alta moral en los empleados, ayuda a solucionar problemas con mayor eficacia y eficiencia, minimiza los accidentes de trabajo, incrementa la rentabilidad de la empresa entre otras.

Gráfico 4 Indicador de capital semilla en las MIPYMES



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

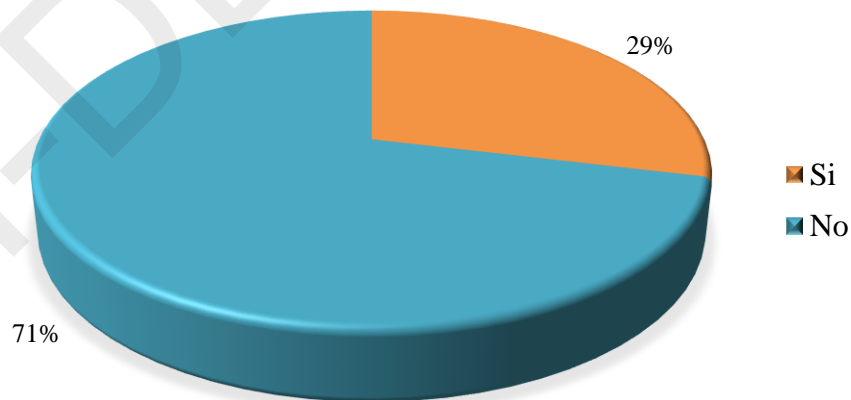
El capital semilla de las 198 empresas hondureñas que se encuestó representan en un 68% (134/198) su capital de inversión inicial como fondos propios, el 28% (56/198) fue por préstamo bancario y el 4% (8/198) los propietarios iniciaron con crédito otorgado por proveedores (mercadería o materia prima).

La empresa necesita recursos financieros para poder financiar las inversiones para la realización de su actividad productiva, así como para hacer frente al pago de los gastos corrientes y no corrientes originados por la misma.

El 68 % de los propietarios iniciaron con recursos propios lo que determina que el capital está formado por las aportaciones de los socios al constituirse en una sociedad o por el único dueño. Los recursos propios son las fuentes de financiación más estables o permanentes que tienen las MIPYMES, ya que no tienen vencimiento, además son los que soportan un mayor riesgo, puesto que en caso de quiebra los socios son los últimos en percibir el valor que resulta de la liquidación de la empresa.

Así mismo, el 4% de las MIPYMES iniciaron por medio de un crédito comercial por parte de los proveedores, la cual representa un aplazamiento en el pago de los suministros, esta una fuente de financiación muy utilizada, porque presenta la ventaja de obtenerse de una manera informal, de carácter rutinario y se acepta técnicamente es una financiación que resulta gratuita para la empresa si el importe de los materiales y suministros no varía por el hecho de aplazar su pago. A su vez, el 28% de las MIPYMES iniciaron por medio de un préstamos bancario estas empresas corren mayor riesgo ya que el capital financiado o prestado debe de ser devuelto con intereses, estas empresas tienen que tener objetivos y metas objetivas a cumplimiento ya que deben de generar utilidades para poder cubrir mayores gastos.

Gráfico 5 Indicador plan de negocio de las MIPYMES

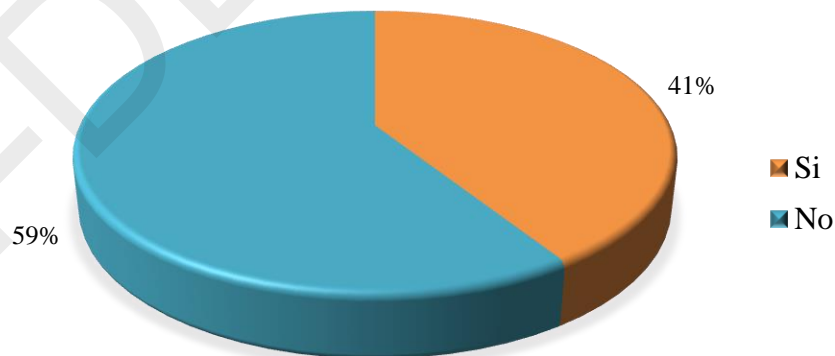


Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

El estudio de mercado o plan de negocio consiste básicamente en analizar la oferta y la demanda de un bien o servicio dentro de un mercado y por lo tanto, determinar la penetración que éste pueda tener en el mercado real. A través de este estudio solo el 29% de las MIPYMES conocieron tanto las oportunidades como los riesgos, ya que los estudios de mercado preparan a la empresa para poder conocer que van a encontrar en su entorno de trabajo, lanzarse a éste sin conocerlo aumenta las posibilidades de fracaso por falta de preparación, estructura, promoción u otros aspectos que afectan al éxito de la empresa.

El 71% de las MIPYMES no realizaron estudios de mercados para iniciar sus empresas lo que muestra que no obtuvieron un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), esto es con el fin de aprovechar el potencial del mercado y la empresa y prepararse para las debilidades de la empresa frente a la competencia y las amenazas que presenta el mercado. Es importante que las MIPYMES realicen análisis estratégicos que les permitirá elegir la estrategia más adecuada para penetrar el mercado. El objetivo es encontrar un hueco ideal para rentabilizar al máximo la empresa, manteniendo oportunidades a largo plazo, hoy en día existen varias empresas que se encargan de la venta de estudios de mercado ya elaborados que permiten acceder a estudios del sector de una empresa en concreto.

Gráfico 6 Indicador plan de inversión



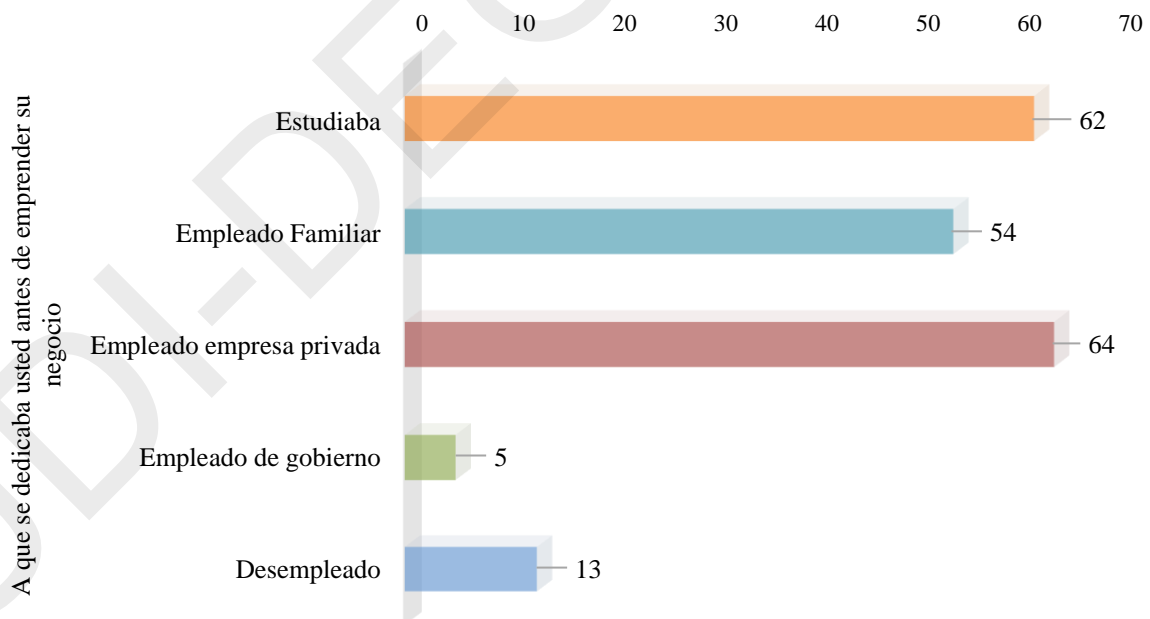
Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

En el Distrito Central solo el 41% de las MIPYMES industriales realizan planes de inversión para el desarrollo de actividades o de procesos anualmente. Estos planes son una herramienta

útil para enfocar al negocio y el proceso de examinar sistemáticamente la viabilidad de un nuevo proyecto. Este tipo de estudios nos ayuda a entender a los clientes, competidores y al mercado en sí mismo. Y no sólo eso sino que también ayuda a al emprendedor a poder desarrollar un nuevo plan de negocio, lanzar nuevos productos y servicios y expandirse en un nuevo mercado.

Actualmente, el 59% de las MIPYMES no realizan el estudio del mercado, es muy importante contar con estudios en la empresa ya que estos son necesario desde el primer momento, es decir, desde la concepción de la idea de iniciación de cualquier negocio, por muy pequeña que sea las MIPYMES que se quiere iniciar, se hace necesario hacer un sondeo, estudiando al consumidor final, al comprador, al distribuidor, a la competencia, al producto, su empaque, canales a utilizar, al precio con el cual se va a sacar al mercado, a su promoción, al nombre del producto, etc. Anticipando así una serie de problemas que podría evitarse, cuando estos estudios se hacen en forma sistemática y organizada contribuye a alcanzar los factores de éxito empresariales.

Gráfico 7 Situación laboral y económica del propietario

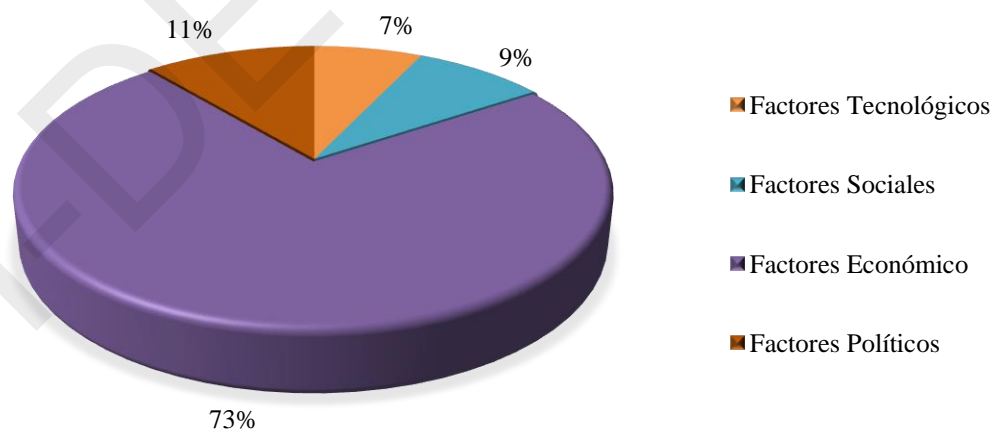


Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

En el gráfico N° 7, se observa que el 27% (54/198), está representada por dueños o socios principales que anteriormente trabajaron en un negocio similar por los cuales tienen el conocimiento básico para poder darle seguimiento al cumplimiento de los objetivos empresariales que cuenta la industria de su sector y el hecho de haber trabajado en un negocio similar se considera como una fuente principal de emprendimiento exitosos que brinda la ventaja de acelerar la curva de aprendizaje del negocio así como el incremento de la experiencia así mismo, 62 de cada 198 propietario representa el 31% que emprendió su empresa durante sus estudios, obteniendo mayor conocimiento para lograr un mayor posicionamiento de su empresa y siendo el 32% (64/198) los propietarios que decidieron culminar sus estudios obteniendo conocimientos e implementarlos en la empresa privada y teniendo la idea de emprender formando su empresa propia y generando mayor empleo en el país.

4.1.3 Análisis variable desarrollo económico sostenible

Gráfico 8 Indicador problemática de las MIPYMES industriales



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

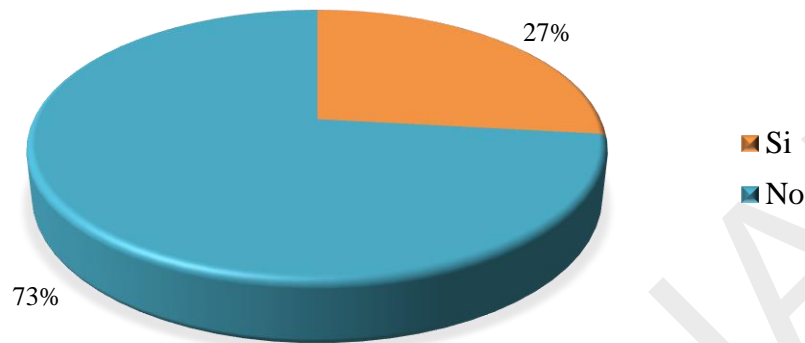
En las pequeñas y medianas empresas el factor económico internamente o externamente se ve afectado un 71% en donde el factor interno que afecta el entorno empresarial es el costo de mano de obra, de los materiales, de los procesos y los procedimientos. Los factores internos se pueden mejorar a través de proyectos. Por otro lado, los factores externos también pueden afectar a dichos entornos, teniendo la empresa menos control sobre estos. Durante una recesión, los consumidores gastan menos en elementos opcionales, tales como automóviles y electrodomésticos. Por otro lado, si el entorno económico es próspero, los consumidores son más propensos a gastar dinero, no sólo en las necesidades sino también en artículos más grandes.

Los factores políticos afectan el entorno económico de las MIPYMES en un 11% debido a que los legisladores en los niveles locales pueden ofrecer incentivos o excepciones fiscales a las empresas o pueden imponer normas que restrinjan las transacciones comerciales. Como hacer incurrir a la empresa en costo adicionales y este es adquirido por el producto final en donde el cliente debe de decidir si adquiere o no el producto a un mayor precio, y si no lo adquiere entonces la empresa no recibe ingresos.

Un gran número de clientes decide no comprar el producto, la empresa puede necesitar despedir empleados. Los factores sociales que afectan el entorno económico de las MIPYMES en un 9%, son las influencias culturales de la época. Por ejemplo, un diseñador de moda que crea pantalones Oxford o a rayas no tendrá éxito en un entorno donde los pantalones de pierna recta y de color sólido son los deseados. Un entorno social que tiende a ser más conservador no admite estilos que parecen estar a la moda. El negocio de la diseñadora de moda se resentirá si no cambia el estilo de ropa. Lo mismo se aplicaría a los fabricantes que producen y las tiendas que venden estos productos.

La innovación y la tecnología afectan a la MIPYME en un 7%. A medida que la tecnología avanza, una empresa se ve obligada a mantener el ritmo. Las empresas que no se mantienen al día con la tecnología se arriesgan a un aumento de los costos de producción y a precios más altos. Si el costo de la compañía para producir un producto o servicio supera al de los competidores, está pronto podría encontrarse fuera del negocio.

Gráfico 9 Indicador planes I+D+I



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

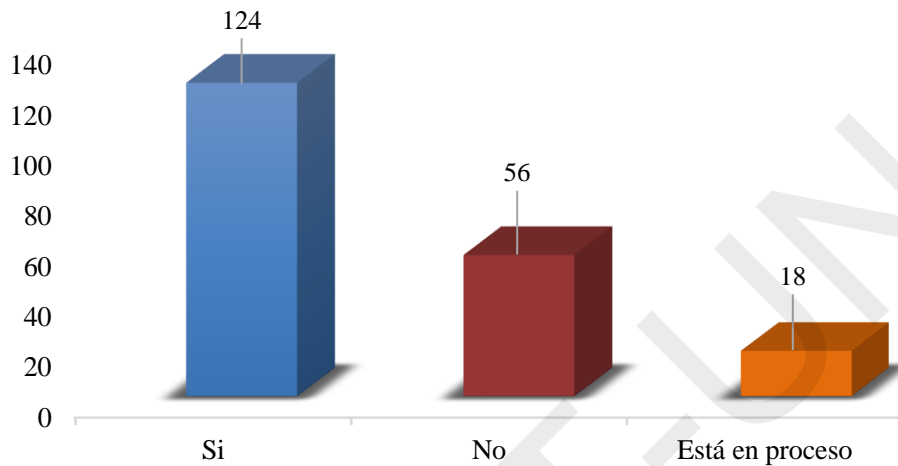
Se determinó, en el gráfico 9, que el 73% de las MIPYMES industriales del Distrito Central no cuentan con un programa escrito o presupuesto asignado a la innovación y desarrollo de nuevos productos de manufactura. Los Centros de desarrollo son instrumentos que permiten desarrollar capacidades al interior de las empresas, ofreciendo asesoría, acompañamiento y capacitación al emprendedor y empresario. Este instrumento promueve el crecimiento empresarial, la innovación, la productividad y la rentabilidad a través de propuestas de mejoras en la administración, la gerencia, la producción, desarrollo tecnológico, acceso a créditos que les permita expandir el negocio a nivel nacional e insertarse en la economía global, etc. de igual manera realizando cambios en los procesos de producción y comercialización de las empresas industriales, generan mayores ingresos económicos, en donde la aplicación y desarrollo de planes I+D+I generan beneficios positivos a las MIPYMES.

Solo un 27% de las MIPYMES tienen una línea de su presupuesto directamente asignadas a innovación siendo esta un área más de la empresa como puede ser marketing, producción o logística en donde la innovación abre nuevas oportunidades de negocio.

Las empresas innovadoras crecen el triple que las empresas que no innovan, renuevan la cartera de productos cada 3 años, exportan el doble que las no innovadoras, donde innovar

permite explorar oportunidades en otros mercados diferentes a los tradicionales de la empresa y diversificar logrando con esto factores de éxito en las MIPYMES Industriales del Distrito Central.

Gráfico 10 Indicador Economía formal



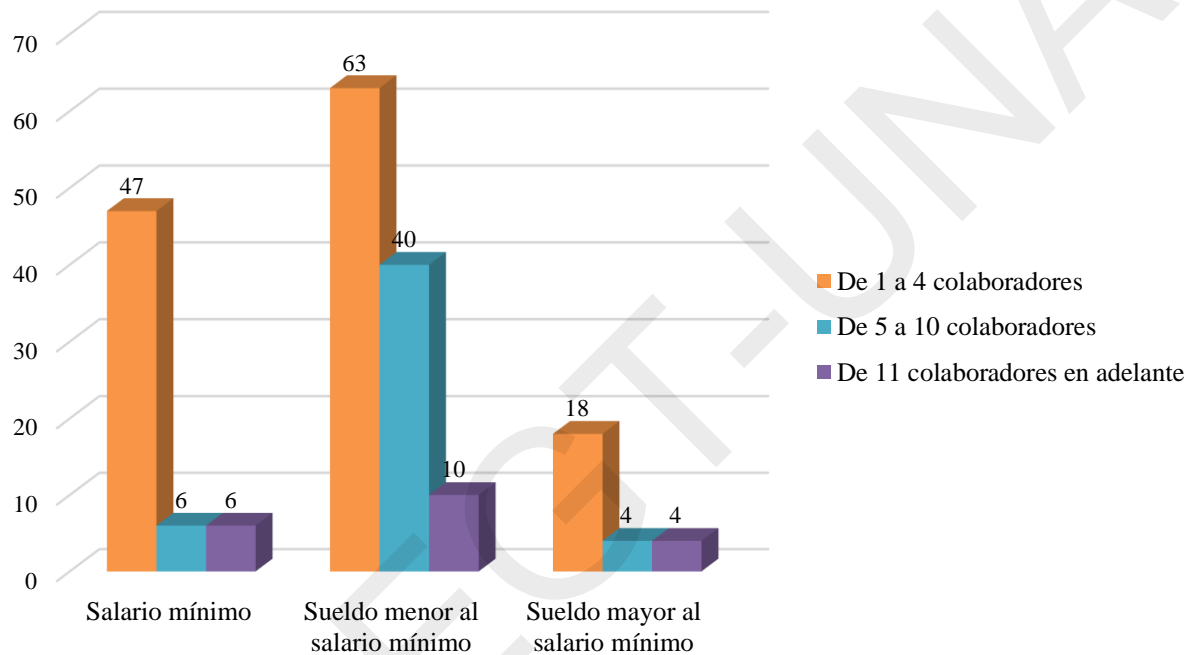
Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

Solamente el 63% (124/198) de las MIPYMES cuentan con el nuevo sistema tributario de la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI), así mismo, las MIPYMES tiene el objetivo de reglamentar la implantación del nuevo sistema de facturación, estableciendo modalidades de facturación, procedimientos, aspectos técnicos, formalidades, requisitos para la activación, inactivación, emisión y conservación de facturas, entre otros documentos fiscales.

Se observa, en el gráfico que el 28% (56/198) de las MIPYMES están en un sector informal, más que todos compuesta por micro empresas personales o familiares lo que significa que la DEI no está exigiendo actualmente que lleven una contabilidad o que contraten contadores, simplemente es que lleven un registro, un libro contable de ventas, donde anoten gastos, y que eso permita saber cuál es su actividad económica, Igualmente, deberán pagar una cuota mínima, porque tampoco estarán libre de agravarlos en virtud que algunos realizan una actividad de sobrevivencia.

Lo importante es que la administración tributaria tenga el registro de cuántos son y recuerde que parte del tres por ciento del aumento del Impuesto Sobre la Venta (ISV) está destinado a un fideicomiso para el apoyo de estas mismas MIPYMES, entonces ellos también tiene que dar una contraparte y reporta a la institución el recaudo.

Gráfico 11 Indicador salario conforme a ley



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

La crisis del año 2009 aún se ve reflejado en Honduras con los índices de desempleo, en donde las MIPYMES se vieron afectadas después que se realizó el incremento al salario mínimo a inicios del año 2009. Debido a esta crisis se identifica que el incremento al salario incidió en más despidos de colaboradores que la crisis política que el país estaba pasando. Se puede observar, que las MIPYMES del sector industrial ubicadas en el Distrito Central, un 57% (113/198) tiene un salario inferior al salario mínimo establecido por el ministerio del trabajo, en donde el tipo de rubro empresarial y la cantidad de colaboradores que con el que cuenta la industria no es un determinante clave para que los propietarios cumplan con esta obligación estipulada por la ley.

Un 65% (128/198) de las MIPYMES industriales cuentan de 1 a 4 colaboradores, así mismo, estos devengan un salario inferior, el incumplimiento de esta obligación puede surgir a que gran cantidad de microempresas están en una economía informal.

4.1.4 Análisis de la variable cooperación externa logrando los FCE

Las MIPYMES están constituidas como comerciante individual lo que representa un 59% (117/198) y como sociedad que está representado por el 21%. (42/198) Se identifica que entre menos colaboradores tenga la empresa hay más probabilidad que esté constituida formalmente.

Tabla 10 Indicadores colaboradores, constitución lega, estabilidad e ingreso empresarial.

| | | En qué forma jurídica está constituida su empresa | | | Total |
|---|-----------------------------------|---|--------------------|---------------------|------------|
| | | Comerciante Individual | Sociedad Mercantil | No está constituida | |
| ¿Con Cuántos colaboradores cuenta su empresa? | De 1 a 4 colaboradores | 81 | 17 | 30 | 128 |
| | De 5 a 10 colaboradores | 30 | 12 | 8 | 50 |
| | De 11 colaboradores en adelante | 6 | 13 | 1 | 20 |
| | Total | 117 | 42 | 39 | 198 |
| ¿Cuál es el rango de ventas anual de su empresa? | Menor a L 700,000.00 | 77 | 15 | 31 | 123 |
| | De L 700,000.00 a L 2, 000,000.00 | 31 | 15 | 8 | 54 |
| | Más de L 2, 000,000.00 | 9 | 12 | 0 | 21 |
| | Total | 117 | 42 | 39 | 198 |
| ¿Qué tiempo tiene de operar su empresa? | De 1 a 5 años | 52 | 16 | 21 | 89 |
| | De 5 a 10 años | 37 | 13 | 8 | 58 |
| | De 11 a 15 años | 6 | 3 | 4 | 13 |
| | Más de 15 años | 22 | 10 | 6 | 38 |
| | Total | 117 | 42 | 39 | 198 |

Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

Las pequeñas empresas al no estar constituida bajo ninguna de las formas legales no contribuye a que esta alcance el éxito o posicionamiento esperado.

