



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE HONDURAS

“NUESTRA SEÑORA REINA DE LA PAZ”

Dirección de Postgrado e Investigación

**“IDENTIFICACIÓN DE PROGRAMAS QUE BRINDAN HERRAMIENTAS
ESTRATÉGICAS QUE DESARROLLAN LAS CAPACIDADES COMPETITIVAS DE
HOMBRES Y MUJERES EMPRENDEDORES MAYORES DE 25 AÑOS EN EL
MUNICIPIO DEL DISTRITO CENTRAL, HONDURAS”**

POR:

Cedeth Estefanía Juárez Borjas

Directora Técnica:

Dra. Carla Lizzeth Rivera

Director Metodológico:

Dr. Daniel Zepeda

TESIS PRESENTADA PARA OBTENER EL GRADO DE:

MÁSTER EN GESTIÓN DE PROYECTOS

Diciembre del año 2021

Tegucigalpa M.D.C, Honduras

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi mami Belkys Judith Borjas porque siempre ha creído en mí, en mis sueños y aspiraciones, porque nunca ha dudado de mis capacidades, por ser mi mano derecha en todo momento, ya que es un pilar fundamental en mi vida es por tal razón que siempre estaré agradecida, espero algún día poder recompensar con creces cada minuto y segundo de su esfuerzo para que mi hermana y yo podamos desarrollarnos como buenas profesionales temerosas de Dios y respetuosas de su palabra, y forjar en nosotras un corazón dispuesto para ayudar al prójimo, La amo Ma.

A mi Hijo Cristopher Yahir tesoro de mi corazón cuanto te amo, cada día me esforzaré por hacerte feliz, por crear momentos inolvidables a tu lado procurare todos los días recordarte cuan valioso eres para mí, le pido a Dios me guie siempre para poder educarte con valores, respeto, honestidad, responsabilidad, amor al prójimo y sobre todo inculcar en usted que Dios es el centro de su vida siempre y que sin el nada somos.

A mi hermana Dessyre Borjas, no tienes idea como me inspiras y motivas a esforzarme cada día sin mirar atrás, gracias por recordarme que si se puede. Te admiro mucho por quién eres como persona con ese enorme corazón que siempre tiene espacio para todos, también estas en mis oraciones para que Dios te siga llevando de gloria en gloria y de victoria en victoria, Te amo Dess.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi eterno agradecimiento a mi Señor Jesús por permitirme llegar hasta aquí, por su gracia y favor en cada etapa de mi vida, reconozco que sin el nada soy.

Expreso mi más sincero agradecimiento a la Dra. Carla Rivera por haber creído en mí, por sus palabras de motivación día a día, porque siempre estuvo con un corazón dispuesto para servir, me siento tan dichosa de haberla conocido y que pueda formar parte de este logro personal.

Así mismo agradezco al Dr. Daniel Zepeda por haber compartido conmigo su valioso conocimiento, por su paciencia y disposición en cada una de mis interrogantes, por el tiempo, el respeto y la dedicación invertido en mí.

Agradezco profundamente a la Universidad Católica de Honduras, por ser el ente institucional que se caracteriza en enseñar que lo espiritual es tan importante como lo académico, por el desarrollo intelectual, ético y moral de profesionales que contribuyan a la construcción de una nueva sociedad, agradezco que me hayan permitido fortalecer mis capacidades y competencias académico profesional en esta prestigiosa Institución.

Tabla de Contenido

Capítulo 1. Planteamiento del Problema	16
1.1 Situación Problemática:.....	17
1.2 Pregunta principal de investigación	19
1.2.1 Preguntas de investigación	19
1.3 Objetivos	20
1.3.1 Objetivo General	20
1.3.2 Objetivos Específicos	20
1.4 Justificación.....	20
1.5 Viabilidad.....	23
1.6 Deficiencias del conocimiento de investigación.....	24
Capítulo 2. Marco Contextual	26
2.1 Antecedentes Históricos del Emprendimiento	27
2.2 Contexto Global.....	30
2.3 Contexto Regional.....	31
2.3.1 Antecedentes Estrategia Regional SICA EMPRENDE	31
2.4 Contexto Nacional	33
2.5 Contexto Local	35
2.5.1 Iniciativas nacionales para apoyar el sector MIPYME.....	35
2.5.2 Estrategia de la Política Nacional de Fomento y Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en Honduras.....	37
2.6 Leyes Reguladoras y Marco Legal	37
2.6.1 Ley para el fomento y desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa.....	39
2.6.2 Ley del Sector Social de la Economía.....	40
2.6.3 Ley para la Defensa y promoción de la Competencia.....	41
Capítulo 3. Marco Teórico	42
3.1 Marco Teórico	43
3.2 Emprendimiento	43
3.3 Emprendimiento: Un concepto plural y multidimensional	44
3.4 Definición de emprendedor	45
3.5 Característica de un emprendedor	46
3.6 Estrategia Empresarial	46
3.7 Herramientas Estratégicas	47
3.8 Capacidades, Actitudes y Competencias de un emprendedor	48
3.9 Programas de Capacitación a los emprendedores.....	49

3.10	Servicio Nacional de Emprendimiento y Pequeños Negocios SENPRENDE	51
3.11	Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	52
3.12	MIPYME Honduras	53
3.13	Programa de Fortalecimiento Empresarial	53
3.14	Programa Mujeres en el Comercio para un crecimiento inclusivo y sostenible	55
3.15	Programa Honduras Consume Local	56
Capítulo 4. Método		57
4.1	Enfoque	58
4.2	Alcance	59
4.3	Diseño	59
4.4	Variables	60
4.4.1	Variable independiente	60
4.4.2	Variables dependientes	60
4.5	Hipótesis	64
4.6	Participantes	64
4.7	Muestra	65
4.8	Instrumentos	67
4.8.1	Diseño del Instrumento	67
4.9	Procedimiento para la recolección de datos	70
4.10	Fuente de Datos	70
4.11	Localización de la Fuente	70
4.12	Método de Recolección de Datos	70
4.13	Técnica de Investigación	70
Capítulo 5. Resultados		71
5.1	Resultados Generales	72
5.2	Análisis de los Datos, según alcance del estudio	72
Capítulo 6. Discusión		94
6.1	Implicaciones de la Investigación	95
6.2	Contraste de objetivos y resultados	99
6.3	Limitaciones de la Investigación	100
6.4	Importancia y significado del estudio	101
6.5	Resultados inesperados	101
6.6	Conclusiones	102
6.7	Recomendaciones	103

Anexos	104
Cuestionario de Investigación	105
Referencia Bibliográfica	123

Índice de Tablas

<i>Tabla 2 Representantes de la mesa técnica</i>	36
<i>Tabla 3 operacionalizacion de variables</i>	61
<i>Tabla 4 Diseño del Instrumento de Investigación e Ítems</i>	68
<i>Tabla 5 Porcentaje nivel de ocupación</i>	72
<i>Tabla 6 Porcentaje del tiempo en que los emprendedores iniciaron su emprendimiento</i>	73
<i>Tabla 7 Tipo de empresa a la que pertenecen los emprendedores</i>	74
<i>Tabla 8 Factores que motivaron el emprendimiento</i>	74
<i>Tabla 9 Factores críticos para una competitividad continua</i>	75
<i>Tabla 10 Porcentaje de personas que han escuchado mencionar sobre las Herramientas Estratégicas que fomentan el emprendimiento</i>	77
<i>Tabla 11 Lista de Herramientas Estratégicas mayormente utilizadas por los emprendedores</i>	78
<i>Tabla 12 Fuentes por medio de las cuáles obtuvieron las Herramientas Estratégicas</i>	79
<i>Tabla 13 Medios más utilizados para adquirir las Herramientas Estratégicas</i>	79
<i>Tabla 14 Nivel de influencia de las Herramientas Estratégicas</i>	80
<i>Tabla 15 Nivel de efectividad de las Herramientas Estratégicas</i>	81
<i>Tabla 16 Porcentaje de capacidad competitiva que brindan las Herramientas Estratégicas para permanecer en el mercado Laboral</i>	82
<i>Tabla 17 Porcentaje de personas que han escuchado acerca de los programas o proyectos de capacitación hacia los emprendedores</i>	83
<i>Tabla 18 Acceso a programas de capacitación</i>	84
<i>Tabla 19 Serie de programas de capacitación / fortalecimiento empresarial</i>	84

Índice de Figuras

<i>Figura 1 Porcentaje nivel de ocupación</i> _____	72
<i>Figura 2 Porcentaje del tiempo en el que comenzaron el emprendimiento</i> _____	73
<i>Figura 3 Porcentaje de empresa a la que pertenecen los emprendedores</i> _____	74
<i>Figura 4 Porcentaje de factores que motivaron iniciar el emprendimiento</i> _____	75
<i>Figura 5 Porcentaje de factores críticos que proporcionan una competitividad continua</i> _____	76
<i>Figura 6 Porcentaje de personas que han escuchado sobre Herramientas Estratégicas</i> _____	77
<i>Figura 7 Porcentaje de Herramientas Estratégicas mayormente utilizadas por los emprendedores</i> _____	78
<i>Figura 8 Porcentaje de fuentes por medio de las cuales obtuvieron las Herramientas Estratégicas</i> _____	79
<i>Figura 9 Porcentaje de medios más utilizados mediante el cual obtuvieron las Herramientas Estratégicas</i> _____	80
<i>Figura 10 Porcentaje de influencia que han tenido las Herramientas Estratégicas en los emprendedores</i> _____	81
<i>Figura 11 Nivel de efectividad de las Herramientas Estratégicas</i> _____	82
<i>Figura 12 Porcentaje de capacidad competitiva que brindan las Herramientas Estratégicas</i> _____	82
<i>Figura 13 Porcentaje de personas que han escuchado acerca de los programas o proyectos que capacitan a los emprendedores</i> _____	83
<i>Figura 14 Porcentaje de acceso a los programas de capacitación</i> _____	84

*Figura 15 Porcentaje de programas de fortalecimiento empresarial al que han tenido acceso los emprendedores*_____ 85

Siglas

ANDI: Asociación Nacional de Industriales de Honduras

BCH: Banco Central de Honduras

BID: Banco Interamericano de Desarrollo

CDE-MIPYME: Centro de Desarrollo Empresarial para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

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

CEPAL: Comisión Económica para América Latina

CCIC: Cámara de Comercio e Industria de Cortes

CONAMIPYME: Consejo Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

COIPRODEM: Coordinadora de Instituciones Privadas pro las Niñas, Niños, Adolescentes, Jóvenes y sus Derechos

CNI: Consejo Nacional de Inversión

EAFIT: Escuela de Administración, Finanzas e Instituto Tecnológico

FMI: Fondo Monetario Internacional

GACETA: Diario Oficial de la República de Honduras

IAIP: Instituto de acceso a la Información Pública

INE: Instituto Nacional de Estadística

MIPYME: Micro, Pequeña y Mediana Empresa

OCDE: Organización para la cooperación y el Desarrollo Económico

OIT: Organización Internacional del Trabajo

PIB: Producto Interno Bruto

PNUD: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

PYMES: Pequeñas y Medianas Empresas

SCGG: Secretaria de Coordinación General de Gobierno

SENPRENDE: Servicio Nacional de Emprendimiento y Pequeños Negocios

UCSG: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

USAID: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional

RESUMEN

Este estudio de investigación se realiza con el objetivo de determinar programas que brindan Herramientas Estratégicas que desarrollan con mayor eficacia las capacidades competitivas en los emprendedores hombres y mujeres mayores de 25 años de edad del Municipio del Distrito Central.

Por lo antes expuesto, se llevó a cabo una investigación cuantitativa con el alcance descriptivo, en una población de 459,617 habitantes hombres y mujeres mayores de 25 años localizada en Tegucigalpa M.D.C de los cuales se tomó una muestra representativa de 68 participantes en total.

Los resultados de la investigación determinaron que el 98.4% de emprendedores que respondieron favorablemente al cuestionario de investigación consideraron que el nivel de influencia de las herramientas estratégicas (acceso a la información, acceso a fuentes de financiamiento, acceso a servicios de desarrollo empresarial, crecimiento de la productividad.) es positivo, desarrollando eficientemente un 100 % de sus capacidades competitivas (Inaceptable (I) (valor de 1), Mínimo Aceptable (MA) (Valor de 2), Notable (N) (Valor de 3), Satisfactorio (S) (Valor de 4), Excelente (E) (Valor de 5) así mismo se estableció que el 73.9% ha tenido acceso a programas de capacitación permitiendo reforzar el desarrollo cultural orientado al emprendimiento y a la innovación como opción de vida.

Los programas de capacitación que mejor desarrollan las herramientas estratégicas para las capacidades competitivas en los emprendedores son; programa de fortalecimiento empresarial, proyecto que contribuye a la competitividad de los proveedores PYMES, proyecto "mujeres en el comercio para un crecimiento inclusivo y sostenible", proyecto visita-senprende, get-start Honduras, Honduras consume local, brigada MIPYME.

Esta investigación demuestra la factibilidad y eficiencia de las herramientas estratégicas en las capacidades emprendedoras de la población mayor a los 25 años del M.D.C apuntando a un crecimiento económico y sustentable del país generando una estructura productiva, sostenible y creadora de empleo decente.

ABSTRACT

This research study is carried out with the objective of determining programs that provide Strategic Tools that more effectively develop competitive capacities in male and female entrepreneurs over 25 years of age in the Central District Municipality.

Due to the aforementioned, a quantitative research was carried out with a descriptive scope, in a population of 459,617 male and female inhabitants over 25 years of age located in Tegucigalpa M.D.C from which a representative sample of 68 participants in total was taken.

The results of the research determined that 98.4% of entrepreneurs who responded favorably to the research questionnaire considered that the level of influence of the strategic tools (access to information, access to financing sources, access to business development services, growth of productivity.) is positive, efficiently developing 100% of their competitive capabilities (Unacceptable (I) (value of 1), Minimum Acceptable (MA) (Value of 2), Notable (N) (Value of 3), Satisfactory (S) (Value of 4), Excellent (E) (Value of 5) Likewise, it was established that 73.9% have had access to training programs allowing the reinforcement of cultural development oriented towards entrepreneurship and innovation as a life option.

The training programs that best develop the strategic tools for competitive capacities in entrepreneurs are; business strengthening program, project that contributes to the competitiveness of SME suppliers, "women in commerce for inclusive and sustainable growth" project, visit-senprende project, get-start Honduras, Honduras consumes local, MSME brigade.

This research demonstrates the feasibility and efficiency of strategic tools in the entrepreneurial capacities of the population over 25 years of M.D.C aiming at an economic

and sustainable growth of the country, generating a productive, sustainable structure and creating decent employment.

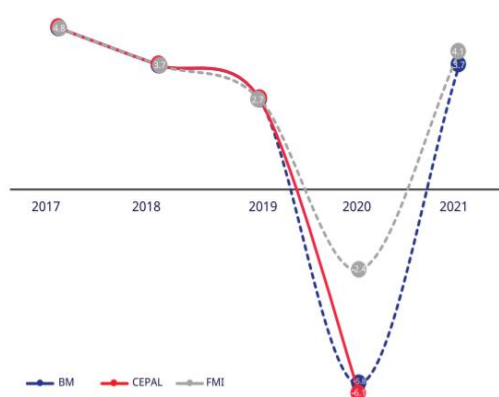
Capítulo 1. Planteamiento del Problema

1.1 Situación Problemática:

En años recientes, Honduras se ha caracterizado por tener una de las economías más dinámicas de Centroamérica, sin embargo, la pandemia del COVID-19 llega en un momento de desaceleración económica. Según cifras preliminares, el país cerró 2019 con un crecimiento económico cercano al 2.7%, una cifra muy por debajo a lo observado en años anteriores.

Proyecciones recientes de La Comisión Económica para América Latina (CEPAL), Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional (FMI), estiman variaciones negativas en el orden del -6.1%, -5.8% y -2.4% del Producto Interno Bruto (PIB en 2020 respectivamente, tal como se observa en la gráfica siguiente (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2020)

FIGURA 1. PROYECCIONES DE CRECIMIENTO PIB (% DE CRECIMIENTO ANUAL)



Fuente: Elaboración propia con base en Banco Mundial, CEPAL y Fondo Monetario Internacional, 2020

¹ CEPAL "Informe especial COVID-19 N° 5", Julio de 2020.

² Banco Mundial "Perspectivas Económicas Mundiales" Junio 2020.

³ Fondo Monetario Internacional "World Economic Outlook", Abril 2020.

Fuente: Organización Internacional del Trabajo año 2020

Nota: La figura 1 antes descrita detalla que la situación económica pre-crisis no solo determinará el tipo y la magnitud del efecto de los shocks derivados, también incidirá en la capacidad de respuesta del país.

Por consecuencia de la pandemia COVID-19 y los efectos e impactos generados por las tormentas tropical ETA y el huracán IOTA sectores del país se vieron afectados social y económicamente, incrementando el cierre de sectores generadores de empleo trayendo con ello el resurgimiento de nuevos emprendedores.

En la actualidad el emprendimiento ha sido una fuente de trabajo que fomenta el desarrollo en la economía del país, destacando las habilidades y capacidades de quienes lo ejercen, misma que promueve una cultura de espíritu innovador impulsada por medio del gobierno actual, hacia la ruta del desarrollo administrativo basado en resultados ejecutados en el plan de Nación, por una Honduras productiva generadora de oportunidades y empleos, que aprovecha de manera sostenible sus recursos sus recursos y reduce su vulnerabilidad ambiental (La Comisión Económica para América Latina [CEPAL], 2021)

La dinamización y aceleración del crecimiento económico se focaliza en seis grandes rubros, que, según los análisis de la potencialidad del territorio y población, tienen más probabilidades de contribuir de manera sustantiva a incrementar el PIB y generar un derrame de 600 mil empleos, según las previsiones del Plan Generación de Empleo y Crecimiento Económico Honduras 20/20. Estos rubros son turismo; textil; manufactura; servicios de apoyo a negocios, vivienda y agroindustria (Coordinadora de Instituciones Privadas pro las niñas, niños, adolescentes, Jóvenes y sus Derechos [COIPRODEN], 2019)

La iniciativa emprendedora es un recurso estratégico de los países para impulsar la innovación en sus economías y el crecimiento con impacto en el empleo. A su vez, ante las dificultades que enfrentan un gran número de personas adultas de la región en su inserción en el mundo del trabajo, el emprendimiento también es visto como una fuente inmediata de generación de ingresos para las personas en situación de desventaja socioeconómica y

déficits de empleabilidad (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2016)

A pesar de estos avances alcanzados es importante detectar esas barreras que aún prevalecen y que impiden el desarrollo exitoso en los emprendedores, estos obstáculos se pretenden minimizar mediante el manejo en la gestión de herramientas estratégicas para fomentar las capacidades que generen confianza para una inversión viable, productiva y generadora de empleo. En este apartado se priorizaron una serie de enunciados que promueven iniciativas trascendentales que han sido la punta de lanza en las herramientas estratégicas de fomentación hacia el emprendimiento.

1.2 Pregunta principal de investigación

¿Cuáles son las Herramientas Estratégicas que desarrollan con mayor eficacia la capacidad emprendedora de hombres y mujeres mayores de 25 años en el Municipio del Distrito Central?

1.2.1 Preguntas de investigación

¿Cuáles son las Herramientas Estratégicas que fomentan el emprendimiento de hombres y mujeres mayores de 25 años de edad en el Municipio del Distrito Central?

¿Cuál es el nivel de efectividad de las Herramientas Estratégicas que desarrollan las capacidades competitivas en los emprendedores?

¿Cómo se definen las características competitivas que distinguen a los adultos emprendedores residentes en el Municipio del Distrito Central, en el uso y aplicación de las herramientas estratégicas?

¿Qué Programas de capacitación fortalecen e impulsan el emprendimiento de hombres y mujeres mayores de 25 años en el Municipio del Distrito Central?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Determinar programas que brindan Herramientas Estratégicas que desarrollan con mayor eficacia la capacidad competitiva en los emprendedores del Municipio del Distrito Central conformado por hombres y mujeres mayores de 25 años de edad.

