



**CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO CEUTEC**

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

**DESAFÍOS A LA INNOVACIÓN EN LAS MIPYMES DE  
TEGUCIGALPA**

**SUSTENTADO POR**

**ADALID ANTONIO ALMENDARES MONCADA**

**GRAZY VANESSA LÓPEZ MEDINA**

**KARLA ROSARIO RAMOS PÉREZ**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEGUCIGALPA, HONDURAS, C.A.**

**DICIEMBRE, 2022**

**CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO  
CEUTEC**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR  
ROSALPINA RODRÍGUEZ**

**SECRETARIO GENERAL  
ROGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**VICERECTOR ACÁDEMICO CEUTE  
JAVIER ABRAHAM SALGADO LEZAMA**

**DECANA PREGRADO CEUTEC  
DINA ELIZABETH VENTURA DÍAZ**

**SUB-DIRECTOR ACÁDEMICO CEUTEC  
IRIS GABRIELA GONZALES ORTEGA**

**JEFE ACÁDEMICA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CEUTEC TEGUCIGALPA  
CARLOL IVONNE TURCIOS MARTÍNEZ**

**TEGUCIGALPA, HONDURAS, C.A.**

**DICIEMBRE 2022**

**DESAFÍOS A LA INNOVACIÓN EN LAS MIPYMES DE  
TEGUCIGALPA**

**TRABAJO PRESENTADO EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS  
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE:**

**LICENCIATURA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ASESOR:**

**JOSÉ TRÁNCITO MEJÍA ALVARENGA**

**TERNA EXAMINADORA:**

**TEGUCIGALPA, HONDURAS, C.A.**

**DICIEMBRE 2022**

**DERECHOS DE AUTOR**

**© Copyright 2022**

**Adalid Antonio Almendares Moncada**

**Grazy Vanessa López Medina**

**Karla Rosario Ramos Pérez**

**TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS**

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis primeramente a Dios, por haberme permitido llegar al final de la meta dándome salud, recursos y sabiduría, a mi esposo, mi apoyo incondicional, quien ha creído en mí impulsándome a seguir adelante a pesar de las dificultades, a mis hijos quienes son mi mayor inspiración día a día, a mis padres que siempre han tenido cuidado de mí y sé que han anhelado verme cumplir este logro, a mis hermanos y amigos que siempre estuvieron alentándome en este proceso académico y a mis Pastores quienes con sus oraciones y consejos me enseñan a ser mejor persona.

**Karla Rosario Ramos Pérez**

Dedico de antemano este proyecto a nuestro Dios todo poderoso que me ha guiado hasta este momento, superando cada obstáculo que se ha presentado en el camino. Seguido de mi madre que ha sido un gran soporte para mi formación académica, inspirándome para no desistir. A mis dos hermanos que son mi ejemplo a seguir; mostrándome los grandes logros que se tiene cuando se llega a lo propuesto; y a mis demás familiares y amigos que han estado pendiente anhelándome en la culminación de mi carrera.

**Adalid Antonio Almendares Moncada**

Dedico este proyecto a Dios el proveedor de mi fuerza, a mi familia que son mi inspiración y mi motivo de lucha, quienes han estado en este proceso largo, miro al cielo y se la dedico a mi abuela que desde allá celebrara conmigo este triunfo.

**Grazy Vanessa López Medina.**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad CEUTEC por darme la oportunidad de estudiar mi licenciatura, a los docentes y especialmente a nuestro Asesor de Tesis el Dr. José Tránsito Mejía por sus enseñanzas y su gran apoyo para la elaboración y finalización de este Proyecto de Graduación, a mis compañeros de tesis con quienes hemos conformado un excelente equipo de trabajo mostrando además su dedicación y esmero y a todas las personas que comparten conmigo la alegría de este triunfo.