Adicionalmente, las empresas que permanecen en el mercado más de un año están optando por constituirse legalmente actualmente este incremento se debe a los nuevos requerimientos de la dirección ejecutiva de ingresos lo cual no permite que las empresas que no estén constituidas puedan prestar sus servicios a las que si lo están, permitiendo el incremento en sus ingresos desde la formalidad de la misma, esto puede atribuirse, principalmente a que estos negocios en promedio tienen de 1 a 5 años de existencia y sus dueños o socios principales igualmente tienen aproximadamente 16 años de estudios aparte de las experiencia adquirida en sus tipos de negocios, lo que les permite manejarlos de una forma eficiente.

El 20% (39/198) de las MIPYMES no están constituidas legalmente generando ingreso menores a L 700,000.00 esto se debe a poca información que se brinda o a los altos costos de la canasta básica del país lo cual genera que las micro empresas disminuyan sus ingresos con el pago de los impuestos establecidos por la ley, también la situación financiera los obliga a no constituirse debido a los costos que estos se deben de incurrir, las empresas al estar formalizadas deben de procurar a obtener el máximo beneficio del mismo como es la expansión en el mercado para el incremento de ingresos en su empresas y así obtener una diversidad de productos o insumos a ofrecerles a sus clientes.

En la tabla número 11, se muestra los indicadores financieros de las MIPYMES, estos resultados da a entender que todo está bien económicamente, muchas veces el emprendedor no dice su verdadera situación económica así que se debe de tener en cuenta que estos porcentajes pueden contener un poco de sesgó debido a que los propietarios no contestaron en forma veraz al consultarle sobre el estado financiero de su empresa. La información sobre el acceso a financiamiento de las MIPYMES la cual se presentó en dos partes basándose en si el negocio tiene o no crédito con una institución financiera o proveedores comerciales de materia prima.

Un 44% (88/198) de las MIPYMES han tenido crédito con una institución financiera o comercial, entre más grande es el negocio, más han recurrido a financiamiento, así como el estado económico actual de la empresa ya que las que actualmente el 38% (76/198) está generando ganancias en sus ingresos y el 35% (69/198) está económicamente estable. En promedio las instituciones financieras les han hecho un ofrecimiento formal de crédito a las

MIPYMES lo cual indica que les conviven con una oferta de financiamiento dinámica a corto plazo.

Tabla 11 Indicadores financieras, retorno de inversión e ingresos extras

| | | Su empresa cuenta con líneas de crédito bancarias o de proveedores | | Total |
|---|------------------------|--|------------|------------|
| | | Si | No | |
| Usted cuenta con otra fuente de ingreso económico aparte de los de su empresa | Si | 74 | 81 | 155 |
| | No | 14 | 29 | 43 |
| Total | | 88 | 110 | 198 |
| Su negocio actualmente está operando financieramente con: | Ganancias | 34 | 42 | 76 |
| | Pérdidas | 7 | 15 | 22 |
| | Compras al crédito | 20 | 11 | 31 |
| | Estable económicamente | 27 | 42 | 69 |
| Total | | 88 | 110 | 198 |

Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

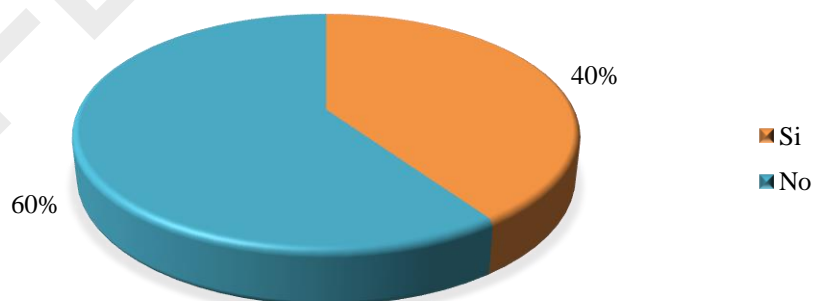
Sin embargo, pocas empresas poseen acceso a financiamiento, éste no siempre es en las condiciones demandadas. Las principales brechas en entre la oferta y demanda se encuentran en la poca oferta de recursos de largo plazo para inversión fija.

El número identificado de préstamos vigentes, con información secundaria proporcionada por los burós de crédito que indica que la MIPYME generalmente posee entre 1 y 2 créditos, así mismo no se tiene mayor acceso financiero bancario debido a que se limita si la MIPYME tiene mal record crediticio o se encuentra en la central de riesgo, los créditos que brindan los proveedores no son muy afectados ya que sus clientes no son estudiados tan exhaustivamente al solicitar créditos de materia prima por lo cual las MIPYMES industriales del Distrito Central tiene mayor acceso que los créditos.

Se observa, el 78% (155/198) de las MIPYMES cuentan con más de un ingreso económico en sus hogares lo que les permite tener un poco más de accesos a los financiamientos externos así inyectarle capital a sus empresas y generar mayores utilidades. Las MIPYMES que no han tenido crédito con una institución financiera representa el 56% (110/198) representando la mayoría de las MIPYMES, los propietarios manifiestan que si les han realizado oferta a estos servicios, se logró identificar que entre más grande el negocio, más le han hecho ofrecimientos de servicios bancarios.

El medio principal en que las instituciones financieras y comerciales están ofreciendo sus productos financieros a las MIPYMES que no han tenido crédito es mediante la visita personalizada de empleados. Se identifica que aunque las MIPYMES que no han tenido crédito conviven en una oferta de financiamiento dinámica más que todo bancaria, sin embargo estas utilizan los ahorros o utilidades del negocio o las compras al crédito con proveedores para financiar la mayor parte del capital de trabajo. Un 27% (53/198) de las MIPYMES actualmente están trabajando con pérdidas o con compras al crédito lo que genera el cierre de estas fuentes de ingresos al país y el incremento de desempleo ya que actualmente el país cuenta con una crisis financiera, y las empresas no cuenta con armas suficientes para realizar mejores estrategias de mercado para lograr que sus empresas vuelvan a posicionarse y ser competencia leal para la industria de su mismo rubro.

Gráfico 12 Indicador de prevención al riesgo laboral



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

La prevención de riesgos laborales es un tema que muchos empresarios o propietarios de empresas entienden como una obligación, un gasto más añadido a la contratación de más personal laboral. Las MIPYMES industriales en un 60% no cuentan con una prevención de riesgos laborales, lo cual determina el aumento de las medidas destinadas a reducir la posibilidad de que un trabajador sufra daño en el desempeño de su trabajo.

Dependiendo de la actividad o rubro de la empresa, un trabajador tendría riesgo de sufrir cortes, quemaduras, intoxicaciones, golpes o incluso enfermedades de desarrollo lento. El lugar de trabajo también es determinante a la hora de que estos accidentes ocurran, ya que no es lo mismo trabajar en una oficina que en una fábrica. Al contar con un plan de riesgo laboral las empresas genera gastos, pero los empresarios deben de enfocarse en los costos que ahorran al evitar los accidentes laborales ya que al accidentarse un colaborador dentro de la empresa genera mayores gastos económicos y no solamente la parte monetaria que los colaboradores están propenso a perder su vida o adquirir enfermedades (BBVA, 2012).

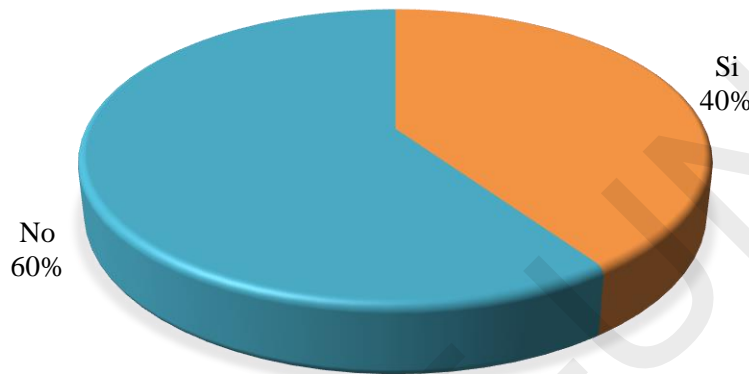
En la actualidad un 40% de las MIPYMES cuentan con un plan de riesgos laborales estos planes fueron creados como herramienta de prevención de la siniestralidad laboral. Son obligatorios para todas las empresas. El empresario es el responsable de que se confeccionen en donde se debe de evaluar los riesgos a los que puede estar expuesto sus trabajadores estos depende de la actividad que ellos desarrollen , las características del puesto, los equipos de trabajo que utilizan y el acondicionamiento del lugar de trabajo.

El empresario o jefe inmediato debe de informar a los trabajadores de los riesgos que su trabajo implica al desarrollarse para el cuidado oportuno ya sea de su salud y de las medidas de protección y prevención que deben aplicar. A su vez, el trabajador tiene obligación de utilizar los medios de prevención y los dispositivos de seguridad, así como informar al responsable si detecta un peligro para la seguridad y la salud de cualquier colaborador.

En cuanto al gráfico número 13, se detallan los porcentajes de colaboradores de las MIPYMES del Distrito Central que cuentan con los beneficios del código de trabajo de Honduras. En donde el 60 % de las MIPYMES no les brindan los beneficios del código de

trabajo a sus colaboradores esto es debido a diferentes factores más que todo económicos, las micro y medianas empresas actualmente están cumpliendo el pago del salario mínimo pero no así los demás beneficios que sus colaboradores deben de recibir.

Gráfico 13 Indicador de beneficios conforme a la ley



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

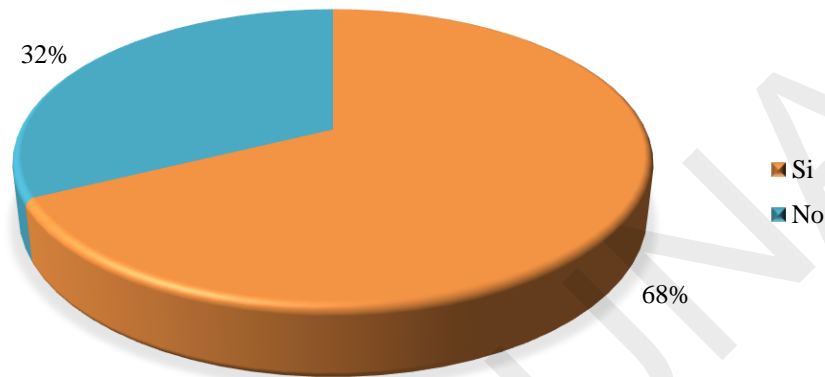
El 68% de las micro, pequeñas y medianas empresas, cuentan de uno a cuatro colaboradores, están generalmente en el rubro la microempresa que están conformadas por empresas unipersonales o familiares. El 40% de las MIPYMES si les brindan los beneficios del código del trabajo a sus colaboradores.

Los motivos que llevan a una empresa a ofrecer estos beneficios pueden ser muy diversos, puede ser por legislaciones laborales, por retener y atraer el talento humano, toma de conciencia sobre la responsabilidad social de la empresa entre otros; Aunque el origen puede ser dispar, el resultado obtenido está muy relacionado con el bienestar y motivación del empleado, lo que le hace ser mucho más rentable para la compañía ya que ésta va a tener menos rotación, menor absentismo y mayor atracción de talento (Sánchez, 2010).

El gráfico 14, se muestra los porcentajes de cumplimiento de las MIPYMES en el Distrito Central con base a sus objetivos planteados o esperados. Actualmente un 32% las MIPYMES

no están cumpliendo los objetivos esperados por sus propietarios, esto quiere decir que no están creando ventajas en el ambiente de la empresa.

Gráfico 14 Indicador de dirección estratégica



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

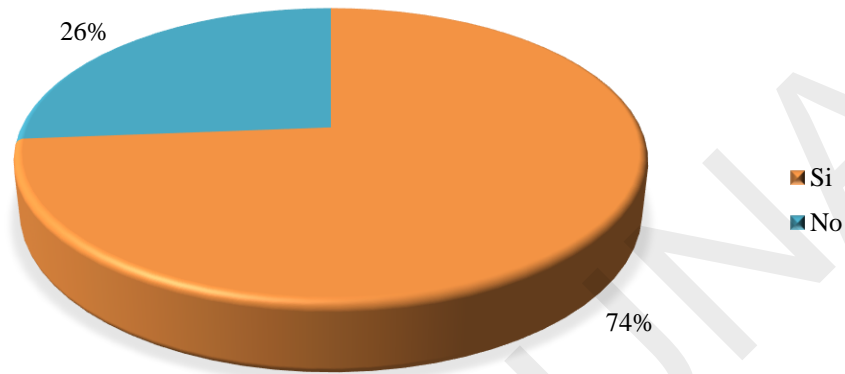
Una ventaja competitiva es cuando una empresa tiene la habilidad de producir bienes o adjudicar recursos económicos en una mejor manera que otros negocios. Los propietarios que pueden crear una ventaja significativa generalmente incrementan la participación en el mercado de la empresa y las ganancias de los negocios. Aumentar las ganancias le permite a la empresa mejorar y expandir sus actividades, lo que resultará en una mayor participación en el mercado.

Así mismo, se determina que los propietarios actualmente en un 68% si están estableciendo las pautas para evaluar su organización así mismo, y verificar el cumplimiento de estos objetivos. La misión de la empresa, visión y valores son siempre una extensión de las características propias del dueño de la empresa. Los propietarios son lo que establecen los objetivos para asegurar que todos los empleados trabajen en armonía en la empresa.

Los empleados deben comprender el propósito detrás del negocio para aumentar la eficiencia en la producción. Los objetivos llevados a cabo por las MIPYMES logran mantener el foco en el ambiente del negocio. En donde pueden concentrarse en maximizar el potencial de la empresa, pueden también usar objetivos para mantener seguras las financiaciones exteriores de

bancos e inversionistas. Las MIPYMES con objetivos claros crean un negocio exitoso fuerte generalmente proveen buenas oportunidades financieras a los prestamistas e inversionistas.

Gráfico 15 Indicador de crecimiento económico empresarial



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

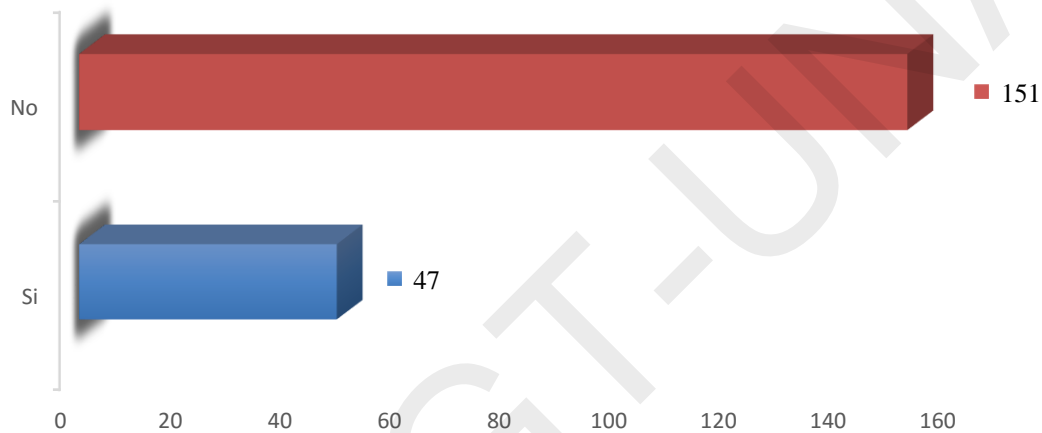
Los porcentajes de las MIPYMES que han alcanzado un crecimiento económico, técnico, externo o internamente entre otros aspectos. El 26% de las MIPYMES ha tenido un crecimiento constante a los largo de 3 años y son las MIPYMES es donde se concentra la mayoría de los empleos, en la actualidad la reforma financiera promete apoyar a las pequeñas y medianas empresas, lo cual es una gran ventaja para las Pymes ya que con esto se logrará tengan mayor presencia de la que ya tienen, además de que logran desarrollarse, porque tendrán un mayor apoyo por las diversas instituciones, el único problema de esto es que avanza de una manera muy lenta, en nuestro país tienen muchas instituciones de apoyo.

El 74% de las MIPYMES debe de concentrarse mucho más en el cumplimiento de los factores de éxito como ser incrementar su trabajo, dedicación y esfuerzo. Los empresarios que se comprometen con la búsqueda del éxito y que están dispuestos a dedicar el tiempo y esfuerzo necesarios, por lo general, alcanzan a ver los frutos de su dedicación, así mismo, deben de tener una correcta identificación de las necesidades del mercado.

Todas las empresas existen porque satisfacen necesidades de sus clientes, por lo que resulta vital identificarlas correctamente. Y por último deben de obtener un mayor conocimiento de las actividades que se pretenden desarrollar. El empresario debe poseer un mínimo de

habilidades y conocimiento del negocio para poder administrarlo o dicho de otra manera, deberá buscar las personas adecuadas. Es importante instrumentar acciones para mejorar el entorno económico y apoyar directamente a las empresas, con el propósito de crear las condiciones que contribuyan a su establecimiento, crecimiento y consolidación.

Gráfico 16 Indicador de fortalecimiento externo



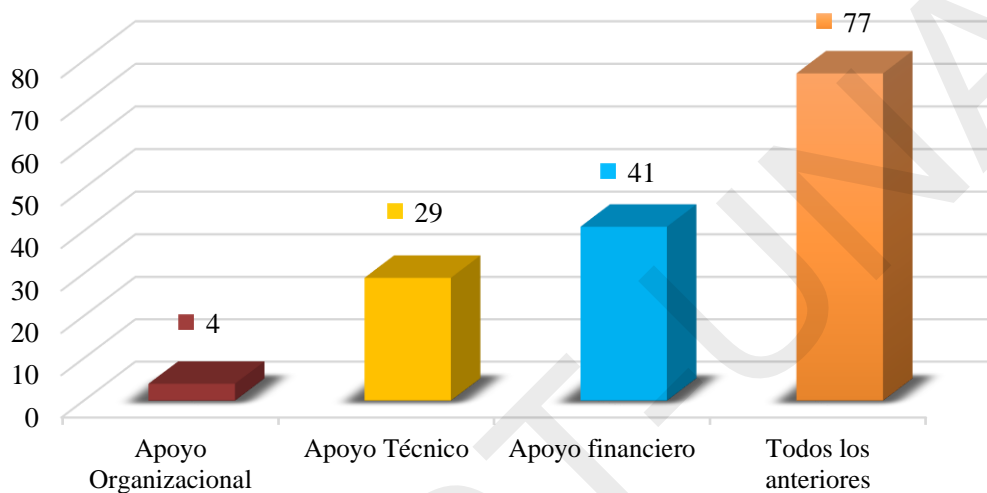
Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

Solamente un 24% (47/198) de las MIPYMES reciben apoyo externo, el cual puede ser través de alguna empresa privada que facilitan gestiones óptimas a las tareas administrativas y al control de costos operacionales, liberando recursos de la empresa para centrarse en obtener la información relativa al propio negocio y a las operaciones para poder tomar decisiones a nivel estratégico, todo ello con la finalidad de que todas las áreas que comprende la empresa y esta sean completamente rentables, de esta manera aumentará la productividad y con ello las ganancias; Siendo un 76% (151/198) que no recibe este servicio que es muy útil en departamentos como la administración contable, recursos humanos, marketing entre otros.

Es indispensable analizar muy bien qué departamentos o áreas necesitan de este servicio de fortalecimiento externo para mejorar las actividades financieras u operativas de las empresas industriales ubicadas en el Distrito Central con este tipo de fortalecimiento externo las

empresas pueden fortalecer las infraestructuras para volcarse en las áreas críticas de la empresa, haciendo que sus proveedores les ayuden en el desarrollo de su organización sin costos adicionales.

Gráfico 17 Indicador tipos de fortalecimiento externo



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

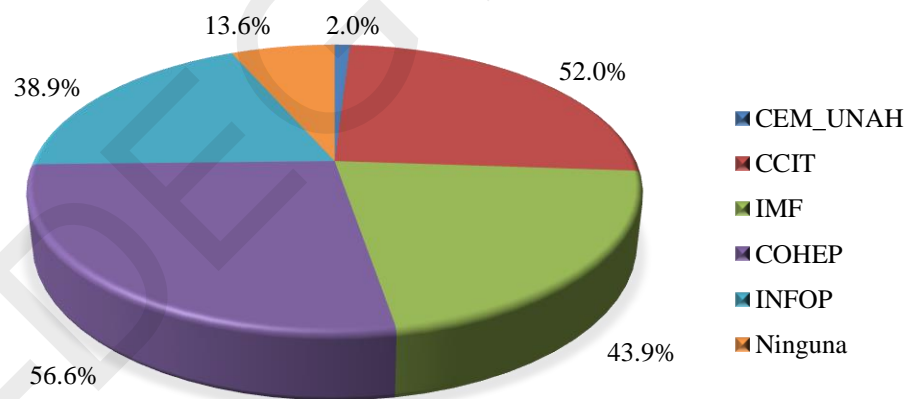
El 3% (4/151) de los propietarios están de acuerdo que la cultura organizacional es fundamental para su colaboradores en donde esta tiene un gran impacto en la moral, la productividad y la satisfacción de los trabajadores de las MIPYMES, por lo cual, en momentos de crisis como los de los últimos años, en los que la cultura organizacional se ha visto afectada por los despidos y el empeoramiento de las condiciones de los empleados, lo que debe hacerse es, precisamente, fortalecer la cultura para mejorar el rendimiento.

Por otra parte, el 19 % (29/151) de los propietarios de las MIPYMES están interesados más en adquirir apoyo técnico ya que estos conocimientos en un negocio son muy variados y pueden cambiar radicalmente de importancia entre un giro y otro, lo que permite dominar las características de los productos o servicios que se ofrecen, y el cómo producirlos, promocionarlos, venderlos, entregarlos y cobrarlos, así como aspectos como las

estacionalidades de los productos o servicios en cuanto a su fabricación, venta y entrega, también es muy importante conocer y dominar la atención que esperan recibir los clientes.

A su vez, el 27 % (41/151) de los propietarios de las MIPYMES les gustaría recibir apoyo financiero como ya hemos analizado anteriormente este es un apoyo que nos ayuda a establecer planes de mejoras y tener los recursos para su aplicabilidad generando con estos el cumplimiento de los factores de éxito y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas del Distrito Central y el estudio nos determina que el 51% (77/151) de los propietarios de MIPYMES, les gustaría recibir apoyo organizacional, técnico y financiero, como se mencionó anteriormente, estos apoyos se enfocan como una oportunidad y como una estrategia que puede ser muy efectiva a la hora de mejorar las condiciones actuales y futuras de un negocio, especialmente si éste se está enfrentando a una crisis o pasa por un momento complicado.

Gráfico 18 Indicador de instituciones que brindan fortalecimiento externo



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

A los propietarios les gustaría recibir apoyo del centro de emprendedores de las UNAH, en donde este programa de formación en emprendimiento está compuesto cinco niveles estructurados de forma sistemática y orden lógico según la cadena de emprendimiento, desde la sensibilización hasta la puesta en marcha, esta es una metodología de la UNAM

(Universidad Nacional Autónoma de México, la cual se ha sido adaptada por la UNAH. Esta metodología se desarrolla con estudiantes de la carrera de administración de empresa y tiene duración de 1 año. En donde se desarrolla la sensibilización, con la finalidad de fomentar la mentalidad en cultura emprendedora a través de la motivación, liderazgo, compartir experiencias con otros emprendedores. Generación de ideas de negocios en función de la necesidad, evaluación y formulación del modelo de negocios. Así mismo, comprende la puesta en marcha de la empresa, la cual inicia con la validación del mercado, incorporación de tres líneas de formación y acompañamiento permanente, una en temas de gestión operativa y administrativa, investigación y desarrollo, y soporte técnico y seguimiento.