1.3.2 Objetivos Específicos

Identificar las Herramientas Estratégicas que fomentan el emprendimiento de hombres y mujeres mayores de 25 años que habiten en el Municipio del Distrito Central.

Determinar el nivel de efectividad de las Herramientas Estratégicas para el desarrollo de las capacidades competitivas en los emprendedores

Definir las características competitivas que distinguen a hombres y mujeres emprendedores en el uso y aplicación de las herramientas estratégicas en el Municipio del Distrito Central.

Hacer uso de los programas de capacitación existentes implementando herramientas estratégicas seleccionadas adecuadamente que fomentan las capacidades competitivas de hombres y mujeres emprendedores mayores de 25 años en el Municipio del Distrito Central.

1.4 Justificación

La presente investigación tiene como objetivo “Determinar las Herramientas Estratégicas que desarrollan con mayor eficacia la capacidad emprendedora de hombres y mujeres mayores de 25 años en el Municipio del Distrito Central, con el propósito que estos instrumentos estratégicos sean sustentables en el tiempo y una fuente generadora de oportunidades que estimule la innovación y creatividad del emprendedor. Estos factores son los que intervienen en el crecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) comprendidas como uno de los mayores generadores de ingresos en el país de las

cuales instituciones centralizadas y descentralizadas han puesto en marcha programas para promover este segmento empresarial con un método sistematizado y fiable en el tiempo.

El análisis de los procesos formativos que intervienen en el desarrollo económico del país, son la base para una sociedad productiva a partir de las cuales se han construido las estrategias que fomentan el emprendimiento, este proceso de investigación se enfoca en los ejes que impulsaran una Honduras productiva mediante la generación de una cultura emprendedora, que permite la capacitación de la población menos favorecida generando mayores oportunidades de crecimiento y desarrollo.

La fusión económica es un factor principal que encabeza la problemática de nuestros tiempos, que en contexto a la crisis mundial desatada (paralización de la actividad económica), amenaza con generar más pobreza y exclusión social. La recuperación progresiva de estos niveles socioeconómicos, desarrollo sostenible con superávit fiscal y balanza comercial favorable, con participación activa de nuevos emprendedores socio-productivos que aporten programas de formación que dote de herramientas estratégicas que promuevan la economía social atacando los problemas para ampliar las posibilidades de éxito.

Son los actuales tiempos de incertidumbre, de cambio, de oportunidades. Son momentos de consolidar una nueva concepción de la cultura empresarial. Son momentos en los cuales se debe impulsar un modelo de desarrollo económico que facilite la inclusión social y la redistribución del ingreso en beneficio de los sectores menos favorecidos a fin de promover el crecimiento de la riqueza nacional (Poncio, 2010).

Según El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) describe en el año 2020 que la pandemia de coronavirus COVID-19 es la crisis de salud global que define nuestro tiempo y el mayor desafío que hemos enfrentado desde la Segunda

Guerra Mundial. En consecuencia, trae con ella crisis sociales, económicas y políticas devastadoras que dejarán pobreza, desempleo, sectores productivos de la economía con altos índices de endeudamiento entre ellas el cierre de muchas micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME).

Este estudio busca fortalecer el manejo y la respuesta a la crisis económica y social mediante el uso de herramientas estratégicas que fomentan el emprendimiento por consecuencia de múltiples factores que influyen en la capacidad de generar recursos para satisfacer las necesidades, tales como trabajo, materia prima o capital. El equilibrio y la óptima distribución de estos recursos es materia microeconómica.

La microeconomía es la parte de la teoría económica que estudia a los agentes económicos individuales y su comportamiento; a estos agentes se los define como las familias, los consumidores, los propietarios de las unidades de producción, los propietarios de la fuerza de trabajo o trabajadores y los inversionistas (Pilay, 2015).

De acuerdo con la variación acumulada de la serie original del Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE), la producción hondureña de bienes y servicios refleja una recuperación por cuarto mes consecutivo, al crecer 12.4% a junio 2021 (contracción de 9.9% a junio de 2020), denotando la reincorporación progresiva de los hogares y las empresas al proceso productivo nacional, luego del confinamiento decretado como medida de prevención ante la emergencia sanitaria por la pandemia del COVID-19 (Banco Central de Honduras[BCH], 2021).

En este sentido, esta investigación es una herramienta importante principalmente para emprendedores y futuros emprendedores del mismo modo que permitirá acrecentar y modificar el conocimiento previamente adquirido mediante el uso de nuevas prácticas, este documento contribuirá de forma notable con uno de los objetivos que conforman el

establecimiento de una visión de país, y la adopción de un plan de nación. Una Honduras productiva, generadora de oportunidades y empleos, que aprovecha, de manera sostenible, sus recursos y reduce su vulnerabilidad ambiental (Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo de America Latina y el Caribe, 2010).

Mediante el estudio aplicado se pretende que las herramientas estratégicas que han sido seleccionadas para fomentar las capacidades emprendedoras de las personas que comprenden la edad de veinticinco años en adelante en el Municipio del Distrito Central, departamento de Francisco Morazán, Honduras, generen un impacto de crecimiento económico en el emprendedor y la generación de empleo, así mismo la sustentabilidad en el tiempo. Estas herramientas serán proporcionadas mediante una serie de proyectos que se derivan de un programa de actividades propuesto mediante capacitaciones y seminarios que promuevan el desarrollo de los emprendedores de modo tal que origine un incremento en las actividades productivas que demanda la sociedad, contribuyendo a mejorar las condiciones de vida, entendiendo que la creación de empleos atiende esa necesidad.

1.5 Viabilidad

La siguiente investigación se considera viable debido a:

- Se utilizarán distintas fuentes de información, como ser fuentes primarias y secundarias entre ellas se contemplan las siguientes, bases de datos, repositorios, revistas y libros digitales entre otras, todas ellas proporcionan la cantidad de información necesaria para obtener resultados significativos.
- La investigación será realizada en un periodo aproximado de tres meses, en el año 2021, incluirá todos los procesos de investigación establecidos, como ser el planteamiento del problema, marco teórico, diseño de la investigación y conclusión.

- La muestra poblacional será conformada por adultos emprendedores mayores a 25 años de edad que hacen uso de herramientas estratégicas que fomentan sus capacidades y competencias para la sustentabilidad de su emprendimiento.
- Los recursos financieros en caso de ser necesarios serán proporcionados por parte del investigador, aclarando que el proyecto no requiere de financiamiento.
- Se cuenta con disponibilidad de tiempo y recursos humanos necesarios y con competencias adecuadas para la elaboración de la investigación; por tanto, la misma resulta viable.

1.6 Deficiencias del conocimiento de investigación

Actualmente se está implementando la estrategia de la MIPYME, mediante la puesta en operación de los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE– MIPYME) a nivel nacional; a través de las CDE-MIPYME se han atendido cerca de 12,000 empresas, hasta el año 2017, principalmente brindando asistencia técnica y asesoría empresarial. Sin embargo, este subsector continúa presentando bajos niveles de productividad y competitividad, bajos ingresos y limitado acceso a mercados; debido a factores como: a) limitada asistencia técnica y formación profesional; b) altos costos de producción; c) dificultad de acceso a financiamiento; d) falta de maquinaria, equipo e insumos; e) poco acceso al desarrollo tecnológico; f) acceso limitado o nulo de la información de mercadeo; y, g) altos costos y procesos engorrosos para formalizar las empresas. (Secretaría de Coordinación General de Gobierno[SCGG], 2018)

Durante la investigación es importante delimitar los riesgos asociados a las fallas en la implementación de las herramientas estratégicas, a la calidad de la formación profesional no siempre responde a lo demandado por los emprendedores, a la cobertura de los programas de capacitación a nivel regional entre otras deficiencias.

Considerando lo antes mencionado, la siguiente investigación busca implementar las herramientas estratégicas pre existentes, según las fuentes de información e instituciones que las promueven, con el propósito de reforzar las competencias de cada individuo y su importancia en el desenvolvimiento de sus capacidades y evolución en el mundo empresarial.

Capítulo 2. Marco Contextual

2.1 Antecedentes Históricos del Emprendimiento

La palabra "emprendimiento" se deriva del término empresario francés, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo. Al describir la evolución histórica del término emprendedor, Verin (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 (Rodríguez, 2009).

Según (Rodríguez, 2009), en los siglos XVII -XVIII los arquitectos y maestros de obras eran considerados personas emprendedoras ya que viven en constante evolución en un mundo globalizado y competitivo. La innovación ha visto el surgimiento de nuevas herramientas estratégicas y la formación de nuevas y mejores competencias en los emprendedores de la nueva era. Ampliando su campo de actividad y productividad de forma tal que puedan consolidarse como uno de los empresarios y generadores de oportunidades disponibles en el mercado laboral.

La actividad emprendedora ha sido considerada desde siempre un mecanismo importante para el desarrollo económico (Schumpeter, 1934; Landes, 1998). Este vínculo se observa cuando los emprendedores crean nuevos negocios, los nuevos negocios requieren generar empleos, se intensifica la competencia, e incluso aumenta la productividad a través de cambios tecnológicos (Acs y Amorós, 2008) (Cancino, 2012).

El emprendimiento contribuye al crecimiento económico en la medida que estimula el surgimiento de nuevas empresas y empleos. Posibilita a las personas una manera distinta

de desenvolverse en la sociedad que les ayude a potenciar la innovación y la mejora continua. Por eso, en muchos países hay un interés creciente sobre la necesidad de promover el emprendimiento a través de la educación, especialmente en los jóvenes (Fundacion Innovati, 2018).

Es así, que el emprendimiento es considerado la evolución de una economía que conduce a la generación de empleo sostenible que caracteriza a la persona por un estado de innovación permanente y altamente comprometido con la planeación y ejecución de nuevas herramientas estratégicas que fomentan las características emprendedoras en las personas.

Las competencias y habilidades se han convertido en la “moneda global del siglo XXI” América Latina es la región del mundo con la mayor brecha entre las habilidades demandadas por el sector privado y las ofrecidas por los trabajadores, como ya se destacó en las ediciones de perspectivas Económicas en América Latina 2015 y 2016 es fundamental enfocar los esfuerzos en fortalecer los sistemas educativos y la formación a lo largo de toda la vida, para proveer a los emprendedores de más y mejores competencias que les permita desarrollar una mayor capacidad de adaptación al cambio y una mejor inserción y movilidad laboral. (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE], 2016)

El emprendimiento en los adultos demuestra la capacidad creativa que en hay en ellos, la toma de decisiones, los riesgos, el establecimiento de metas concretas que los conduce a la empleabilidad con una evolución prometedora en épocas recientes. Esto representa un desafío para la región, en su tránsito hacia una economía basada en el conocimiento, en la cual los ciudadanos necesitan innovar, adaptarse y aprovechar el avanzado capital humano. Invertir en las competencias de las personas es esencial para poner en funcionamiento fuentes endógenas de crecimiento y construir una base sólida para

el progreso del futuro. Mejorar estas competencias implica reforzar el sistema educativo y promover políticas de competencias amplias que se desarrollen a lo largo de toda la vida.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en 2017 señala que reforzar las competencias de las personas latinoamericanas y mejorar sus oportunidades de emprendimiento es algo que debería hacerse mirando hacia el futuro. Los cambios tecnológicos y demográficos, junto con la globalización, constituyen transformaciones económicas, políticas y sociales claves que afectan al mundo del trabajo, en la sociedad en la cual se desenvolverán las personas donde surgirán nuevos empleos, lo cual supondrá un cambio en las competencias demandadas.

El potencial de una sociedad se desarrolla en las personas, con capacidades y herramientas tecnológicas para ser los motores claves de las ciudades inteligentes y ser sostenibles y garantes de un futuro prometedor. El empoderamiento en los emprendedores es una inversión inteligente en el desarrollo económico de un país, debido a sus mejoras en las capacidades, a las actividades económicas intensivas en conocimientos que aseguren el éxito en su transición como futuros empresarios.

El emprendimiento juvenil es una herramienta de política importante para mejorar las condiciones materiales y las oportunidades de los adultos en América Latina. Del mismo modo que desarrollar las competencias adecuadas pueden aportar beneficios a largo plazo para las perspectivas laborales y la movilidad social de un individuo, las actividades de emprendimiento juvenil pueden ayudar a construir capital humano, fomentar la innovación y generar empleo (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE], 2016).

Es así que uno de los componentes más importantes para fomentar la innovación y generar capital humano tiene que ver con la formación y el aprendizaje educativo;

conocimientos y habilidades que se adquieren con capacitación académica y formación técnica de un emprendedor, con estas competencias necesarias podría detectar las oportunidades que brinda el mercado de desarrollar ideas nuevas e innovadoras con resultados exitosos.

2.2 Contexto Global

En el contexto empresarial actual, cambiante y en rápido movimiento, fuertemente influenciado por el progreso tecnológico acelerado, las empresas valoran cada vez más las habilidades empresariales entre los empleados. En los Emiratos Árabes Unidos, el Reino Unido y Australia, más del 8% de los adultos participan en actividades empresariales, como el desarrollo de nuevos bienes o servicios, como parte de su empleo, en comparación con menos del 1% en 16 de las 50 economías. Este indicador es lo suficientemente débil en muchas economías para inferir que el espíritu empresarial de los empleados aún no se ha afianzado en todo el mundo (Bonet, 2021).

Dados los cambios en la cultura organizativa e incluso nacional que implica un imperativo empresarial de los empleados, tal transición en el mundo laboral puede ser particularmente difícil para algunas economías, aunque necesaria. Es probable que estas brechas se cierren en el futuro, y la tendencia del espíritu empresarial de los empleados probablemente aumentará en las organizaciones que operan en economías en las que esta actividad aún no es frecuente (Bonet, 2021).

El Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y Reinventa Incubadora de Ideas A.C presentaron la campaña Emprende 3.0, una iniciativa que tiene como propósito proveer de herramientas a aquellos emprendedores cuyos proyectos apuntan al desarrollo social, cultural y humano de México (Forbes Staff, 2014).

Además, el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) presentó la plataforma Emprend3.MX, la cual es una herramienta para la vinculación y creación de redes entre los agentes involucrados en el ecosistema emprendedor, que busca fomentar la difusión de proyectos, además de brindar asesoría en línea para emprendedores.

Al respecto, Gemma Santana, directora general de la cultura emprendedora del INADEM comenta: “Queremos que más emprendedores, creativos y agentes de cambio desarrollen sus ideas, generen empleos y conviertan sus propuestas en empresas sostenibles. Para poder aumentar la contribución de las micro, pequeñas y medianas empresas, impulsando su innovación, competitividad y proyección en los mercados nacionales e internacionales, y de esta manera contribuir al desarrollo económico y bienestar social del país”. (Forbes Staff, 2014)

2.3 Contexto Regional

2.3.1 Antecedentes Estrategia Regional SICA EMPRENDE

La Estrategia SICA EMPRENDE, en el 2014, nace a partir de la necesidad de fomentar una cultura emprendedora desde un enfoque regional, integral e interinstitucional con el propósito de armonizar las intervenciones en la región y promover el proceso emprendedor de manera continua en todas sus etapas, bajo un enfoque de articulación de esfuerzos en la región. Con el propósito final de renovar el parque empresarial centroamericano y adaptarlo a las exigencias de un contexto internacional cada vez más competitivo, pero a su vez, lleno de nuevas oportunidades de generar riqueza y fomentar la integración de la región (Agencia Oficial de la República de Honduras [PROHONDURAS], 2018).

En diciembre de 2011, los Jefes de Estado y Gobiernos de la región SICA acordaron instruir al Centro para la Promoción de la Micro y Pequeña Empresa en Centroamérica (CENPROMYPE) a presentar en la XXXIX Reunión Ordinaria una propuesta de Estrategia

Regional de Fomento al Emprendimiento de Centroamérica y República Dominicana, así como iniciar la ejecución del Programa de Centroamérica y República Dominicana EMPRENDE, para coadyuvar a la implementación de nuevas iniciativas empresariales en la región (Secretaria de Coordinación General de Gobierno[SCGG], 2018).

En este contexto, el Consejo Directivo de El Centro Regional de Promoción de la micro, pequeña y media empresa (CENPROMYPE) realizó durante el 2012, un proceso de búsqueda de buenas prácticas en la región Latinoamericana que contribuyera al impulso del emprendimiento en las intervenciones de apoyo a la MIPYME en la región. Como resultado de tal ejercicio se encontró una coincidencia directa con el Gobierno de Colombia, que viene desarrollando desde el año 2010 el Programa Regional de Cooperación con Mesoamérica, que cuenta dentro de sus componentes con el de Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Secretaria de Coordinación General de Gobierno[SCGG], 2018).

2.3.2 Iniciativa DINAMICA y UNITEC potencian emprendimientos dinámicos en Honduras.

Tegucigalpa, 12 de julio de 2017. El Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), como entidad ejecutora de la iniciativa Desarrollo de Ideas para Negocios y Aceleración de las MIPYMES Centroamericanas (Iniciativa DINAMICA), suscribió un convenio de cooperación técnica no reembolsable por un monto de hasta US\$ 56,000.00 con la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC). (Banco Centroamericano de Integración Económica [BCIE], 2017).

Iniciativa DINÁMICA, una iniciativa para fortalecer a las MIPYMES de la región, es una Iniciativa tripartita del BCIE como entidad ejecutora, del Gobierno de Alemania a través del Banco de Desarrollo del Estado de la República Federal de Alemania KfW (por sus siglas en inglés) y de la Unión Europea/ LAIF. Su objetivo principal es fortalecer el

ecosistema empresarial para MIPYMES y especialmente para MIPYMES nuevas, jóvenes y/o innovadoras. Este enfoque también incluye el fortalecimiento del sector financiero a nivel regional para fomentar un acceso adecuado a servicios financieros para estas MIPYMES.

Este proyecto es parte de la Iniciativa DINAMICA y contará con recursos de la Unión Europea, a través de su Facilidad de Inversiones para América Latina (LAIF, por sus siglas en inglés), quien ha realizado la donación de recursos de asistencia técnica para promover el desarrollo de productos financieros orientados a Micro Pequeña y Mediana Empresa nuevas, jóvenes y/o innovadoras y para potenciar la transparencia y finanzas responsables en las entidades financieras a nivel regional. (Banco Centroamericano de Integración Económica [BCIE], 2017).

2.4 Contexto Nacional

En el marco nacional, la Ley para el Fomento y Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana empresa (Decreto 135 -2008) a partir del liderazgo de la Secretaria de Desarrollo Económico (SDE) ha impulsado la creación de la Red Nacional de Emprendimiento de Honduras, instancia desde la cual se ha construido con las entidades público-privada-academia-cooperantes participantes de la Estrategia de Emprendimiento de Honduras, denominada ESTRATEGIA DE FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO DE HONDURAS, la cual ha sido desarrollada para un periodo de 5 años correspondientes al 2014 -2018. Este documento se convierte en un espacio de consenso donde los actores del ecosistema nacional se han dado cita con el objetivo de planear de forma colectiva, honesta, integral y comprometida las acciones que promuevan el desarrollo del emprendimiento en Honduras (Secretaria de Coordinación General de Gobierno[SCGG], 2018).

En el año 2019, el Presidente Juan Orlando Hernández decidió “Revolucionar el sector emprendedor en Honduras”, intención que llevó a la acción por medio del Servicio

Nacional de Emprendimiento y de Pequeños Negocios (SENPRENDE), bajo la visión siempre “POR UNA VIDA MEJOR”, ahora se busca que los hondureños y hondureñas puedan tener las facilidades para generar ingresos y ser sus propios jefes, dinamizando la economía y al mismo tiempo desarrollando el espíritu emprendedor de las personas. (Instituto de Acceso a la Información Pública [IAIP], 2021).

Dicho esto, cabe mencionar que estos programas de fortalecimiento hacia los emprendedores han generado impactos satisfactoriamente como ser:

A través de Crédito Solidario, unos 280,998 nuevos empleos han sido generados a nivel nacional, tras el otorgamiento de 181,207 créditos solidarios.