**Karla Rosario Ramos Pérez**

Agradezco a Dios por acompañarme a la culminación de mi carrera, ya que sin su ayuda no habría sido posible este logro. Le doy gracias a mi madre y hermanos que han sido mi inspiración para seguir adelante superando cada dificultad que se me presentó; y le agradezco a esta alma mater CEUTEC y a cada uno de las personas que lo integran a los que me han brindado todas las herramientas para aprovechar todo el conocimiento posible y poder empleado de una manera eficiente en la vida laboral.

**Adalid Antonio Almendares Moncada**

Agradezco primeramente a Dios por permitirme llegar hasta aquí, a mi esposo por el apoyo y las palabras de aliento para continuar, a mis hijos que son mi mayor motivación día a día, a mi madre por sus oraciones mi padre y hermanos, a mi abuela hasta el cielo, a cada amigo que con una palabra me alientan a seguir. A el grupo de docente de CEUTEC, al asesor el Licenciado José Tránsito Mejía por el conocimiento brindado, todos han contribuido en mi deseo de superación.

Gracias.

**Grazy Vanessa López Medina.**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Se realizó la siguiente investigación con el objetivo de detallar los Desafíos a la innovación para las MiPymes de Tegucigalpa, de la cual se desarrolló la investigación con un estudio descriptivo; logrando recopilar 160 encuestas digitales con respuesta cerradas y dirigidas, obteniendo información homogénea sobre las distintas variables de estudio, evidenciando que las MiPymes presentan grandes desafíos que deben afrontar para operar sus empresas. Siendo: factores de costo, mercado, regulatorio y de conocimiento. Adicionalmente se menciona que no acceden por el financiamiento formal por su alto costo de interés; obteniendo su capital de ahorros personales y familiares.

La propuesta señalada en la investigación incluye varias acciones y recomendaciones que brinda a las MiPymes más conocimiento del entorno en cuanto a hechos administrativos para lograr sostenibilidad en su desarrollo.

La tesis que se realizó es de vital importancia para estudios venideros. Brindando las bases de los procesos para una ejecución eficaz del estudio. Además de permitir mejoras en el estudio.

**Palabras claves:** Cuenta propia, desafíos, acceso al financiamiento

## **ABSTRACT**

The following investigation was carried out with the objective of detailing the obstacles to innovation for MiPymes in Tegucigalpa, from which the investigation was developed with a descriptive study; managing to collect 202 digital surveys with closed and directed answers, obtaining homogeneous information on the different study variables, showing that MSMEs present great challenges that they must face to operate their companies. Being: cost, market, regulatory and knowledge factors. Additionally, it is mentioned that they do not access formal financing due to its high interest cost; obtaining your capital from personal and family savings.

The proposal indicated in the research includes several actions and recommendations that provide MiPyMES with more knowledge of the environment in terms of administrative facts to achieve sustainability in their development.

The thesis that was carried out is of vital importance for future studies. Providing the bases of the processes for an effective execution of the study. In addition to allowing improvements in the study.