El 25% de los propietarios de las MIPYMES están interesados en recibir apoyo de la Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa CCIT, tiene como objetivo brindar beneficios a los socio en diferentes áreas como brindar orientación y acompañamiento a las MIPYMES inscritas en la cámara de comercio para, fortalecer la competitividad del sector por medio de la vinculación empresarial, dar seguimiento a la articulación productiva de las empresas y fomentar el desarrollo de proveedores con empresas grandes.

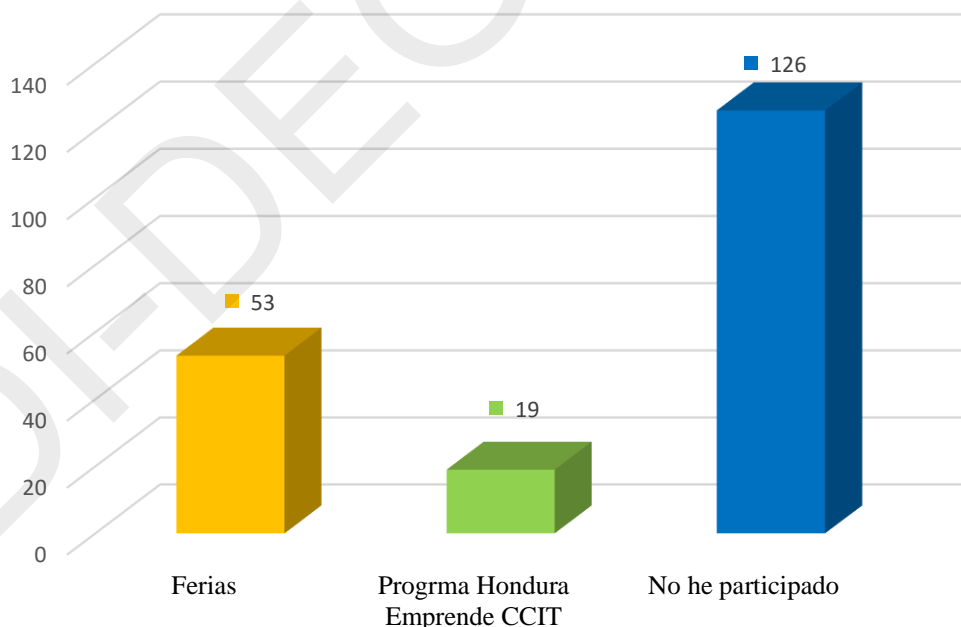
Por otra parte, el 21% de las MIPYMES les gustaría recibir apoyo de Instituciones Micro Financieras IMF, Es necesario mantener el apoyo para el capital de trabajo a los microempresarios y el reto es apoyar el capital de inversión para poder hacer crecer las empresas, poder integrarlas a las medianas y grandes empresas y acercarlas al desarrollo económico para poder asegurar tanto la inclusión financiera como la seguridad alimentaria.

El 27% está conformado por Empresarios interesados en recibir apoyo externo del Consejo Hondureño de la Empresa Privada COHEP, esta institución ofrece convenios y desarrollo que apoya a las MIPYMES como ser: Familia empresarial, programa de créditos Taiwán, entre otros en donde el objetivo principal es generar espacios en condiciones óptimas donde se puedan desarrollar actividades que impulsen el desarrollo económico tanto de las MIPYMES como de la gran empresa y generar fuentes de empleo directo e indirecto. El 19 % está representado por propietarios que les gustaría recibir apoyo del Instituto de Formación Profesional INFOP, esta institución capacita jóvenes desde 14 años en diferentes talleres del

sector industrial para formar parte de la mano de obra calificada del sector productivo, en donde se brinda capacitación en el proceso técnico para mejorar la calidad y eficiencia de la secretaría, tendientes a satisfacer las exigencias de las empresas.

Brindando un desarrollo empresarial en donde brindan cursos puntuales y asesorías en los tres sectores de la economía: Agrícola, comercio y servicios e industrial, dirigido a empleados, media gerencia, alta gerencia y supervisores, aplicando más de 125 técnicas de capacitación a través de habilitaciones y complementaciones en procesos de producción artesanal e industrial del área de zapatería, sastrería, corte y confección, reparación de máquinas de coser, artes gráficas y mecánico de máquinas de coser industrial. Finalmente el 7% representa los empresarios o propietarios de las MIPYMES, que no les gustaría recibir apoyo de estas instituciones en sus empresas, esto se puede dar porque no conocen los beneficios que estas les aportan o por pertenecer a una economía informal.

Gráfico 19 Indicador de encuentros empresariales



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

El porcentaje de participación que tienen las MIPYMES en ferias o programas que se desarrollan por medio de CCIT. Las ferias y exposiciones permiten establecer contacto con un gran número de clientes actuales o potenciales en un período de tiempo y espacio muy corto, con un coste por contacto muy bajo y con un rendimiento que puede ser altamente favorable.

Por consiguiente, sólo un 36% (72/198) de las MIPYMES han dado a conocer sus productos y han obtenido nuevos clientes al participar en estas ferias. Considerando que las ferias se constituyen en un gran escaparate comercial y un medio de comunicación importante con los empresarios y público en general, tomar en cuenta las ventajas que representa y nos acercan más los horizontes con respecto a lo que queremos alcanzar como negocio o empresa.

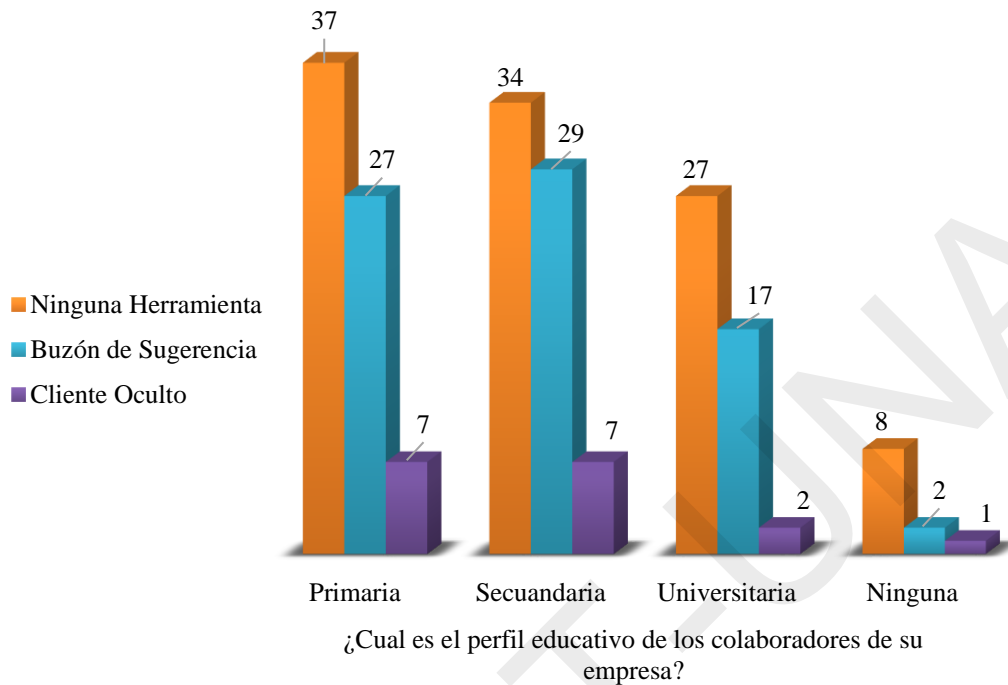
El 64% (126/198) de las MIPYMES no están aprovechando las ventajas que se obtienen al participar en este tipo de eventos como ser la introducción nuevos productos, reforzar la imagen de la empresa, construir o ampliar la lista de clientes potenciales, potenciar el proceso de ventas, realizar ventas directamente, reafirmar las relaciones con los futuros y actuales clientes, estudiar su mercado, proceso de decisión de compra de los visitantes y estudiar la competencia, etc. Hoy en día el participar en este tipo de eventos se está volviendo muy usual en las pequeñas y medianas empresas, las cuales prefieren participar en ferias nacionales e invertir recursos en materiales promocionales, suvenires u otros artículos, a gastar grandes cantidades de dinero en publicidad.

4.1.5 Análisis de las variables aceleradoras e incubadoras de empresas

Las MIPYMES industriales en un 53% (106/198) no realizan estudio de calidad, esto específicamente para medir la satisfacción de sus clientes y así poder mejorar y retener a los que son su fuente de crecimiento, posicionamiento en la empresa, esto se puede interpretar a que en su mayoría son empresas productoras y no de venta individual.

Sin embargo, se debe de aplicar este tipo de análisis para mejorar la calidad ya sea en la atención personalizada como en la calidad del producto terminado si cumple con las expectativas esperadas.

Gráfico 20 Indicador mejoramiento de la calidad

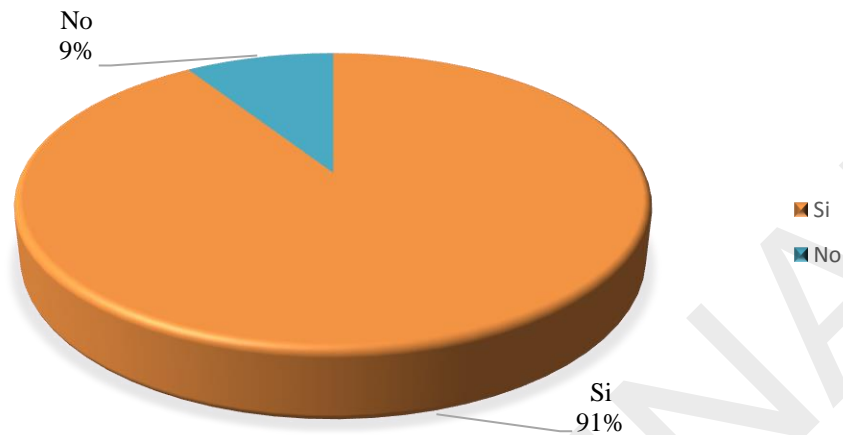


Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

No obstante, un 47% si realizan estos estudios interno en su empresa ya sea por medio de cliente oculto herramienta que en la cual permite mejorar la atención visualización de la empresa y colaboradores así como de los productos es una herramienta muy utilizada por la pequeña y mediana empresa, otro factor que interfiere en el desarrollo económico y éxito de la empresa es el perfil educativo de los colaboradores de la empresa así como lo es la herramienta buzón de sugerencia el cual este es exigido por las leyes de país como lo es el libro de quejas de no tenerlo visible y accesible al público el propietario es sancionado con una multa monetaria.

Por lo tanto, el grado educativo de los colaboradores de la empresa determina ayuda a que la empresa brinde una mejor atención al cliente final así como a los compañeros de trabajo, así mismo, estos adquieren una mayor responsabilidad con las obligaciones de la empresa se compromete mucho más.

Gráfico 21 Indicador de implementación de programas empresariales



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos del cuestionario estructurado aplicado a los propietarios de las MIPYMES del Distrito Central de Francisco Morazán.

Los programas empresariales generan un apoyo y fomento a la innovación en las MIPYMES, es la denominada incubación de empresas. Este servicio se está desarrollando de distintas maneras de acuerdo a la realidad del país. Las incubadoras de empresas brindan servicios de asesoría especializada, capacitación e infraestructura administrativa a los pequeños y microempresarios en forma compartida con la finalidad de consolidar el desarrollo de estas empresas, podemos observar que el 91% de los propietarios de empresas están dispuestos implementar en sus empresas la metodología de aceleramiento para fortalecer, desarrollar y lograr un mayor posicionamiento industrial.

Esta metodología se orienta a la creación de nuevas empresas, y la formación de jóvenes empresarios, así como lograr posicionar a las empresas existentes, durante la creación de empresas la población objetivo tiene una participación activa en el desarrollo de los estudios de factibilidad técnica, económica y de mercado, así como de la organización empresarial. Ofreciendo a las empresas en formación servicios compartidos de información, capacitación, trámites para acceder a servicios bancarios, organización y comercialización entre otras.

En Honduras se ha incrementado las razones para el surgimiento y el interés sobre las incubadoras debido a que surgen nuevos jóvenes empresarios que juegan un papel importante en el proceso de generación de empleo, y las empresas locales "incubadas" cuentan con mayor

capacidad para permanecer en el mercado, proporcionando una fuente de empleo a largo plazo. Existe una fuerte tendencia, en la que las incubadoras de empresas ayudan a reducir el alto nivel de fracaso de las nuevas empresas, así como revitalizar las economías locales.

Las incubadoras de empresas contribuyen a un cambio en el desarrollo de una nación en lugar de ser un desarrollo liderado por "grandes", es un desarrollo liderado por "pequeños", Aprovechando y desarrollando el potencial de los jóvenes, su tenacidad, su creatividad, su capacidad emprendedora y su actitud de cambio para promover nuevas empresas permitiendo el desarrollo de productos de calidad y en cantidades adecuadas, que aseguren el futuro de nuevos empresarios, apoyan el desarrollo de nuevas empresas poniendo a su disposición servicios de asesoramiento y apoyo administrativo donde el principal objetivo de una incubadora es producir las empresas exitosas y económicamente viables que puedan sobrevivir por sí mismas.

Las empresas que forman parte de una incubadora pueden compartir las mismas instalaciones y acciones en los gastos generales, tales como los servicios públicos, alquileres de equipos de oficina y servicios de recepcionista, además de la ayuda financiera, las nuevas empresas también necesitan orientación sobre la manera de competir con éxito con las empresas establecidas de la industria. Las estrechas relaciones de trabajo entre las empresas de nueva creación y una incubadora crean sinergias. Incluso después de que las empresas de nueva creación abandonan una incubadora, las conexiones y las redes establecidas a través de estas relaciones pueden soportar durante mucho tiempo.

Los que inician una empresa pueden dar aliento a los otros y los empleados pueden compartir ideas sobre nuevos enfoques para viejos problemas. Al ayudar a que las nuevas empresas prosperen, las incubadoras crean puestos de trabajo duraderos.

4.2 Estadística inferencial de la investigación

En esta parte se analiza la prueba a la luz de la hipótesis, por medio de un análisis estadístico.

4.2.1 Tipo de hipótesis

La hipótesis en estudio es: “Actualmente los emprendedores y las MIPYMES no cuentan con procesos de apoyo organizacional, técnico y financiero bajo la denominación de incubadoras de empresas que les permita desarrollar factores de éxito en su sector Industrial, esa falta de acompañamiento durante el proceso de formación y consolidación requiere de medios de incubación que aceleren, y guíen al emprendedor en su formación profesional. Para que fortalezcan el emprendimiento y sostenibilidad de las MIPYMES Industriales del Distrito Central creando así una plataforma de incubación para el desarrollo económico sostenible de Honduras.”

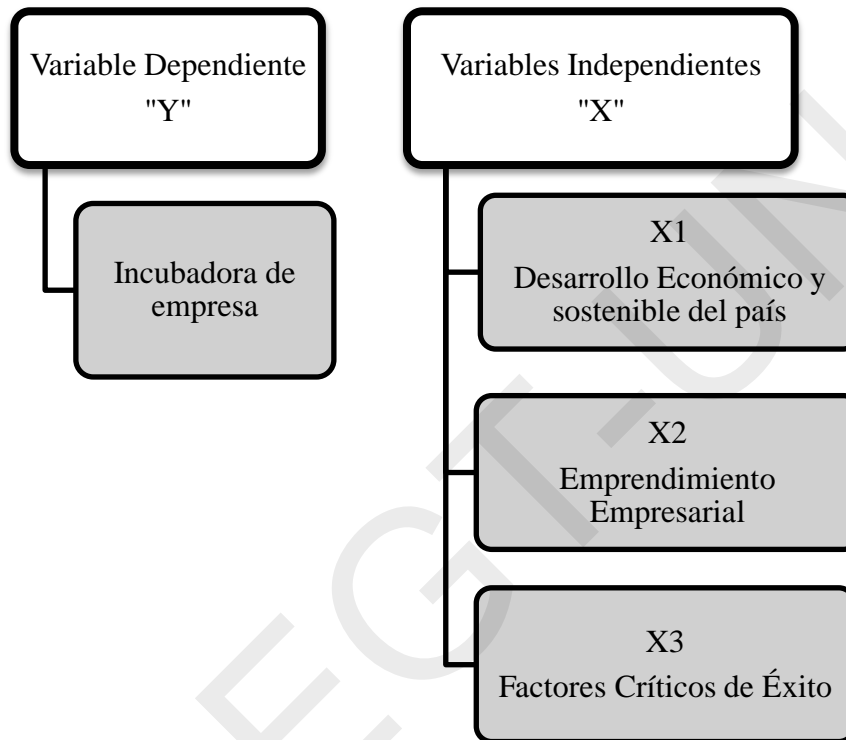
Por lo tanto, es necesario que las incubadoras de empresas brinden apoyo a los emprendedores para que fortalezcan el emprendimiento y sostenibilidad de las MYPYMES Industriales en el Distrito Central creando así una plataforma de incubación para el desarrollo económico y sostenible del País.

La hipótesis es de tipo correlacional debido a la relación que existe entre la variable dependiente incubadoras o aceleradoras de empresas con las variables independientes factores críticos de éxito empresarial, desarrollo económico sostenible, emprendimiento.

Las dimensiones permiten incrementar los factores de éxito empresarial con el apoyo de una aceleradora de empresa (si la empresa ya está en funcionamiento) o una incubadora de empresa (si es un proyecto innovador a emprender) y que, ayuden a fortalecer el crecimiento económico sólido y sustentable en el país, permitiendo que los nuevos emprendedores reciban cooperación externa en diferentes áreas de la empresas que necesiten fortalecer; por lo tanto, el papel de las aceleradoras es la de ofrecer a los emprendedores recursos, conocimiento y apoyo a través de programas de trabajo con mentores, creando así un desarrollo económico sostenible empresarial. Por lo tanto, se establece la relación entre las variables a partir de las dimensiones de la variable en estudio se representarán de la siguiente manera correlacional en el siguiente esquema:

- La Variable Dependiente está representada por : "Y"
- Las Variables Independientes están representadas por : "X"

Ilustración 5 Correlación de las dimensiones de la variables factores de éxito



Fuente: Elaboración Propia

El diagrama nos muestra a detalle las relaciones a estudiar, y cada una de estas está conformada por las preguntas que daban respuestas a los indicadores de las siguientes variables en estudio:

- Desarrollo económico sostenible.
- Emprendimiento.
- Factores críticos de éxito.
- Incubadoras de empresas o Aceleradoras empresariales.

Las variables dependiente e independientes se relacionan en forma consecutiva logrando así un mejor éxito empresarial es por eso que se determinaron tres relaciones a estudiar, las cuales se detallan en el siguiente diagrama sagital.

En la siguiente tabla, se detalla el número de las preguntas que conforman cada relación de en estudio, y están compuestas por una variable dependiente y una independiente relacionadas entre sí.

Tabla 12 Categorización de las variables en relación al cuestionario

| RELACIÓN I | |
|-----------------------|---------------------------------|
| Incubadora de empresa | Desarrollo económico sostenible |
| Y1 | X1 |
| 7 | 11 |
| 13 | 14 |
| RELACIÓN II | |
| Incubadora de empresa | Emprendimiento Empresarial |
| Y2 | X2 |
| 6 | 18 |
| 8 | 19 |
| RELACIÓN III | |
| Incubadora de empresa | Factores de éxito |
| Y3 | X3 |
| 20 | 9 |
| 28 | 16 |

Fuente: Elaboración Propia datos tomados del cuestionario aplicado

4.2.1.1 Método de prueba de hipótesis

La prueba de hipótesis se desarrollará utilizando el método de regresión lineal el cual se usa para determinar la “mejor” relación funcional entre las variables, y se utilizan también este método para medir el grado de asociación o dependencia de las distintas variables.

Debido a que la hipótesis en estudio son de tipo correlacionales se utilizó el método de correlación de Pearson para determinar si existe una relación lineal entre la variable dependiente (aceleradoras e incubadoras empresariales) y las variables independientes en estudio (desarrollo económico sostenible, emprendimiento empresarial y factores críticos de éxito) detallando que esta relación no sea realizada al azar; es decir, que la relación sea estadísticamente significativa.

El estudio se desarrolló en el programa estadístico SPSS con un análisis de correlaciones bivariadas, en el cual se realiza con dos o más variables. Para la realización de este análisis se utilizó las variables antes especificadas para calcular las correlaciones entre las mismas.

La correlación es un análisis estadístico de un conjunto de datos que lo vamos a realizar con el propósito de que nos revele si dos variables tienden a variar conjuntamente, como si hubiera una conexión entre ellas.

Además, muestra la afinidad entre dos o más variables, para que estas muestren que están correlacionadas tienen que tener una significancia de $P < 0.05$ y una correlación de Pearson entre -1 y 1, para interpretar el coeficiente de Pearson se utilizará la siguiente tabla.

4.2.1.2 Prueba de hipótesis

A continuación, se presentan los resultados de la prueba de hipótesis obtenidos por medio del análisis en SPSS, en donde se muestra la relación existente de la variable de estudio en cada una de sus dimensiones por medio de la correlación de Pearson.

La hipótesis de investigación: “Actualmente los emprendedores y las MIPYMES no cuentan con procesos de apoyo organizacional, técnico y financiero bajo la denominación de incubadoras de empresas que les permita desarrollar factores de éxito en su sector Industrial, esa falta de acompañamiento durante el proceso de formación y consolidación requiere de medios de incubación que aceleren, y guíen al emprendedor en su formación profesional. Para que fortalezcan el emprendimiento y sostenibilidad de las MIPYMES Industriales del Distrito Central creando así una plataforma de incubación para el desarrollo económico sostenible de

Honduras.”, esta hipótesis es desglosada para un mejor análisis en 3 relaciones que se muestran a continuación.

- **Relación I:** Actualmente los emprendedores y las MIPYMES no cuentan con procesos de apoyo organizacional, técnico y financiero bajo la denominación de incubadoras de empresas que les permita desarrollar factores de éxito en su sector Industrial.
- **Relación II:** Esa falta de acompañamiento durante el proceso de formación y consolidación requiere de medios de incubación que aceleren, y guíen al emprendedor en su formación profesional.
- **Relación III:** Para que fortalezcan el emprendimiento y sostenibilidad de las MIPYMES Industriales del Distrito Central creando así una plataforma de incubación para el desarrollo económico sostenible de Honduras.

Para realizar la prueba de hipótesis como se mencionó anteriormente, se efectuaron tres relaciones para analizar más a fondo la hipótesis plateadas tomando así mismo, las preguntas más importantes de cada una de las variables en investigación, a continuación, se muestra cada uno de estos análisis.

Tabla 13 Correlación de Pearson relación I

| | | Y1 | X1 |
|----|------------------------|--------|--------|
| Y1 | Correlación de Pearson | 1 | .400** |
| | Sig. (bilateral) | | .000 |
| | N | 198 | 198 |
| X1 | Correlación de Pearson | .400** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | .000 | |
| | N | 198 | 198 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Datos SPSS Variable Incubadoras de Empresas – Desarrollo económico sostenible.