El 9 de marzo en Tegucigalpa veinticinco capitalinos se sumaron este martes a las filas de emprendedores que cuentan con el respaldo del Gobierno de la República para cumplir sus metas y sueños y generar dinero en sus bolsillos, mediante el programa presidencial Crédito Solidario “Tu Banca Solidaria”, que hoy celebró seis años respaldando a los microempresarios. (Secretaría de Desarrollo e Inclusión Social [SEDIS], 2015)

El grupo de 25 emprendedores recibió 1.2 millones de lempiras para el desarrollo de sus negocios, en una ceremonia que contó con la participación de la primera dama, Ana García de Hernández, en representación del presidente Juan Orlando Hernández; el director del Servicio Nacional de Emprendimiento y Pequeños Negocios (SENPRENDE), Luis Colindres, y el director de Crédito Solidario, Carlos Gunther Laínez. (Secretaría de Desarrollo e Inclusión Social [SEDIS], 2015).

A través de este programa, que nació en marzo de 2015 por iniciativa del presidente Hernández, 280,998 nuevos empleos han sido generados a nivel nacional, tras el otorgamiento de 181.207 créditos solidarios. (Servicio Nacional de Emprendimiento y Pequeños Negocios [SENPRENDE], 2021).

Unos 1,796 millones de lempiras han sido colocados entre hondureños que hoy han logrado la inclusión financiera y que aprovecharon la celebración para manifestar su agradecimiento al gobierno por crear programas que crean impactos directos en la población. (Servicio Nacional de Emprendimiento y Pequeños Negocios [SENPRENDE], 2021).

Según el director de SENPRENDE, Luis Colindres, este año el compromiso del presidente Hernández es invertir una cantidad similar a la inversión en estos años, con créditos al 1 por ciento mensual, muy alejado de la situación que había en el país antes de que la iniciativa fuera lanzada, cuando los emprendedores pagaban altos intereses a diario (Servicio Nacional de Emprendimiento y Pequeños Negocios [SENPRENDE], 2021).

En agradecimiento a este significativo esfuerzo por colaborar al crecimiento empresarial los beneficiarios han logrado alcanzar una de sus metas que es poder ser sustentables en el tiempo, por tal razón es importante resaltar algunos testimonios que han sido expresados por parte de los involucrados.

Doña Gloria Esperanza López una de las seleccionadas para ser beneficiaria del programa crédito escalonado comenta que “Antes no podía haber pensado ser una emprendedora, antes no andaba dinero, y hoy gracias a Dios tengo una cuenta. Antes nadie me daba un crédito y ahora sí, gracias al presidente Hernández y a la primera dama”

2.5 Contexto Local

2.5.1 Iniciativas nacionales para apoyar el sector MIPYME

La Mesa Nacional de Emprendimiento de HONDURAS es la instancia de dialogo y articulación impulsada para promover el trabajo, red para la promoción y fomento del emprendimiento y a partir de la cual se ha construido la Estrategia de Fomento al Emprendimiento de Honduras. Estas iniciativas han sido conformadas por la mesa técnica encargadas de liderar este proceso con el propósito de fomentar una cultura emprendedora

mediante procesos formativos, facilitando su gestión y creando una base de valores fundamentales que generen confianza para la inversión y la generación de empleo. En este marco la Secretaria de Desarrollo Económico ha abierto un espacio de articulación institucional en donde 25 instituciones público, privada, académica y organismos internacionales conforman la mesa técnica de emprendimiento (Gobierno de Honduras, Agencia Presidencial de Cooperación, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ,, 2011).

TABLA 1 REPRESENTANTES DE LA MESA TÉCNICA

Representantes de La Mesa Técnica y representantes que lideran el proceso	
1.	Secretaria de Estado de Desarrollo Económico
2.	Universidad Nacional Autónoma de Honduras
3.	Voces Vitales Honduras
4.	Asociación Para El Desarrollo Ampliando Horizontes
5.	Centro Universitario Tecnológico Instituto Hondureño para el Desarrollo Alternativo y Sostenible
6.	Organización de Estados Iberoamericanos
7.	Honduras Global
8.	Cámara De Comercio E Industria De Tegucigalpa
9.	Fundación BANHCAFE
10.	Cooperación Alemana
11.	Consejo Hondureño de Empresa Privada
12.	Asociación Nacional de Industriales
13.	Asociación Nacional de Medianas y Pequeñas Industrias de Honduras
14.	Instituto Nacional de la Mujer
15.	Universidad Tecnológica de Honduras
16.	Escuela Agrícola Panamericana
17.	Sociedad Desarrollo Empresarial
18.	Junior Achievement Honduras
19.	Technoserve
20.	Federación de Cámaras de Comercio E Industrias de Honduras
21.	Instituto de la Propiedad
22.	Centro Asesor para el Desarrollo de los recursos humanos.
23.	Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP)
24.	Secretaria Técnica de Planificación y Cooperación Externa (SEPLAN) ahora Instituto Hondureño de Ciencia, Tecnología y la Innovación (IHCIETI)

Fuente: Gobierno de Honduras, Agencia Presidencial de Cooperación, Ministerio de Comercio,

Industria y Turismo

2.5.2 Estrategia de la Política Nacional de Fomento y Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en Honduras

En Honduras la MIPYME 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 a las MIPYME con la presión de la competencia internacional de un mundo globalizado. Los esfuerzos que nacionalmente han realizado el sector público y privado en procura de promover el desarrollo del sector, todavía no han logrado el objetivo deseado, encontrándose que las causas para este incompleto resultado son múltiples, sin embargo se han ido acumulando experiencia, conocimiento e interés para que la mancomunidad de esfuerzos colectivos vaya rindiendo los frutos en la consecución de propósitos que culminen con el fortalecimiento de la MIPYME (Consejo Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa [CONAMIPYME], 2012).

2.5.3 Lanzamiento de Honduras START UP 2021

El emprendedor tecnológico en Honduras, jóvenes hondureños podrán tener acceso a capital semilla, capacitaciones y becas para convertirse en empresarios tecnológicos y hacer realidad su idea de negocio (Instituto Hondureño de Ciencia, Tecnología y la Innovación [IHCIETI], 2021).

Como parte del Programa Empleo y Oportunidades, el Gobierno de la República el Abogado Juan Orlando Hernández a través del Instituto Hondureño de Ciencia, Tecnología y la Innovación (IHCIETI), lanzó la quinta edición de Honduras Start Up, con el objetivo de impulsar el emprendimiento y generar nuevos empleos. Este año contamos con 12 millones de lempiras en capital semilla para apoyar estos nuevos emprendimientos, adicionalmente se brindarán capacitaciones a través de charlas, conferencias y mentorías

desarrolladas por expertos nacionales e internacionales. Esta iniciativa promovida por el mandatario Hernández inició en el año 2016. Proyecto que se ha mantenido vigente hasta la fecha con destacados resultados en el desarrollo de proyectos tecnológicos innovadores y empleos masivos para muchos ciudadanos.

Es importante mencionar que Honduras Start Up es un programa que recibe propuestas en tres niveles, recibiendo este año 55 emprendimientos, 21 en nivel idea, 22 en nivel ventas y 12 en nivel prototipo (Instituto Hondureño de Ciencia, Tecnología y la Innovación [IHCIETI], 2021).

2.5.4 Honduras Digital Challenge 2021

Honduras Digital Challenge es un programa de incubación para emprendimientos de base tecnológica. Como iniciativa del sector privado, HDC brinda las herramientas y el apoyo necesario para las personas que quieren desarrollarse como profesionales, en especial, como emprendedores. Nuestros programas consisten en conferencias, talleres, y un proceso de incubación que ayudan a fomentar la creación de empresas exitosas en la región (Honduras Digital Challenge, 2021)

Al participar en los programas de Honduras Digital Challenge formarás parte de una gran comunidad.

- Desarrollo de startups

Las personas que desean incursar en Startups se les brindará asesoría desde el inicio para que puedan desarrollar su idea de negocio y convertirla en un negocio real y rentable.

- Videoconferencias

Participación en conferencias sobre tecnología, emprendimiento, diseño, negocios, entre otros.

- Mentorías

Tienes acceso a una red de más de 100 mentores multidisciplinarios nacionales e internacionales.

- Capital semilla

Premios en efectivo y especies para desarrollar y poder realizar tu emprendimiento.

- Cursos online

Licencias gratuitas y cursos en Cisco Networking Academy, Platzi, Hubspot, Bridge For Billions, Amazon Web Service, etc.

2.6 Leyes Regulatoras y Marco Legal

2.6.1 Ley para el fomento y desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa

Según el decreto N°135-2008 publicado en La Gaceta el 26 de junio de 2012 el Presidente Constitucional de la República y el Soberano Congreso Nacional, en fecha treinta y uno (31) de octubre de 2008, aprobó la Ley para el Fomento y Desarrollo de la Competitiva de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

Es por tanto de interés nacional asegurar la implementación de políticas, programas y proyectos de financiamiento, apoyo tecnológico, capacitación y de gestión de mercados, para el sector de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME), rurales y urbanas, en las condiciones apropiadas a las capacidades y requerimientos de desarrollo equitativo del referido sector, las que están incorporadas en la Política para Apoyo a la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME).

Esta Ley tiene por finalidad fomentar el desarrollo de la competitividad y productividad de la micro, pequeña y mediana empresa urbanas y rurales, a objeto de

promover el empleo y el bienestar social y económico de todos los participantes en dichas unidades económicas.

Al efecto el Estado brindará su apoyo a este sector, en los campos administrativos, tributarios, previsional, laboral, crediticio y de desempeño económico; se asegurará el fortalecimiento de su participación en el proceso económico y social del país así como; una mayor participación ciudadana de sus integrantes; el fortalecimiento de prácticas de equidad de género, la mejora de su seguridad jurídica en el ámbito económico, así como la protección del medio ambiente; el acceso en igualdad de condiciones a los factores de producción necesarios para su desarrollo; la transparencia en los procesos de utilización de los recursos económicos y el fortalecimiento de la identidad nacional (Poder Ejecutivo, 2008)

2.6.2 Ley del Sector Social de la Economía

Es considerado mediante el Artículo N°330 publicado en la Gaceta el 14 de noviembre de 1985 por la Constitución de la República, que es de interés público la organización, fomento y desarrollo del Sector Social de la Economía, para contribuir a humanizar el desarrollo económico y social del país, de acuerdo con los principios de eficiencia en la producción, justicia social en la distribución de la riqueza y el ingreso nacional, coexistencia democrática y armónica en las diversas formas de propiedad y empresas en que se sustenta el segundo Sistema Económico de Honduras, de acuerdo con la Constitución de la República (Diario Oficial de la República de Honduras [La GACETA], 1985)

Es por tanto que:

La economía nacional se sustenta en la coexistencia democrática y armónica de diversas formas de propiedad y de empresa.

Que la Constitución reconoce, garantiza y fomenta entre otras, la libertad de empresa a todos los hondureños.

Que el Estado ha venido emitiendo medidas legislativas tendientes a garantizar la participación de los sectores campesinos y obreros, en el desarrollo de actividades económicas de acuerdo con el principio constitucional de justicia social en La distribución de la riqueza y el ingreso nacionales, en que se fundamenta el Sistema Económico de Honduras (Diario Oficial de la República de Honduras [La GACETA], 1985)

2.6.3 Ley para la Defensa y promoción de la Competencia

Mediante el Decreto N°357-2005 por el Poder Legislativo conforme a la Constitución de la Republica se prohíben los monopolios, monopsonios, oligopolios, acaparamiento y prácticas similares en la actividad industrial y mercantil; considerando que la competencia económica es indispensable para asegurar el desarrollo económico nacional, la asignación eficiente de los recursos y el bienestar del consumidor (Diario Oficial de la República de Honduras [La GACETA], 2006)

Esta Ley tiene como objetivo promover y proteger el ejercicio de la libre competencia con el fin de procurar el funcionamiento eficiente del mercado y el bienestar del consumidor.

Capítulo 3. Marco Teórico

3.1 Marco Teórico

A continuación, se detalla el marco teórico en representación a las variables de investigación, Programas de capacitación, Herramientas Estratégicas, Capacidades competitivas.

3.2 Emprendimiento

Hablar de emprendimiento significa, entre otras consideraciones, tener en cuenta las aportaciones que hace a la comunidad como un factor determinante para el desarrollo económico, el cambio social y estructural, pero también es visto como una fuerza impulsora que estimula la adquisición de conocimiento, el cambio tecnológico, la competitividad y la innovación (Herruzo Gómez, Hernández, Giuseppina y Sánchez, 2019).

El emprendimiento aparece como una oportunidad para la inserción laboral e inclusión social de los jóvenes. Desde una perspectiva de desarrollo humano, refiere al desarrollo de capacidades individuales y organizacionales. Las capacidades para impulsar emprendimientos, el empleo juvenil independiente, a partir de la creación de empresas propias, puede ser una vía hacia el trabajo decente, tanto para los jóvenes emprendedores como para aquellos que podrían ser trabajadores asalariados de dichas empresas, y hacia la empresa sostenible.

Este tipo de empleo abarca un heterogéneo conjunto de actividades, como el desarrollo de empresas privadas, el empleo por cuenta propia, las empresas sociales y las cooperativas (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2016).

Para Timmons (1989), “El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. Requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la

persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados”. Según Drucker (1985, p.3) “El emprendimiento es maximizar las oportunidades, es decir, la efectividad y no la eficiencia es la esencia del trabajo” (Revistas Alternativas, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil [UCSG], 2014)

3.3 Emprendimiento: Un concepto plural y multidimensional

El concepto de emprender puede tener múltiples definiciones, desde el contexto de los negocios, significa el empresario que se aventura en una nueva actividad comercial con el objetivo de una remuneración satisfactoria. Para Salinas & Osorio, (2012), el emprendimiento es un término poliédrico, que está directamente relacionado con la acción de la persona. En este sentido se puede entender el emprendimiento como el conjunto de actitudes y conductas que dan lugar a un determinado perfil personal orientado hacia la autoconfianza, la creatividad, la capacidad de innovación, el sentido de responsabilidad y el manejo del riesgo (Universidad de Zulia, 2018).

En el ámbito económico, generalmente se emprende algún proyecto bajo dos condiciones específicas: por oportunidad o por necesidad. La primera conlleva las circunstancias que a un individuo se le presentan, y que en un momento determinado bajo consideraciones particulares lleva a cabo un proyecto. La segunda condición, tiene que ver más cuando el individuo trata de atender económicamente sus demandas más elementales como alimentación, vivienda, salud, entre otras (Universidad de Zulia, 2018).

De igual forma, para emprender se deben de considerar algunos aspectos importantes al definir el proyecto, estos pueden ser externos (condiciones del mercado, competencia, leyes regulatorias, por nombrar algunos) e internos (principalmente recursos, experiencias y características personales) los cuales son en un momento dado elementos determinantes para la consolidación del proyecto. Para tener éxito, un emprendedor necesita desarrollar conocimientos especiales o poseer información especial que le permita descubrir y explorar

las oportunidades empresariales donde otros no son capaces de distinguir alguna o bien, donde otros pueden ver sobre todo el riesgo de fracasar (Ulhoi, 2005). (Universidad de Zulia, 2018)

3.4 Definición de emprendedor

El concepto más aceptado de "Emprendedor" fue popularizado por el economista Joseph Schumpeter en 1945, definiéndolo como alguien versátil, que posee las habilidades técnicas para saber producir, reunir recursos financieros, organizar las operaciones internas y capitalizar sus esfuerzos a través de las ventas. (Bóveda José Enrique, Oviedo, Yakusik, 2015)

En términos generales, el emprendedor simplemente es aquella persona que empieza una nueva actividad, ya sea económica, social, política, etc. Pero en esta investigación estamos centrados en estudiar al emprendedor empresario, de ahí que es una persona que identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerlo en marcha. Es habitual emplear este término para designar a una “persona que crea una empresa” o “desarrolla negocios” (Revistas Alternativas, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil [UCSG], 2014)

En América Latina el promedio entre la decisión de creación de la empresa y la creación real toma de 4 a 5 años, y en países como en el Este de Asia toma 2 a 3 años. Los elementos que inciden en la extensión del período de creación de empresas se relacionan con la insuficiente preparación de los que lo acometen. Muchos emprendedores empiezan buscando la idea y después buscan el mercado. (Revistas Alternativas, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil [UCSG], 2014)

El problema en este tipo de negocios es que el emprendedor se enfoca tanto en su idea que se olvida de cómo va a subsistir su negocio o podrían existir interesados en la idea,

pues el costo del producto es muy superior al precio que la gente aceptaría pagar, lo cual revela que no cuentan con la necesaria formación en este campo. La idea tiene que ser sustentable en el tiempo, si esta es ofertada en una temporada corta y limitada la ganancia tiene que justificar la inversión, como el caso de productos específicos, por ejemplo: relacionados con el mundial de fútbol. (Revistas Alternativas, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil [UCSG], 2014)

Por todo lo anterior señalado, se destaca la necesidad de fortalecer los valores de la cultura de emprendimiento y la formación de profesionales con características emprendedoras que puedan destacarse principalmente en el mundo de los negocios.

3.5 Característica de un emprendedor

Su origen se remonta al siglo XVII cuando con el término emprendedor se identificaba a un “aventurero” que “emprende” decisiones arduas enfrentándose a la incertidumbre. Con el tiempo, esta perspectiva de aventura se ha dirigido hacia ser tomadores de riesgo económico. Es importante tener en cuenta esta dimensión de riesgo, de aventura cuando se piensa en el emprendedor. Esto también ayuda a diferenciar el emprendedor del empresario.

El emprendedor es alguien que busca nuevos retos y trabaja por cumplirlos, mientras que el empresario es la persona que lleva a cabo oportunidades de negocios buscando sostenibilidad (Fundación Sociedad y Empresa Responsable [SERES], 2019)

3.6 Estrategia Empresarial

El término “estrategia”, en referencia a las empresas se empezó utilizar desde los finales de los años 60 del siglo XX. Entre los autores que aportaron a la conceptualización de la estrategia empresarial se puede mencionar a Drucker, Ansoff, Porter, Hamel, Prahalad, Ohmae, Henderson, Mintzberg, Kvint, Rumelt y Freedman.

Así, que después de superar las primeras etapas de planificación, puesta en marcha y consolidación en el mercado, cada empresa desea crecer. La manera más efectiva de lograr este objetivo es desarrollando las estrategias empresariales. Así que, detrás de cada negocio que se ha expandido y/o prosperado hay diversas estrategias. Para este propósito la empresa puede escoger entre varias estrategias desarrolladas por los expertos en el tema, entre las cuales se puede mencionar: estrategias genéricas de Porter, estrategias según grado de agresividad, opciones estratégicas según Ansoff y otros. (3 Ciencias Empresa, 2016)

3.7 Herramientas Estratégicas

Uno de los principales retos del campo de la estrategia ha sido el desarrollo de herramientas que permitan apoyar el proceso de toma de decisiones estratégicas. Estos instrumentos serían entonces la interfaz entre los marcos teóricos y aquellos esquemas simples de día, diseño, análisis e implementación de acciones requeridas por la gerencia de las empresas, permitiendo así facilitar no sólo la toma de decisiones. (Pulgarín y Rivera, 2012)

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) y los emprendedores autónomos deben realizar periódicamente un ejercicio de reflexión y planificación estratégica para ajustar su proyecto y modelo de negocio a las tendencias del mercado y trazar los objetivos estratégicos que guíen su gestión en el futuro, teniendo en cuenta que los pequeños negocios tienen unos recursos mucho más limitados que las grandes empresas y deben funcionar por tanto con metodologías a su medida. (Empresa Actual.com, 2016)

En el marco del orden empresarial, se encuentra asociado a los requerimientos de tipo técnico necesarios para la gestión asertiva de las empresas, lo que implica efectividad de la herramienta y bajo costo de implementación y utilización. Las empresas entonces requieren herramientas de fácil apropiación y alto impacto, atendiendo a una promesa

básica que, de hecho, se mantiene desde el origen de este tipo de instrumentos: el desarrollo de estrategias efectivas para el logro de desempeños superiores. (Pulgarín y Rivera, 2012)

3.8 Capacidades, Actitudes y Competencias de un emprendedor

Los emprendedores son quienes cristalizan una simple idea en una gran empresa, es por ello que es muy importante fortalecer ese espíritu que habita en ellos y que es el que los motiva en su carrera empresarial. Conocer al emprendedor permite identificar los motivos principales que lo llevan a la realización de ideas de negocio y a su vez identificar las mayores fortalezas para que sean aplicadas en la preparación de su proyecto. (Revistas Alternativas, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil [UCSG], 2014)

Según la Corporación Universitaria ASTURIAS publicado en la revista SUMMA define que un emprendedor es la persona que ha identificado una oportunidad innovadora y que es capaz de tomar las decisiones adecuadas, ya sean personales (opción de vida) como empresariales (medios necesarios) para que su idea llegue al mercado de forma rentable, por medio de una estructura organizacional novedosa y que sea capaz de generar beneficios continuados en el tiempo.