**Keywords:** Own account, challenges, access to financing

## Tabla de Contenido

<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>3</b>
<b>2.1 Antecedentes.....</b>	<b>3</b>
<b>2.1.1 Estudio sobre los retos que enfrenta. Las MiPymes en México .....</b>	<b>3</b>
<b>2.1.2 Estudio Sobre los Retos que Enfrenta los países Centroamericanos.....</b>	<b>4</b>
<b>2.1.3 Estudio sobre los retos que enfrenta. Las MiPymes en Honduras. ....</b>	<b>6</b>
<b>2.2.1 Enunciado del Problema .....</b>	<b>7</b>
<b>2.2.2 Formulación del Problema .....</b>	<b>8</b>
<b>2.3 Preguntas de Investigación.....</b>	<b>8</b>
<b>2.4 Variables de Investigación (Diagrama Sagital) .....</b>	<b>9</b>
<b>2.5 Justificación de la Investigación. ....</b>	<b>10</b>
<b>2.6 Delimitación de la Investigación .....</b>	<b>11</b>
<b>III. OBJETIVOS.....</b>	<b>11</b>
<b>3.1 Objetivo General.....</b>	<b>11</b>
<b>3.2 Objetivos Específicos .....</b>	<b>11</b>
<b>IV. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>12</b>
<b>4.1 Análisis de la Situación.....</b>	<b>12</b>
<b>4.1.1 Macroentorno .....</b>	<b>12</b>
<b>4.1.1.1 Factores Económicos.....</b>	<b>12</b>
<b>4.1.1.2 Factores Tecnológicos.....</b>	<b>13</b>
<b>4.1.1.3 Factores Sociales .....</b>	<b>13</b>
<b>4.1.1.4 Factores Políticos.....</b>	<b>14</b>
<b>4.1.1.5 Factores Ambientales.....</b>	<b>14</b>
<b>4.1.1.6 Factores Legales .....</b>	<b>14</b>
<b>4.1.2 Microentorno.....</b>	<b>15</b>
<b>4.1.2.1 La Rivalidad .....</b>	<b>16</b>
<b>4.1.2.2 Los Proveedores .....</b>	<b>17</b>
<b>4.1.2.3 La competencia.....</b>	<b>18</b>
<b>4.1.2.4 Compradores .....</b>	<b>20</b>
<b>4.1.2.5 Sustitutos.....</b>	<b>21</b>
<b>4.3 Conceptualización .....</b>	<b>21</b>
<b>4.3.1 Innovación .....</b>	<b>21</b>
<b>4.3.2. Factores de Costos.....</b>	<b>24</b>
<b>4.3.3 Factores Regulatorios:.....</b>	<b>25</b>

4.3.4 Factores de Mercado.....	29
4.3.5 Factores de Conocimiento .....	30
4.4 Teorías de sustento.....	31
4.4.1 Teoría Estructural de Soporte Gubernamental ineficaz .....	31
4.4.2 Teoría sobre el Clima de innovación en las MiPymes en Tegucigalpa.....	42
<b>V. METODOLOGÍA Y PROCESOS.....</b>	<b>57</b>
5.1 Congruencia metodológica.....	57
5.2 Operaciones de Variables.....	58
5.3. Enfoque de Métodos .....	62
5.3.1 Enfoque cualitativo.....	62
5.3.2 Enfoque cuantitativo.....	63
5.3.3 Enfoque Mixto.....	64
5.4 Alcance de Investigación .....	65
5.5 Diseño de la investigación.....	65
5.5.1 Población y Muestra .....	65
5.5.2 Muestra .....	65
5.6 Unidad de Análisis .....	66
5.6.1 Unidad de Análisis .....	66
5.7 Técnicas e Instrumentos .....	67
5.7.1 Instrumentos.....	67
Cuestionario.....	67
5.8 Fuentes de Información .....	67
5.8.1 Fuentes Primarias .....	67
5.8.2 Fuentes Secundarias .....	68
5.9 Cronograma de Trabajo.....	69
<b>VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS .....</b>	<b>70</b>
6.1 Datos Generales.....	70
6.1.1 Edad de la población en estudio.....	70
6.1.2 Nivel Educativo de la población en estudio.....	71
6.1.3 Antigüedad operacional de MiPymes en Tegucigalpa para las personas encuestadas	72
6.1.4 Volumen de ventas de las MiPymes en Tegucigalpa para las personas encuestadas...	72
6.2 Obstáculo a la Innovación como Factores de Costos .....	73
6.2.1 Existencia a Limitantes en las Políticas para el Acceso al Crédito.....	73
6.2.2 Facilidad en el Cumplimiento con las Garantías Estipuladas por Parte del Ente Financiero .....	74