La tabla 13 representa, el porcentaje de Pearson en un 40% representando una correlación positiva moderada y un nivel de significancia (P) menor a 0.05, lo que significa que las

variables en estudio Incubadora de empresas y el desarrollo económico sostenible están correlacionadas. Esto quiere decir que a medida que las aceleradoras e incubadoras aumentan el desarrollo económico sostenible aumenta; por lo tanto, se acepta la relación I.

Tabla 14 Correlación de Pearson Relación II

| | | Y2 | X2 |
|----|------------------------|--------|--------|
| Y2 | Correlación de Pearson | 1 | .513** |
| | Sig. (bilateral) | | .000 |
| | N | 198 | 198 |
| X2 | Correlación de Pearson | .513** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | .000 | |
| | N | 198 | 198 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Datos SPSS Variable Incubadoras de Empresas – Emprendimiento Empresarial.

La tabla 14 representa, el porcentaje de correlación de Pearson es de un 51% representando una correlación positiva moderada y un nivel de significancia (P) menor a 0.05, lo que significa que las variables en estudio Incubadora de empresa y emprendimiento empresarial están correlacionadas. Esto quiere decir que a medida que las aceleradoras e incubadoras de empresas aumentan el emprendimiento empresarial también aumenta, por lo tanto, se acepta relación II.

Tabla 15 Correlación de Pearson Relación III

| | | Y3 | X3 |
|----|------------------------|--------|--------|
| Y3 | Correlación de Pearson | 1 | .387** |
| | Sig. (bilateral) | | .000 |
| | N | 198 | 198 |
| X3 | Correlación de Pearson | .387** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | .000 | |
| | N | 198 | 198 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Datos SPSS Variable Incubadoras de Empresas – Factores críticos de éxito.

El porcentaje de Pearson del 39 % representando una correlación positiva baja y un nivel de significancia (P) menor a 0.05, lo que significa que las variables en estudio aceleradora e incubadora de empresas y los FCE. Esto quiere decir que a medida que la aceleradora e incubadora de empresas aumenta los FCE también aumenta; por lo tanto, se acepta la relación III.

4.2.1.3 Resultados a la luz del marco teórico

En la prueba de hipótesis alternativas se determinó la aceptabilidad de las relaciones en estudio, en donde los tres análisis tienen un grado de correlación moderado, estos resultados se obtuvieron de un grado de relación directamente proporcional.

A pesar que el nivel de correlación de las relaciones es débil pero positivo, la probabilidad de ocurrencia de las relaciones planteadas dependen de su nivel de significancia, y la misma en todos los casos es inferior a 0.05 y con tendencia a 0. Lo que significa que el evento tendrá una alta posibilidad de evidenciarse en la realidad objeto de estudio.

La relación I muestra, un grado de significancia de $P(0.00) < 0.05$, el análisis entre la relación de las aceleradoras e incubadoras de empresas y el desarrollo económico sostenible de las MIPYMES.

Donde el 67% de los colaboradores de la micro, pequeña y medianas empresas no están recibiendo capacitaciones para poder desarrollar mejor sus funciones dentro de la empresa, lo que determina que solo el 24% de las MIPYMES industriales han recibido apoyo externo para lograr fortalecer su empresa, necesitando apoyo organizacional, financiero y técnico en un 51%, estas empresas se pueden obtener más fácilmente el éxito ya que sus propietarios en un 49% cuentan con una educación superior lo que les permite tener mejores bases en sus conocimientos y aplicar de una manera constante un plan de trabajo en la empresa siguiendo todos los lineamientos necesarios, las empresas están constituidas en un 65% de 1 a 4 colaboradores reduciendo de esta manera el desempleo en el país y brindando mayor estabilidad económica en el mismo.

La relación II muestra, un grado significancia de $P(0.00) < 0.05$, en donde se realizó el análisis entre la relación de las variables Incubadoras de empresas y emprendimiento empresarial de las MIPYMES, hoy en día el 33% de las personas que se deciden por emprender su propia empresa han trabajado en la empresa privada y un 31% han emprendido en sus estudios o al culminar los mismo; el 68% han iniciado su empresa con capital propio, esto determina que estas empresas alcanzan más fácilmente el éxito debido a que los propietarios tienen conocimiento, manejo de una empresa, y capital necesario para comenzar , pero esto también en el 71% no realiza estudios de mercado o factibilidad al iniciar su proyecto lo cual puede afectar a no alcanzar el éxito esperado si no cuentan con un asesoramiento o incubadora observamos que el 91% de los propietarios de las MIPYMES les gustaría que su empresa contará con una metodología de aceleramiento para fortalecer, desarrollar y lograr un posicionamiento en su rubro.

El 62% de las MIPYMES industriales generan ingresos menores a L 700,000.00 anualmente, es importante que estas empresas logren obtener el éxito esperado así se logre la reducción de desempleo y el aumento de educación en sus colaboradores o se siga generando ese apoyo económico para que sus familiares obtengan una educación y un estilo de vida adecuado, todo esto ayuda a aumentar una mejor calidad de vida en el país y genera un crecimiento económico.

Por lo tanto, existen diversos enfoques para iniciar un negocio, en función de los distintos perfiles de los empresarios involucrados, Antes de establecer el nuevo negocio, los propietarios trabajaban en puestos de responsabilidad que requerían de las habilidades y conocimientos necesarios en la nueva empresa. Como emprendedores, estos individuos dedican muy poco de su tiempo a la venta, mercadotecnia o promoción, Independientemente del tipo de negocio que se seleccione, por lo que tienen que llevar a cabo ciertos planes de trabajo, la obtención de los recursos necesarios y la selección de una localización adecuada.

Las MIPYMES no son menos importante que la gran empresa, sino que, realmente, es un elemento vital para el desarrollo del país. Es importante por las innovaciones que aporta, por la distribución masiva que hace de productos y servicios, por la constante generación de

empleos y por ser proveedora natural de la gran empresa. Y, ante la apertura comercial, sería de esperar que las MIPYMES obtengan y generen mayores beneficios, al ser estas conocedoras de su mercado, expertas en canales de distribución, y poseer mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios constantes en su entorno.

En la relación III, el grado de significancia que se obtuvo fue de $P(0.00) < 0.05$, en el análisis entre la relación Incubadoras de empresas y los factores críticos de éxito de las MIPYMES. Actualmente, las MIPYMES en un 68% están cumpliendo sus objetivos planteados, pero un 32% no lo está cumpliendo, cabe mencionar que el 45% de las MIPYMES tiene de 1 a 5 años de estar en funcionamiento, y solamente el 38% está generando utilidades y el 35% está trabajando en un punto de equilibrio, lo que nos determina que las empresas deben de estar innovando constantemente para generar mayor posicionamiento ya que el 73% de las MIPYMES no tienen establecido ningún presupuesto asignado para la innovación y desarrollo y el 59% no cuentan con un plan de trabajo a desarrollar anualmente; lo que nos lleva a determinar que los propietarios de MIPYMES solo están evaluando su éxito temporalmente en base a ingresos y no en base a obtener un mayor desarrollo empresarial y brindar mejores beneficios a sus empleados ya que el 57% devenga un sueldo inferior al salario mínimo.

Las MIPYMES obtienen mayor éxito y desarrollo al estar en una economía formal ya que estas pueden prestar sus servicios sin restricciones a ser sancionadas o multadas por la dirección ejecutiva de ingresos actualmente el 28% está en una economía informal estas empresas tienden a cerrar operaciones después de 2 años de apertura, según estudios realizados por las instituciones micro financieras del país. Es por eso que el éxito de la empresa está acompañado del desarrollo que vaya obteniendo a lo largo de su trayectoria.

4.3 Análisis de las entrevistas estructuradas

Para sustentar y enriquecer la información del tema de tesis y relación existente en las variables se realizaron 3 entrevistas a los siguientes expertos:

1. Al coordinador de los programas de dirección de fomento la micro, pequeña y mediana empresa (DIFOMIPYME) y del Consejo Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CONAMIPYME) de la Secretaría de Industria y Comercio (SIC).

Debido a la complejidad de nuestro tema en estudio, actualmente en nuestro país no se cuenta con incubadoras de empresas totalmente establecidas según lo informó el Ing. Cardona; pero si se cuenta con diversidad de proyectos a emprender y programas que se están desarrollando a favor del fortalecimiento de las MIPYMES, logrando con esto la generación de empleos y aprovechamiento del emprendimiento en nuestro país.

Las MIPYMES ha enfrentado históricamente una serie de dificultades para su desarrollo y crecimiento, algunas inherentes a sus propias características y otras particularmente relacionadas con la situación económica, social y educativa del país, también por la apertura de mercados que ha enfrentado al Sector a la presión de la competencia internacional de un mundo globalizado. A fin de que dichos esfuerzos se obtengan resultados positivos para el Sector, dentro de la institucionalidad de la Secretaría de Industria y Comercio (SIC), se cuentan con varios programas para lograr ser un espacio de diálogo e intercambio que promueve el trabajo concertado y en común desarrollando sinergias, con el propósito de potenciar la competitividad de las MIPYMES en Honduras.

Logrando que las MIPYMES fortalecidas como unidades empresariales, creativas e innovadoras con líneas de funcionamiento favorables con acceso a la información y a la tecnología, con altos niveles de productividad y rentabilidad posicionadas en el mercado interno y externo con servicios y bienes competitivos, articuladas en cadenas productivas y agremiados con representatividad, creando puestos de trabajo para el mejoramiento de la calidad de vida y contribuyendo significativamente al PIB y al desarrollo sostenible del país.

En la actualidad se está desarrollando en el país “La Estrategia de Fomento al Emprendimiento de Honduras” la cual consiste en asegurar la transformación cultural orientada al emprendimiento y la innovación como opción de vida, con procesos de formación, desarrollo e inclusión social. Para lo cual, se creó un espacio de articulación institucional denominado la Red Nacional de Emprendimiento (RNE) bajo el liderazgo de la

Secretaría de Desarrollo Económico (SDE), a través de la identificación y comunicación de los actores institucionales que promueven el emprendimiento en el país buscando la articulación pública, privada y academia.

Bajo esta filosofía de trabajo, se abrirán espacios de opinión, diálogo y análisis con instituciones ejecutoras de diversos programas, que pudieran aportar en el proceso de creación de la “Estrategia de Fomento al Emprendimiento de Honduras”, que toma como punto de partida los ejes de la estrategia regional de fomento al emprendimiento, creada en consenso por representantes de los 8 países de la región SICA, los cuales son: Industria de soporte, financiación, articulación institucional, mentalidad y cultura y sistema educativo. Con estas acciones se permitirá implementar una visión y misión integral de atención a los emprendedores e Identificando actores para conocer toda la oferta de servicios a los emprendedores existente en el país, intercambiando conceptos de emprendimiento, profundizando y unificando planteamientos, definiendo roles complementarios entre las instituciones, evitando la duplicidad de esfuerzos en el proceso emprendedor, facilitando la puesta en común de información y conocimiento de más de 12 instituciones promotoras del tema. Como resultado de este trabajo colectivo, se han definido prioridades en base a los ejes de trabajo, los cuales se explicaran los más importantes a continuación:

- **Eje de industria soporte:** En donde se buscará el apoyo técnico necesario a través de la creación y fortalecimiento de un programa nacional de incubación y aceleración de empresas, financiados por la red pública , privada, academia y cooperantes, así como programas de fortalecimiento en las instituciones de apoyo como universidades, CDE-MIPYME, organizaciones gremiales, ONG, para prestar nuevos y mejores servicios al emprendedor a través de incubadoras, aceleradoras de empresas, laboratorios de innovación y servicios de desarrollo empresarial.
- **Eje de financiamiento:** Se ha priorizado en el fomento de la cadena de financiación al emprendimiento en la cual se hace imperativo la creación de al menos un fondo nacional de capital semilla para emprendedores de impacto social, crear los incentivos y demás estímulos para la creación de redes de inversionistas ángeles, fondos de capital de riesgo

para la aceleración de emprendimientos y definir las reglas para que los emprendimientos puedan permear el mercado de capitales.

- **Eje de mentalidad y cultura:** Se promoverá el espíritu emprendedor en todos los niveles del sistema educativo, promocionando la importancia del emprendimiento generando mentalidad y cultura favorable a través de medios masivos de comunicación, incentivar desde las primeras etapas del emprendimiento el enfoque hacia mercados globales.

Con esta estrategia se busca generar un enfoque basado en ecosistemas fortalecidos en donde permitan disminuir los costos de transacciones en la prestación de los servicios de desarrollo empresarial así como la generación de 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, de esta manera lograr el empoderamiento de las instituciones para lograr modelos escalables, replicables y sostenibles capaces de superar ciclos de cambios en los equipos de gobierno.

Las instituciones no cuentan con una base de datos exacta que brinde la información de cuántas MIPYMES se encuentran establecidas en el país, ni por el rubro que actualmente gira su economía. Se piensa realizar una alianza con estos micro empresarios en donde se inscriban en una plataforma online y estos al inscribirse obtendrán diversos beneficios como financiamiento a costos muy bajo, publicidad para sus empresas de forma gratuita, generación de clientes y participación en ferias que contribuyan al emprendimiento. Actualmente el país está apostando a los emprendedores ya que a lo largo de la historia han generado un importante impacto en la generación de empleo, la creación de riqueza, los avances de las fronteras del conocimiento, la innovación y la mejora en las condiciones de vida de las personas.

2. Coordinador de área MIPYME, del Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP).

El COHEP, tiene como objetivo apoyar, desarrollar y fortalecer el sector empresarial aumentando así la productividad de estas unidades económicas, propiciando una mayor competitividad de sus productos o servicios, en procesos eficientes de integración sectorial; a

fin de estabilizar y generar empleos, mejorar el nivel de ingreso y la calidad de vida de la población vinculada al sector de la micro, pequeña y mediana Empresa.

En nuestro país se está desarrollando diversos programas que apoyen a las MIPYMES en varios campos ya que se pretende crear incubadoras de éxito por parte de instituciones del gobierno. El COHEP está brindando ayuda la estrategia de generación de apoyo presidencial a la MIPYME Centros de Desarrollo Empresarial.

Esta estrategia tiene como estructuras público privadas y modelo de generación de desarrollo empresarial en las regiones priorizadas de acuerdo al plan de nación y visión de país, mismas que gozarán de autonomía y serán integradas por actores locales tales como: Asociaciones gremiales de productores, cámaras de comercio, academia, ONG, fundaciones, programas y proyectos de gobierno, mancomunidades, cooperantes, entre otros actores importantes del desarrollo empresarial en la región.

Existen varios programas que se han implementado y han ayudado al desarrollo empresarial como en la articulación de la cooperación empresarial, siendo también facilitadores al acceso de servicios financieros, fomentando la cultura empresarial y el emprendedurismo, creando encadenamiento productivo, generando empresas gacelas, empresas tractoras y brindando asociatividad productiva, capacitación y de comercialización. Estos programas de apoyo a las MIPYMES vienen a contribuir en la disminución de la pobreza, generación de empleo, desarrollo de las regiones priorizadas por la ley visión de país y plan de nación, disminución de los niveles de criminalidad en las regiones, fomentar el emprendimiento en los jóvenes y mujeres. Es por eso que se está apostando a la implementación de las incubadoras de empresas hoy en día.

3. Personal de la unidad de desarrollo (jefe, subjefe y coordinador de programas) del Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP).

El instituto nacional de formación profesional se encarga más que todo en brindar capacitaciones a los jóvenes emprendedores, y brindar cursos a empresas cuando éstas lo solicitan, anteriormente si se le daba un seguimiento a las empresas que emprenden, pero

debido a cambios en la organización ya no se brinda se han enfocado más que todo en la apertura nuevos talleres, nuevos centros donde se puedan impartir estos talleres y curso, así como nuevas modalidades de enseñanza como lo es la educación vía Elearning, cuando las empresas solicitan algún curso en especial se realiza un pre diagnóstico de los participantes para poder brindar el mejor conocimiento sin embargo no se brinda un seguimiento del conocimiento adquirido cuando es llevado a la práctica. El INFOP está desarrollando programas con Suiza y Ecuador para que sus participantes puedan crear microempresas y brindar mayores capacitaciones y capital semilla. Aunque la institución cuenta con programas como pro joven en alianza con ONG, centro de talleres populares ubicados en zonas marginales del país, mejore su negocio (MESUN), su negocio (ISUN), mini ferias de emprendimiento con análisis en mercadeo y logística.

El proyecto que se pretende llevará a cabo con Suiza es externo acompañado son la SEPLAN en donde también se está capacitando al personal para tener mejor conocimiento del emprendimiento llevado a un incubación empresarial que es lo que se quiere implementar.

En la institución se dieron empresas emprendedoras que se formaban por pequeños grupos de personas que al culminar sus cursos decidían iniciar una micro empresa pero debido a la falta de conocimiento en otras áreas como finanzas o manejo de personal estas tuvieron que cerrar ya que solo tenían conocimiento en la parte técnica, debido a estos inconvenientes el INFOP está incrementando en diversidad de cursos y les brinda los estudiantes una vez culminó su preparación dejar su información en el área de colocación de empleo, que es una nueva metodología que se está implementando para contribuir a disminuir la tasa de desempleo.

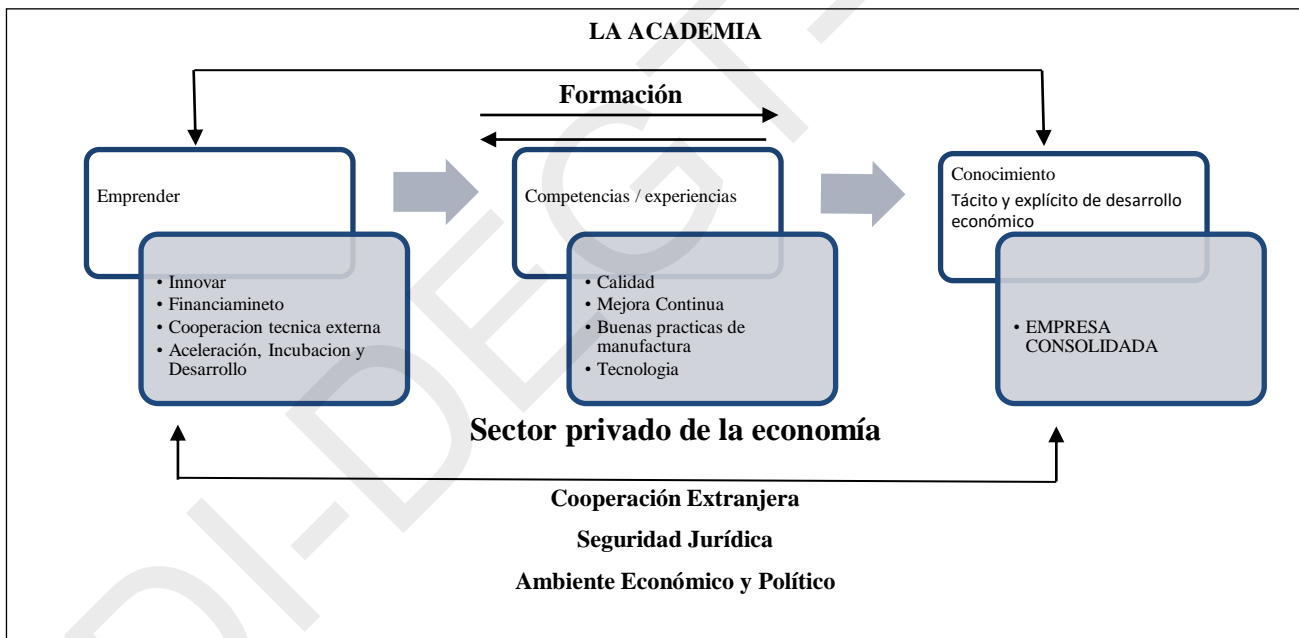
Se puede detectar que hoy en día el país está realizando proyectos para lograr que los empresarios e emprendedores cuenten y generen fuentes de ingresos económicos, así mismo, que estos estén dentro de un economía formal la cual les permite un mejor desarrollo empresarial y su vez estos pueden adquirir capacitaciones y financiamientos de sus ideas y productos por medio de estos proyectos que generalmente están a la disposición de empresas que quieran o estén bajo el régimen tributario del país, estos proyectos o instituciones generalmente son patrocinados por medios extranjeros lo que permite que los nuevos

empresarios estén a la vanguardia de programas que genere mayores factores de éxito a sus empresas.

5.1 Modelo de Generación de Factores Críticos de éxito

Un modelo de generación de factores de éxito en las micro, pequeñas y medianas empresas industriales del Distrito Central, el cual describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor. El modelo de negocio se divide en módulos básicos que cubren las tres áreas principales: Emprendimiento, competencias y experiencias así como los conocimientos tácitos y explícitos del desarrollo económico.

Ilustración 6 Modelo



Fuente: Elaboración Propia

El entorno empresarial está lleno de complejidades, incertidumbres y posibles descripciones. Pero es posible formular una serie de hipótesis sobre el futuro, es por eso que se plantea este modelo de generación de FCE, existen fundamentalmente tres tipos de actividades empresariales: Relaciones con clientes, innovación de productos e infraestructuras.

Cada actividad tiene diferentes imperativos económicos, competitivos y culturales. Aunque pueden convivir, lo ideal es que se desagreguen en entidades independientes con el fin de evitar conflictos o renunciaciones no deseadas. La plataforma o modelo crea valor al permitir la interacción entre las diferentes empresas. Su valor aumenta a medida que aumenta el número de emprendedores. Los empresarios necesitan herramientas de diseño que complementen sus conocimientos, es por eso la creación de incubadoras de empresas las cuales diseñan y aplican en entornos específicos.

La comprensión de los cambios que se producen en el entorno que ayudará a adaptar el modelo a las fuerzas externas con mayor eficacia. Las cuatro áreas más importantes del entorno son: Fuerzas del mercado, fuerzas de la industria, tendencias clave y fuerzas macroeconómicas. Los procesos de diseño son únicos y entrañan diferentes desafíos, obstáculos y factores de éxito.

La innovación en modelos de negocio puede tener cuatro objetivos: satisfacer necesidades desatendidas del mercado; comercializar nuevas tecnologías, productos o servicios; mejorar, abaratar o transformar un mercado existente; y crear un mercado totalmente nuevo. Para innovar es necesario tener capacidad para gestionar la ambigüedad y los puntos de incertidumbre hasta llegar a una solución adecuada, lo que requiere tiempo.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES
Y
RECOMENDACIONES

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

La revisión de la literatura y el análisis de los datos recopilados permiten determinar:

- La mayor importancia económica que brindan las MIPYMES industriales del Distrito Central, es una generación de empleo, logrando con esto seguridad social, educación, trabajo digno, mejor calidad de vida, capacitaciones continuas, la competitividad tiene que estar estrechamente relacionado con el aspecto humano. Ante el medio ambiente las MIPYMES industriales tienen la responsabilidad de usar correctamente los recursos naturales sin alterar el ecosistema.

Se estima que las MIPYMES emplean el 72% de la población económicamente activa, lo que, representa un 47% del producto interno bruto. Dado lo anterior, es fundamental fortalecer a las MIPYMES como parte de la estrategia para aumentar los niveles de productividad del país y generar empleos.