Así mismo señala que entre las capacidades personales del emprendedor podemos mencionar, de forma genérica, las siguientes:

- Capaz de detectar oportunidades.
- Capaz de dotar a esas oportunidades de rentabilidad.
- Capaz de innovar en algún aspecto de un producto o servicio.
- Capaz de tomar riesgos personales y financieros, pero medidos.
- Capaz de coordinar recursos escasos y limitados (Según la Corporación

Universitaria ASTURIAS publicado en la revista SUMMA)

Según informes publicados en 2017 en Medellín por la Universidad, la Escuela de Administración, Finanzas e Instituto Tecnológico (EAFIT) define que aquellos individuos que están expuestos a conocimientos en materia de mercadeo, finanzas, contabilidad y administración, desarrollan diversos tipos de competencias como la autoeficacia, la proactividad y la asunción al riesgo, lo que les permite llevar a cabo planes posteriores de negocios (Sánchez, 2013; Sušanj et al., 2015).

En contexto con lo antes mencionado, un emprendedor que ha desarrollado competencias mediante conocimientos adquiridos cuenta con características y actitudes que potencian sus capacidades, entre ellas podemos destacar la creación de valor haciendo uso correcto de los recursos a su alcance, así mismo ser capaz de crear oportunidades en un entorno cambiante con la capacidad de afrontar retos que empoderan al emprendedor y lo convierte en empresario visionario, influyente y comprometido con un futuro más sustentable.

3.9 Programas de Capacitación a los emprendedores

Los pequeños negocios del mundo de hoy, y particularmente los nuevos, son vistos como algo más que un vehículo para el espíritu emprendedor, pues contribuyen no solo al empleo y la estabilidad social y política, sino también a la capacidad competitiva e innovadora. (Duarte y Franklin, 2007)

Mediante publicaciones realizadas el seis de mayo del 2021 por el Consejo Nacional de Inversión Honduras comunica que según el Banco Mundial para 2021 se habrá retomado la actividad económica con un crecimiento de hasta un 4%. Los gobiernos, en el corto plazo, deberían asegurar las prioridades de las personas, como la salud, la seguridad alimentaria y fomentar la reactivación del sector de las MIPYMES como generador de empleo inmediato.

Así mismo señala que “Los gobiernos pueden apoyar a esta recuperación y asegurarse de hacer un buen trabajo a corto plazo, para ayudar a una recuperación sana, pese a que actualmente se viven tiempos muy difíciles”, destacó el organismo.

El Consejo Nacional de Inversión Honduras resalta que uno de los sectores en Centroamérica y República Dominicana que ha sido fuertemente impactado por las medidas sanitarias implementadas por los gobiernos para contrarrestar el Coronavirus, es el de las micro, pequeña y mediana empresa (MIPYMES), que según datos compartidos por la Directora Ejecutiva del Centro Regional de Promoción de la MIPYME (CENPROMYPE), Miosotis Rivas representa a más de 1 millón 300 mil en la región.

“Aunque no hay datos específicos para el istmo, el empleo generado por las MIPYMES en América Latina y el Caribe, según la CEPAL representa casi el 61%, y no es distinta a nuestros países”, explicó la Directora Ejecutiva del Centro Regional de Promoción de la MIPYME

Miosotis Rivas aseguró que “los gobiernos han tomado medidas de apoyo al sector, como los préstamos a menores tasas de interés. Además, el BCIE colocó, a través de los Bancos Centrales y la Banca Privada, recursos para que las MIPYMES pudieran atender temas de capital de trabajo” (Consejo Nacional de Inversiones Honduras, 2021)

Como se ha afirmado en los párrafos anteriores estos apoyos realizados al sector MIPYME, se derivan de programas que avanzan en promover el emprendimiento son relativamente recientes y plantean enfoques innovadores. Abarcan una serie de medidas encaminadas a favorecer la capacidad emprendedora y los emprendimientos de los jóvenes, intentando eliminar los obstáculos con que tropiezan para iniciar y desarrollar una actividad económica (falta de capital financiero, social o físico). Además, promueven apoyos para la

incubación de empresas y contribuyen a crear un entorno favorable a los jóvenes emprendedores que ayude a que estas iniciativas prosperen.

En mención a lo antes dicho Honduras cuenta con programas de capacitación y mejora que fomentan las capacidades competitivas de los emprendedores mismos que sirven como herramientas estratégicas. Estos programas cuentan con servicios de formalización, asistencia técnica, asistencia financiera y oportunidades de mercado para los emprendedores a nivel nacional.

3.10 Servicio Nacional de Emprendimiento y Pequeños Negocios SENPRENDE

Ayuda en el proceso para desarrollar el plan de negocios, maximizar la calidad y el impacto del proyecto mediante el apoyo de administración, gestión y el aumento de la capacidad del negocio o empresa.

Se enfoca en brindar asistencia técnica en cuatro áreas: fomento a la MIPYME, emprendimiento e innovación, subgerencia de sectores vulnerables, servicios de desarrollo empresarial.

Así mismo, potencia el desarrollo económico sostenible del país, mediante la generación de oportunidades de emprendimientos, empleos, acceso a mercados y producción con valor agregado.

Entre los programas proporcionados por el servicio nacional de emprendimiento SENPRENDE se destacan los siguientes; Proyecto visita-SENPRENDE, GET-START Honduras, Brigada MIPYME, Honduras consume local

En definitiva, estos programas ayudan a fortalecer e impulsar el desarrollo económico del país, mediante la generación de oportunidades de emprendimientos, producción sostenible, acceso a nuevos mercados y nuevos empleos.

3.11 Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Aprobó un crédito de US\$19.96 millones para apoyar la sostenibilidad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME) frente a la crisis del COVID-19, como sostén del empleo en Honduras.

Las MIPYME son parte fundamental del tejido productivo y del empleo de Honduras, representando más 70 por ciento del empleo del país. El Programa Global de Crédito para la Defensa del Tejido Productivo y el Empleo apoyará la sostenibilidad financiera de corto plazo de las MIPYME hondureñas y promoverá su recuperación económica, mediante el acceso a financiamiento de capital trabajo. (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2020)

El programa contribuirá a que las MIPYME puedan superar los problemas temporales de liquidez para que puedan cumplir con sus obligaciones comerciales y financieras, a través de un financiamiento de capital trabajo que permita normalizar su ciclo comercial. Se facilitarán los recursos al Banco Hondureño para la Producción y la Vivienda (BANHPROVI) para que se fondeen líneas de anticipo y redescuento y se otorguen garantías a las Instituciones Financieras Intermediarias (IFI) para que estas otorguen nuevos créditos de capital trabajo a las MIPYME. (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2020)

El programa se focalizará en atender a las MIPYME vinculadas al turismo, como el sector productivo más afectado en la economía de Honduras. Se estima que con los recursos del programa beneficiarán a unas 1.000 MIPYME del sector turismo afectadas por la crisis para que puedan acceder a créditos, produciendo un impacto positivo en su sostenibilidad, nivel de empleo y sus ventas. (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2020)

Este crédito forma parte del apoyo al país para hacer frente a la emergencia sanitaria del COVID-19 y sus impactos en temas de salud, sociales, económicos y fiscales. La operación fue aprobada mediante el nuevo procedimiento simplificado adoptado por el Banco para acelerar su apoyo a los países de la región para enfrentar la emergencia. (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2020)

3.12 MIPYME Honduras

Cuenta con un programa que consta de centros de desarrollo empresarial de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa CDE-MIPYME, mismos que ofrecen servicios de asistencia técnica para aumentar la gestión empresarial, logrando así la formalización de la MIPYME, el acceso a financiamiento, mejorar los niveles de desarrollo tecnológicos y acceso a nuevos mercados lo que constituye al desarrollo económico y a la generación de nuevos empleos a Nivel Nacional. (Micro, Pequeña y Mediana Empresa [MIPYME HONDURAS], 2019)

Cabe resaltar que los gobiernos locales como ser Alcaldías Municipales en las regiones de intervención podrán ser beneficiarios de los CDE-MIPYME en los procesos orientados a mejorar la competitividad de las regiones.

Cuyo objetivo es contribuir a la dinamización de las economías locales y a la creación o mejoramiento de los tejidos productivos, acercando los servicios de desarrollo empresarial a emprendedores, micro, pequeña y mediana empresa con potencial de crecimiento y productividad en todo el país. (Micro, Pequeña y Mediana Empresa [MIPYME HONDURAS], 2019)

3.13 Programa de Fortalecimiento Empresarial

La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) a través de su proyecto Empleando Futuros en coordinación con la Asociación Nacional de Industriales de Honduras (ANDI) lanzan el “Programa de Fortalecimiento Empresarial para

el sector MIPYMES para la reactivación de la economía durante y post Pandemia del COVID-19”

El objetivo de este programa es apoyar la reactivación económica de las empresas del sector MIPYME afectadas por la crisis generada por la pandemia de COVID-19 y posteriormente por el paso de los huracanes ETA e IOTA. Este programa se pone a disposición de las empresas con el propósito de capacitar al menos 1,500 colaboradores y brindar asistencia técnica a 100 empresas de las áreas urbanas de Tegucigalpa, San Pedro Sula y La Ceiba, con el fin de certificar y mejorar su competitividad a través del desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para convivir y avanzar en esta nueva realidad impuesta por la Pandemia. (Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional [USAID], 2021)

El Programa tendrá los siguientes beneficios:

- Diagnóstico y plan de asesoría basado en las necesidades de su empresa.
- Formación empresarial en temas de Transformación Digital, Reapertura Segura, Competitividad y Gestión Empresarial.
- Asesoría empresarial especializada de acuerdo con las necesidades identificadas.
- Kit de señalización de bioseguridad para cada empresa.
- Caja de herramientas empresariales.
- Enlaces comerciales por medio de la realización de ruedas de negocio y/o ferias comerciales digitales.
- El programa tendrá una duración de 4 meses iniciando en febrero 2021 y finalizando en mayo 2021.

3.14 Programa Mujeres en el Comercio para un crecimiento inclusivo y sostenible

La Oficina de Promoción del Comercio de Canadá (TFO Canadá) y la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés (CCIC) establecieron importante alianza mediante la firma de un acuerdo de entendimiento para la ejecución del proyecto “Mujeres en el comercio para un crecimiento inclusivo y sostenible”, orientado al sector agroalimentario (café especiales y frutas y hortalizas frescas centradas en hortalizas asiáticas) con el fin de contrarrestar los desafíos que experimentan las mujeres empresarias. (Cámara de Comercio e Industria de Cortés [CCIC], 2021)

Por su parte TFO Canadá trabaja con socios en países en desarrollo para comprender mejor sus necesidades y aumentar la participación de las exportaciones generadas por pequeñas y medianas empresas (PYME) dirigidas por mujeres. El proyecto actual tiene una duración de cinco años está diseñado para abordar estas necesidades específicas y se lleva a cabo con el apoyo financiero del Gobierno de Canadá a través de Asuntos Mundiales Canadá.

Es conveniente resaltar que el principal objetivo es fomentar una participación más equitativa de las mujeres en la toma de decisiones y como líderes de instituciones de apoyo al comercio, así como fomentar y fortalecer las capacidades de las empresas exportadoras en los subsectores priorizados que deseen tener acceso al mercado canadiense y estadounidense.

Finalmente el proyecto contribuirá al resultado final de mejora del bienestar económico de mujeres y hombres en Honduras, abordando las principales limitaciones a las que se enfrentan las mujeres exportadoras, facilitando mejoras y adaptación de productos, y mayor acceso a los mercados internacionales incluyendo el canadiense a través de la creación de vínculos comerciales efectivos con compradores por medio de la

participación en misiones comerciales para la generación de empleos y aumento de sus ganancias. (Cámara de Comercio e Industria de Cortés [CCIC], 2021)

3.15 Programa Honduras Consume Local

El 17 de agosto del año 2020 el Presidente Hernández inaugura segunda edición de la feria virtual “Honduras Consume Local” del cual han sido participe niños, mujeres y jóvenes, en el marco del Mes de la Familia.

Hay 251 participantes de 15 departamentos del país que se registraron para participar en la plataforma de internet; de ese total, 217 son mujeres emprendedoras, 23 emprendedores jóvenes y 11 emprendedores niños. (Gobierno de la República de Honduras , 2020)

Esta feria es un aporte que se hace en equipo con la empresa privada y las diferentes asociaciones como apoyo al grupo de empresarios que son los micro y pequeños que nos aportan el 70% de los empleos en Honduras", subrayó el jefe de Estado.

Los participantes de la feria tendrán acceso a financiamiento, asistencia técnica, formalización empresarial, seminarios de capacitación (Webinar con integrantes de la Mesa de Trabajo). (Gobierno de la República de Honduras , 2020)

Capítulo 4. Método

4.1 Enfoque

La investigación es desarrollada bajo un enfoque cuantitativo debido a que comprende la recopilación y revisión de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías, proporcionando orden y lógica al estudio. Es por tal razón que este enfoque nos permite analizar el proceso formativo en la debida aplicación e implementación de las herramientas estratégicas que fomentan las competencias en los emprendedores.

A continuación, se detallan otras características de la investigación que sustentan el enfoque de la misma.

Se ha planteado un problema de estudio delimitado y concreto, el cual es la implementación de programas en el uso de herramientas estratégicas que desarrollan las capacidades competitivas de hombres y mujeres emprendedores mayores de 25 años en el Municipio del Distrito Central, Honduras.

La recolección de datos se basa en instrumentos estandarizados y aceptados por una comunidad científica, esta investigación será realizada por medio de una encuesta electrónica.

Los participantes son fuentes externas como ser hombres y mujeres que comprenden las edades desde 25 años en adelante con la modalidad de emprendedores.

Aplica la lógica deductiva, donde se analiza de lo general (el emprendimiento y sus herramientas estratégicas) a lo específico (las capacidades generadas mediante la implementación y utilización de estas herramientas estratégicas)

Esta investigación es considerada un estudio estructurado.

4.2 Alcance

La presente investigación es de tipo descriptivo correlacional ya que a través de ella se pretende dar a conocer las capacidades y competencias en el emprendedor así mismo hacer énfasis en la relación que existe entre esas capacidades y competencias generadas mediante las herramientas estratégicas que fomentan el emprendimiento, con lo antes mencionado se busca argumentar de acuerdo con los criterios establecidos para la siguiente investigación.

El estudio correlacional asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población. El estudio descriptivo busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice (Sampieri, 2014). Es por ello, que esta investigación cumple con las características de estos enfoques antes mencionados ya que se determina la relación que existe entre las variables y las características específicas que contemplan las herramientas estratégicas y las competencias en los emprendedores.

4.3 Diseño

La investigación es considerada de tipo no experimental transeccional o transversal con las debidas características en la recolección de datos en un único momento. De acuerdo con esta definición en la presente investigación se busca conocer como los emprendedores desarrollan e implementan las herramientas estratégicas que fomentan sus capacidades competitivas, en síntesis con lo anterior al identificar estos programas se pretende reforzar sus competencias y que este cuente con la habilidad y destreza de crear una estructura organizativa que responda a las expectativas y exigencias del mercado y al alcance de la competitividad, así mismo que sus ideas de negocio sean sustentables en el tiempo y garantes del desarrollo económico en el región nacional.

4.4 Variables

Según (Sampieri, 2014), una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse.

Las variables adquieren valor para la investigación científica cuando llegan a relacionarse con otras variables, es decir, si forman parte de una hipótesis o una teoría. En este caso, se les suele denominar constructos o construcciones hipotéticas.

Partiendo de la conceptualización del concepto de una variable de la cual determina características y atributos de valor; En este sentido se detallan las variables a medir en el estudio de herramientas estratégicas que desarrollan las competencias competitivas, estas se operacionalizan con la finalidad de medir los indicadores conceptuales y operacionales de los cuales tendrán el hilo conductor para la instrumentación del estudio.

4.4.1 Variable independiente

Programas de capacitación

Herramientas Estratégicas

4.4.2 Variables dependientes

Capacidades competitivas

En la presente investigación se analiza tres variables detalladas en la siguiente tabla de operacionalización:

TABLA 2. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

ALCANCE	VARIABLE	DIMENSIONES	OPERACIONALIZACION
<p>La presente investigación es de tipo descriptivo correlacional ya que a través de ella se pretende dar a conocer las capacidades y competencias en el emprendedor así mismo hacer énfasis en la relación que existe entre esas capacidades y competencias generadas mediante las herramientas estratégicas que fomentan el emprendimiento, con lo antes mencionado se busca argumentar de acuerdo con los criterios establecidos para la siguiente investigación.</p>	<p>Programa de capacitación implementando herramientas estratégicas seleccionadas adecuadamente. (Variable Independiente)</p>	<p>Contexto: Político Económico Socio cultural</p>	<p>Políticos Legislación Nacional y Sectorial Previsión de gastos públicos Líneas de apoyo sectorial Económicos Apoyos financieros Corrientes MIPYME Poder Adquisitivo Socio-Cultural Elementos demográficos Estudio del comportamiento Tendencias de nuestros clientes (Cambios en el consumo)</p>
		<p>Perfil de los involucrados</p>	<p>Características de los emprendedores Actitud y Aptitud emprendedora Ambición emprendedora.</p>

	Características del programa	Diseño Contenido Servicios Integrales
Herramientas Estratégicas (Variable Independiente 2)	Instrumento que asegura las competencias competitivas orientadas al emprendimiento y la innovación.	Fuentes de Financiamiento. Acceso a Servicios de Desarrollo Empresarial. Acceso a la Información. Crecimiento de la Productividad. Dinamismo Económico y Flexible.

	Competencias Competitivas (Variable Dependiente)	Focalizar y desarrollar las Herramientas Estratégicas forjando las habilidades relacionadas a la formación emprendedora.	Competencias vinculadas al: Liderazgo Logro Compromiso
--	--	--	---

Fuente: Elaboración Propia

4.5 Hipótesis

Al ser una investigación de carácter descriptivo y correlacional ya que pueden establecer que dos o más variables se encuentran vinculadas, sino también cómo están asociadas. Alcanzan el nivel predictivo y parcialmente explicativo (Sampieri, 2014)

El objetivo de la investigación es acumular datos para describir fenómenos pocos conocidos, pero no se pretende explicarlos o verificar las posibles causas subyacentes.

A continuación, se describen las hipótesis de investigación se definen como proposiciones tentativas acerca de las posibles relaciones entre dos o más variables, (Sampieri, 2014)

Hipótesis de Investigación (Hi):

El aumento de las capacidades competitivas de hombres y mujeres emprendedores mayores de 25 años en el Municipio del Distrito Central, Honduras, se encuentran asociadas a la implementación de herramientas estratégicas proporcionadas por Programas de capacitación empresarial.

Hipótesis Nula (Ho):

El aumento de las capacidades competitivas de hombres y mujeres emprendedores mayores de 25 años en el Municipio del Distrito Central, Honduras, no se encuentra asociado a la implementación de herramientas estratégicas proporcionadas por Programas de capacitación empresarial.