6.2.3 Dificultad para Operar con un Elevado Costo de Financiamiento .....	75
6.3 Desafíos a la innovación en las MiPymes de Tegucigalpa en Factores de Mercado .....	76
6.3.1 Presenta Limitantes para acceder a la cadena de distribución.....	76
6.3.2 Presenta conflictos con las políticas de crédito que estipula los clientes .....	77
6.3.3 Superar las dificultades de promoción como publicidad son de vital importancia.....	78
6.4 Desafíos a la innovación en las MiPymes de Tegucigalpa en Factores Regulatorios.....	79
6.4.1 Situación legal de las MiPymes en Tegucigalpa .....	79
6.4.2 Obstáculos para constituirse .....	80
6.5 Desafíos a la innovación en las MiPymes de Tegucigalpa en Factores de Conocimiento ...	81
6.5.1 Conocimiento Importancia de la cultura organizacional para el funcionamiento de las MiPymes en Tegucigalpa.....	81
6.5.2 Importancia de las capacitaciones para las MiPymes en Tegucigalpa.....	82
VII. CONCLUSIONES.....	84
VIII. RECOMENDACIONES .....	85
IX. PROPUESTA .....	86
Bibliografía .....	91
X. ANEXOS .....	94
10.1 Anexo 1: Cuestionario de Investigación.....	94

## Índice de Figuras

<b>Figura 2.1 Índice Internacional de Desarrollo .....</b>	<b>5</b>
<b>Figura 2.2 Diagrama Sagital de Variables de Investigación .....</b>	<b>9</b>
<b>Figura 4.1 Diagrama de Péstel.....</b>	<b>12</b>
<b>Figura 4.2 Modelo de competencia de cinco fuerzas, una herramienta analítica breve. 16</b>	
<b>Figura 4.3.1 Apoyo Económico.....</b>	<b>31</b>
<b>Figura 4.3.2 Acceso en el Mercado .....</b>	<b>32</b>
<b>Figura 4.3.4 Edad.....</b>	<b>39</b>
<b>Figura 4.3.5 Tecnología .....</b>	<b>40</b>
<b>Figura 4.3.6 Condiciones de Infraestructura .....</b>	<b>41</b>
<b>Figura 4.3.5 Cadena de Valor del Emprendimiento de Honduras.....</b>	<b>56</b>

## Índices de Tablas

<b>Tabla 4.3 competidores existentes.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 4.4 poder de negociación del cliente.....</b>	<b>20</b>
<b>Tabla 4.3.1 Desventajas de las MiPymes.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 4.3.1 Sistema Nacional de innovación en Honduras.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 4.3.2 Iniciativas.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 5.1. tabla de congruencia metodológica.....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 5.2 Operacionalización de Variables.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 6.1 Distribución de la población conforme edad.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 6.2 División de la población en estudio en cuanto a nivel educativo .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 6.3 Repartición de antigüedad operacional MiPymes en Tegucigalpa encuestada .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 6.4 Distribución del volumen de ventas de las MiPymes en Tegucigalpa encuestadas .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 6.5 Distribución de la población en estudio en cuanto a confirmación de existencia a limitantes en las políticas para el acceso al crédito .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 6.6 Distribución de la población en estudio en cuanto a la confirmación de facilidad en el cumplimiento con las garantías estipuladas por parte del ente financiero.....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 6.7 Distribución de resultados de la población encuestada referente a dificultad para operar con un elevado costo de financiamiento.....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 6.8 Distribución de MiPymes que presentan limitaciones para acceder a la cadena de valor.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 6.9 Distribución de MiPymes que presenta conflicto con las políticas de crédito que estipula los clientes.....</b>	<b>77</b>
<b>Tabla 6.10 Distribución de MiPymes de Tegucigalpa que consideran que superar las dificultades de promoción como de publicidad son de vital importancia.....</b>	<b>78</b>
<b>Tabla 6.11 MiPymes inscritas.....</b>	<b>79</b>

<b>Tabla 6.12 Inconvenientes .....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 6.13 Funcionamiento benigno de las MiPymes en Tegucigalpa .....</b>	<b>81</b>
<b>Tabla 6.14 Mejor rendimiento del capital humano capacitado.....</b>	<b>82</b>
<b>Tabla 9.1 Propuesta.....</b>	<b>87</b>
<b>Tabla 9.2 Oferta Cursos virtuales y presenciales INFOP.....</b>	<b>89</b>