- En cuanto a las necesidades que requieren los emprendedores es consolidar los esquemas de apoyo a las MIPYMES que derivan una dispersión de esfuerzos y recursos, así como, en la multiplicidad de estrategias diversas, impulsando el desarrollo de proveedores, elevando el porcentaje de integración de los insumos nacionales en los productos elaborados en Honduras y consolidando cadenas productivas que permitan una mayor generación de valor agregado en la producción de bienes que se comercian internacionalmente. Con esto se busca seguir una política integral de desarrollo de sectores que resultan estratégicos por su contribución a la generación de empleo formal bien remunerado.

Para ello es clave complementar el apoyo directo con recursos financieros, técnicos mercadológicos, mediante un servicio de mayor capacitación y habilidad administrativa, y programas de asesoría consultoría que faciliten la expansión de las

empresas, la adopción de nuevas prácticas de producción y de las tecnologías, más avanzadas.

- Los factores críticos de éxito encontrados en el proceso de incubación son: Innovación, financiamiento bancario, cooperación técnica externa, calidad, mejora continua, buenas prácticas de manufactura, tecnología, conocimientos técnicos, cooperación extranjera, seguridad jurídica, buen ambiente económico, político y social, entre otras; deben de estar presentes para que una empresa ya sea micro, pequeña o mediana cumpla con una estabilidad económica y se posicione en su sector.

En conjunto las correlaciones de las hipótesis alternativas, confirman la validez de las sub-escalas. Lo que valida que todos los indicadores se interrelacionan entre sí, por lo que se recomienda medir en conjunto para obtener resultados más completos. Se concluye, que para que exista apertura de nuevas empresas industriales y a la misma vez se mantengan en el mercado se debe de tomar en cuenta tanto el capital interno como el financiamiento de instituciones financieras. Se considera que esta es una manera de las respuesta del por qué hoy en día las MIPYMES se ven obligadas a cerrar ya que en muchas ocasiones no se cuenta con suficiente liquidez. Así mismo, se puede decir que la falta de financiamiento y cooperación externa es una razón por la cual las personas emprendedoras no deciden en establecer o desarrollar sus propias empresas ya que aunque cuenten con el capital a la larga tendrán que tener algún tipo de financiamiento para poder sobrellevar las demandas.

A través de las incubadoras de empresas se busca conectar a los principales emprendedores del sector industrial, incluida a creación de empresas, ángeles inversores, capital de riesgo, organizaciones sin fines de lucro, gobierno, universidades, entre otras, que poseen potenciales negocios o planes de negocio innovadores, que requieren apoyo para desarrollarse. Con la creación de incubadoras de empresas para el año 2020, se estará marcando una ruta sostenible basándose en dos grandes pilares, el financiamiento de diferentes cooperantes, y el apoyo a los emprendedores y otros actores, es por ello que se lograra la incorporación de las empresas hondureñas a procesos de innovación, calidad y competitividad con miras a ganar nuevos nichos de mercado permitiendo el crecimiento de emprendimiento que contribuyan a dinamizar la estructura productiva de Honduras.

RECOMENDACIONES

En este trabajo de investigación se propone la implementación de aceleradoras e incubadoras de empresas las cuales brindan capacitaciones al capital humano como una de las alternativas más viables para el logro de objetivos, considerando que con sus capacidades de innovar para mejorar la productividad y crear día a día nuevas formas de hacer las cosas, ha permitido dar estabilidad al funcionamiento adecuado y acertado en este sector.

Como soporte se utilizó como base el estudio de la variable factores de éxito empresarial en cada una de sus dimensiones para esta investigación, que presenta un enfoque novedoso que combina y articula las cuatro dimensiones en estudio. Actualmente estas dimensiones individualmente son utilizados en diferentes empresas con lo que han alcanzado el logro de sus objetivos, con esto se demuestra que tiene soporte y validez el presente trabajo de investigación.

El hablar de las empresas MIPYMES tiene mucha relevancia ya que son consideradas importantes para el desarrollo de una nación, y se requiere de mayor atención para el logro de sus objetivos primordiales. A pesar que se han logrado avances importantes es necesario continuar con una política integral de apoyo para el desarrollo de las MIPYMES, con énfasis en las de menor tamaño, con el propósito de establecer las condiciones que contribuyan a su creación desarrollo y consolidación.

De acuerdo a las necesidades que presentan estas empresas en este sector industrial, es necesario buscar alternativas de solución que permita la supervivencia de las empresas MIPYMES dentro del mercado ante una competencia mayor.

Así mismo las instituciones que están orientadas al desarrollo de las MIPYMES deben de generar mayor conciencia a los propietarios de hacer buen uso de los recursos que les brinda, ya que el mal uso de estos genera gastos y pérdidas de que otras empresas si lo utilicen de una manera adecuada sacando mejor provecho de esto. En donde las empresas deben de generar conciencia de los beneficios que se obtiene al estar en una economía formal, más si están categorizadas en el rubro de a la Micro y pequeña empresas, ya que como la CCIT y COHEP pueden optar a participar en ferias de emprendimiento y capacitaciones de forma gratuita, así como enriquecer su clientela y conocer empresarios de su mismo rubro empresarial.

Entre las entidades financieras bancarias y las no bancarias, incluida la Corporación Financiera de Desarrollo, deben de complementar esfuerzos para brindar apoyo oportuno y de bajo costo a las MIPYMES, por un lado, para cerrar el espacio que actualmente es cubierta por los usureros o la banca informal y por otro lado, para que éste sector pueda desarrollar sus fortalezas a su, máxima potencialidad, tanto en el mercado externo como interno.

La participación del gobierno se debe de centrar en la búsqueda de mercado, en la capacitación, en la reconversión tecnológica, apoyo financiero, entre otros, pero no en subsidios directos. Es decir es importante la promoción de las MIPYMES, pero no los subsidios, ya que éste último genera brechas fiscales que terminan por diluir toda decisión macroeconómica.

Es necesario que las productividad de las MIPYMES se eleve para que puedan competir en el mercado nacional, como internacional, pero para ello es importante el apoyo de instituciones que vayan más allá del financiamiento, tal es el caso que se debe de crear centros de capacitación especializados en en diferentes áreas, patrocinada por el Estado, pero operada bajo cooperación internacional, para asegurar los mercados de destino.

Por ser para las empresas Industriales, el financiamiento, el mercado y la tecnología como factores críticos de éxito, es necesario la participación del Estado, no a través de subsidios directos, pero si con ayudas que podrían significar ampliación de mercado, innovación de productos, innovación tecnológica, capacitación empresarial, para ello sería estratégica la participación de las Universidades o Centros Tecnológicos de Capacitación; es más el Estado podría participar como accionista mayoritario o minoritario en la formación de un intermediario financiero especializado únicamente y exclusivamente en atención a los microempresarios.

BIBLIOGRAFÍA

- Andres Roa. (13 de Noviembre de 2012). *Factores Criticos de Exito*. Obtenido de <https://prezi.com/ub83tnymy0lu/factores-criticos-de-exito/>
- AECID. (Octubre de 2008). *Obtenido de Sistema Economico Labiroamericano*. Obtenido de http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/PyMEs_una_vision_estrategica_para_el.pdf
- Alamillo, J. C. (15 de Agosto de 2008). *3 tipos de emprendedores*. Obtenido de <http://visionemprendedor.blogspot.com/2008/08/los-3-tipos-de-emprendedor.html>
- Alonzo, N. J. (25 de Noviembre de 2012). *Alto Indice de Pobreza en Honduras*. Obtenido de <http://nubiajixe.blogspot.com/>
- Amint, R. (1997). Charla de Intreaempresario. Sydney Australia: Conferencia Internacional.
- Anzola, S. (2 de Diciembre de 2003). Las definiciones que el cita son resultado del evento: “El impacto de la cultura emprendedora”. La Paz, Bolivia: Funda-Pro.
- Apoyo externo. (Julio de 2014). *contacto@apoyoexterno.com*. Obtenido de <http://www.apoyoexterno.com/2014/07/servicios-de-apoyo-externo.html>
- Aranha, J. A. (14 de Diciembre de 2008). *El caso de una incubadora de empresas de Río de Janeiro*. Obtenido de <http://www.anprotec.org.br/publicacaoimp.php?idpublicacao=1323>
- Arias, C. A. (2016). *Gerente de Proyectos* (Vol. Administracion de Negocios). Ingeniero en Sistemas.
- Barragán, A. (2016). *Pymmerang*. Obtenido de <http://www.pymmerang.com/emprender/pasos-para-iniciar-un-negocio/incubacion-de-negocios/incubadora/351-las-incubadoras-de-empresas>
- BBVA. (13 de Noviembre de 2012). Obtenido de <http://www.bbvacontuempresa.es/a/las-aceleradoras-empresas-la-manera-madurar-proyecto-manera-intensiva>
- BBVA. (04 de Mayo de 2012). *La prevención de riesgos laborales* . Obtenido de www.bbvacontuempresa.es/a/que-es-importante-la-prevencion-riesgo-laborales

- BBVA. (05 de Marzo de 2015). *BBVA Innovation Center*. Obtenido de : <http://www.centrodeinnovacionbbva.com/noticias/siete-incubadoras-de-empresa-en-latinoamerica-las-que-no-perder-de-vista#sthash.XgdHwUh9.dpuf>
- BBVA. (05 de Marzo de 2015). *Siete incubadoras de empresa en Latinoamérica a las que no perder de vista - See more at: http://www.centrodeinnovacionbbva.com/noticias/siete-incubadoras-de-empresa-en-latinoamerica-las-que-no-perder-de-vista#sthash.OXLEf0KO.dpuf*. Obtenido de BBVA: <http://www.centrodeinnovacionbbva.com/noticias/siete-incubadoras-de-empresa-en-latinoamerica-las-que-no-perder-de-vista>
- Bianco, R. (26 de Agosto de 2013). *Eres un emprendedor visionario o innovador*. Obtenido de Founder of Viclone Corp.: <https://www.eureka-experts.com/blog/eres-un-emprendedor-visionario-o-innovador>
- Boynlon, A.C., and Zmud, R.W. (1984). *"An Assessment of Critical Success Factors,"*. Sloan Management.
- Burebisterin, V. C. (Mayo de 1998). *Incubadoras de Empresas una verdadera Clase de Administracion*. Obtenido de Entrepreneur.
- Caiquetán, J. L. (Febrero de 2011). Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5014/1/UPS-QT02145.pdf>
- Carballo, M. R. (1990). *"Estrategias para determinar los factores criticos de exito de las empresas y sus efectos en la planeacion de sistemas de informacion, TESIS*. Monterrey. N.L: ITESM.
- Carrasquillo, L. (26 de Junio de 2011). *Consultores Comunitarios*. Obtenido de Hablemos de incubadoras : <http://incubadorademicroempresas.com/lucy/blog/hablemos-de-incubadoras>
- Carrillo, M. M. (25 de Octubre de 2014). *Territorio Pyme*. Obtenido de Qué busca un inversor en un emprendedor: http://cincodias.com/cincodias/2014/10/24/emprendedores/1414167102_929032.html
- Castillo, S. (24 de Enero de 2014). *Wayra, aceleradora de sueños*. Obtenido de <http://tambiensomosasi.es/wayra-aceleradora-de-suenos/>
- CCI. (2000). Obtenido de <http://www.ccihonduras.org/home.php>

- CCIT. (Diciembre de 2014). *Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa*. Obtenido de <https://www.ccit.hn/desarrollo-empresarial/honduras-emprende/quienes-somos-nosotros/>
- Ceballos, L. (2009). *Pulso social*. Obtenido de Conoce los 8 tipos de emprendedores ¿Cuál eres tú: <http://pulsosocial.com/2009/12/10/conoce-los-8-tipos-de-emprendedores-%C2%BFcual-eres-tu/>
- CEPAL. (2002). *LA EXPERIENCIA DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL EN EL MUNICIPIO DE .* Obtenido de PROYECTO CEPAL/GTZ "DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y : <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/0/6070/lcr1986e.pdf>
- CEPAL. (2011). *Estudio económico de América Latina y el Caribe 2010-2011*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Chen, C. (22 de Mayo de 2012). *Formulas para Ganar Dinero*. Obtenido de <http://formulasparaganardinero.com/cuales-son-los-tipos-de-emprendedores/#sthash.OXyA5Zqe.dpuf>
- Chile, I. (30 de Octubre de 2011). *Qué es el emprendimiento innovador*. Obtenido de <http://www.emprendedores.cl/comunidad/articulos/370/que-es-el-emprendimiento-innovador>
- CIT. (2004). *Conferencia Internacional del Trabajo .*
- CNPC. (Chile de 2003). *Centro Nacional de la Productividad y la Calidad*. Obtenido de Premio Nacional a la Calidad Hacia una Gestión de Excelencia.
- CONAMIPYME. (Junio de 2004). Obtenido de <http://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-es-documento-honduras-diagnostico-del-sistema-financiero-que-atiende-a-la-mipyme-urbana-y-rural-6-2004.pdf>
- CSR. (15 de Noviembre de 2013). *William James Foundation: Seeks Entrepreneurs to Support*. Obtenido de http://www.csrwire.com/press_releases/36363-William-James-Foundation-Seeks-Entrepreneurs-to-Support
- D, R. D. (Sept.-Oct. de 1961). "Management Information Crisis". *Harvard Business Review*, .., 1961. Obtenido de McKinsey & Company.

- Dávila, A. O. (24 de Noviembre de 2015). *Mayra Vieira Cano*. Obtenido de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/capital-riesgo.html>
- definicionabc. (2016-1017). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/manufactura.php>
- Deming, W. (1989). *Calidad Productividad y Competitividad*. Madrid : Diaz de Santos S.A.
- Discapnet. (2013). *Emprendedores News*. Obtenido de Tipos emprendedores: <http://www.discapnet.es/Castellano/areastematicas/Empleo/FomentoEmpleo/Emprendedores/Paginas/Otros-emprendedores.aspx>
- ECO. (2016). *conocimiento con todo y para todos*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Pirograbado>
- Economía en México. (2014). Obtenido de <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/5317/Programa-de-Aceleradoras>
- Emprendedores. (31 de agosto de 2011). *Existen cinco tipos de nuevos empresarios, con características particulares. Y tú, ¿con cuál de ellos te identificas*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/264590>
- Estévez, R. (15 de Febrero de 2013). Obtenido de <http://www.ecointeligencia.com/2013/02/10-definiciones-sostenibilidad/>
- Evans, J. R., y W. Lindsay. (2000). *Administración y Control de la Calidad*. México, D.F: Internacional Thomson.
- EVCA. (2014). *European Venture Capital Association-EVCA*. Obtenido de <http://www.evca.eu/toolbox/glossary>
- Federico. (26 de Noviembre de 2009). *Los 8 tipos de emprendedores*. Obtenido de <http://www.empresores.com/foros/20963-8-tipos-de-emprendedores.html>
- Félix, C. A. (18 de Enero de 2013). *Revista investigacion academica sin frontera*. Obtenido de http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com/files/RSF16_03_INCUBADORA%20DE%20EMPRESAS.pdf
- Finance, V. (Octubre de 2015). *Blog Micro Dinero Cada Céntimo cuenta*. Obtenido de <https://www.vivus.es/blog/economia-de-hoy/que-es-una-incubadora-de-empresas/>
- Fragoza, J. V. (1994). *Definicion y estudios de los Factores Criticos de Exito en Funcion de la Informatica, Tesis*. Monterrey: ITESM.

- Gardey, J. P. (2008- 2012). Obtenido de Definición de metodología:
<http://definicion.de/metodologia/>
- González, G. (23 de Julio de 2015). *Infobae*. Obtenido de
<http://www.infobae.com/2015/07/23/1743575-que-es-una-incubadora-ideas-negocios>
- Grant, R. (1996). *Dirección estratégica. conceptos, Técnicas y aplicaciones*. Madrid: Civitas.
- Gutiérrez, R. H. (2011). *Conocimiento innovación y Desarrollo*. Obtenido de Cátedra de
 Innovación y Desarrollo Empresarial Universidad de Costa Rica:
<http://catedrainnovacion.ucr.ac.cr/librocid.pdf>
- Herrera, Á. M. (19 de Febrero de 2015). *Con Tu Negocio los mejores contenidos para tus Pymes*. Obtenido de <http://www.contunegocio.es/gestion/ventajas-e-inconvenientes-de-las-incubadoras-de-empresas/>
- Hoselitz, B. (1960). *Sociological aspects of economic growth*. The Free Press, Glencoe.
- Hunter, T. (2013). Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/7-factores-criticos-del-exito-hechos_352690/
- ICESI. (s.f.). *Asignación y determinación de prioridades de procesos esenciales, con base en los factores críticos de éxito, escrito por Juan de J. Pinto*. Obtenido de Universidad icesi: <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v16n74/v16n74a04.pdf>
- IIES. (28 de Junio de 2014). *Instituto de Investigaciones Sociales y Económicas*. Obtenido de <http://iies-unah.org/index.php/noticias/48-un-analisis-holistico-de-la-relacion-sector-bancario-local-con-la-mipyme-hondurena>
- INAMAP. (2014). *Instituto Nacional de Mujeres y Madres Profesionistas*. Obtenido de <http://www.inamap.org/desarrollo-empresarial/%C2%BFque-es-la-incubadora-de-empresas/>
- ITESM. (2003). *Centro de innovación y liderazgo emprendedor*. Obtenido de <http://prod03.hgo.itesm.mx/cile/web/index.php/areas-estrategicas/aceleradora-de-negocios>
- James, C. (2007). "The First Business Incubator". *NBIA*.
- James, F. M. (1995). *"The Success Paradigm: Creating Organizational Effectiveness Through Quality and Strategy"* (Vol. 658p). New York: Quorum Books.

- Jara, D. L. (2005). Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111493/Urra,%20Fernanda.pdf?sequence=1>
- Jiménez, R. (30 de Mayo de 2012). *Tipos de Emprendedores: el Emprendedor Especialista* . Obtenido de *Cómo saber si eres uno de los tipos de emprendedores especialistas*: <http://tiposdeemprendedores.blogspot.com/2012/05/tipos-de-emprendedores-el-emprendedor.html>
- Junyent, B. F. (2010). *Emprendimiento social*. Obtenido de <http://grantspace.org/tools/knowledge-base/Preguntas-y-respuestas-en-espanol/Pequeñas-empresas/emprendimiento-social-social-enterprise>
- Kauffman. (2016). *Ewing Marion Kauffman Foundation 4801 Rockhill Road Kansas City, MO 64110*. Obtenido de <http://www.entrepreneurship.org/>
- Kelada, N. J. (1999). *Reingeniería y Calidad Total*. Madrid: AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación).
- Keynes, J. M. (2006-2009). Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/propension/propension.htm>
- Lalkaka, R. (2005). *New Strategies, structures & skill to strengthen business incubation in the globalizing economy*. Mexico: Seminario Retos y Oportunidades de las incubadoras de empresas Zapopan.
- Lalkaka, R. (1993). *Incubadoras de negocios para la promoción de empresas con base tecnológicas en países en desarrollo*. Mexico: Ponencia presentada en primera conferencia de la AMIEPAT.
- Ley 1014. (2006). *Ley fomento a la cultura del emprendimiento* . Colombia.
- López, T. (12 de Enero de 2014). *No solo economía*. Obtenido de <http://nosoloeconomia.com/aceleradoras-incubadoras-empresas/>
- Luck, S. (Octubre de 1996). Success in Hong Kong: Factor Self-reported by successful small business owners. *Journal of Small Business Management*, 34(68-75), 3.
- M.C, C. (1982). *The entrepreneur and economic theory* . En M. Robertson. Oxford.
- Mancias, J. (08 de Julio de 2011). *El entorno y el emprendedor*. Obtenido de <http://juanmacias.net/2011/07/el-entorno-y-el-emprendedor/>
- Marsch, J. (2000). *Herramientas para la Mejora Continua*. Madrid: AENOR.

- Mayorga, B. (27 de Mayo de 2014). *bitscloud Actualidad Tecnologica*. Obtenido de <http://bitscloud.com/2014/05/incubadoras-latinoamerica/>
- Meeham, M. (2002). Users say lack of integration hurts B2B”.
- Merino, J. P. (2014). *Definición de reconversión*. Obtenido de <http://definicion.de/reconversion/>
- Miamónides, U. (2016). *Escuela Internacional de Negocios - Licenciatura en Marketing*. Obtenido de <http://marketing.maimonides.edu/cuales-son-los-tipos-de-emprendedores/>
- MIFIC. (2000). Obtenido de <http://www.mific.gob.ni/Portals/0/Portal%20Empresarial/u15.%20emprededurismo.pdf>
- Mundo Alma*. (14 de Noviembre de 2014). Obtenido de <http://www.mundoalma.com/el-valle-mas-tecnologico-del-mundo-silicon-valley/>
- NBIA. (2010). *La Asociación Nacional de Incubación de Empresas* .
- Nieto, T. A. (27 de Abril de 2015). *Territorio Pyme*. Obtenido de Qué es un intraemprededor: http://cincodias.com/cincodias/2015/04/25/emprendedores/1429965899_681473.html
- Núñez, R. M. (01 de Diciembre de 2008). *Factores de éxito en dirección estratégica de Pymes* . Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/factores-exito-direccion-estrategica-pymes-metropolitana-guadalajara/>
- Núñez, R. M. (01 de 12 de 2008). *Los factores de éxito en direccion estrategica en pequeñas y medianas empresas de la zona metropolitana de Guadalajara (Mexico)*. Obtenido de laestrategiaesmasimportantequedineroblogspot.com/2010/09/introduccion-al-uso-de-los-factores.html
- ODM. (2002). *Objetivos de Desarrollo del Milenio*. Ginebra: Cumbre del Milenio.
- OIT. (1995). *Consenso de Copenhague, REsumen de los principales compromisos de la Cumbre Mundial de Desarrollo Social*. Suiza: Ginebra.
- OIT. (2002). *Resolucion relativa al trabajo decente y economia informal, curso que ha de darse a las resoluciones adoptadas por la conferencia Internacional del Trabajo en sus 90 años* . Ginebra, Suiza: OIT, Consejo de Administración.
- OIT. (2006). *Trabajo decente en América Latina y el Caribe 2006-2010: un balance de las políticas laborales con relación a los propósitos y objetivos de la Agenda Hemisférica de Trabajo Decente*. Suiza: Ginebra.