4.6 Participantes

Según decreto N° 2 del Congreso Nacional, se ratifica el decreto N° 53 de 30 de enero de 1937 en el que se formara el artículo 179 de la Constitución Política en el que se dice que los actuales municipios de Tegucigalpa y Comayagüela formaron un Distrito Central

cuya creación, organización y funcionamiento será objeto de una ley especial (Instituto Nacional de Estadística [INE], 2018)

Con una extensión territorial aproximada de 1,514 km², está conformado por 43 aldeas y 538 caseríos registrados en el Censo Nacional de Población y Vivienda de 2013, el código de identificación geográfica de Distrito Central, Francisco Morazán es 0801 (Instituto Nacional de Estadística [INE], 2018)

Con respecto al punto antes mencionado, el rango de población seleccionada es de 459,617 habitantes el cual pertenecen al Municipio del Distrito Central, mismo que fue considerado a partir de 25 hasta 49 años de edad, de las cuales para el estudio de investigación se consideró realizar mediante el cálculo de la muestra poblacional conocida, que dio como resultado la cantidad de muestras representativas para esta investigación con un nivel de confiabilidad del 90% para su obtención.

4.7 Muestra

La muestra obtenida para el estudio es de 68 encuestas que fueron aplicadas a la siguiente población de adultos Mujeres y Hombres emprendedores habitantes del Distrito Central que se encuentran en un rango de edad mayores a 25 años

El universo de participantes está compuesto por 459,617 habitantes, según estadísticas de población por rango de edad y que habitan en el Distrito Central, definidas por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) (Instituto Nacional de Estadísticas [INE], 2019).

El cálculo de la muestra se obtuvo de la siguiente manera:

Se utilizó la fórmula de (Secretaría de Salud del Estado de Tabasco, 2005) para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población:

$$n = \frac{NZ^2pq}{Nd^2 + Z^2pq}$$

En donde:

- N = tamaño de la población 459,617 habitantes
- Z = nivel de confianza = al 90% es decir 1.645
- P = probabilidad de éxito, o proporción esperada = 50% es decir 0.5
- Q = probabilidad de fracaso = 50% es decir 0.5
- D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) = 0% es decir 0.1

$$n = \frac{(459617)(1.645)^2(0.5)(0.5)}{(459617)(0.1)^2 + (1.645)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(459617)(2.706025)(0.5)(0.5)}{(459617)(0.01) + (2.706025)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(310933.7731)}{(4596.17) + (0.67650625)}$$

$$n = \frac{(310933.7731)}{(4596.846506)}$$

$$n = 67.64 \approx 68 \text{ encuestas}$$

Es decir que el total de 68 encuestas realizadas a las personas seleccionadas da como resultado un 90% de datos que se desea medir y estará comprendido en $\pm 10\%$ respecto al dato que se observe en la encuesta.

El total de encuestas realizadas se aplicó mediante la plataforma de google forms se envió de forma selectiva a apersonas que ya han iniciado su emprendimiento y a las que están en proceso de formación, esta selección de emprendedores está conformados por hombres y mujeres mayores a 25 años y pertenecientes al Distrito Central

4.8 Instrumentos

En la siguiente investigación se utilizará el cuestionario, que consiste en conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Sampieri, 2014)

El cuestionario fue aplicado a una población seleccionada del Distrito Central que conforman un rango de edad entre 25 a 49 años, que ya desarrollan prácticas emprendedoras, así como a aquellos que pretenden consolidar una iniciativa de emprendimiento.

4.8.1 Diseño del Instrumento

En la siguiente tabla se describe los ítem o preguntas que se aplicarán en el cuestionario relacionada con cada una de las dimensiones y variables de investigación:

TABLA 3 DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN E ÍTEMS

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS	ITEMS / PREGUNTAS DE LA ENCUESTA	POBLACIÓN	MUESTRA
Programas de capacitación	Contexto: Político Económico Socio cultural	Sectores involucrados elementos demográficos estudio del comportamiento emprendedor	Cuestionario virtual que contiene un total de 38 ítems, distribuidos en seis subes calas que miden datos Sociodemográficos, Situación Laboral, Origen de la Empresa, Sectores MIPYME, Localización y Factores de Éxito, Herramientas Estratégicas que fomentan las capacidades competitivas en los emprendedores y las preguntas de la investigación (abiertas y cerradas)	13. ¿Ha escuchado mencionar sobre los programas o proyectos de capacitación a los emprendedores?	La población estará constituida por hombres y mujeres mayores de 25 años, que residen en el Distrito Central y han iniciado un emprendimiento.	El universo de participantes está compuesto por 459,617 habitantes, según estadísticas de población por rango de edad y que habitan en el Distrito Central, definidas por el (INE) Instituto Nacional de Estadísticas (INE [Instituto Nacional de Estadísticas], 2019).
				14. ¿Ha tenido acceso a estos programas de capacitación?		
				15. ¿Seleccione a que programa de capacitación / fortalecimiento empresarial ha tenido acceso?		
Herramientas Estratégicas	Instrumento que asegura las competencias competitivas orientadas al emprendimiento y la innovación.	Acceso a herramientas estratégicas		6. ¿Ha escuchado hablar de Herramientas Estratégicas que fomenten el emprendimiento?		
		Fuentes de Financiamiento. Modelo de Negocio. Análisis y Planificación de Estrategia		7. ¿Seleccione las Herramientas Estratégicas que ha utilizado?		

		<p>Plan de Marketing Plan de Negocios Herramientas de Calidad y Productividad</p>		<p>8. ¿De qué fuente obtuvo las Herramientas Estratégicas?</p>		
<p>Capacidades competitivas</p>	<p>Focalizar y desarrollar las herramientas estratégicas forjando las habilidades relacionadas a la formación emprendedora.</p>	<p>Competencias vinculadas al: Liderazgo Logro Compromiso</p>		<p>9. ¿Qué medio utilizó para adquirir las Herramientas Estratégicas?</p>		
				<p>10. ¿Cómo clasificaría el nivel de influencia de las Herramientas Estratégicas en su emprendimiento?</p>		
				<p>11. Cómo evalúa el nivel de efectividad de las Herramientas Estratégicas para desarrollar sus competencias competitivas de emprendimiento</p>		
				<p>12. ¿Cree usted que la implementación de Herramientas Estratégicas mejora su capacidad competitiva de permanecer en el mercado laboral?</p>		

Fuente: Elaboración propia

4.9 Procedimiento para la recolección de datos

Recolectar los datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico. (Sampieri, 2014)

4.10 Fuente de Datos

Los datos serán proporcionados por los propietarios de las MIPYMES que respondieron a la encuesta correspondiente para la investigación.

4.11 Localización de la Fuente

La fuente de datos está localizada en el Municipio del Distrito Central.

4.12 Método de Recolección de Datos

Los datos serán recolectados mediante un instrumento de investigación mismo que será enviado a través de la plataforma de internet directamente a las personas que constituyen la fuente de información.

4.13 Técnica de Investigación

La técnica de investigación es la encuesta mediante la cual se determinó un conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de 68 emprendedores para recolectar información pertinente a la investigación así mismo conocer otras cuestiones de interés a la misma.

Es así que se consideró utilizar un cuestionario para la recolección de la información mediante una lista de preguntas que se proponen responder a los objetivos de la investigación.

Capítulo 5. Resultados

5.1 Resultados Generales

Para la obtención de los resultados del análisis de las variables se desarrolló un análisis gráfico de los datos.

5.2 Análisis de los Datos, según alcance del estudio

Mediante la implementación del instrumento de medición bajo la denominación de encuesta virtual, la cual fue aplicada a 68 participantes en la modalidad de emprendedores conformados por Hombres y Mujeres mayores de 25 años habitantes del Distrito Central, se obtuvieron los siguientes resultados de las preguntas planteadas referentes a las variables de investigación.

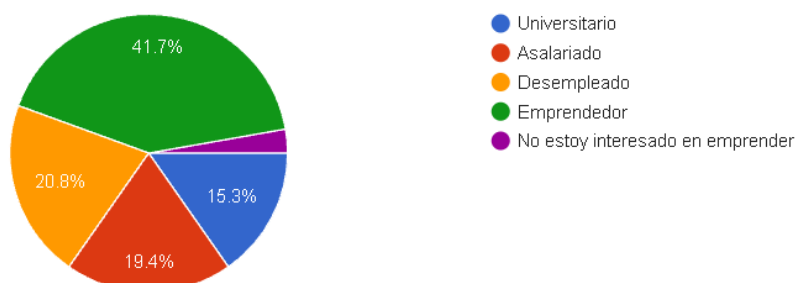
1. Ocupación

TABLA 4. PORCENTAJE NIVEL DE OCUPACIÓN

Resultados	
Universitario	15.3%
Asalariado	19.4%
Desempleado	20.8%
Emprendedor	41.7%
No estoy interesado en emprender	2.8%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

FIGURA 2. PORCENTAJE NIVEL DE OCUPACIÓN



Fuente: Elaboración propia

Según los resultados reflejados en la figura 1 se detalla que el mayor porcentaje del nivel de ocupación de los encuestados corresponde al 41.7% que son emprendedores que representan a un conjunto de empresas de tamaño micro, pequeña y mediana, de los sectores urbano y rural.

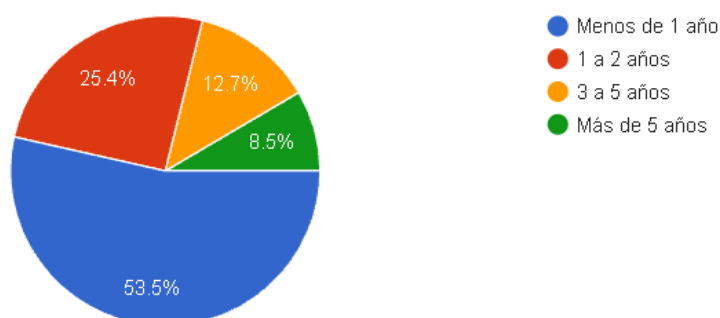
2. ¿Hace cuánto tiempo comenzó su emprendimiento?

TABLA 5. PORCENTAJE DEL TIEMPO EN QUE LOS EMPRENDEDORES INICIARON SU EMPRENDIMIENTO

Resultados	
Menos de 1 año	53.5%
1 a 2 años	25.4%
3 a 5 años	12.7%
Más de 5 años	8.5%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

FIGURA 3. PORCENTAJE DEL TIEMPO EN EL QUE COMENZARON EL EMPRENDIMIENTO



Fuente: Elaboración propia

Mediante resultados reflejados en la figura 2 se logra identificar que el 53.5% de los participantes en esta encuesta iniciaron su emprendiendo en menos de 1 año.

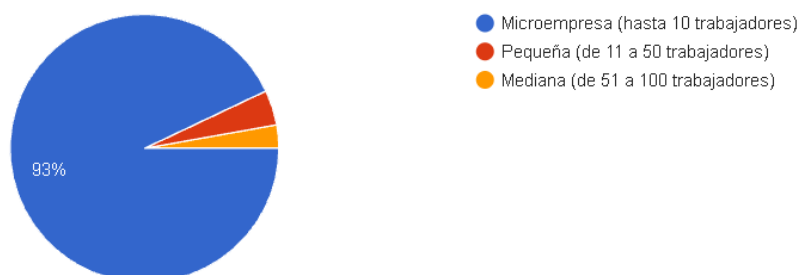
3. ¿A qué tipo de empresa pertenece su emprendimiento?

TABLA 6. TIPO DE EMPRESA A LA QUE PERTENECEN LOS EMPRENDEDORES

Resultados	
Microempresa (hasta 10 trabajadores)	93%
Pequeña (de 11 a 50 trabajadores)	4.2%
Mediana (de 51 a 100 trabajadores)	2.8%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

FIGURA 4. PORCENTAJE DE EMPRESA A LA QUE PERTENECEN LOS EMPRENDEDORES



Fuente: Elaboración propia

Mediante datos recolectados se logra demostrar que el 93% de emprendedores encuestados tienen una Microempresa, determinada como toda unidad económica con un mínimo de una persona remunerada laborando en ella, la que puede ser su propietario, y un máximo de diez (10) empleados remunerados.

4. ¿Cuál fue el principal factor que le motivo a crear su emprendimiento?

seleccionar una opción

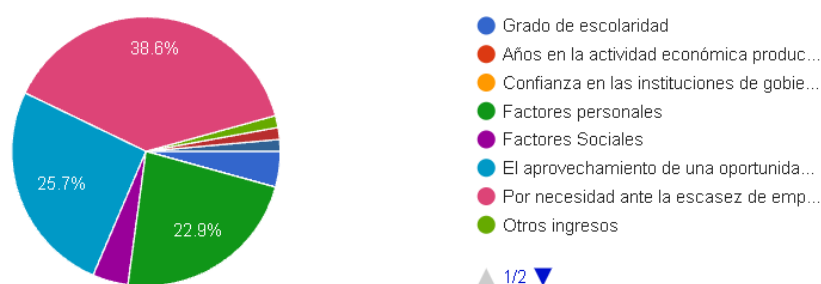
TABLA 7. FACTORES QUE MOTIVARON EL EMPRENDIMIENTO

Resultados	
Grado de escolaridad	4.3%

Años en la actividad económica productiva	0%
Confianza en las instituciones de gobierno	0%
Factores personales	22.9%
Factores Sociales	4.3%
El aprovechamiento de una oportunidad de negocio	25.7%
Por necesidad ante la escasez de empleo	38.6%
Otros Factores	4.2%
Total	100%

Fuente: Elaboracion propia

FIGURA 5. PORCENTAJE DE FACTORES QUE MOTIVARON INICIAR EL EMPRENDIMIENTO



Fuente: Elaboracion propia

Los componentes que ponderan ante este gráfico de resultados como principal factor que motivó a los participantes a crear su emprendimiento lo encabeza con un 38.6% la necesidad ante la escasez de empleo, seguidamente por el aprovechamiento de una oportunidad de negocio.

5. ¿Qué factores son críticos para proporcionar a su compañía una competitividad continua?

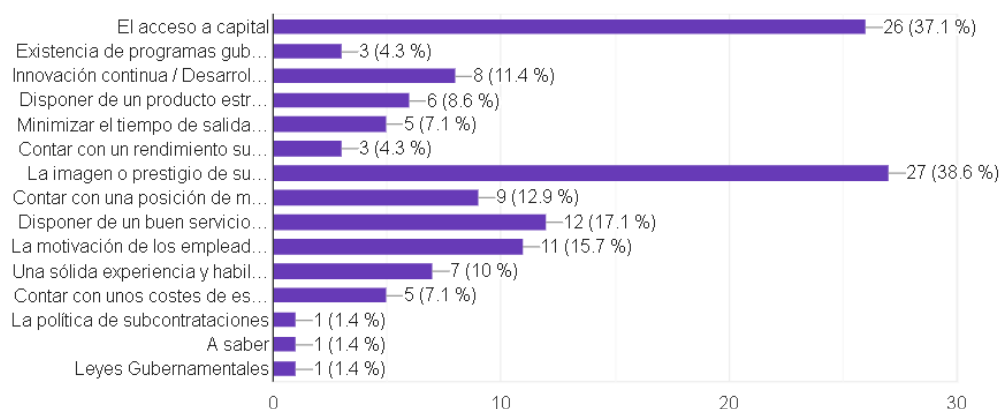
TABLA 8. FACTORES CRÍTICOS PARA UNA COMPETITIVIDAD CONTINUA

Resultados

El acceso a capital	37.1%
Existencia de programas gubernamentales de soporte	4.3%
Innovación continua / Desarrollo de nueva tecnología	11.4%
Disponer de un producto estrella (niche product)	8.6%
Minimizar el tiempo de salida al mercado (time-to-market)	7.1%
Contar con un rendimiento superior al de su competencia	4.3%
La imagen o prestigio de su marca	38.6%
Contar con una posición de mercado dominante	12.9%
Disponer de un buen servicio al cliente (capacidad de respuesta)	17.1%
La motivación de los empleados y su creatividad	15.7%
Una sólida experiencia y habilidad en la gestión	10%
Contar con unos costes de estructura competitivos	7.1%
La política de subcontrataciones	1.4%
Otros	2.8%

Fuente: Elaboracion propia

FIGURA 6. PORCENTAJE DE FACTORES CRÍTICOS QUE PROPORCIONAN UNA COMPETITIVIDAD CONTINUA



Fuente: Elaboracion propia

Los factores con mayor demanda reflejados en la figura 5 que proporcionan un alto índice de competitividad en las compañías se destacan los siguientes con un 38.6%

mantener una imagen o alto prestigio de su marca, lo precede tener acceso a capital con 37.1%.

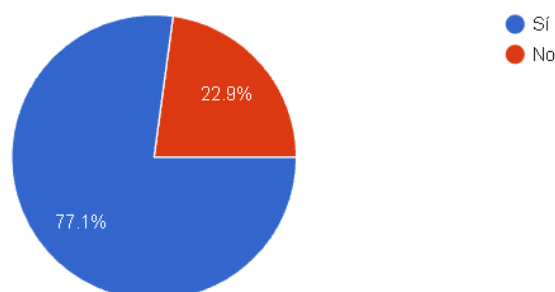
6. ¿Ha escuchado hablar de Herramientas Estratégicas que fomenten el emprendimiento?

TABLA 9. PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN ESCUCHADO MENCIONAR SOBRE LAS HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS QUE FOMENTAN EL EMPRENDIMIENTO

Resultados	
Si	77.1%
No	22.9%
Total	100%

Fuente: Elaboracion propia

FIGURA 7. PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN ESCUCHADO SOBRE HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS



Fuente: Elaboracion propia

La figura 6 demuestra que el 77.1% de los colaboradores si ha escuchado hablar de las herramientas estratégicas que fomentan el emprendimiento.

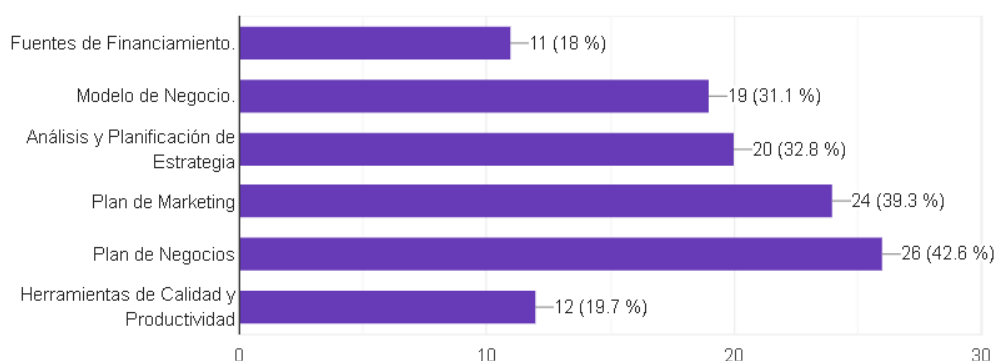
7. ¿Seleccione las Herramientas Estratégicas que ha utilizado?

TABLA 10. LISTA DE HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS MAYORMENTE UTILIZADAS POR LOS EMPRENDEDORES

Resultados	
Fuentes de Financiamiento.	18%
Modelo de Negocio.	31.1%
Análisis y Planificación de Estrategia	32.8%
Plan de Marketing	39.3%
Plan de Negocios	42.6%
Herramientas de Calidad y Productividad	19.7%

Fuente: Elaboracion propia

FIGURA 8. PORCENTAJE DE HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS MAYORMENTE UTILIZADAS POR LOS EMPRENDEDORES



Fuente: Elaboracion propia

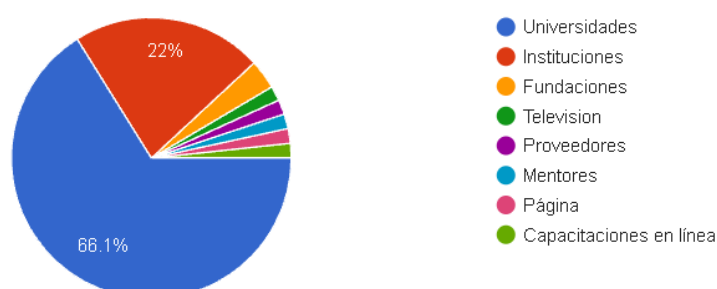
Es importante resaltar que las Herramientas Estratégicas potencian la proyección económica de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME), esto en cuanto al diseño, la calidad, la promoción del producto, el financiamiento, modelos de negocios y otras herramientas relacionadas. De manera tal que se ve reflejado en la figura 7 que las 4 herramientas más destacadas e implementadas por los emprendedores se encuentra con 42.6% el plan de negocios y lo precede con 39.3% el plan de marketing, seguidamente el análisis y planificación de estrategias con 32.8%, finalmente la última herramienta de las cuatro mayormente utilizada por los emprendedores se encuentra con 31.1% el modelo de negocio.