### **Índices de Gráficos**

<b>Gráfico 6.1 Datos Generales: Edad .....</b>	<b>70</b>
<b>Gráfico 6.2 Datos Generales: Nivel Educativo.....</b>	<b>71</b>
<b>Gráfico 6.3 Datos Generales: Antigüedad Operacional .....</b>	<b>72</b>
<b>Gráfico 6.4 Datos Generales: Volumen de ventas .....</b>	<b>73</b>
<b>Gráfico 6.5 Desafíos a la Innovación como Factores de Costos: Existen Limitantes en las políticas de Acceso al Crédito .....</b>	<b>74</b>
<b>Gráfico 6.6 Desafíos a la Innovación como Factores de Costos: Facilidad en el cumplimiento con las garantías estipuladas por parte del ente financiero.....</b>	<b>75</b>
<b>Gráfico 6.7 Desafíos a la Innovación como Factores de Costos: Dificultad para Operar con un Elevado Costo de Financiamiento .....</b>	<b>76</b>
<b>Gráfico 6.8 Desafíos a la Innovación como Factores de Mercado: Dificultad para acceder a la cadena de distribución. ....</b>	<b>77</b>
<b>Gráfico 6.9 Desafíos a la Innovación como Factores de Mercado: Conflictos con las políticas de crédito que estipula los clientes. ....</b>	<b>78</b>

## I. INTRODUCCIÓN

La investigación descrita ``Desafíos a la Innovación en las MiPymes de Tegucigalpa``, se ejecuta por la necesidad de reconocer los retos que afrontan cada día este sector vulnerable, ya que se desea reconocer los involucrados. Además, recalcar que la situación no solamente se enfoca a los desafíos en Honduras, sino a países de la región.

Un buen diagnóstico de los desafíos y restricciones de las MiPymes se enfocaría en un mejor apoyo a las mismas, mejoras en políticas, y en el desarrollo de mejores oportunidades de negocio entre las pequeñas empresas y las de mayor tamaño. También se podría fomentar los programas de entrenamiento y capacitación, que son métodos tradicionales para más MiPymes, enfocados a brindar conocimientos administrativos de negocios que incluye algún apoyo de recursos o asesoría para eficiente aún más el manejo del negocio.

A pesar que se cuenta con instituciones públicas y privadas que motivan el establecimiento de las MiPymes, son muy pocas las que desarrollan sostenibilidad. Aparte de lo anterior existe un clima sospechas e incertidumbre elevada al desear invertir, por el hecho del incremento de la inflación y al costo de vida, proco acceso al crédito e inseguridad, entre otros.

Por este motivo y para desarrollar el problema de estudio, la investigación se divide de los siguientes capítulos:

Capítulo II: Se conoce el planteamiento del problema, mostrando los antecedentes de la investigación como medio de conocimiento de los hallazgos y perspectivas al tema en mención, así como las preguntas de investigación

Capítulo III: Se da a conocer las justificaciones y delimitaciones de los objetivos planteados

Capítulo IV: Se presenta el marco teórico de la investigación, fundamentalmente en cuanto a los contenidos teóricos, así como referencias hasta los contextuales, que sirven como vía de

validación a resultados derivados del desarrollo de la investigación. El marco teórico se ejecutó con estricta obtención de la información, confiabilidad y utilidad de la misma.

Capítulo V: Da a conocer la metodología ejecutada para el desarrollo del estudio. Detallando el método de recolección de la información y matriz de operacionalización de las distintas variables de la investigación todo en función a obtener los insumos que requiere esta investigación para dar soluciones al problema.

Capítulo VI: Este da a conocer el proceso de los datos recabados por medio de la aplicación de una encuesta con 14 preguntas, con respuestas orientadas a los desafíos de las MiPymes en Tegucigalpa donde se pudo obtener indicadores.

Los últimos capítulos de conclusiones y recomendaciones detallan la relación de resultados con las preguntas y los objetivos de la investigación, Las conclusiones enmarcan hallazgos encontrados en cuanto a las variables analizadas. Por otra parte, las recomendaciones, conjuntan las sugerencias que se hacen hacia las autoridades del gobierno de Honduras. Así como las instituciones de otorgar capacitación e instrumentos financieros que tienen vinculación con las MiPymes, motivando a obtener políticas y programas de fortalecimiento de las MiPymes para el mejoramiento del sector económico.