- OIT. (2007). *La Promoción de Empresas Sostenibles, Conferencia General de la Organización Internacional del Trabajo congregada en su 96a reunión*. Suiza: Ginebra.
- OIT. (2008). *Conclusiones relativas a la promoción de empresas sostenibles. Conferencia Internacional del Trabajo, Junio 2007*. Suiza: Ginebra.
- OIT. (2008). *Conclusiones sobre las calificaciones para la mejora de la productividad, el crecimiento del empleo y el desarrollo. Conferencia Internacional del Trabajo*. Ginebra : Conferencia Internacional Del Trabajo.
- OIT. (2014). www.ilo.org/sustainable-enterprises.
- OIT. (Noviembre de 2014). *Organización Internacional del Trabajo (OIT)*. Obtenido de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---ed_emp_msu/documents/publication/wcms_185282.pdf
- Oropeza, R. (31 de Marzo de 2014). *Habilitador de Soluciones en las áreas de Dirección Estratégica, Dirección de Proyectos y Desarrollo Empresarial*. Obtenido de <http://www.evaluandoerp.com/factores-criticos-de-exito-para-la-implantacion-de-un-erp-en-pyme/>
- Perezcano, L. (10 de Mayo de 2011). *Capital Privado*. Obtenido de <http://www.capitalprivado.com.mx/2011/05/10/que-es-una-incubadora-de-negocios/>
- Pinto, J. J. (s.f.). asignación y determinación de prioridades de procesos esenciales, con base en los factores críticos de éxito. *ICESI*. Obtenido de www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios.../24/22
- Pinzón, F. F. (Febrero de 2015). *Emprendo Venezuela*. Obtenido de Innovación + Emprendedores = Negocios: <http://www.emprendovenezuela.net/2011/07/6-tipos-de-emprendimientos.html>
- Poshe, P. (2014). *Organización Internacional de Trabajo, OIT*. Suiza.
- quesignifica. (10 de Agosto de 2015). Obtenido de <http://www.quesignifica.org/adscrito/>
- Rachman, M. I. (1998). *Introducción a los Negocios* (Octava ed.). Mexico: McGRAW HILL.
- Ramírez, K. (Junio de 27 de 2014). Obtenido de <https://presencia.unah.edu.hn/investigacion-cientifica/articulo/un-53-de-las-mipymes-hondurenas-necesitan-acceso-al-financiamiento-bancario>

- Ramírez, K. (27 de Junio de 2014). Obtenido de <https://presencia.unah.edu.hn/investigacion-cientifica/articulo/un-53-de-las-mipymes-hondurenas-necesitan-acceso-al-financiamiento-bancario>
- Rcientificas. (2009). *Universidad del Norte*. Obtenido de Pensamientos & gestión: <http://rcientificas.unionnorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/864/508>
- Revista Pyme. (2015). https://www.inadem.gob.mx/incubadoras_y_aceleradoras.html. Obtenido de <http://www.revistapyme.com/index.php/finanzas/61-biochemistry/480-incubadoras>
- Rivas, L. A. (12 de Marzo de 2011). Obtenido de Experiencia Japonesa en Incubadoras de Empresas : <http://lar-rivas.blogspot.com/2011/03/experiencia-japonesa-en-incubadoras-de.html>
- Rockart, J. (1982). The Changing role of the information systems executives: a Critical Factors perepective. *Sloan Managament Review Association*.
- Rockart, J. F. (1979). "*Chief executives define their own data needs*". Harvard Business Review.
- Rockart, J. F. (2012). *Clasificación de los Factores Críticos de Éxito* .
- Rodríguez, F. B. (2005). *Incubadoras de Negocios en Chile*. Obtenido de http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2005/bravo_f/sources/bravo_f.pdf
- Rodríguez, I. J. (2009). *MODELO DE INCUBACION MIDE SNEST*. Obtenido de <http://www.chi.itesm.mx/investigacion/wp-content/uploads/2013/11/NEG19.pdf>
- Salud, C. (2010-2014). *Prosperidad para todos*. Obtenido de http://www.consultorsalud.com/sites/consultorsalud/files/Estrategia_Nacional_de_Innovacion_VF.pdf
- Sánchez, F. (02 de 11 de 2010). Obtenido de mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/8-claves-para-retener-el-talento-humano
- Schubert, A. (04 de Octubre de 2013). *Los emprendedores informales tienden a estancarse si no formalizan sus negocios*. Obtenido de <http://gestion.pe/empresas/emprendedores-peruanos-informalidad-formalizarse-microempresas-2077776>

- Secretaría de Economía. (Noviembre de 2010). Obtenido de <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/53367/Programa-Nacional-de-Empresas-Gacela>
- SeedRocket. (25 de Enero de 2011). Obtenido de <http://www.seedrocket.com/2011/01/25/aceleradora-empresas/>
- SIC. (2015). *La Secretaría de Industria y Comercio de Honduras*. Obtenido de universia Honduras Egresado: <http://egresados.universia.hn/emprendedores/incubadoras-negocios/>
- Tecnológico de Monterrey. (2016). *Centro de Consultoría e innovación empresarial financiera*. Obtenido de http://aplicaciones.ccm.itesm.mx/cief/index.php?option=com_content&view=article&id=31&Itemid=63
- Thompson, I. (Junio de 2005). *INSP*. Obtenido de Incubadora de negocios "San Pedro": http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/varios_incubadoras_de_negocios.htm
- Toledo, C. (25 de Septiembre de 2007). Obtenido de <https://incubacionempresas.wordpress.com/2007/09/25/hola-mundo/>
- Toledo, Cristian. (25 de Septiembre de 2007). *Blog de WordPress*. Obtenido de Evolucion de la industria brasilera de incubación empresarial: <https://incubacionempresas.wordpress.com/category/historia/>
- U, F. (1995). *Competitividad es Calidad Total. Manual para salir de la crisis y generar empleo*. Mexico, F.F.: ALFAOMEGA GRUPO EDITOR, S.A. de C.V. .
- UAG. (2012). *Universidad Autónoma de Guadalajara*. Obtenido de http://www.uag.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=804&Itemid=395&lang=mx - <http://incubadoras.mty.itesm.mx/modelo.php>
- ULLOA, J. N. (16 de Abril de 2015). *EF financiero Costa Rica*. Obtenido de http://www.elfinancierocr.com/pymes/emprendedor-emprendimiento-MEIC-Digepyme-Yo_Emprendedor-ideas-negocio_0_719928016.html
- UNAM. (06 de Julio de 2009). Obtenido de <http://es.slideshare.net/bemagualli/factores-critico-de-exito-para-la-pyme-industrial1>

- UPAO. (2016). *Centro de emprendimiento UPAO*. Obtenido de Universidad Privada Antenor Orrego: http://www.upao.edu.pe/empresas/?mod=mod_emp&task=571
- Urra, F. (2005). *FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO PARA EMPRESAS EN*. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111493/urra,%20fernanda.pdf?sequence=1>
- Valda, J. C. (Agosto de 2012). *Grandes Pymes*. Obtenido de <http://www.grandespymes.com.ar/2010/09/01/que-es-una-incubadora-de-empresas/>
- Valenzuela, C. (Enero de 2013). Obtenido de <http://www.ccit.hn/descargar/diagnostico-sectorial-de-la-MIPYME-no-agricola-en-honduras.pdf>
- Valenzuela, Cesar. (Enero de 2013). Obtenido de Diagnóstico Sectorial de la MIPYME No Agrícola en Honduras.: <http://www.mipyme.hn/images/leyes/diagnostico-sectorial-de-la-MIPYME-no-agricola-en-honduras.pdf>
- Velazco, R. (2 de Diciembre de 2003). Taller " EL Impacto d ela cultura emprendedora". La Paz, Bolivia : Funda- Pro.
- Vérin. (1982). *Avantpropos in entrepreneurs entreprise historie*. Paris: PUF.
- Vérin H. (1982). *Pour une première approche*. In *Entrepreneurs, entreprise, histoire d'une idée*. Paris: PUF.
- Villarán, K. W. (Junio de 2009). *USAID MYPE Competitiva Perú*. Obtenido de http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf
- Villavicencio, G. (2015). Obtenido de <http://www.timov.la/article/que-es-una-aceleradora-de-negocios>
- Vives, A. (13 de abril de 2014). *Cumpetere*. Obtenido de <http://cumpetere.blogspot.mx/2014/04/sostenibilidad-rse-y-sostenibilidad.html>
- VYDE. (2014). *Vinculación y desarrollo empresarial*. Obtenido de <http://vyde.ujed.mx/index.php/publico/incubadora/contenido/incubacion>
- WOBI. (17 de Octubre de 2012). Obtenido de Guia de incubadoras de negocios: <http://www.wobi.com/es/articulos/gu%C3%AD-de-incubadoras-de-negocios>
- YBI. (14 de Abril de 2014). *Youth Business International*. Obtenido de <http://www.youthbusiness.org/#>

ANEXOS

Anexo I: Propuesta

Modelo de gestión para las MIPYMES incubadas, centrado en la mejora continúa

Introducción

En la actualidad las empresas han tenido que enfrentar una competencia cada vez más agresiva, los consumidores son más exigentes y complejos, la tecnología cambia con gran rapidez, la liberación de los mercados internacionales y la emergencia de los bloques económicos afectan el que hacer de las organizaciones empresariales. Lo anterior exige una alta disposición a nivel de gerencias jefaturas y administrativos, debido a que todo proceso de cambio o mejora debe ser apoyado por los líderes.

Luego de haber realizado un estudio sobre “Las incubadoras de empresas como medio de éxito, emprendimiento y desarrollo sostenible de las MIPYMES Industriales del Distrito Central”, proponer una herramienta de gestión para el micro, pequeño y mediano empresario. Este modelo de ser aplicado facilitaría al empresario la identificación de los problemas relativos a la administración, procesos y proveedores, entre otros; clasificarlos y priorizarlos, permitiéndole de esta manera encontrar las soluciones y mejoras adecuadas a su propia empresa.

Aspectos conceptuales claves para la aplicación del modelo propuesto

En los mercados actuales, el concepto de calidad trasciende las características físicas y funcionales de los bienes y servicios, incluyendo atributos que se relacionan con la gestión integral de la organización. Esta concepción está enmarcada en un ambiente muy competitivo, que demanda una cultura de gestión centrada en la satisfacción de clientes y usuarios mediante el constante mejoramiento de la calidad (CNPC, 2003).

La esencia de la Gestión de la Calidad es el principio de la mejora continua, pues ella se centra en procesos e individuos por igual, y su objetivo es proporcionar una mayor calidad a menor costo (Marsch, 2000).

Este proceso busca que el empresario sea un verdadero líder de su organización, asegurando la participación de todos e involucrándose en todos los procesos de la cadena productiva. Para ellos, el deber es adquirir compromisos profundos, ya que el empresario es el principal responsable de la ejecución del proceso y la más importante fuerza que da impulso a su empresa.

Según la óptica de Eduardo Deming (1996) la administración de la calidad total es un proceso constante, que será llamado Mejoramiento Continuo, donde la perfección nunca se logra pero siempre se busca (Deming, 1989).

El mejoramiento continuo es una herramienta fundamental para todas las empresas porque les permite renovar los procesos administrativos que ellos realizan, lo cual hace que las organizaciones estén en constante actualización; además permite que sean más eficientes y competitivas, fortalezas que le ayudarán a permanecer en el mercado.

Entre los beneficios de la mejora continua se pueden indicar:

1. Se concentra el esfuerzo en ámbitos organizativos y de procedimientos puntuales.
2. Consiguen mejoras en un corto plazo y resultados visibles
3. Si existe reducción de productos defectuosos, trae como consecuencia una reducción de los costos, como resultado de un consumo menor de materias primas.
4. Incrementa la productividad y dirige a la organización hacia la competitividad, lo cual es de vital importancia para las actuales organizaciones.
5. Contribuye a la adaptación de los procesos a los avances tecnológicos.
6. Permite eliminar procesos repetitivos.
7. Sin embargo, esta técnica puede resultar muy exigente o presentar inconvenientes en su aplicación, como los siguientes: Cuando el mejoramiento se concentra en un área específica de la organización, se pierde la perspectiva de la interdependencia que existe entre todos los miembros de la empresa.

8. Requiere de un cambio en toda la organización, ya que para obtener el éxito es necesaria la participación de todos los integrantes de la organización y a todo nivel. Hay que hacer inversiones importantes.
9. Una mejora continua de la calidad exitosa depende de la capacidad de identificar, priorizar y resolver problemas; un problema es una desviación entre lo que debería estar ocurriendo y lo que realmente ocurre, y que sea lo suficientemente importante para hacer que alguien piense en que esa desviación debe ser corregida (Evans, J. R., y W. Lindsay, 2000).

En el área de resolución de problemas es necesario distinguir entre la causa y el efecto, o lo que es lo mismo, tratar de identificar oportunidades para la mejora, una vez que sean definidas las causas o bien las oportunidades, se puede proceder a generar tantas mejoras como sea posible, considerando variadas estrategias y que incluyan, según sea conveniente acciones correctivas y/o preventivas, así como también mejoras activas, graduales o drásticas (Kelada, 1999).

El ciclo PDCA o rueda de Deming, Análisis (plan), Elaboración (do), Verificación (check), Estandarización (acción), es un método para solucionar los problemas operativos de la empresa, que permite transformarlos en oportunidades de mejora y de adquisición de experiencia fructífera (U, 1995). Cuando no se hayan conseguido los resultados esperados, se debe repetir el ciclo PDCA sobre el mismo problema.

En la tabla 15, propone una metodología para llegar a crear un plan de mejora, que destaca la necesidad no sólo de iniciar el proceso definiendo y priorizando los problemas de calidad, sino además de seleccionar y utilizar adecuadamente las herramientas para cada uno de los pasos indicados.

El Mejoramiento Continuo se aplica regularmente, permitiendo que las organizaciones puedan integrar las nuevas tecnologías a los distintos procesos, lo cual es imprescindible para toda organización. Toda empresa debe aplicar las diferentes técnicas administrativas que existen. Es muy importante que se incluya el mejoramiento continuo.

Tabla 16 Pasos y herramientas del ciclo de mejora continua de la calidad.

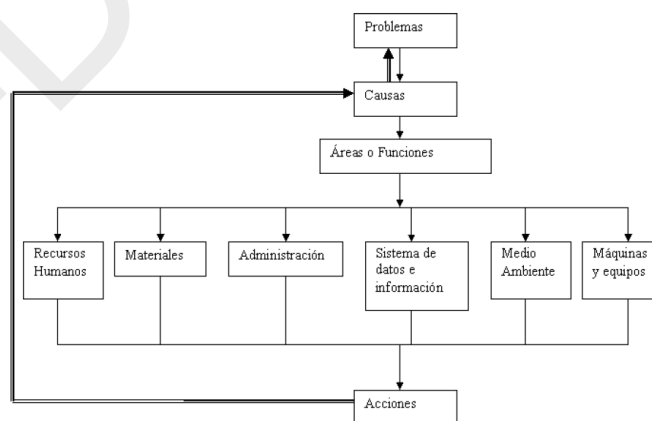
| Pasos | ¿Qué hacer? | ¿Qué herramientas utilizar? |
|-------|---|---|
| I | Definir y priorizar un problema de calidad | <ul style="list-style-type: none"> • Lluvia de ideas • Diagrama de Pareto |
| II | Analizar las causas que originan el problema. | <ul style="list-style-type: none"> • Diagrama causa - efecto (Ishikawa). • Diagrama de flujo |
| III | Diseñar medidas de solución de problemas. | <ul style="list-style-type: none"> • Manuales de procedimientos y organización • Formato de acuerdo |
| IV | Verificar y controlar las acciones implantadas. | <ul style="list-style-type: none"> • Diagrama de control • Indicadores |

Fuente: Aeropuertos Españoles y Navegación (AENA) 2002.

Presentación del modelo propuesto

La identificación de las oportunidades de mejora, es la base para poder administrar los esfuerzos de mejora continua en la empresa, permitiendo focalizar y priorizar las acciones pertinentes.

Ilustración 7 Modelo propuesto de mejora continua



Fuente: Cárdenas G. Luis, 2005 “Diagnóstico de calidad y productividad en las empresas del sector metalmeccánica de la provincia de Valdivia”.

En la presentación del modelo se plantea la siguiente priorización de problemas identificados como ser:

1. Capacitación y reconocimiento de los empleados.
2. Planificación estratégica.
3. El sistema de gestión no considera el trabajo en equipo, como un elemento de aumento de la calidad y productividad.
4. Liderazgo y apoyo de la alta administración en actividades de fomento de la calidad
5. Ejecución y diseño de los trabajos deficientes.
6. Servicios de mantención y garantía.
7. Incumplimiento en plazos de entrega de los productos y servicios.
8. No existen medidas de prevención, reducción y control de residuos contaminantes.

Para una empresa en particular el orden de priorización debe ser cotejado de acuerdo a su realidad, por lo que el orden de prioridad puede variar.

Para la identificación de las causas de los problemas se propone utilizar el diagrama de Causa-Efecto (diagrama Ishikawa), pues esta técnica permite explorar varias categorías de causas, fomenta la creatividad a través del proceso de lluvia de ideas, proporciona una imagen visual del problema y categoriza las causas potenciales.

El empresario debiera proceder agrupando las causas identificadas, bajo las “familias de causas”, tal como se establece en el modelo. En esta etapa se obtiene una visión más amplia de las áreas y funciones de la empresa, en que se estaría concentrando la mayor o menor cantidad de causas, de los problemas identificados. Para este efecto, se proponen las siguientes familias de causas:

- Recursos Humanos, Materiales, Administración (procedimientos).
- Sistemas de Datos e Información, Medio ambiente y Máquinas y Equipos.

Estas áreas son las que deberán concentrar una mayor atención en las acciones contempladas en un plan de mejora, por cuanto corresponden a lo que se denomina “oportunidad de mejora”.

Propuesta de acciones para iniciar el plan de mejora continúa

El proceso de Mejora de la Productividad y Calidad es una acción permanente e iterativa de toda la organización, es una actitud que se desarrolla por parte de todo el personal y que permite mantener el interés por la innovación, por la creatividad, por hacer las cosas cada vez mejor y satisfacer en mayor medida las necesidades de los clientes. Si se dispone de una actitud de mejora continua, la empresa tratará siempre de buscar el límite de lo que puede hacer con unos recursos determinados.

El plan de mejora que una propone una estructura de áreas u oportunidades de mejora, a las cuales se les asignó un grupo de acciones relacionadas. De acuerdo al diagnóstico previo, el plan de mejora propuesto se centra fundamentalmente en acciones de mejora destinadas, a reforzar y enriquecer la Gestión de Recursos Humanos y de la Administración de procedimientos, en estas áreas se detectó una falencia o debilidad por parte de los directivos en el ámbito de la “planificación estratégica”, puesto que la mayoría declara no proponerse metas de mejoramiento de la calidad en el largo plazo.

Grupo 1. Acciones orientadas a los administradores (dueños) de las empresas.

El objetivo de estas acciones, es que los administradores (dueños), a través de su propio aprendizaje, sean capaces de hacer comprender a todo el personal que la orientación hacia la calidad es una opción estratégica, motivada por la dirección y que será permanente.

- La dirección de las empresas deberán fijar su visión, misión y establecer sus objetivos estratégicos.
- A nivel de administración se debe asumir, la importancia de la capacitación de los directivos como factor para mejorar la competitividad de sus empresas, a través de su participación en Programas de Apoyo a la Gestión y principalmente en aquellos orientados a la Planificación Estratégica.

Grupo 2. Acciones previas para al inicio de la implementación del plan.

- Organización para el lanzamiento (Promover e informar).
- La administración deberá nombrar un responsable para implementar el plan de mejora, con independencia de cualquier otra tarea que pudiese tener a su cargo dentro de la empresa. (Es el responsable de liderar y planificar las acciones de mejora de la calidad).
- Se recomienda que la divulgación de la implementación del plan, sea a través de documentos que circulen en toda la empresa y sean de conocimiento de todos los miembros.
- Verificar el nivel de comprensión por parte de los miembros de la empresa, en cuanto al significado de esta nueva forma de trabajo, de qué manera se van a involucrar, y que beneficios tiene desde el punto de vista personal y para la organización.

Grupo 3. Acciones orientadas a la motivación.

La motivación de los empleados se consigue al presentar de forma lógica la estrecha relación que existe entre la calidad total y la satisfacción laboral de las personas.

- Estimular el crecimiento personal (Estima y autorrealización).
- Mejorar la higiene en el ambiente de trabajo.
- La motivación puede ser estimulada con la participación, pues de esta manera se aprovecha el potencial creativo del personal.
- Asignar responsabilidades y/o funciones y que sean visibles en cuadros y gráficos.
- Prever una mejor organización del área de trabajo.
- Cuidar que se mantengan posturas positivas frente a los problemas, tratando de motivar al grupo en la búsqueda de soluciones.
- Usar las críticas en forma moderada y siempre para incentivar el trabajo.

Grupo 4. Acciones orientadas a los sistemas de reconocimiento.

El sistema de reconocimiento debe ser común en toda la empresa y debe tratar de estimular, sostener y mostrar la aprobación y su forma puede ser diferente a la financiera.

- Establecer un sistema de reconocimiento y de recompensa para premiar al personal que califique en una especialidad.
- Realizar un evento anual de reconocimiento donde se entregue un premio al trabajador más destacado.
- Brindar elogios por el esfuerzo del trabajo bien realizado.
- En función de las mejoras de calidad del producto, establecer sistemas de bonos de producción.

Grupo 5. Acciones orientadas a incentivar el Trabajo en Equipo.

La construcción de equipos es un proceso de estímulo planificado y deliberado de técnicas de trabajo efectivas, permitiendo desarrollar procesos y relaciones para que se produzca un cambio positivo y una mejora del rendimiento, el sistema de trabajo de las empresas facilita la formación de equipos, por cuanto existen relaciones de dependencia entre una operación y otra. El trabajo en equipo busca mejorar las entradas y salidas de los diferentes procesos (Cliente- Proveedor).

- La administración de las empresas, debe llegar al convencimiento que el trabajo en equipo fomenta las capacidades de las personas y aumenta la eficiencia del trabajador.
- Formar equipo de trabajo con participación de personas de diferentes áreas operativas, pues las tareas conjuntas requieren de diferentes conocimientos o especialidades. Pensando que el equipo va a generar ideas, planes e información de manera que los trabajadores se impliquen en la marcha de la empresa.
- La comunicación eficaz con la dirección estimula el espíritu positivo de equipo, como también la lealtad y la motivación, las comunicaciones pueden ser visuales a través de posters, carteles y gráficos.

Grupo 6. Acciones orientadas al crecimiento personal de los directivos.

Los administradores de las empresas abarcan una gran variedad de tareas, lo que parece reflejar el enfoque desorganizado, con el que han desarrollado las actividades de dirección, por otro lado, los administradores no han sido capacitados en las técnicas de gestión de empresas.

- Los empresarios tienen que aprender sobre calidad, esto ofrece al directivo y al subordinado una ciencia empresarial más enriquecedora y firmemente basada en la información.
- Los directivos deben desarrollar habilidades técnicas, humanas y conceptuales
 - Técnicas: Crean competencias en una tarea determinada por ejemplo, en áreas como finanzas y producción entre otras.
 - Humanas: Ayuda al directivo a relacionarse de forma efectiva con otras personas, mejorando su capacidad de motivación y comunicación con sus subordinados.
 - Conceptuales: Desarrollar su capacidad para evaluar holística y sistemáticamente los problemas internos y externos de la organización, percibir interrelaciones y evaluar la cuenta de resultados.

Grupo 7. Acciones orientadas a la capacitación y calificación del personal.

Las empresas tienen la necesidad de capacitar y educar al personal en todas las áreas y niveles, esto permite desarrollar conocimientos, habilidades y aptitudes, de modo que la organización sea más eficiente y competitiva. Los instrumentos que puede utilizar la empresa para la educación y capacitación de su personal pueden ser: charlas y cursos, material didáctico, literatura técnica especializada, manuales e instructivos, entrenamiento en otras áreas, rotación de cargos, ampliación de cargos, entre otros.

- Se propone utilizar algunas de las herramientas anteriores, enfocadas hacia aspectos técnicos de capacitación. b) Se proponen cursos de crecimiento personal orientados a:
 - Motivación.
 - Autoestima.
 - Trabajo en equipo
 - Valores
- Identificar las habilidades del personal, adiestrarlos y calificarlos en alguna especialidad (soldador, tornero, fresador, trazador), mediante algún organismo calificador.

- El mantenimiento presenta cada vez una mayor complejidad, por cuanto la alta sofisticación tecnológica de la maquinaria y equipos, sumado a los rápidos avances en este ámbito, hacen necesaria una preparación de personal especializado.

Los instrumentos propuestos son: Cursos, charlas, manuales, instructivos, catálogos, entrenamientos en plantas de representantes de marcas.

Grupo 8. Acciones orientadas a los proveedores.