8. ¿De qué fuente obtuvo las Herramientas Estratégicas?

TABLA 11. FUENTES POR MEDIO DE LAS CUÁLES OBTUVIERON LAS HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS

Resultados	
Universidades	66.1%
Instituciones	22%
Fundaciones	3.4%
Otros	8.6%
Total	100%

Fuente: Elaboracion propia

FIGURA 9 PORCENTAJE DE FUENTES POR MEDIO DE LAS CUALES OBTUVIERON LAS HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS

Fuente: Elaboracion propia

La figura 8 determina que la fuente que proporcionó estas herramientas y que mayor porcentaje obtuvo fueron las universidades con 66.1%

9. ¿Qué medio utilizó para adquirir las Herramientas Estratégicas?

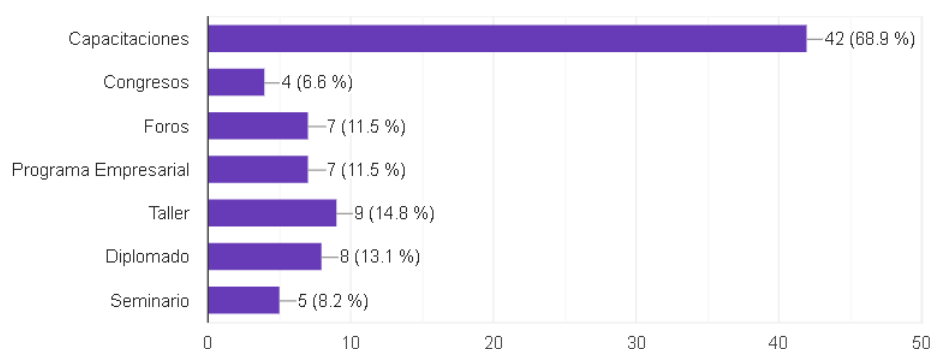
TABLA 12. MEDIOS MÁS UTILIZADOS PARA ADQUIRIR LAS HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS

Resultados	
Capacitaciones	68.9%
Congresos	6.6%

Foros	11.5%
Programa Empresarial	11.5%
Taller	14.8%
Diplomado	13.1%
Seminario	8.2%

Fuente: Elaboracion propia

FIGURA 10. PORCENTAJE DE MEDIOS MÁS UTILIZADOS MEDIANTE EL CUAL OBTUVIERON LAS HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS



Fuente: Elaboracion propia

El medio que mayormente utilizaron los emprendedores para adquirir estas Herramientas Estratégicas fue mediante las capacitaciones con 68.9% datos que se lograron identificar en la figura 9.

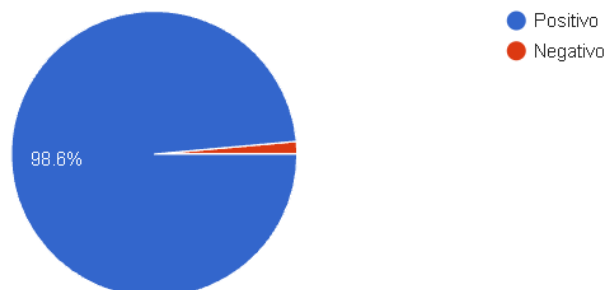
10. ¿Cómo clasificaría el nivel de influencia de las Herramientas Estratégicas en su emprendimiento?

TABLA 13. NIVEL DE INFLUENCIA DE LAS HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS

Resultados	
Positivo <i>*pasar al nivel de efectividad*</i>	98.4%
Negativo	1.6%
Total	100%

Fuente: Elaboracion propia

FIGURA 11. PORCENTAJE DE INFLUENCIA QUE HAN TENIDO LAS HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS EN LOS EMPRENDEDORES



Fuente: Elaboracion propia

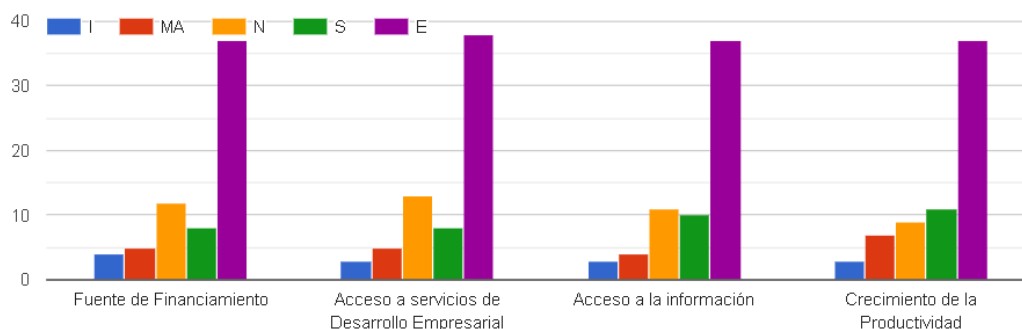
Según los participantes encuestados el 98.6% consideran positivo el nivel de influencia de las Herramientas Estratégicas.

11. Cómo evalúa el nivel de efectividad de las Herramientas Estratégicas para desarrollar sus competencias competitivas de emprendimiento: Inaceptable (I) (valor de 1), Mínimo Aceptable (MA) (Valor de 2), Notable (N) (Valor de 3), Satisfactorio (S) (Valor de 4), Excelente (E) (Valor de 5).

TABLA 14. NIVEL DE EFECTIVIDAD DE LAS HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS

Herramientas Estratégicas	Resultados				
	I	MA	N	S	E
Fuente de Financiamiento	4	5	12	8	37
Acceso a servicios de Desarrollo Empresarial	3	5	13	8	38
Acceso a la información	3	4	11	10	37
Crecimiento de la Productividad	3	7	9	11	37

Fuente: Elaboracion propia

FIGURA 12. NIVEL DE EFECTIVIDAD DE LAS HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS

Fuente: Elaboracion propia

El nivel de efectividad que tiene la implementación de las Herramientas Estratégicas y que permiten desarrollar las competencias competitivas en los emprendedores por medio de acceso a servicios de Desarrollo Empresarial es considerado excelente, así mismo es calificado como sobresaliente la efectividad que tienen las fuentes de financiamiento, acceso a la información y el crecimiento de la productividad en los emprendimientos.

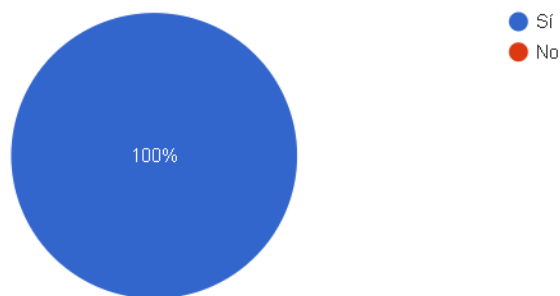
12. ¿Cree usted que la implementación de Herramientas Estratégicas mejora su capacidad competitiva de permanecer en el mercado laboral?

TABLA 15. PORCENTAJE DE CAPACIDAD COMPETITIVA QUE BRINDAN LAS HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS PARA PERMANECER EN EL MERCADO LABORAL

Resultados	
Si <i>*pasar a las características*</i>	100%
No	0%
Total	100%

Fuente: Elaboracion propia

FIGURA 13. PORCENTAJE DE CAPACIDAD COMPETITIVA QUE BRINDAN LAS HERRAMIENTAS ESTRATÉGICAS



Fuente: Elaboracion propia

El 100% de los participantes consideran que la implementación de Herramientas Estratégicas mejora su capacidad competitiva de permanecer en el mercado laboral.

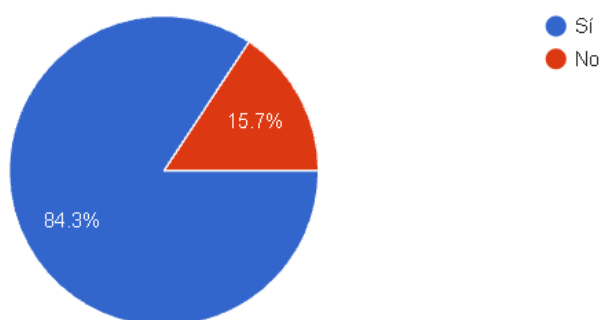
13. ¿Ha escuchado mencionar sobre los programas o proyectos de capacitación a los emprendedores?

TABLA 16. PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN ESCUCHADO ACERCA DE LOS PROGRAMAS O PROYECTOS DE CAPACITACIÓN HACIA LOS EMPRENDEDORES

Resultados	
Si <i>*pasar a las características*</i>	84.3%
No	15.7%
Total	100%

Fuente: Elaboracion propia

FIGURA 14. PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN ESCUCHADO ACERCA DE LOS PROGRAMAS O PROYECTOS QUE CAPACITAN A LOS EMPRENDEDORES



Fuente: Elaboracion propia

La figura 13 concluye que el 84.3% si ha escuchado acerca de los programas y proyectos de capacitación a los emprendedores.

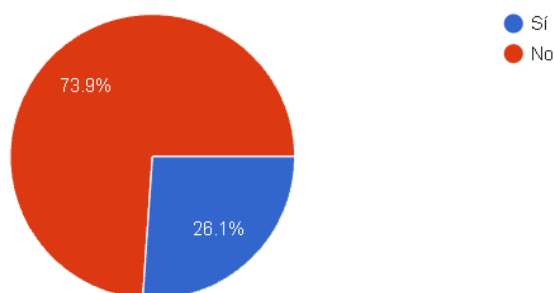
14. ¿Ha tenido acceso a estos programas de capacitación?

TABLA 17. ACCESO A PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN

Resultados	
Si <i>*pasar a las características*</i>	73.9%
No	26.1%
Total	100%

Fuente: Elaboracion propia

FIGURA 15. PORCENTAJE DE ACCESO A LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN



Fuente: Elaboracion propia

Así mismo, mediante datos recolectados e identificados en la figura 14 es considera que un 73.9% ha tenido acceso a estos programas de capacitación.

15. ¿Seleccione a que programa de capacitación / fortalecimiento empresarial ha tenido acceso?

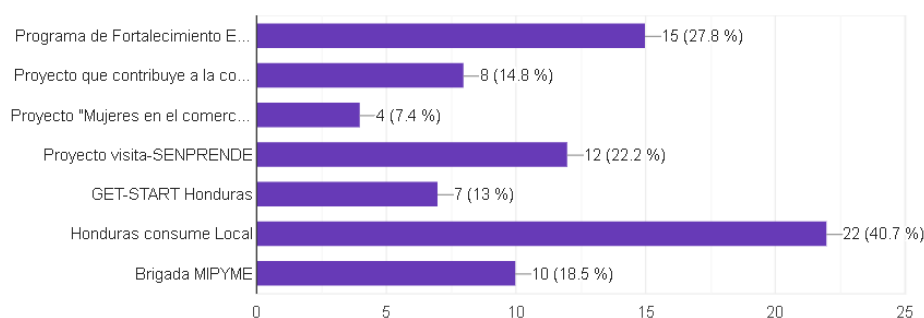
TABLA 18. SERIE DE PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN / FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL

Resultados	
Programa de Fortalecimiento Empresarial	27.8%
Proyecto que contribuye a la competitividad de los proveedores PYMES	14.8%
Proyecto "Mujeres en el comercio para un crecimiento inclusivo y sostenible"	7.4%

Proyecto visita-SENPRENDE	22.2%
GET-START Honduras	13%
Honduras consume Local	40.7%
Brigada MIPYME	18.5%

Fuente: Elaboracion propia

FIGURA 16. PORCENTAJE DE PROGRAMAS DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL AL QUE HAN TENIDO ACCESO LOS EMPRENDEDORES



Fuente: Elaboracion propia

El 40.7% de los participantes encuestados ha tenido acceso al programa de capacitación Honduras consume Local, acerca de una Feria Virtual misma que fue inaugurada su segunda edición el 20 de agosto del 2020 que se extendió hasta el viernes 28 de agosto y tiene como propósito potenciar las ventas de productos elaborados por emprendedores y micro-pequeños empresarios hondureños, como parte de los acuerdos alcanzados en la Mesa MIPYME integrada por el Gobierno, empresa privada y sector social de la economía en el marco de la apertura económica ante la pandemia de covid-19. (Gobierno de la República de Honduras , 2020)

En segunda instancia con un porcentaje de 27.8% es el acceso al programa de fortalecimiento empresarial cuyo objetivo se caracterizó por para la reactivación de la economía durante y post Pandemia del COVID-19. (Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional [USAID], 2021)

5.3 Análisis Correlacional de la efectividad de las Herramientas Estratégicas que permiten desarrollar las competencias competitivas en los emprendedores

A continuación, se presenta el análisis correlacional de la investigación que consiste en la relación que existe entre las Herramientas Estrategias y su efectividad para desarrollar las competencias competitivas en los emprendedores, este análisis estadístico se realizó aplicando el coeficiente de correlación de los rangos de Spearman (Lind, *et al.*, 2012)

El cálculo para el análisis correlacional se obtuvo de la siguiente ecuación:

$$r_s = 1 - \frac{6\sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Donde:

- D = es la diferencia entre los rangos por cada par.
- N= es el número de observaciones por pares.

Seguidamente se determina como influye el nivel de Efectividad de las siguientes Herramientas Estratégicas

- Este nivel de efectividad que corresponde a el Acceso a la Información es de 0.5797 este análisis de Spearman. define que el coeficiente de correlación por rangos adopta cualquier valor en el intervalo de -1.00 a 1.00.

$$r_s = 1 - \frac{(6)(19230)^2}{65(65^2 - 1)}$$

$$r_s = 1 - \frac{115380}{274560}$$

$$r_s = 1 - 0.4202$$

$$r_s = 0.5797$$

Es por tanto que este resultado obtenido de 0.5797 indica una correlación positiva perfecta entre los rangos del análisis bivariado.

Posteriormente para comprobar la significancia del coeficiente (r_s) de Pearson, se realizará la prueba para ver si la correlación entre la población es cero por medio de la relación de Hipótesis nula y alternativa donde:

H0: La correlación por rangos entre la población es cero.

H1: Hay una asociación positiva entre los rangos.

$$t = r_s \sqrt{\frac{n-2}{1-r_s^2}}$$

Donde t para $r_s = 0.5797$ es:

$$t = 0.5797 \sqrt{\frac{65-2}{1-0.5797^2}}$$

$$t = 0.5797 \sqrt{\frac{63}{1-0.336}}$$

$$t = 0.5797 \sqrt{\frac{63}{0.6639}}$$

$$t = 5.646$$

Se rechaza H0 debido a que el valor t calculado de 5.646 es mayor que 1.669

Se acepta H1 hay evidencia de una correlación positiva entre los rangos del Nivel de Efectividad de Acceso a la Información.

Con grado de libertad (gl) = 63, Nivel de Confianza= 90%, Nivel de significancia de 0.10 a una prueba de dos colas.

- El acceso a Fuentes de Financiamiento y su Nivel de Efectividad es de 0.5855 lo que indica una correlación positiva debido a que esta se encuentra más

cercano al 1 y de esta manera se puede dilucidar la relación que existe entre estas dos variables

$$rs = 1 - \frac{(6)(19855)^2}{66(66^2 - 1)}$$

$$rs = 1 - \frac{119130}{287430}$$

$$rs = 1 - 0.4144$$

$$rs = 0.5855$$

El grado de significancia donde t para $rs = 0.5855$ es:

$$t = 0.5855 \sqrt{\frac{66 - 2}{1 - 0.5855^2}}$$

$$t = 0.5855 \sqrt{\frac{64}{1 - 0.3428}}$$

$$t = 0.5855 \sqrt{\frac{64}{0.6571}}$$

$$t = 5.7779$$

Se rechaza H_0 debido a que el valor t calculado de 5.7779 es mayor que 1.669

Se acepta H_1 hay evidencia de una correlación positiva entre los rangos de nivel de efectividad y Acceso a fuentes de financiamiento.

Con grado de libertad (gl) = 64, Nivel de Confianza= 90%, Nivel de significancia de 0.10 a una prueba de dos colas.

- El nivel de efectividad de la Herramienta estratégica que corresponde al Acceso a Servicios de Desarrollo Empresarial es de 0.5911 indica una correlación positiva perfecta entre los rangos del análisis bivariado.

$$rs = 1 - \frac{(6)(20490)^2}{67(67^2 - 1)}$$

$$rs = 1 - \frac{122940}{300696}$$

$$rs = 1 - 0.4084$$

$$rs = 0.5911$$

El grado de significancia donde t para $rs = 0.5911$ es:

$$t = 0.5911 \sqrt{\frac{67 - 2}{1 - 0.5911^2}}$$

$$t = 0.5911 \sqrt{\frac{65}{1 - 0.3493}}$$

$$t = 0.5911 \sqrt{\frac{65}{0.6506}}$$

$$t = 5.9082$$

Se rechaza H_0 debido a que el valor t calculado de 5.9082 es mayor que 1.669

Se acepta H_1 hay evidencia de una correlación positiva entre el de nivel de efectividad y el Acceso a Servicios de Desarrollo Empresarial.

Con grado de libertad (gl) = 65, Nivel de Confianza= 90%, Nivel de significancia de 0.10 a una prueba de dos colas.

- El análisis correspondiente del nivel de efectividad de la Herramienta estratégica que corresponde al Crecimiento de la Productividad es de

0.5911 que permite desarrollar las competencias competitivas en los emprendedores.

$$rs = 1 - \frac{(6)(20490)^2}{67(67^2 - 1)}$$

$$rs = 1 - \frac{122940}{300696}$$

$$rs = 1 - 0.4084$$

$$rs = 0.5911$$

El grado de significancia donde t para $rs = 0.5911$ es:

$$t = 0.5911 \sqrt{\frac{67 - 2}{1 - 0.5911^2}}$$

$$t = 0.5911 \sqrt{\frac{65}{1 - 0.3493}}$$

$$t = 0.5911 \sqrt{\frac{65}{0.6506}}$$

$$t = 5.9082$$

Se rechaza H_0 debido a que el valor t calculado de 5.9082 es mayor que 1.669

Se acepta H_1 hay evidencia de una correlación positiva entre el nivel de efectividad y el Acceso a Servicios de Desarrollo Empresarial.

Con grado de libertad (gl) = 65, Nivel de Confianza = 90%, Nivel de significancia de 0.10 a una prueba de dos colas.

Mediante los hallazgos obtenidos en el análisis correlacional bivariado, se logra detallar que el nivel de efectividad de las herramientas estratégicas previamente analizadas mediante una encuesta de satisfacciones de la misma, se determinó que existe evidencia

estadística en la correlación positiva entre estas variables y grado de satisfacción del 100% por parte de los emprendedores.

TABLA 19. ANÁLISIS CORRELACIONAL DE PEARSON

Correlación de Spearman								
Total de participantes	Herramientas Estratégicas	Rango x	Nivel de Efectividad	Rango y	Diferencia de rangos	Diferencia al cuadrado	Σ de diferencia al cuadrado	Coefficiente de Spearman
68	Acceso a la Información	65	Inaceptable	1	64	4096	19230	0.5797
			Mínimo Aceptable	2	63	3969		
			Notable	3	62	3844		
			Satisfactorio	4	61	3721		
			Excelente	5	60	3600		
	Fuentes de Financiamiento	66	Inaceptable	1	65	4225	19855	0.5855
			Mínimo Aceptable	2	64	4096		
			Notable	3	63	3969		
			Satisfactorio	4	62	3844		
			Excelente	5	61	3721		
	Acceso a servicios de Desarrollo Empresarial	67	Inaceptable	1	66	4356	20490	0.5911
			Mínimo Aceptable	2	65	4225		
			Notable	3	64	4096		
			Satisfactorio	4	63	3969		
			Excelente	5	62	3844		
		67	Inaceptable	1	66	4356	20490	0.5911

		Mínimo				
	Crecimiento de la Productividad	Aceptable	2	65	4225	
		Notable	3	64	4096	
		Satisfactorio	4	63	3969	
		Excelente	5	62	3844	

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo 6. Discusión

6.1 Implicaciones de la Investigación

Mediante los resultados obtenidos se detectaron respuestas que no pertenecían al alcance de la investigación, sin embargo, fueron analizados como parte del estudio, se detalla lo siguiente:

En relación con los 68 encuestados, de los cuales el 41.7% equivale a 30 personas, establecieron ser emprendedores, su rango de edad oscila entre 30-34 años mismos que iniciaron su emprendimiento en menos de 1 año, cabe destacar que 66 personas de las encuestadas que corresponde a un 69.1% tienen una microempresa y 47 personas de las 68 manifestaron pertenecer a una sociedad mercantil unipersonal es decir constituida con un solo socio

Resultados que proporcionan una alta demanda de emprendedores en menos de un año, aspectos que son de interés en cuanto a la integración colaborativa se refiere de las Cámaras de Comercio, sector académico y otros actores de los sectores público y privado en el país, que mediante el desarrollo de programas y proyectos proporcionan herramientas estratégicas de emprendimiento.