## **II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **2.1 Antecedentes**

#### **2.1.1 Estudio sobre los retos que enfrenta. Las MiPymes en México**

En México las MiPymes en su mayoría son negocios familiares que aportan en el país empleos y autoempleos que ayudan a la economía nacional, tomando en cuenta que hoy en día el tema del emprendimiento está en un momento importante, debido a que cada vez son más las ideas de negocios que deciden ejecutarse y accionar a través de productos y servicios innovadores que satisfacen las necesidades de los mercados existentes.

Los principales problemas que afectan a la MiPymes en México, están determinados por variables exógenas y endógenas al sistema económico, que pueden resumirse en: marco jurídico institucional; acceso y funcionamiento del mercado de factores productivos; acceso y funcionamiento al mercado de bienes y servicios; gestión y cooperación empresarial y otros de carácter particular que están determinados por la región, la integración de familia, etc.; limitantes como la capacidad de modernización, innovación de productos e inversión en tecnologías y estrategias, además de debilidades como la falta de asesoría empresarial, deficiente administración, talento no calificado, desconocimiento de mercados y sistemas de calidad, son algunas de las áreas en las que se debe trabajar en las MIPYMES. (Valdez y Sánchez, 2012).

A pesar de las áreas de oportunidad uno de los obstáculos más grandes sigue siendo el acceso al financiamiento para sacar adelante sus ideas de negocio o de innovación de producto. Aunque es posible precisar aspectos como: la falta de conocimiento en la nueva cultura de desarrollo organizacional; falta de claridad de cómo llevar sus producto o servicios al consumidor final; incapacidad para fortalecer el área comercial y de ventas de la compañía; no conocer si el personal que tienen actualmente es el adecuado en un proceso de crecimiento, y resistencia al cambio. (Valdez y Sánchez, 2012).

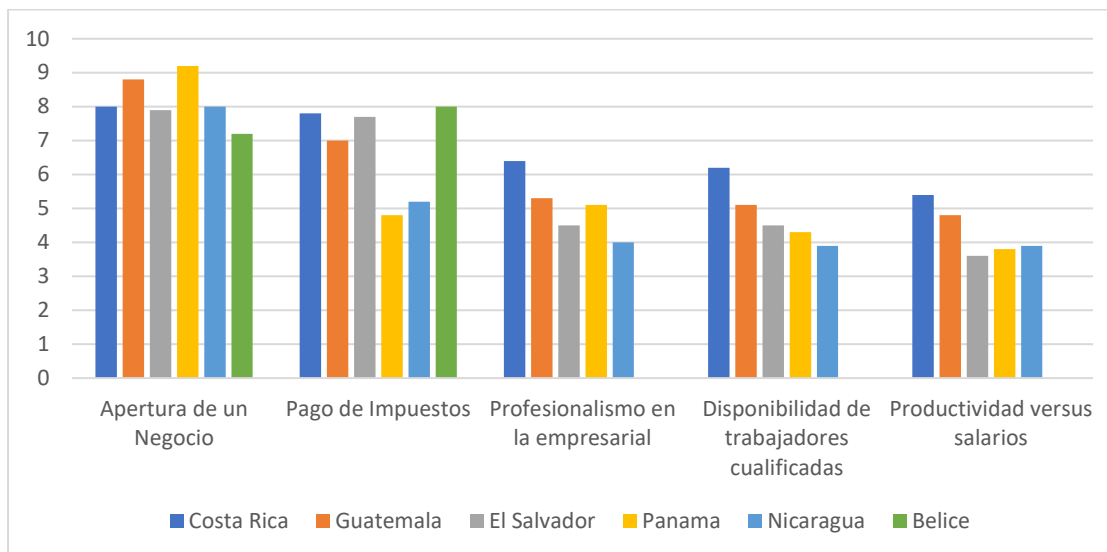
Según el Estudio “Soluciones Durables para Inclusión Financiera: Informe sobre Sector de las MIPYMES en República Dominicana” realizado en el año 2011 por la empresa consultora Planet Finance, las Pymes dominicanas consideran como sus máximas prioridades: la solución del problema eléctrico, el acceso a nuevos mercados, la adecuación tributaria, el financiamiento, el uso de tecnologías, y el acceso a programas de asistencias técnicas y capacitación. (Planet Finance, 2011).