Un proceso exitoso de mejoramiento continuo debe tomar en cuenta la participación de los proveedores de insumos y materias primas. Toda empresa que busque que sus líneas de producción funcionen sin interrupción y con inventario reducido, primero debe encontrar formas que le garanticen que las compras de materiales lleguen oportunamente sin afectar el cumplimiento en los plazos de entrega de productos.

- Identificar y calificar a los proveedores, considerando calidad, entregas y costos.
- Predecir la necesidad de material y organizar a los proveedores en los tiempos de entrega.
- Asegurarse de que las instrucciones en las órdenes de pedido sean claras.
- Realizar actividades en forma conjunta con los proveedores, para que ellos aporten la información técnica referente a los materiales (características y propiedades).

Grupo 9. Acciones orientadas al manejo de residuos.

El manejo de residuos tiene por objetivo la definición de procedimientos y planificación de actividades relacionadas con el tratamiento de residuos, desde su generación hasta su disposición final o eliminación, de forma tal de resguardar la salud de las personas y minimizar los impactos al medio ambiente.

- Realizar y/o participar en cursos o charlas referidas a la importancia de incorporar prácticas de producción limpia, que permitan mejorar sus procesos y productos en términos medioambientales y productivos.
- Se propone que las empresas presenten proyectos de producción más limpia.

- Establecer un procedimiento y programación para inspeccionar compuestos químicos ingresados, almacenados o mezclados y designar áreas para planes de derrame y limpieza.

Grupo 10. Acciones orientadas a la innovación tecnológica.

La innovación tecnológica se presenta como un factor clave para alcanzar mayores niveles de productividad, rentabilidad y competitividad, en este aspecto las MIPYMES, deben mejorar su capacidad financiera para invertir en investigación y desarrollo, que les permita acortar la brecha en el nivel de incorporación de tecnología, con respecto a la gran empresa.

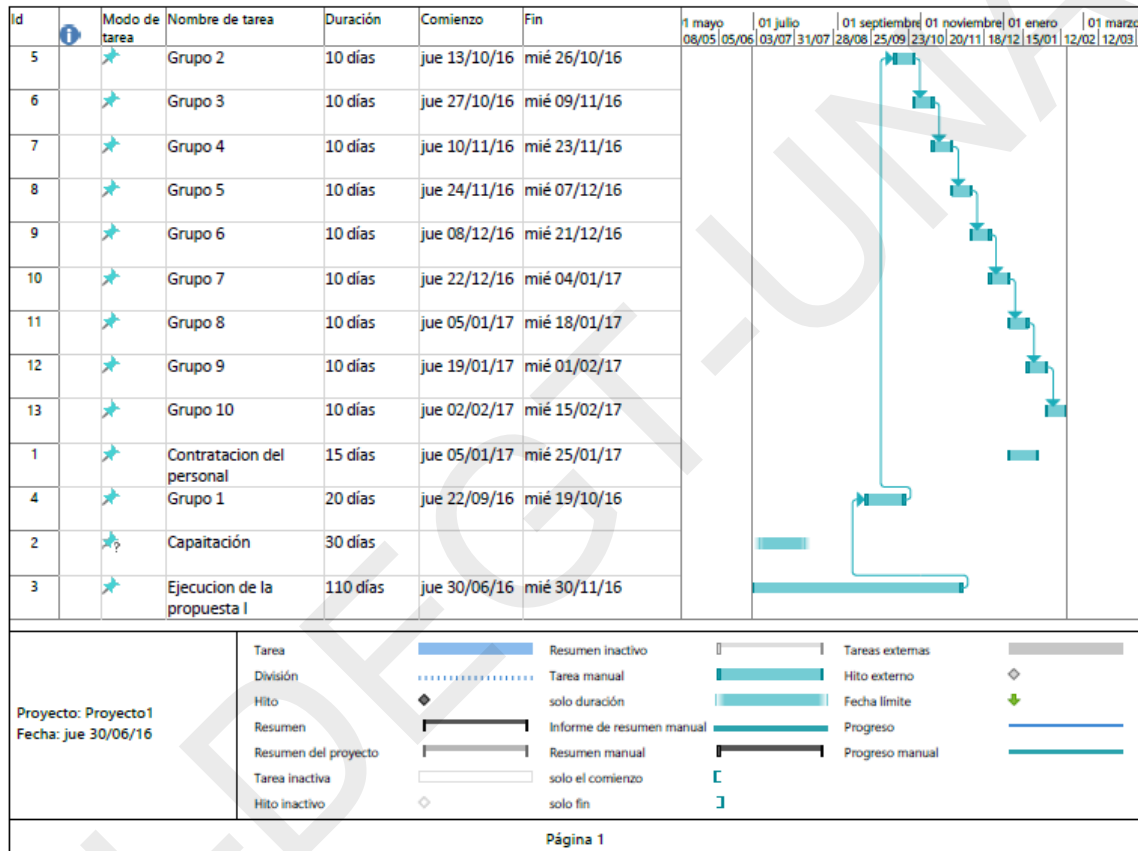
- En la eventualidad de adquirir una nueva máquina, instrumento o equipo, cerciorarse de que el proveedor contemple una capacitación o entrenamiento para los operadores además de la información técnica suficiente.
- Implementar una base de documentación que incluya por ejemplo los manuales o catálogos de los equipos, máquinas o instrumentos.
- Adaptar o traducir catálogos o manuales, de modo que presten verdadera utilidad para los operarios o encargados.
- Acceder a los instrumentos disponibles para el financiamiento en innovación tecnológica.

El modelo de Gestión basado en la Mejora Continua propuesto, busca aportar al micro, pequeño y mediano empresario una herramienta útil, adaptable y eficaz para el desarrollo de su empresa. El plan de mejora propuesto se centra fundamentalmente en acciones de mejora destinadas a reforzar y enriquecer la Gestión de Recursos Humanos y de la Administración de procedimientos. En estas áreas se detectó una falencia o debilidad por parte de los directivos en el ámbito de la “planificación estratégica”, puesto que la mayoría declara no proponerse metas de mejoramiento de la calidad en el largo plazo.

El éxito del plan de mejora propuesto, necesariamente, dependerá de la voluntad y compromiso de los dueños y/o administradores, de comenzar su implementación con su propio aprendizaje y perfeccionamiento, tal como lo expresa el primer grupo de acciones.

Si en la implementación del plan propuesto se requiere realizar inversión, sería apropiado que ella esté orientada inicialmente a los recursos humanos que las empresas poseen, específicamente en las áreas de motivación y capacitación.

Ilustración 8 Cronograma de actividades



Fuente: Elaboración Propia

Anexo II Encuesta

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ORIENTACIÓN EN FINANZAS

La presente encuesta tiene la intención de obtener información general, válida, confiable, oportuna y suficiente sobre el sector MIPYMES Industrial de Tegucigalpa. Dicha información obtenida permitirá establecer el Éxito, Emprendimiento y Desarrollo sostenible de las MIPYMES industriales de Tegucigalpa, la información brindada por su parte será de uso confidencial y exclusivo para estudio educativo en la cual no se revelará la información brindada.

DATOS GENERALES

1. Género

- Femenino Masculino

2. Estado civil

- Soltero/a Casado/a Unión Libre Viudo/a

3. Nivel de escolaridad

- Primaria Secundaria Universidad Post Universitaria

4. Edad

- De 18 a 25 años De 26 a 35 años De 36 a 50 años Más de 50 años

5. Rubro de su empresa industrial (Manufactura o transformación de la materia)

- Madera / Papel Sector textil Cuero Sector cárnico
 Sector Lácteo Sector Alimenticio Otro rubro de manufactura

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO

6. ¿Qué tiempo tiene de operar su empresa?

- De 1 a 5 años De 6 a 10 años De 11 a 15 años Más de 15 años

7. ¿Con cuántos colaboradores cuenta su empresa?

- De 1 a 4 colaboradores De 5 a 10 colaboradores De 11 colaboradores en Adelante

8. ¿Cuál es el rango de venta anual de su empresa?

- Menor a L 700,000.00 De L 700,000.00 a L 2, 000,000.00

Más de L 2, 000,000.00

9. Seleccione la herramienta que utiliza su empresa para medir la satisfacción de sus clientes

Cliente oculto Buzón de sugerencia Ninguno de los anteriores

10. Usted ha participado en capacitaciones o curso para emprendimiento

Sí No

11. Sus colaboradores reciben capacitaciones para mejorar el desarrollo de sus funciones

Sí No

12. ¿Cuál cree que es el mayor factor que afecta el éxito de su empresa?

Factores tecnológicos Factores sociales Factores económicos
 Factores políticos

13. Su empresa cuenta con líneas de crédito bancarias o de proveedores

Sí No

14. Tiene la empresa un programa escrito y presupuesto asignado para la innovación y desarrollo para nuevos servicios o procesos

Sí No

15. Su negocio actualmente está operando financieramente con:

Ganancias Pérdidas Compras al crédito Estable económicamente

EMPREDIMIENTO EMPRESARIAL

16. En qué forma jurídica está constituida su empresa

Comerciante individual Sociedad mercantil No está constituida

17. Su empresa fue iniciada con:

Capital propio Préstamo bancario Compras al crédito

18. Realizo usted algún estudio de mercado o financiero para la apertura su empresa

Sí No

19. La empresa cuenta con un plan de trabajo para desarrollarse anualmente

Sí No

20. La empresa está cumpliendo los objetivos planteados

- Sí No

21. A qué se dedicaba usted antes de emprender su negocio

- Estudiaba Empleado familiar Empleado empresa privada
 Empleado del gobierno Desempleado

DESARROLLO SOSTENIBLE EMPRESARIAL

22. Las instalaciones de la empresa son:

- Propia Arrendado Compra por medio financiero

23. Su empresa cuenta con el nuevo sistema tributario de la DEI

- Sí No Está en proceso

24. ¿Cuál es el perfil educativo de los colaboradores de su empresa?

- Primaria Secundaria Universitaria
 Ninguna

25. Seleccione el sueldo mensual que devenga sus colaboradores

- Salario mínimo Sueldo menor al salario mínimo Sueldo mayor al salario mínimo

26. Su empresa cuenta con un plan de prevención de riesgos laborales

- Sí No

27. Sus colaboradores cuentan con los beneficios del código de trabajo

- Sí No

28. La empresa ha tenido Crecimiento en los últimos 3 años

- Sí No

29. Usted cuenta con otra fuente de ingreso económico aparte de los de su empresa

- Sí No

INCUBACIÓN

APOYO RECIBIDO EXTERNAMENTE PARA FORTALECER O EMPRENDER LA EMPRESA

30. Le gustaría que su empresa contará con una metodología de aceleramiento para fortalecer, desarrollar y lograr un mayor posicionamiento en su rubro

- Sí No

31. Usted ha recibido apoyo externo para el fortalecimiento de su empresa (conteste la pregunta número 32, solo si su respuesta es NO)

- Sí No

32. Marque qué tipo de Apoyo le gustaría que recibiera su empresa que permita lograr el éxito

- Apoyo organizacional Apoyo técnico Apoyo financiero
 Todos los anteriores

33. Le gustaría que su empresa recibiera apoyo de alguna de estas instituciones

- Centro de Emprendedores UNAH
 Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa CCIT
 Instituciones Micro Financieras IMF
 Consejo Hondureño de la Empresa Privada COHEP
 Instituto de Formación Profesional INFOP
 Ninguna

34. Usted ha participado en programas o eventos para emprendedores como :

- Ferias
 Programa Honduras Emprende CCIT
 No he participado

Anexo III Base de datos de las MIPYMES industriales Distrito Central

Tabla 17 Base de datos de las MIPYMES industriales D.C.

| N° | Nombre | Teléfono |
|----|---|-------------|
| 1 | ALUMINIO PARA LA CONSTRUCCIÓN, S. DE R.L. DE C.V. | 22267292 |
| 2 | ARTS SRAFTS LA HOJA DE ORO, S.D ER.L. | 95816599 |
| 3 | AZAR INDUSTRIAL, S. DE R.L. DE C.V. | 22265274 |
| 4 | BAYER, S.A. DE C.V. | 22692100 |
| 5 | BIGOS LA CASA DE LAS HAMBURGUESAS, S. DE R.L. DE C.V | 22250192 |
| 6 | BT HONDURAS S.A. DE C.V. | 22325152 |
| 7 | EMBUTIDOS Y DERIVADOS ZAMBRANO | 99191882 |
| 8 | CASA DE ORO, S. DE R.L. | 22310902 |
| 9 | PRODUCTOS LATEX HONDU-ALEMANA, S. DE R.L. DE C.V. | 22629404 |
| 10 | COMPAÑÍA FARMACÉUTICA MC, S.A. (MC) | 22252381 |
| 11 | COMPAÑÍA IMPORTADORA-EXPORTADORA, S. DE R.L. (COIMEX) | 22237916 |
| 12 | COMPAÑÍA INDUSTRIAL LA FLORIDA, S. DE R.L. DE C.V. | 22307516 |
| 13 | CORPORACIÓN GLOBAL, S. DE R.L. (GLOBAL CORP) | 22376366 |
| 14 | DISTEGU, S. A. DE C. V. | 22752880 |
| 15 | DISTRIBUIDORA DE MATERIALES, S. A. DE C. V. (DIDEMA) | 22027300 |
| 16 | DISTRIBUIDORA TEXTIL, S.A. DE C.V.(DITEX) | 22305518 |
| 17 | DROGUERÍA PHARMA INTERNACIONAL, S. DE R. L. | 22348989 |
| 18 | EDITORIAL SANTILLANA, S.A. | 22707100 |
| 19 | EXCELL FARMACÉUTICA, S. A. DE C.V. | 22365983 |
| 20 | FERRETERÍA EL MAESTRO, S.A. (FEMASA) | 22306280 |
| 21 | FINCAS ZARABANDA S. DE R.L. DE C.V. | 22466979 |
| 22 | FORMULARIOS STANDARD, S.A. | 22691454 |
| 23 | INDUSTRIA CENTROAMERICANA DE SANITARIOS, S.A. (INCESA) | 22211203 |
| 24 | INDUSTRIA MANUFACTURERA DE CALZADO CAPRI, S. A. DE C. V | 22468023 |
| 25 | INDUSTRIAS BÁSICAS METÁLICAS IRÍAS, S. DE R.L. DE C.V. (INBAMI) | 22237783 |
| 26 | INDUSTRIAS METÁLICAS ROJAS-NÚÑEZ, S. DE R.L. DE C.V. | 22322853 |
| 27 | INVERSIONES FARMACÉUTICAS, S.A. (INVEFARMA, S.A.) | 22305404 |
| 28 | INVERSIONES MARBO, S.A. DE C.V. | 22321576 |
| 29 | INVERSIONES OLGA S.A. (VIE DE FRANCE) | 22910087 |
| 30 | INVERSIONES PERUANAS S.A. | 22171212 |
| 31 | IRYCOM, S. DE R.L. (IRYCOM) | 22323325 |
| 32 | LA CASA DEL PAN, S. DE R.L. (THE CORNER'S BREAD) | 22268497 |
| 33 | LABORATORIO PHARMA INTERNACIONAL, S. DE R.L. | 22348989 |
| 34 | LABORATORIOS FRANCELIA, S. DE. R. L. DE C. V | 22467926 |
| 35 | LATIN AMERICAN TRADING SERVICES (HONDURAS), S.A. | 22399038 |
| 36 | LATS INTEGRA, S. A. | 22680052 |
| 37 | MARKETING ARM INTERNATIONAL HONDURAS, S. DE R. L. DE C. V. | 22310094/36 |
| 38 | QUÍMICAS DE CENTROAMÉRICA | 22329721 |

| N° | Nombre | Teléfono |
|----|--|-------------|
| 39 | MELI COMPUTACIÓN TGU, S.A. | 22310801 |
| 40 | MODATEC INDUSTRIAL, S. DE R.L. DE C.V. (ATELIER) | 22394232 |
| 41 | NINO LLANTAS, S.A. (NILLASA) | 22340369 |
| 42 | ÓPTICA POPULAR, S. DE R.L. | 22357918 |
| 43 | OVERSEAS CHEMICALS, S. DE R.L. | 22348411 |
| 44 | PHARMAETICA LABORATORIOS, S.A. DE C.V. | 2229-2400 |
| 45 | PRODUCTOS DE IMPORTACION, S.A. DE C.V. (PRODEIMSA) | 22365905 |
| 46 | PROMODA DE HONDURAS S.A DE C.V | 22028400 |
| 47 | REPRESENTACIONES MEDICAS, S. DE R.L. DE C.,V. | 22310588 |
| 48 | SERVICIO DE COMIDAS SALUDABLES S. DE R.L. DE C.V. | 22396488 |
| 49 | STARLINE INTERNATIONAL, S.A. | 22359785 |
| 50 | AGRÍCOLA, PRODUCTOS | 2232-5691 |
| 51 | AGRÍCOLA, PRODUCTOS | 221-1381 |
| 52 | AGUA PURIFICADA Y/O EMBOTELLADA | 2229-0938 |
| 53 | AGUA PURIFICADA Y/O EMBOTELLADA | 224-2112 |
| 54 | AGUA PURIFICADA Y/O EMBOTELLADA | 2234-78-00 |
| 55 | AGUA PURIFICADA Y/O EMBOTELLADA | 2230-1009 |
| 56 | ALIMENTOS INFANTILES | 227-1946 |
| 57 | ALIMENTOS PROCESADOS | 22091020 |
| 58 | ALIMENTOS PROCESADOS | 2225-2664 |
| 59 | ALIMENTOS PROCESADOS | 2232-4655 |
| 60 | ALIMENTOS PROCESADOS | 280-1209 |
| 61 | ALIMENTOS PROCESADOS | 9630-9175 |
| 62 | ALIMENTOS PROCESADOS | 2234-3238 |
| 63 | ALIMENTOS PROCESADOS | 232-2685 |
| 64 | ALIMENTOS PROCESADOS | 98137163 |
| 65 | ALIMENTOS, DISTRIBUIDORAS DE | 239-2848 |
| 66 | ALIMENTOS, DISTRIBUIDORAS DE | 225-1675 |
| 67 | ALIMENTOS, DISTRIBUIDORAS DE | 226-6096 |
| 68 | ALIMENTOS, DISTRIBUIDORAS DE | 2239-2985 |
| 69 | ARROZ, BENEFICIOS DE | 223-5661/62 |
| 70 | ARTESANÍAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 234-4699 |
| 71 | ARTESANÍAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2768-3150 |
| 72 | ARTESANÍAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 226-7424 |
| 73 | ARTESANÍAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 221-4393 |
| 74 | ARTESANÍAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2779-0324 |
| 75 | ARTESANÍAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 230-3641 |
| 76 | ARTESANÍAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2220-13-20 |
| 77 | ARTESANÍAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2257-34-28 |
| 78 | ARTESANÍAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 236-6379 |
| 79 | ARTESANÍAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 22573687 |
| 80 | ARTESANÍAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2221-4503 |
| 81 | ARTESANÍAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 766-2756 |
| 82 | ARTESANÍAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2221-3584 |
| 83 | AVÍCOLAS, PRODUCTOS | 225-0203 |
| 84 | AVÍCOLAS, PRODUCTOS | 225-0102 |
| 85 | AVÍCOLAS, PRODUCTOS | 226-5533 |

| N° | Nombre | Teléfono |
|-----|---|--------------|
| 86 | AVÍCOLAS, PRODUCTOS | 234-1030 |
| 87 | BICICLETAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 257-1269 |
| 88 | CAFÉ, BENEFICIOS Y/O COMERCIALIZADORAS DE | 2234-2558 |
| 89 | CAFÉ, BENEFICIOS Y/O COMERCIALIZADORAS DE | 2245-6879 |
| 90 | CAFETERÍAS | 2766-3334 |
| 91 | CAFETERÍAS | 239-7309 |
| 92 | CAFETERÍAS | 2232-6789 |
| 93 | CAFETERÍAS | 220-0890 |
| 94 | CAFETERÍAS | 9957-01-82 |
| 95 | CAMARONES Y MARISCOS, COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE | 231-0018 |
| 96 | CAMARONES Y MARISCOS, COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE | 2225-17-04 |
| 97 | CAMARONES Y MARISCOS, COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE | 2230-5015 |
| 98 | CAMAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 246-8035 |
| 99 | CAMAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 206-2324 |
| 100 | CAMISAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 245-6506 |
| 101 | CARNES COMPRA VENTA DE | 250-7986 |
| 102 | CARNES COMPRA VENTA DE | 225-0203 |
| 103 | CARNES COMPRA VENTA DE | 2257-2180 |
| 104 | CARNES COMPRA VENTA DE | 239-0699 |
| 105 | CARNES COMPRA VENTA DE | 95450760 |
| 106 | CEMENTO, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2239-97-50 |
| 107 | CEMENTO, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 236-5409 |
| 108 | CEMENTO, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 290-0300 |
| 109 | CERÁMICA, PRODUCTOS DE | 239-5611 |
| 110 | CERÁMICA, PRODUCTOS DE | 2230-3030 |
| 111 | CERÁMICA, PRODUCTOS DE | 33-87876 |
| 112 | CERÁMICA, PRODUCTOS DE | 2232-4187 |
| 113 | CERVEZA Y REFRESCOS , FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 225-3737 |
| 114 | CHOCOLATES Y DULCES, FABRICAS Y/O DISTRIBUIDORES | 231-2278 |
| 115 | COCINAS MODULARES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2221-41-08 |
| 116 | COLORANTES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN DE | 265-5320 |
| 117 | COLORANTES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN DE | 2257-17-20 |
| 118 | COLORANTES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN DE | 2239-7144, |
| 119 | COLORANTES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN DE | 9595-39-35 |
| 120 | COMEDORES | 2232-51-77 |
| 121 | COMIDAS RÁPIDAS | 2239-8830 |
| 122 | COMIDAS RÁPIDAS | 2232-5818 |
| 123 | COMIDAS RÁPIDAS | 9529-4171 |
| 124 | COMIDAS RÁPIDAS | 290-0500 |
| 125 | COMIDAS RÁPIDAS | 269-4426-26- |
| 126 | COMIDAS RÁPIDAS | 233-1502 |
| 127 | COMIDAS RÁPIDAS | 2238-7033 |
| 128 | COMIDAS RÁPIDAS | 238-5997 |
| 129 | COMIDAS RÁPIDAS | 221-2880 |
| 130 | COMIDAS RÁPIDAS | 2230-3535 |
| 131 | COMIDAS RÁPIDAS | 2221-1045 |
| 132 | COMIDAS RÁPIDAS | 2290-0500 |