En este aspecto es considerado que el perfil de los colaboradores basado en los hallazgos recabados de la encuesta, determina que el cargo de posicionamiento en su empresa es de 48.6% considerado como Director General de la misma, cabe decir que los principales factores que les motivó a emprender en importancia descendente se encuentra el 38.6% Grado de Escolaridad, ya que la idea de integrar conceptos de emprendimiento a la educación ha tomado mucha fuerza en la última década. Este enfoque está ligado con el crecimiento económico, la creación de trabajo, la persistencia, el crecimiento personal y el liderazgo. Todas, habilidades de alta demanda para los profesionales de hoy en día. (Garcia-Bulle Sofia, 2019)

En términos de educación y desarrollo personal, el emprendimiento es una competencia valiosa que desarrolla la creatividad y la confianza en uno mismo. El propósito de la cultura emprendedora es impulsar la innovación, crear las condiciones para el liderazgo y el éxito constante. Involucra la creación y operación de empresas que generan soluciones para las necesidades de los consumidores y empleos para profesionistas; cultiva una actitud positiva frente al crecimiento y la riqueza, tanto personal como económico, así como las habilidades para tomar riesgos, adaptarse, y convertir ideas en acciones. (García-Bulle Sofia, 2019)

En segunda instancia se encuentra con 25.7% como un factor que impulsó a crear el emprendimiento en los colaboradores es el Aprovechamiento de una Oportunidad de Negocio, debido a que es el momento ideal para llevar a cabo una idea empresarial y obtener ganancias.

No obstante, una oportunidad de negocio se origina al identificar una necesidad insatisfecha en un grupo de mercado. Posteriormente la empresa prepara una solución a través de la formulación de la idea de un bien o servicio que cubra dicha necesidad. (Quiroa Myriam , 2020)

El tercer aspecto no menos importante es el Factor Personal con un 22.9% considerando que los emprendedores son personas dinámicas con habilidades de comunicación, capacidad de liderazgo y actitud positiva, capaces de ofrecer alternativas diferentes gracias a la creación de iniciativas que pueden ser, a su vez, capaces de generar riqueza.

Dentro de las características básicas, a partir de las cuales se debe promover el espíritu emprendedor e innovador surge la necesidad de desarrollar un pensamiento

estratégico por cuanto en los espacios de emprendimiento y la innovación existe la incertidumbre, oposición, conflicto y riesgo. (Tenera y Sepúlveda, 2018)

En la actualidad las personas que decidieron iniciar su emprendimiento recientemente carecen de formación específica en la gestión de una empresa, es así que en los datos recabados por medio de la encuesta nos indica que el 74.3% de los emprendedores no disponían de formación previa ni experiencia en la creación de la misma. Sin embargo, esto no fue considerado una limitante para ellos ya que el 80% de las iniciativas tuvo buena aceptación en su entorno familiar.

De acuerdo con lo anterior el 82.9% de los emprendedores consideraron que las condiciones económicas, sociales y políticas del entorno geográfico eran favorables para la creación de nuevas empresas, no obstante, el 52.9% manifestaron que uno de los retos que más ponderan al comenzar su idea de negocio fue el Miedo al Fracaso, es decir la incertidumbre, el no saber cómo manejar el rechazo social, miedo al compromiso (asumir la responsabilidad que implica liderar un negocio).

Por su parte los emprendimientos surgen en el mismo lugar de residencia de los encuestados por motivos particulares como ser inmueble propio y que además el 22.8% de ellos crecieron allí, la elección de la localización es enfocada a la calidad de vida y a la proximidad de grandes mercados y redes de contactos que contribuyen a brindar respuesta a su demanda.

Es conveniente destacar que los factores críticos que han considerado los emprendedores para que su compañía mantenga una competitividad y sostenible en el tiempo se destaca la Imagen o prestigio de su marca añadido a esto el Acceso a capital, debido a que un emprendimiento puede ser a base de un producto tangible o intangible,

dependiendo de la identificación de una necesidad insatisfecha en el sector y la forma de adquirirla o producirla para luego poner en marcha sus productos o servicios.

Con respecto a lo mencionado anteriormente los emprendedores consideran que las estrategias empresariales que mejor se adaptan a su empresa es apostar a un emprendedor y descubrir una oportunidad nueva; la gran innovación debido a que el auge de la crisis económica en nuestro país y las elevadas cifras de desempleo han fomentado la cultura emprendedora a grandes niveles. Apostar a un emprendedor es apostar al desarrollo económico del país a la generación de riqueza y empleo. Es por ello que invertir en una cultura emprendedora es ayudar a la gente a dar forma a sus ideas para que se materialicen en un proyecto viable y sustentable.

El 77.1% de los emprendedores ha escuchado hablar de las herramientas estratégicas que fomentan el emprendimiento del cual han tenido acceso a Plan de Negocios, Plan de Marketing aspectos que son idóneos y que ayudan al emprendedor a adaptarse al sistema empresarial dependiendo del tipo de negocio que están dispuestos a iniciar. Un plan de Negocios Exitoso intenta fijar claramente los objetivos y la estructura que debe tener su organización, el plan de negocio permite comprobar la viabilidad de un negocio; es decir, saber si se puede llevar a cabo, o si es necesario ajustar las ideas preconcebidas.

En definitiva, el Plan de Marketing contribuye a un plan de acción que funge como una herramienta esencial para el crecimiento del negocio, orientado de acuerdo a cada segmento prioritario del mercado que sea de interés para la empresa. Para lograr este, se debe tomar en cuenta un marketing mix: producto, promoción, distribución y precio. También, se recomienda desarrollar indicadores de desempeño para medir su eficiencia y ajustarlos según sea necesario.

El 66% de estas herramientas fueron proporcionadas como un aporte para la formación de profesionales emprendedores, en tal razón una formación universitaria de cara al siglo XXI debe caracterizarse por su pertinencia, que implica que los conocimientos tienen utilidad y son creadores de soluciones, y por su relevancia hacia respuestas que generan valor agregado social. Por su parte estas herramientas fueron transferidas mediante capacitaciones, manteniendo un nivel de influencia de 98.6% positivo y con un nivel de efectividad excelente lo que indica que ha sido el resultado esperado. Esto expresa que el 100% considera que la implementación de las herramientas estratégicas mejora su capacidad competitiva de permanecer en el mercado laboral.

Por consiguiente, el 84.3% de los emprendedores que respondieron a la encuesta de investigación han escuchado mencionar sobre los programas o proyectos de capacitación a los emprendedores de los cuales el 73.9% ha tenido acceso a ellos como ser Programas de fortalecimiento empresarial, Honduras consume Local. Programas que son proporcionados por SENPRENDE caracterizado por ser la institución consolidada en temas de emprendimiento para la población hondureña, a través de la formulación de políticas públicas, planes y programas de asistencias incluyentes, innovadores, confiables y transparentes, generando así, propuestas de valor agregado para desarrollo económico sostenible del país.

6.2 Contraste de objetivos y resultados

Los objetivos han sido generados en contraste con los resultados y hallazgos obtenidos al identificar los programas que brindan Herramientas Estratégicas que desarrollan las capacidades competitivas de hombres y mujeres emprendedores mayores de 25 años en el Municipio del Distrito Central, Honduras.

Se ha logrado identificar que al implementar las Herramientas Estratégicas que fomentan el emprendimiento estas han impactado considerablemente el escenario de las

organizaciones empresariales. Por tanto, han sido concebidas para formular estrategias efectivas acordes con el desempeño de la organización;

Como consecuencia de ello, estas Herramientas han demostrado que fomentan las capacidades competitivas como la interacción entre actores y emprendedores y el aprovechamiento de ellas fomenta una cultura emprendedora que transforma a la sociedad a través de la generación de empleo y el desarrollo económico.

El desarrollo de las capacidades competitivas que distinguen a los emprendedores mediante el uso y aplicación de ellas le permitirán permanecer en el mercado laboral, por tanto, la formación de estas competencias son el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que le proporcionan al emprendedor el arte de crear, hacer, crecer y consolidar una empresa, para hacerla sostenible y contribuir a la generación de beneficios económicos, personales y sociales.

Al tener acceso a los programas de capacitación implementando herramientas estratégicas seleccionadas adecuadamente facultan al emprendedor a pueda apostar con ventajas competitivas en el mundo de los negocios. Las mejores prácticas proporcionadas por los programas de capacitación logran el compromiso social, el diseño de diversas estrategias para distintas necesidades, y la implementación de ellas colabora al apoyo asociado a estimular alianzas y consorcios para aprovechar oportunidades locales.

6.3 Limitaciones de la Investigación

Mediante el marco del enfoque de investigación que comprende la recopilación y revisión de datos de las variables involucradas, las cuales plantean la identificación de programas que fomenten las capacidades competitivas en los emprendedores, dicho de otra manera, implementar esos factores determinantes que hacen del emprendimiento una

actividad económica en vías de desarrollo, viable y sustentable, generadora de oportunidades, lo que se traduce a brindar información pertinente y de fácil acceso a través de fuentes que proporcionan datos actualizados y relevantes a las necesidades latentes del emprendedor.

6.4 Importancia y significado del estudio

La importancia del estudio se convierte en un punto focal para aquellos entes públicos y privados que proporcionan programas que fomentan las capacidades y mejoran las competencias en los emprendedores, debido a que la investigación hace referencia a como estos programas desarrollan proyectos a través de actividades que dan a conocer herramientas estratégicas que revolucionan la industria del emprendimiento, temas que son de interés para los emprendedores de los cuales la falta de acceso e información limita optar a cualquiera de ellos, es importante promocionar debidamente e indicar como acceder a estos programas ya que estos les brinda la oportunidad de desarrollar ideas innovadoras, ensanchar sus expectativas de mercado, tener acceso a crédito, desarrollar plan estratégicos entre otros, todo esto con el fin de encontrar una oportunidad de negocio en respuesta a esta problemática de escasas de empleo, y hacer frente a los nuevos retos en un entorno cambiante y competitivo.

6.5 Resultados inesperados

El estudio plantea implicaciones como identificar y promover programas que fomentan el emprendimiento, y que a través de herramientas estratégicas gesten una teoría de comercialización viable y sustentable, es decir una sociedad cohesionada con igualdad de oportunidades, debido a que los hallazgos visualizan que el acceso a los sistemas de financiamiento son débiles, ya que los emprendedores obtienen sus fuentes de financiamiento a través de préstamos realizados por familiares o amigos por esta razón esta investigación es considerada como un aporte significativo que profundiza esta temática.

En contraste con los objetivos de investigación planteados, en la actualidad se identifica que existen iniciativas de apoyo al emprendimiento a través de programas que amparan las mismas, hacer referencia a estas fuentes de financiamiento beneficia significativamente el acceso al crédito debido a que impulsa a las empresas a dar el siguiente paso en su crecimiento sin comprometer la estabilidad financiera del emprendedor.

6.6 Conclusiones

Durante el estudio de investigación se logró identificar mediante análisis estadístico cuales son las herramientas estratégicas proporcionadas por programas de capacitación y fomento a los emprendedores del cual el 77.1% de los participantes ha escuchado acerca de estos programas de fortalecimiento a las MIPYME.

Así mismo se logró demostrar que el nivel de efectividad de las Herramientas Estratégicas en el análisis correlacional bivariado, sostiene un indicador positivo entre los rangos antes mencionados, proporcionando un porcentaje de influencia del 98.6% en los emprendedores.

En la misma línea de análisis se determinó que las características competitivas que distinguen a los emprendedores residentes en el Municipio del Distrito Central, mediante el uso y la correcta aplicación de las herramientas estratégicas ha proporcionado un nivel de satisfacción del 100% ocasionando que estos permanezcan en el mercado laboral.

Como punto total de esta investigación se concluye que hacer uso de los programas de capacitación existentes que implementan herramientas estratégicas seleccionadas adecuadamente de acuerdo a la necesidad de cada emprendedor, se estableció que estas fomentan las capacidades competitivas y garantizan el cumplimiento de metas que impulsan el desarrollo integrado de innovadoras prácticas empresariales.

En síntesis, estos resultados recabados expresan el deseo de superación de la sociedad hondureña implementando sus habilidades y conocimientos personales que les permite generar ingresos y fuentes de trabajo, al mismo tiempo contribuyen a una economía articulada, innovadora y sostenible.

6.7 Recomendaciones

Promover el emprendimiento constituye una estrategia para el desarrollo económico y social del país en la medida en que aprovecha y promueve la iniciativa de los individuos y alto deseo de independencia económica y sentido de pertenencia encaminado logro de sus metas, esto permite generar armonía, prosperidad, innovación, crecimiento y desarrollo.

Es por tanto fundamental, que el Estado contribuya de manera intermitente al desarrollo de competencias y habilidades empresariales en todos los segmentos de la educación ya que este permite generar efectos positivos al fortalecimiento en la creación e implementación de nuevos sectores productivos en el país.

Por otra parte, los programas que fomentan las iniciativas emprendedoras deben incorporar una estructura incluyente y transparente en la cual los actuales y futuros emprendedores tenga libertad de adquisición a herramientas estratégicas que impulsan su capacidad competitiva ya que estas son la punta de lanza hacia una economía sustentable.

Finalmente es importante crear instrumentos medibles que permitan valorar la eficiencia y eficacia de las herramientas estratégicas implementada a los emprendedores con el propósito de reforzar y mejorar sus prácticas para así poder satisfacer su demanda laboral.

Anexos

Anexo 1. Cuestionario de Investigación

El presente cuestionario es un instrumento de recolección de información para la “Identificación de Programas que brindan Herramientas Estratégicas que Desarrollan las Capacidades Competitivas de Hombres y Mujeres Emprendedores Mayores de 25 años en el Municipio del Distrito Central, Honduras” como parte del proceso de elaboración de la Tesis de post grado de la Maestría en Gestión de Proyectos de la Universidad Católica de Honduras. Agradecemos mucho su colaboración y solicitamos responder el siguiente cuestionario con la mayor objetividad posible. Por lo que la información que usted proporcione será de uso confidencial y se limitará a la elaboración y presentación del documento de investigación. Lea cuidadosamente las preguntas ya que existen algunas en las que solo puede responder una opción, otras son de varias opciones, seleccione la que usted considere correcta marcando con una X en el recuadro de ésta o conteste la interrogante. De antemano agradecemos su valiosa contribución al correcto desarrollo de la investigación.

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

1. Edad

RANGOS DE EDAD	RESPUESTA
25-29	
30-34	
35-39	
40-44	
45-49	
Más de 50	

2. Género

Femenino	
Masculino	

3. Domicilio

Tegucigalpa	
Comayagüela	
Otro	

SITUACION ACTUAL LABORAL

4. Ocupación

Universitario	
Asalariado	
Desempleado	
Emprendedor	
No estoy interesado en emprender <i>*finaliza el cuestionario*</i>	

5. ¿Hace cuánto tiempo comenzó su emprendimiento?

Menos de 1 año	
1 a 2 años	

3 a 5 años	
Más de 5 años	

6. ¿A qué tipo de empresa pertenece su emprendimiento?

Microempresa (hasta 10 trabajadores)	
Pequeña (de 11 a 50 trabajadores)	
Mediana (de 51 a 100 trabajadores)	

7. ¿Cuántas personas fundaron la empresa?

1	
2	
3	
4	
Más de 5	

8. ¿Sociedad Mercantil a la que pertenece su empresa?

Colectiva	
Unipersonal	

ORIGEN DE LA EMPRESA

9. ¿Cuál fue su posición en la empresa cuando fue creada y cuál es su posición actual, si aplica?

Presidente	
Vicepresidente	
Director General	
Director de Producción/Operaciones	
Director Científico/Técnico/ Investigación/Desarrollo	
Director Financiero	
Director Comunicación/ Marketing	
Consultor/Asesor	
Otros <i>*especificar*</i>	

10. ¿Cuál fue el principal factor que le motivo a crear su emprendimiento?

seleccionar una opción

Grado de escolaridad	
Años en la actividad económica productiva	

Confianza en las instituciones de gobierno	
Factores personales	
Factores Sociales	
El aprovechamiento de una oportunidad de negocio	
Por necesidad ante la escasez de empleo	

11. Seleccione en la siguiente lista otros motivos relevantes en la creación de su empresa

CONDICIÓN	IMPORTANTE	IRRELEVANTE
Disfrutar de independencia, libertad y autonomía		
Incrementar el nivel de ingresos personales		
Poner en marcha una idea		
Seguir la tradición familiar		
Realización personal		

Vocación		
Otros <i>*especificar*</i>		

Al momento de lanzar su actividad emprendedora:

12. ¿Disponía usted de formación específica en la creación o la gestión de empresas?

Si	
No	

13. ¿Disponía usted de experiencia previa en la creación de empresas?

Si	
No	

14. ¿Su iniciativa emprendedora tuvo buena acogida en su entorno familiar?

Si	
No	

15. ¿Existían antecedentes de creación de empresas en su torno familiar?

Si	
No	

Teniendo en cuenta el momento en que creo su empresa

16. ¿Considera que las condiciones económicas, sociales y políticas del entorno geográfico eran favorables para la creación de nuevas empresas?

Si	
No	

17. Retos que enfrentó al iniciar su emprendimiento **selección múltiple**

Falta de capital inicial	
Falta de capacitaciones para el emprendimiento	
No cuenta con las competencias necesarias	
Desconoce las instituciones que apoyan a los emprendedores	
Miedo al Fracaso	
Falta de asesoramiento	
Dificultad para realizar los trámites legales	

Dificultad para vender el producto o servicio	
--	--

18. Seleccione el sector al que pertenece su emprendimiento

Sector extractivo	
Sector manufacturero	
Sector servicios	

19. Sector Extractivo

Subsector minero	
Subsector forestal	
Subsector pesquero	
Subsector agropecuario	

20. Sector Manufacturero

Subsector agroindustrial alimenticio	
Subsector agroindustrial no alimenticio	

Subsector de la industria de la construcción	
Subsector de la maquila textil	

21. Sector Servicio

Subsector servicios turísticos.	
Comercio mayorista.	
Subsector financiero	
Subsector telecomunicaciones.	

22. Antes de crear la empresa, ¿Recibió usted ayuda financiera para demostrar la viabilidad y/o desarrollar un prototipo de su producto, bien o servicios?

Si	
No	
En caso afirmativo, indique la cantidad percibida L.	

23. Indique la fuente que proporcionó esta ayuda:

De una Universidad <i>*especifique*</i>	
De la Municipalidad	
Del Gobierno Hondureño	
Familia o amigos	
Inversiones privadas	
Entidades privadas	
Otros:	
¿Qué cantidad recaudo Para crear su empresa L.	

LOCALIZACIÓN Y FACTORES DE ÉXITO

24. ¿Creó la empresa en el mismo lugar en el que usted residía?

Si	
No	

25. En caso afirmativo, indique el motivo de la localización de su emprendimiento:

Crecí allí	
Inmueble propio	
Se encuentra localizada mi demanda	

Bajos costos de alquiler	
--------------------------	--

26. ¿Qué factores fueron clave en la localización de la empresa?

Acceso a capital riesgo	
Programas de ayudas gubernamentales y otro tipo de financiación	
Acceso a Universidades y centros de Investigación y Desarrollo (I+D)	
Acceso a mano de obra cualificada	
Acceso a mano de obra no cualificada	
Proximidad a grandes mercados	
Entorno normativo/legislativo/fiscal favorable	
Bajos costes empresariales	
Calidad de vida	
Buena red de proveedores	
Redes de contactos	

Adquisición de suelo a bajo coste o bajo coste de alquiler	
Viviendas a precios asequibles y amplias	
El lugar de residencia de siempre	
Otros factores	

27. ¿Qué factores son críticos para proporcionar a su compañía una competitividad continua?

El acceso a capital	
Existencia de programas gubernamentales de soporte	
Innovación continua / Desarrollo de nueva tecnología	
Disponer de un producto estrella (niche product)	
Minimizar el tiempo de salida al mercado (time-to-market)	
Contar con un rendimiento superior al de su competencia	
La imagen o prestigio de su marca	

Contar con una posición de mercado dominante	
Disponer de un buen servicio al cliente (capacidad de respuesta)	
La motivación de los empleados y su creatividad	
Una sólida experiencia y habilidad en la gestión	
Contar con unos costes de estructura competitivos	
La política de subcontrataciones	
Otros <i>*especificar*</i> _____	

28. ¿Cuál de las siguientes estrategias empresariales es la que mejor se ajusta a su empresa? siendo: Inaceptable (I) (valor 1), Mínimo Aceptable (MA) (valor 2), Notable (N) (valor 3), Satisfactorio (S) (valor 4), Excelente (E) (valor 5) **Marque una única opción como principal y tantas secundarias como desee**

Estrategias Empresariales	I	MA	N	S	E
Descubrir una oportunidad nueva: la gran innovación					
Encontrar una forma distinta de producir y/o entregar un bien o un servicio					

Perfeccionar un eslabón de la cadena de valor					
Spin-off / Segregación de una unidad más grande que adquiere vida empresarial propia					
El empleado deja la empresa en la que trabaja para hacer lo mismo por su cuenta					
Reproducir un tipo de negocio que funciona					
Transferir de un país a otro					
Crecimiento modular. Franquicias, cadenas de locales y servicios					
Adquisición de una empresa ya existente					
Construir sobre una imagen conocida (una marca o un personaje)					
Construir sobre habilidades personales					
Apostar por un emprendedor					

HERRAMIENTAS ESTRATEGICAS PARA EL EMPRENIMIENTO

29. ¿Ha escuchado hablar de Herramientas Estratégicas que fomenten el emprendimiento?

Si	
No	

30. ¿Seleccione las Herramientas Estratégicas que ha utilizado?

Fuentes de Financiamiento.	
Modelo de Negocio.	
Análisis y Planificación de Estrategia	
Plan de Marketing	
Plan de Negocios	
Herramientas de Calidad y Productividad	

31. ¿De qué fuente obtuvo las Herramientas Estratégicas?

Universidades	
Instituciones	
Fundaciones	

Otros

32. ¿Qué medio utilizó para adquirir las Herramientas Estratégicas?

Capacitaciones	
Congresos	
Foros	
Programa Empresarial	
Taller	
Diplomado	
Seminario	

33. ¿Cómo clasificaría el nivel de influencia de las Herramientas Estratégicas en su emprendimiento?

Positivo <i>*pasar al nivel de efectividad*</i>	
Negativo	

34. Cómo evalúa el nivel de efectividad de las Herramientas Estratégicas para desarrollar sus competencias competitivas de emprendimiento: Inaceptable (I) (valor de 1), Mínimo Aceptable (MA) (Valor de 2), Notable (N) (Valor de 3), Satisfactorio (S) (Valor de 4), Excelente (E) (Valor de 5).

Herramientas Estratégicas	I	MA	N	S	E
Fuente de Financiamiento					

Acceso a servicios de Desarrollo Empresarial					
Acceso a la información					
Crecimiento de la Productividad					

35. ¿Cree usted que la implementación de Herramientas Estratégicas mejora su capacidad competitiva de permanecer en el mercado laboral?

Si <i>*pasar a las características*</i>	
No	

36. ¿Ha escuchado mencionar sobre los programas o proyectos de capacitación a los emprendedores?

Si	
No	

37. ¿Ha tenido acceso a estos programas de capacitación?

Si	
No	

38. ¿Seleccione a que programa de capacitación / fortalecimiento empresarial ha tenido acceso?

Programa de Fortalecimiento Empresarial	
Proyecto que contribuye a la competitividad de los proveedores PYMES	
Proyecto "Mujeres en el comercio para un crecimiento inclusivo y sostenible"	
Proyecto visita-SENPRENDE	
GET-START Honduras	
Honduras consume Local	
Brigada MIPYME	

Referencia Bibliográfica

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE]. (1 de Octubre de 2016).

OCDE. Recuperado el 30 de Septiembre de 2021, de OCDE: https://www.oecd-ilibrary.org/development/perspectivas-economicas-de-america-latina-2017_leo-2017-es

Agencia Oficial de la República de Honduras [PROHONDURAS]. (1 de Enero de 2018).

Secretaria de Estado de Desarrollo Económico. Recuperado el 14 de Octubre de 2021, de Secretaria de Estado de Desarrollo Económico: <https://www.scgg.gob.hn/sites/default/files/2020-06/35.%20Estrategia%20Fomento%20Emprendimiento.pdf>

Coordinadora de Instituciones Privadas pro las niñas, niños, adolescentes, Jóvenes y sus

Derechos [COIPRODEN]. (Desconocido de Abril de 2019). *INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE PROPUESTAS DEL*. Recuperado el 18 de Agosto de 2021, de COIPRODEN: <https://redcoiprodén.org/wp-content/uploads/2019/09/Investigaci%C3%B3n-y-An%C3%A1lisis-de-propuestas-del-actual-Gobierno-de-Honduras-en-materia-de-Empleabilidad-y-Emprendimiento.pdf>

del-actual-Gobierno-de-Honduras-en-materia-de-Empleabilidad-y-Emprendimiento.pdf

La Comisión Económica para América Latina [CEPAL]. (8 de Julio de 2021). *Comision*

Economica para Aamerica Latina y el Caribe. Recuperado el 9 de Septiembre de 2021, de Comision Economica para Aamerica Latina y el Caribe: <https://www.cepal.org/es/comunicados/crecimiento-america-latina-caribe-2021-alcanzara-revertir-efectos-adversos-la-pandemia>

3 Ciencias Empresa. (22 de Febrero de 2016). Análisis de las Estrategias Empresariales y de las TIC. *Dialnet*, 5(1), 29-46. Recuperado el 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3966827>

Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional [USAID]. (1 de Febrero de 2021). *USAID [Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional]*. Recuperado el 2 de Noviembre de 2021, de USAID [Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional]: <http://www.andi.hn/boletin/2021/02/01/programa-de-fortalecimiento-empresarial-para-el-sector-mipymes-para-la-reactivacion-de-la-economia-durante-y-post-pandemia-covid-19/>

Ardila. (2003). *Revista Latinoamericana de Psicología*. 35(2), 161-164. Recuperado el 18 de Agosto de 2021, de *Revista Latinoamericana de Psicología*: <https://www.redalyc.org/pdf/805/80535203.pdf>

Banco Central de Honduras[BCH]. (30 de JUNIO de 2021). *Indicce Mensual de Actividad Economica (IMAE)*. Recuperado el 17 de AGOSTO de 2021, de *Indicce Mensual de Actividad Economica (IMAE)*: <https://www.bch.hn/estadisticas-y-publicaciones-economicas/sector-real/indice-mensual-de-actividad-economica>

Banco Centroamericano de Integración Económica [BCIE]. (12 de Julio de 2017). *Iniciativa DINAMICA y UNITEC potencian emprendimientos dinámicos en Honduras*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2021, de Banco Centroamericano de Ontegración Económica [BCIE].: <https://www.bcie.org/novedades/noticias/articulo/iniciativa-dinamica-y-unitec-potencian-emprendimientos-dinamicos-en-honduras>

Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. (2020). *BID apoya la sostenibilidad de las MIPYME en Honduras frente a la crisis del COVID-19*. Tegucigalpa: BID [Banco Interamericano de Desarrollo]. Recuperado el 27 de Octubre de 2021, de

<https://www.iadb.org/es/noticias/bid-apoya-la-sostenibilidad-de-las-mipyme-en-honduras-frente-la-crisis-del-covid-19>

Bonet. (19 de Abril de 2021). Obtenido de angelbonet: <https://www.angelbonet.com/el-emprendimiento-en-el-mundo/>

Bóveda José Enrique, Oviedo, Yakusik. (Febrero de 2015). *Manual de emprendedurismo*. Recuperado el 26 de Octubre de 2021, de Manual de emprendedurismo.

Cámara de Comercio e Industria de Cortés [CCIC]. (29 de Marzo de 2021). *Cámara de Comercio e Industria de Cortés [CCIC]*. Recuperado el 2 de Noviembre de 2021, de Cámara de Comercio e Industria de Cortés [CCIC]: <https://www.ccichonduras.org/website/tfo-canada-y-ccic-impulsaran-a-pymes-lideradas-por-mujeres/>

Cancino, A. C. (enero-marzo de 2012). Antecedentes y resultados de emprendimientos dinamicos en Chile: cinco casos de exito. *INNOVAR JOURNAL*, 22(43), 19-32. Recuperado el 15 de Septiembre de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81824123003.pdf>

Consejo Nacional de Inversiones Honduras. (6 de Mayo de 2021). *Consejo Nacional de Inversiones Honduras*. Recuperado el 28 de Octubre de 2021, de Consejo Nacional de Inversiones Honduras: <https://cni.hn/la-mipyme-un-sector-clave-para-atraer-la-inversion-privada-a-honduras/>

Consejo Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa [CONAMIPYME]. (2012). *Centro de Informacion MIPYME*. Recuperado el 16 de Octubre de 2021, de Centro de Informacion MIPYME: http://www.sice.oas.org/SME_CH/HND/Estrategia_Politica_Nacional_Fomento_Desarrollo_Competitividad_MIPYMES_s.pdf

Diario Oficial de la República de Honduras [La GACETA]. (14 de Noviembre de 1985).

Sistema de informacion de Comercio Exterior, Organizacion de los Estados Americanos. Recuperado el 16 de Octubre de 2021, de Sistema de informacion de Comercio Exterior, Organizacion de los Estados Americanos: http://www.sice.oas.org/SME_CH/HND/Ley_Sector_Social_Economia_193-85_s.pdf

Diario Oficial de la República de Honduras [La GACETA]. (4 de Febrero de 2006). *Sistema de*

informacion de Comercio Exterior, Organizacion de los Estados Americanos. Recuperado el 16 de Octubre de 2021, de Sistema de informacion de Comercio Exterior, Organizacion de los Estados Americanos: http://www.sice.oas.org/SME_CH/HND/Ley_para_defensa_promocion_competencia_357_2005_s.pdf

Duarte y Franklin. (Julio de 2007). Contabilidad y Negocios. *Emprendimiento, empresa y*

crecimiento empresarial, 2(3), 13. Recuperado el 25 de 10 de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/2816/281621764007.pdf>

Empresa Actual.com. (13 de Mayo de 2016). *Empresa Actual.com*. Recuperado el 2021, de

<https://www.empresaactual.com/herramientas-estrategia-empresarial-pymes/>

Forbes Staff. (11 de Septiembre de 2014). *Forbes México*. Recuperado el 2021, de

<https://www.forbes.com.mx/inadem-lanza-herramientas-para-emprendedores-sociales/>

Fundacion Innovati. (24 de Julio de 2018). Recuperado el 28 de septiembre de 2021, de

Fundacion Innovati: <http://fundacioninnovati.org/wp2016/2018/07/24/9-maneras-de-hacer-crecer-tu-emprendimiento/>

Fundación Sociedad y Empresa Responsable [SERES]. (2019). *SERES [Fundación sociedad*

y empresa responsable]. Recuperado el 25 de Octubre de 2021, de SERES [Fundación

sociedad y empresa responsable]:

<https://www.fundacionseres.org/Paginas/Campus/BuenasPracticas.aspx?IDE=24>

García-Bulle Sofía. (Mayo de 2019). *Instituto para el Futuro de la Educación*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2021, de Instituto para el Futuro de la Educación: <https://observatorio.tec.mx/edu-news/emprendimiento-y-educacion>

Gobierno de Honduras, Agencia Presidencial de Cooperación, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo . (1 de Diciembre de 2011). *Sistema de información de Comercio Exterior, Organización de los Estados Americanos*. Recuperado el 16 de Octubre de 2021, de Sistema de información de Comercio Exterior, Organización de los Estados Americanos:

http://www.sice.oas.org/SME_CH/HND/Estrategia_Fomento_Emprendimiento_HND_s.pdf

Gobierno de la República de Honduras . (17 de Agosto de 2020). *Gobierno de la República de Honduras* . Recuperado el 2 de Noviembre de 2021, de Gobierno de la República de Honduras : <https://presidencia.gob.hn/index.php/gob/el-presidente/7906-presidente-herandez-inaugura-segunda-edicion-de-la-feria-virtual-honduras-consume-local>

Herruzo Gómez, Hernández, Giuseppina y Sánchez. (2019). *EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN: OPORTUNIDADES PARA TODOS*. Madrid: DYKINSON, S.L. Meléndez Valdés,. Recuperado el 23 de 10 de 2021, de <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>

Honduras Digital Challenge. (2021). *Honduras Digital Challenge*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2021, de <https://hondurasdigitalchallenge.com/>

- Instituto de Acceso a la Información Pública [IAIP]. (11 de Agosto de 2021). *Servicio Nacional de Emprendimiento y de Pequeños Negocios (SENPRENDE)*. Recuperado el 14 de Octubre de 2021, de Servicio Nacional de Emprendimiento y de Pequeños Negocios (SENPRENDE): <https://portalunico.iaip.gob.hn/portal/index.php?portal=469>
- Instituto Hondureño de Ciencia, Tecnología y la Innovación [IHCITI]. (26 de Agosto de 2021). *Instituto Hondureño de Ciencia, Tecnología y la Innovación*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2021, de <https://www.ihcieti.gob.hn/lanzamiento-de-honduras-start-up-2021/>
- Instituto Nacional de Estadística [INE]. (2018). *Indicadores Municipales*. Municipio del Distrito Central. Recuperado el 16 de Octubre de 2021, de <https://www.ine.gob.hn/V3/2018/09/21/distrito-central-francisco-morazan-2018/>
- Instituto Nacional de Estadísticas [INE]. (2019). *POBLACIÓN TOTAL DE DISTRITO CENTRAL, POR AÑO*. DISTRITO CENTRAL. Recuperado el 16 de Octubre de 2021, de <https://www.ine.gob.hn/V3/imag-doc/2019/08/Distrito-central.pdf>
- Lind, et al. (2012). *Estadística Aplicada a los Negocios y la Economía* (15 ed.). D.F., México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 18 de Noviembre de 2021
- Lopez, & H. (2019). Emprendimiento y gerencia: competencias claves para emprender. *Dialnet*, 26-33. Recuperado el 18 de Agosto de 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7138950>
- Mejía , Marulanda, & Calle. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista Escuela de Administración de*, 153-168. Recuperado el 18 de Agosto de 2021, de <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=20620269008>

Micro, Pequeña y Mediana Empresa [MIPYME HONDURAS]. (2019). *MIPYME HONDURAS*. Recuperado el 1 de Noviembre de 2021, de MIPYME HONDURAS: <http://mipyme.hn/eje4.html>

Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo de America Latina y el Caribe. (enero de 2010). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]*. (V. d.-2. 2010-2022, Productor) Recuperado el Noviembre de 2021, de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/vision-de-pais-2010-2038-y-plan-de-nacion-2010-2022-de-honduras>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2012). *El impacto de las instituciones culturales en el desarrollo local*. Obtenido de http://www.lacult.unesco.org/docc/impacto_instituciones_culturales.pdf

Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (30 de Julio de 2020). https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san_jose/documents/publication/wcms_755523.pdf. Recuperado el 18 de Agosto de 2021, de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san_jose/documents/publication/wcms_755523.pdf: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san_jose/documents/publication/wcms_755523.pdf

Pilay. (2015). MICROECONOMÍA EN LA TOMA DE DECISIONES GERENCIALES. *Revista Dialnet*, 7(6), 2. Recuperado el 17 de 8 de 2021, de <file:///C:/Users/belky/Downloads/Dialnet-MicroeconomiaEnLaTomaDeDecisionesGerenciales-6197631.pdf>

Poder Ejecutivo. (31 de Octubre de 2008). *Camara de Comercio e Industria de Cortes Honduras*. Recuperado el 16 de Octubre de 2021, de Camara de Comercio e Industria

de Cortes Honduras:
http://www.ccichonduras.org/es/descargas/LEYES/LEYES_MERCANTILES/DECRETO_NO_135_2008.PDF

Poncio, D. (29 de 10 de 2010). <https://docplayer.es/23492467-Animarse-a-emprender-dario-poncio.html>. Recuperado el 16 de 8 de 2021, de <https://docplayer.es/23492467-Animarse-a-emprender-dario-poncio.html>: <https://docplayer.es/23492467-Animarse-a-emprender-dario-poncio.html>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2016). *PROMOCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO*. PNUD, OIT. Panama: Centro Regional para América Latina y el Caribe. Recuperado el 18 de Agosto de 2021, de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_533609.pdf: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_533609.pdf

Pulgarín y Rivera. (Enero-Junio de 2012). Las herramientas estratégicas: un apoyo al proceso de toma de decisiones gerenciales. *Dialnet*, 10(16), 89-114. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3966827>

Quiroa Myriam . (7 de Abril de 2020). Oportunidad de negocio. *Economipedia*, 1. Recuperado el 5 de Noviembre de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/oportunidad-de-negocio.html>

Revistas Alternativas, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil [UCSG]. (2014). La Cultura del Emprendimiento. *Revistas Alternativas UCSG*, 5. Recuperado el 25 de 10 de 2021, de [file:///C:/Users/belky/Downloads/Dialnet-LaCulturaDelEmprendimientoYSuFormacion-5599803%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/belky/Downloads/Dialnet-LaCulturaDelEmprendimientoYSuFormacion-5599803%20(1).pdf)

Rodríguez, A. (Junio de 2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Scielo*(26), 96. Recuperado el 15 de Septiembre de 2021, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762009000100005

Sampieri. (2014). *Metodologia de la Investigacion* (Sexta ed.). Mexico D.F: McGraw Hill.

Sampieri, R. (2014). Metodologia de la investigacion . En S. Roberto, *Metodologia de la investigacion* (Sexta ed., pág. 634). Mexico, D.F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES. Recuperado el 13 de Octubre de 2021

Secretaria de Coordinacion General de Gobierno[SCGG]. (1 de Enero de 2018). *Secretaria de Desarrollo Economico*. Recuperado el 14 de Octubre de 2021, de Secretaria de Desarrollo Economico: <https://www.scgg.gob.hn/sites/default/files/2020-06/35.%20Estrategia%20Fomento%20Emprendimiento.pdf>

Secretaria de Desarrollo e Inclusion Social [SEDIS]. (Marzo de 2015). *Gobierno de la República de Honduras*. Recuperado el 15 de Octubre de 2021, de <https://sedis.gob.hn/node/6366>

Secretaría de Salud del Estado de Tabasco. (Enero - Agosto de 2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Redalyc.org*, 11(1-2), 7. Recuperado el 10 de Octubre de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>

Servicio Nacional de Emprendimiento y Pequeños Negocios [SENPRENDE]. (2021). *Crédito Solidario: Seis años respaldando a los emprendedores hondureños*. Tegucigalpa. Recuperado el 20 de Octubre de 2021, de <https://senprende.com/credito-solidario-seis-anos-respaldando-a-los-emprendedores-hondurenos/>

Tenera y Sepúlveda. (2018). Factores personales y motivacionales asociados a las capacidades emprendedoras. *Espacios*, 39(14), 5. Recuperado el 5 de Noviembre de 2021, de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n14/a18v39n14p05.pdf>

Universidad de Zulia. (22 de Enero de 2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 234. Recuperado el 2021, de <https://www.redalyc.org/journal/290/29055767013/html/>