| N° | Nombre | Teléfono |
|-----|---|------------|
| 133 | COMIDAS RÁPIDAS | 290-0500 |
| 134 | COMIDAS RÁPIDAS | 2239-6805 |
| 135 | COMIDAS RÁPIDAS | 227-1754 |
| 136 | COMIDAS RÁPIDAS | 243-0298 |
| 137 | CONFECCIÓN DE ROPA | 221-6234 |
| 138 | CONFECCIÓN DE ROPA | 234-1917 |
| 139 | CONFECCIÓN DE ROPA | 2234-2355 |
| 140 | CONFECCIÓN DE ROPA | 2238-2456 |
| 141 | CONFECCIÓN DE ROPA | 239-4232 |
| 142 | CONFECCIÓN DE ROPA | 9673-0841 |
| 143 | CONFECCIÓN DE ROPA, MATERIALES PARA | 246-6441 |
| 144 | CONFECCIÓN DE ROPA, MATERIALES PARA | 2232-4190 |
| 145 | CONFECCIÓN DE ROPA, MATERIALES PARA | 2239-961 |
| 146 | CONFECCIÓN DE ROPA, MATERIALES PARA | 232-2228 |
| 147 | CONFITES, FABRICAS DE | 233-1266 |
| 148 | CONFITES, FABRICAS DE | 2232-49-97 |
| 149 | CORTINAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 239-2207 |
| 150 | COSMÉTICOS Y PERFUMES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 230-8900 |
| 151 | COSMÉTICOS Y PERFUMES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 232-2260 |
| 152 | COSMÉTICOS Y PERFUMES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 280-3240 |
| 153 | COSMÉTICOS Y PERFUMES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2280-7700 |
| 154 | COSMÉTICOS Y PERFUMES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 235-8182 |
| 155 | COSMÉTICOS Y PERFUMES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2238-0253 |
| 156 | COSMÉTICOS Y PERFUMES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 269-4600 |
| 157 | COSMÉTICOS Y PERFUMES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 238-5670 |
| 158 | CUERO, MATERIAS PRIMAS PARA ELABORACIÓN DE | 2246-54-21 |
| 159 | CUERO, PRODUCTOS DE | 237-0479 |
| 160 | CUERO, PRODUCTOS DE | 2779-0383 |
| 161 | CUEROS Y PIELS, COMPRA VENTA DE | 95888111 |
| 162 | DULCES Y CONSERVAS, VENTA Y/O FABRICACIÓN | 22-231502 |
| 163 | DULCES Y CONSERVAS, VENTA Y/O FABRICACIÓN | 2793-4250 |
| 164 | DULCES Y CONSERVAS, VENTA Y/O FABRICACIÓN | 2255-6685 |
| 165 | DULCES Y CONSERVAS, VENTA Y/O FABRICACIÓN | 213-4719 |
| 166 | DULCES Y CONSERVAS, VENTA Y/O FABRICACIÓN | 232-1713 |
| 167 | DULCES Y CONSERVAS, VENTA Y/O FABRICACIÓN | 2234-5137 |
| 168 | FORMAS CONTINUAS Y SUELTAS | 2232-2490 |
| 169 | HARINA, FABRICAS DE | 2290-0500 |
| 170 | HIELO, FABRICAS DE | 2237-6564 |
| 171 | HILOS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2235-94-19 |
| 172 | HILOS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 236-7476 |
| 173 | IMPRENTAS | 2235-4746 |
| 174 | IMPRENTAS | 221-8047 |
| 175 | IMPRENTAS | 232-4606 |
| 176 | IMPRENTAS | 2239-5365 |
| 177 | IMPRENTAS | 235-3673 |
| 178 | IMPRENTAS | 99481570 |
| 179 | IMPRENTAS | 239-4104 |

| N° | Nombre | Teléfono |
|-----|---|-----------|
| 180 | IMPRENTAS | 2238-6677 |
| 181 | IMPRENTAS | 236-7374 |
| 182 | IMPRENTAS | 2225-6557 |
| 183 | IMPRENTAS | 2237-5822 |
| 184 | IMPRENTAS | 291-0075 |
| 185 | IMPRENTAS | 2232-9721 |
| 186 | IMPRENTAS | 2238-3450 |
| 187 | IMPRENTAS | 222-0232 |
| 188 | IMPRENTAS | 2223-0927 |
| 189 | IMPRENTAS | 221-0390 |
| 190 | IMPRENTAS | 2232-3093 |
| 191 | IMPRENTAS | 2246-8013 |
| 192 | IMPRENTAS | 9990-541 |
| 193 | IMPRENTAS | 2239-817 |
| 194 | IMPRENTAS | 232-4710 |
| 195 | IMPRENTAS | 2255.6480 |
| 196 | IMPRENTAS | 234-8225 |
| 197 | IMPRENTAS | 243-1270 |
| 198 | IMPRENTAS | 245-1625 |
| 199 | IMPRENTAS | 2220-0146 |
| 200 | IMPRENTAS | 232-3614 |
| 201 | IMPRESOS VARIOS | 2228-1010 |
| 202 | IMPRESOS VARIOS | 2232-2604 |
| 203 | IMPRESOS VARIOS | 2221-3620 |
| 204 | IMPRESOS VARIOS | 237-4419 |
| 205 | JABONES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 236-8424 |
| 206 | JABONES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 290-3200 |
| 207 | JABONES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 290-0200 |
| 208 | LÁCTEOS, PRODUCTOS | 2271-1443 |
| 209 | LÁCTEOS, PRODUCTOS | 33929990 |
| 210 | LÁCTEOS, PRODUCTOS | 2221-1364 |
| 211 | LÁCTEOS, PRODUCTOS | 2222-4501 |
| 212 | LÁCTEOS, PRODUCTOS | 2223-1213 |
| 213 | LÁCTEOS, PRODUCTOS | 225-3357 |
| 214 | LÁCTEOS, PRODUCTOS | 238-7893 |
| 215 | LADRILLOS Y MOSAICOS, FABRICAS DE | 2226-1480 |
| 216 | LICORES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 232-4073 |
| 217 | LICORES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 243-2375 |
| 218 | LICORES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 33086231 |
| 219 | LICORES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 235-8510 |
| 220 | MADERA, COMPRA VENTA Y TRANSFORMACIÓN DE | 2233-2947 |
| 221 | MADERA, COMPRA VENTA Y TRANSFORMACIÓN DE | 2245-4166 |
| 222 | MADERA, COMPRA VENTA Y TRANSFORMACIÓN DE | 798-0370 |
| 223 | MADERA, COMPRA VENTA Y TRANSFORMACIÓN DE | 2227-3438 |
| 224 | MADERA, MUEBLES DE | 2235-7737 |
| 225 | MADERA, MUEBLES DE | 2246-3262 |
| 226 | MAQUILADORAS | 2208-2382 |

| N° | Nombre | Teléfono |
|-----|--|------------|
| 227 | MAQUILAS | 237-4154 |
| 228 | MARMOLERÍAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2232-2776 |
| 229 | MARMOLERÍAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 226-9005 |
| 230 | MATERIAL EDUCATIVO, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 232-3086 |
| 231 | MATERIAL EDUCATIVO, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2225-6630 |
| 232 | MATERIAL EDUCATIVO, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2292-0667 |
| 233 | MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN, COMPRA-VENTA | 226-8850 |
| 234 | MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN, COMPRA-VENTA | 275-8366 |
| 235 | MOLINOS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2223-83-38 |
| 236 | MUEBLES ESCOLARES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2228-15-54 |
| 237 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2235-9934 |
| 238 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 9797-6657 |
| 239 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2227-9332 |
| 240 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2232-4817 |
| 241 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2222-8106 |
| 242 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2235-6087 |
| 243 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2221-7299 |
| 244 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2232-6011 |
| 245 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 233-9132 |
| 246 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2255-6074 |
| 247 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 225-2625 |
| 248 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 262-6624 |
| 249 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 221-4058 |
| 250 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2231-1798 |
| 251 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 213-2744 |
| 252 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2232-6303 |
| 253 | MUEBLES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2232-5628 |
| 254 | NATURALES, PRODUCTOS MEDICINALES | 235-8170 |
| 255 | NATURALES, PRODUCTOS MEDICINALES | 96966469 |
| 256 | NATURALES, PRODUCTOS MEDICINALES | 2228-4973 |
| 257 | NATURALES, PRODUCTOS MEDICINALES | 2237-7414 |
| 258 | NATURALES, PRODUCTOS MEDICINALES | 291-2902 |
| 259 | NATURALES, PRODUCTOS MEDICINALES | 96133057 |
| 260 | NATURALES, PRODUCTOS MEDICINALES | 257-0680 |
| 261 | NATURALES, PRODUCTOS MEDICINALES | 2231-2286 |
| 262 | NATURALES, PRODUCTOS MEDICINALES | 2232-1485 |
| 263 | NATURALES, PRODUCTOS MEDICINALES | 2238-4620 |
| 264 | NATURALES, PRODUCTOS MEDICINALES | 2225-3180 |
| 265 | NATURALES, PRODUCTOS MEDICINALES | 2228-5146 |
| 266 | NO DEFINIDO | 2234-4327 |
| 267 | NO DEFINIDO | 2236-8572 |
| 268 | NO DEFINIDO | 2238-5433 |
| 269 | NO DEFINIDO | 2221-9530 |
| 270 | PANADERÍAS Y PASTELERÍAS | 2225-4502 |
| 271 | PANADERÍAS Y PASTELERÍAS | 246-8050 |
| 272 | PANADERÍAS Y PASTELERÍAS | 2221-3567 |
| 273 | PANADERÍAS Y PASTELERÍAS | 2232-2232 |

| N° | Nombre | Teléfono |
|-----|---|---------------|
| 274 | PANADERÍAS Y PASTELERÍAS | 2779-0581 |
| 275 | PANADERÍAS Y PASTELERÍAS | 2223-5327 |
| 276 | PANADERÍAS Y PASTELERÍAS | 2220-0105 |
| 277 | PANADERÍAS Y PASTELERÍAS | 2201-4493 |
| 278 | PANADERÍAS Y PASTELERÍAS | 236-5562 |
| 279 | PANADERÍAS Y PASTELERÍAS | 220-0105 |
| 280 | PAPELERÍAS E IMPRENTAS | 2225-7724 |
| 281 | PAPELERÍAS E IMPRENTAS | 2227-1378 |
| 282 | PAPELERÍAS E IMPRENTAS | 2220-0301 |
| 283 | PAPELERÍAS E IMPRENTAS | 232-2799 |
| 284 | PAPELERÍAS E IMPRENTAS | 2237-6901 |
| 285 | PAPELERÍAS E IMPRENTAS | 2237-7912 |
| 286 | PEGAMENTOS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2246-8044 |
| 287 | PINTURAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2239-9055 |
| 288 | PINTURAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2231-1371 |
| 289 | PINTURAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2237-5065 |
| 290 | PINTURAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2238-3344 |
| 291 | PINTURAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2225-0798 |
| 292 | PINTURAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2246-7941 |
| 293 | PINTURAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 239-6062 |
| 294 | PINTURAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2202-7300 |
| 295 | PINTURAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2233-20-18 |
| 296 | PINTURAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2234-5647 |
| 297 | PISCINAS, FABRICAS DE ACCESORIOS Y EQUIPOS PARA | 2239-3661 |
| 298 | PISOS, LAVADO Y PULIDO DE | 2291-0396 |
| 299 | PLANTAS INDUSTRIALES | 2234-7016 |
| 300 | PLÁSTICOS DESECHABLE, PRODUCTOS DE | 2221-0217 |
| 301 | PLÁSTICOS DESECHABLE, PRODUCTOS DE | 2230-7665 |
| 302 | PLÁSTICOS DESECHABLE, PRODUCTOS DE | 2222-6212 |
| 303 | PLÁSTICOS, FABRICAS DE | 221-0708 |
| 304 | PLÁSTICOS, FABRICAS DE | 2225-0957 |
| 305 | PLÁSTICOS, FABRICAS DE | 209-0036 |
| 306 | PLÁSTICOS, FABRICAS DE | 239-9966 |
| 307 | PLÁSTICOS, FABRICAS DE | 228-2820 |
| 308 | PLÁSTICOS, FABRICAS DE | 209-3923 |
| 309 | PLÁSTICOS, FABRICAS DE | 223-0935 |
| 310 | PLÁSTICOS, FABRICAS DE | 208-1811 |
| 311 | PLÁSTICOS, FABRICAS DE | 225-0297/2206 |
| 312 | PLYWOOD, COMPRA VENTA DE | 223-8002 |
| 313 | POLLOS, PRODUCCIÓN Y VENTA DE | 2220-0816 |
| 314 | POLLOS, PRODUCCIÓN Y VENTA DE | 2290-0500 |
| 315 | POZOS DE AGUA, PERFORACIÓN DE | 239-5204 |
| 316 | PRESTAMISTAS NO BANCARIOS | 22394815 |
| 317 | PRESTAMISTAS NO BANCARIOS | 9831-8031 |
| 318 | PRESTAMISTAS NO BANCARIOS | 226-5860 |
| 319 | PRESTAMISTAS NO BANCARIOS | 2239-2327 |
| 320 | PRESTAMISTAS NO BANCARIOS | 2238-0878 |

| N° | Nombre | Teléfono |
|-----|---|-------------|
| 321 | PRESTAMISTAS NO BANCARIOS | 2239-4714 |
| 322 | PRESTAMISTAS NO BANCARIOS | 220-6372 |
| 323 | PRESTAMISTAS NO BANCARIOS | 2235-9543 |
| 324 | PRESTAMISTAS NO BANCARIOS | 2238-2267 |
| 325 | PUERTAS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 225-7147 |
| 326 | REFRESCOS, FABRICA DE | 202-4000 |
| 327 | REFRESCOS, FABRICA DE | 9470-36-45 |
| 328 | RELOJES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 235-5416/19 |
| 329 | REPOSTERÍAS | 22-371747 |
| 330 | REPOSTERÍAS | 2231-3142 |
| 331 | REPOSTERÍAS | 22551207 |
| 332 | REPOSTERÍAS | 2211-8620 |
| 333 | REPOSTERÍAS | 201-0897 |
| 334 | REPOSTERÍAS | 226-8497 |
| 335 | REPOSTERÍAS | 2238-1670 |
| 336 | REPOSTERÍAS | 2221-2040 |
| 337 | REPOSTERÍAS | 2233-0758 |
| 338 | REPOSTERÍAS | 2232-1713 |
| 339 | REPOSTERÍAS | 255-2367 |
| 340 | RESINA, FABRICAS DE | 236-6645 |
| 341 | RESTAURANTES | 2230-4602 |
| 342 | RESTAURANTES | 9652-9969 |
| 343 | RESTAURANTES | 2239-4984 |
| 344 | RESTAURANTES | 2235-2367 |
| 345 | RESTAURANTES | 2220-4990 |
| 346 | RESTAURANTES | 2232-4299 |
| 347 | RESTAURANTES | 2239-6232 |
| 348 | RESTAURANTES | 2243-2540 |
| 349 | RESTAURANTES | 2239-1741 |
| 350 | RESTAURANTES | 2235-7137 |
| 351 | RESTAURANTES | 2280-3121 |
| 352 | RESTAURANTES | 225-1060 |
| 353 | RESTAURANTES | 2232-6562 |
| 354 | RESTAURANTES | 9981-7222 |
| 355 | RESTAURANTES | 2235-7840 |
| 356 | RESTAURANTES | 2232-4678 |
| 357 | RESTAURANTES | 2231-0483 |
| 358 | RESTAURANTES | 2290-0500 |
| 359 | RESTAURANTES | 2232-0145 |
| 360 | RESTAURANTES | 2239-1712 |
| 361 | RESTAURANTES | 2236-7484 |
| 362 | RESTAURANTES | 9867-2040 |
| 363 | RESTAURANTES | 9478-6518 |
| 364 | RESTAURANTES | 2235-8329 |
| 365 | RESTAURANTES | 2237-5960 |
| 366 | RESTAURANTES | 2224-35-29 |
| 367 | RESTAURANTES | 2221-2511 |

| N° | Nombre | Teléfono |
|-----|---|-----------------|
| 368 | RESTAURANTES | 2280-2979 |
| 369 | RESTAURANTES | 226-6379 |
| 370 | RESTAURANTES | 2221-3842 |
| 371 | RESTAURANTES | 2239-3933 |
| 372 | RESTAURANTES | 221-2056 |
| 373 | RESTAURANTES | 2235-9462 |
| 374 | RESTAURANTES | 2221-4061 |
| 375 | RESTAURANTES | 2232-5266 |
| 376 | RESTAURANTES | 2231-2203 / 223 |
| 377 | RESTAURANTES | 221-9705 |
| 378 | ROPA, CONFECCIÓN Y FABRICACIÓN DE | 2236-4617 |
| 379 | ROPA, CONFECCIÓN Y FABRICACIÓN DE | 223-3008 |
| 380 | ROPA, CONFECCIÓN Y FABRICACIÓN DE | 2237-1606 |
| 381 | ROPA, CONFECCIÓN Y FABRICACIÓN DE | 236-6530 |
| 382 | ROPA, CONFECCIÓN Y FABRICACIÓN DE | 2222-3323 |
| 383 | RÓTULOS EN BRONCE Y/O ACERO | 235-7659 |
| 384 | RÓTULOS Y/O VALLAS PUBLICITARIAS | 237-1087 |
| 385 | RÓTULOS Y/O VALLAS PUBLICITARIAS | 229-0435 |
| 386 | TAPICERÍAS | 2222-0392 |
| 387 | TORTILLAS, FABRICAS DE | 2225-4461 |
| 388 | TORTILLAS, FABRICAS DE | 213-3719 |
| 389 | TORTILLAS, FABRICAS DE | 2233-4804 |
| 390 | TORTILLAS, FABRICAS DE | 245-4053 |
| 391 | TORTILLAS, FABRICAS DE | 22774-3939 |
| 392 | TORTILLAS, FABRICAS DE | 2222-0810 |
| 393 | TUBERÍA P.V.C, FABRICAS DE | 2239-6006 |
| 394 | TUBERÍA P.V.C, FABRICAS DE | 245-6407 |
| 395 | ÚTILES ESCOLARES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2234-9105 |
| 396 | ÚTILES ESCOLARES, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 2228-4500 |
| 397 | VELAS, FABRICAS DE | 2229-0960 /61 |
| 398 | VELAS, FABRICAS DE | 2239-4843 |
| 399 | VIDRIOS Y/O ESPEJOS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 232-0154 |
| 400 | VIDRIOS Y/O ESPEJOS, FABRICACIÓN Y/O COMERCIALIZACIÓN | 234-8616 |
| 401 | ZAPATERÍA, MATERIALES PARA | 227-9999 |
| 402 | ZAPATOS FABRICA DE | 2246-8023 |
| 403 | ZAPATOS, DISTRIBUIDORAS DE | 223-7253 |
| 404 | ZAPATOS, DISTRIBUIDORAS DE | 227-5152 |
| 405 | ZAPATOS, MATERIALES PARA | 226-5254 |
| 406 | ZAPATOS, MATERIALES PARA | 2238-0383 |
| 407 | ZAPATOS, MATERIALES PARA | 226-5224 |

Anexo IV Listado de abreviaturas y acrónimos

BID: Banco Interamericano de Desarrollo.

CEO: Centro de Enseñanza Online.

CEN: Comité ejecutivo nacional.

CEPAL: Comisión Económica Para América Latina.

COHEP: Consejo Hondureño de la Empresa Privada.

CONAMIPYME: Confederación Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

CCI: Cámaras de Comercio e Industrias.

CIT: Conferencia Internacional del Trabajo

CCIT: Cámaras de Comercio e Industrias de Tegucigalpa.

DEI: Dirección ejecutiva de ingresos.

DESEM: Desarrollo Empresarial Mexicano

DIFOMIPYME: Dirección General de Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana. Empresa y del Sector Social de la Economía (Honduras).

FCE: Factores críticos de éxito.

FODA: Fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas.

FOSEDEH: Foro Social de la Deuda Externa y Desarrollo de Honduras.

GIZ: Agencia Alemana de Cooperación Internacional.

ISUN: Inicie su negocio, programa de formación basado en materiales para potenciales empresarios con una idea de negocios que quieren avanzar y comenzar su propio negocio.

ITESM: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

INE: Instituto Nacional de Estadística.

IMF: Instituto de Micro Finanzas.

INFOP: Instituto Nacional de Formación Profesional.

ISV: Impuesto sobre ventas.

KSP: Kanagawa Technology Foundation.

MIPYME: Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

MITI: Ministerio de Industria y Comercio del Japón.

MESUN: Mejore su negocio.

NBIA: Asociación Nacional de Incubadoras de Empresas.

ONG: Organización No Gubernamental.

OIE: Organización Intergubernamental.

OIT: Organización Internacional del Trabajo.

PIB: Producto Interior Bruto.

PYME: Pequeña y Mediana Empresa.

RSE: Responsabilidad Social Empresarial.

RNE: Registro Nacional de Estudiantes.

SEPLAN: Secretaría Técnica de Planificación y Cooperación Externa.

SPSS: Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales.

SERCOTEC: Servicio de Cooperación Técnica.

SDE: Servicios de Desarrollo Empresarial.

SICA: Sistema de la Integración Centroamericana.

UNAH: Universidad Nacional Autónoma de Honduras.

UNAM: Universidad Nacional Autónoma de México.

GLOSARIO

1. **Adscrito:** Proviene de orígenes latinos. Posee componente léxicos que se derivan de los siguientes: el prefijo ad- (hacia) y scriptus (escrito). En el campo laboral, adscrito, destina a una persona a un empleo o servicio, ejemplo: es necesario que adscribas a esa persona al área de recursos humanos (quesignifica, 2015).
2. **Capital de Riesgo:** Es una fuente de financiación empresarial, que está dirigida principalmente a pequeñas y medianas empresas. Consiste en la aportación de capitales permanentes, por parte de una sociedad inversora especializada o no a una pequeña o mediana empresa, llamada comúnmente en este proceso, sociedad receptora o participada. (Dávila, 2015).
3. **Capital Semilla:** Capital orientado a financiar la primera etapa de un negocio, es utilizado para investigar, probar y desarrollar un concepto inicial (EVCA, 2014).
4. **Empresas Gacelas:** Son aquellas que presentan tasas de crecimiento superiores a las del promedio del sector al que pertenecen, y en consecuencia son también las que más contribuyen al desarrollo de la economía y a la creación de empleos. (Secretaría de Economía, 2010).
5. **Emprendedor:** es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva (Ley 1014, 2006).
6. **Emprendimiento:** Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza para aprovechar las oportunidades presentes en el entorno o para satisfacer las necesidades de ingresos personales generando valor a la economía y a la sociedad (ULLOA, 2015).
7. **Incubadora de Empresas:** Un proceso de soporte empresarial que acelera el desarrollo de los emprendimientos y compañías novatas proveyendo a los emprendedores con una serie de recursos y servicios especializados. Estos servicios son usualmente desarrollados u

organizados por la administración de la incubadora y ofrecidos a través de la incubadora y su red de contactos (NBIA, 2010).

8. **Innovación:** La innovación es la asimilación y explotación exitosa de una novedad, en las esferas económica y social, de forma que aporte soluciones nuevas a los problemas nacionales y regionales y permita así responder a las necesidades de la sociedad y el sector productivo (Salud, 2010-2014).
9. **Manufactura:** Una manufactura es un producto industrial, es decir, es la transformación de las materias primas en un producto totalmente terminado que ya está en condiciones de ser destinado a la venta en algún mercado, o sea cotiza en el mercado correspondiente (definicionabc, 2016-1017).
10. **Metodología:** Es una pieza esencial de toda investigación (método científico) que sigue a la propedéutica ya que permite sistematizar los procedimientos y técnicas que se requieren para concretar el desafío (Gardey, 2008- 2012).
11. **Propensión:** Es un índice de comportamiento determinado por la relación entre dos variables directamente dependientes (Keynes, 2006-2009).
12. **Pirograbado:** Técnica que consiste en grabar dibujos sobre madera, cuero con un instrumento de metal incandescente (ECO, 2016).
13. **Reconversión:** Consiste en modificar nuevamente algo que, con anterioridad, ya había sido transformado. El uso más frecuente de la noción se encuentra en el contexto de las industrias, haciendo referencia a la evolución técnica que permite modernizar una actividad (Merino, 2014).
14. **Sostenibilidad:** Atender a las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social (Estévez, 2013).