### **2.1.2 Estudio Sobre los Retos que Enfrenta los países Centroamericanos**

Centroamérica está ampliamente integrada y en ese contexto se presume que el sector MiPymes tiene una contribución importante en la generación de riqueza, No obstante, la carencia de información se convierte en un obstáculo para la obtención de información verídica por falta de interés regional.

En los países de Centroamérica encontramos coincidencias a nivel nacional y regional sobre las limitaciones en la disponibilidad de información estadística referente a las micro, pequeñas y medianas empresas. En primer lugar, existen diversas fuentes de información, con métodos de estimación, temporalidad y definiciones diferentes. Las fuentes de información provienen de estudios, encuestas y sesgos económicos. Derivado de esto la información que resulta presenta diferentes sesgos y son fundamentalmente propensos a la exclusión de negocios informales. Por ejemplo, mientras las encuestas de barrido completo o por etapas pueden identificar e incluir todo tipo de negocios independientemente si tienen local separado de la vivienda o si son formales, las encuestas que se basan en establecimientos o directorios de empresas excluyen a la mayoría de estos negocios

A continuación, se presentan 5 principales datos limitados comparativos sobre fortalecimiento y desarrollo de las MiPymes en la región



*Figura 2.1* Índice Internacional de Desarrollo

Fuente: (Índice Internacional de Desarrollo 2015 p.54)

- a. Apertura de un Negocio: De los países de la región, Panamá es el mejor posicionado, ya que se requiere 5 trámites y 6 días de media. Por su parte Guatemala se encuentra en una posición 99 del ranking mundial. Les siguen Costa Rica, Nicaragua y El Salvador que requieren de 15 y 23 días para completar los trámites necesarios de apertura de negocio, mientras que la última posición lo ocupa Belice que requieren más de 40 días al año para completar los tramites de apertura de una empresa.
- b. Pago de Impuestos: Belice es el que tiene el resultado más alto, muy parejo con Costa Rica y El Salvador. Por su parte Guatemala ocupa la posición 4 de la región, ya que, aunque no se necesitan muchos más pagos que en los anteriores, si requieren invertir mucho más tiempo en ellos. Las últimas posiciones en esta variable las ocupan Nicaragua y Panamá, por debajo de la media regional con más de 40 pagos y más de 200 horas para realizarlos.
- c. Profesionalismo en lo Empresarial: El país con una mejor percepción sobre el grado de profesionalismo en la gestión empresarial es Costa Rica, seguido de Guatemala, situándose por encima de la media región, Panamá coincide con la media regional, mientras que El Salvador y Nicaragua se hallan por debajo de la media de la región. Belice no reporto datos.

- d. Disponibilidad de Trabajadores Cualificados: El país con un resultado no tan desfavorable es Costa Rica, seguido de Guatemala situándose por encima de la media de la región. Finalmente, se encuentran El Salvador, Panamá y Nicaragua por debajo de la media. Belice no reporto informe.

Productividad Versus Salarios: El país con la posición menos negativa es Costa Rica, seguido de Guatemala. Posterior se encuentran Nicaragua, Panamá y El Salvador con la peor percepción. Belice no reporta datos

### **2.1.3 Estudio sobre los retos que enfrenta. Las MiPymes en Honduras.**

Según cifras de la Asociación de Medianos y Pequeños industriales de Honduras, ANMPIH, la concentración de MIPYME en el 2008 estaba constituida en un 30 % en el sector industrial, 60 % en el sector comercial y un 10% en el área de servicios. Las MIPYMES en un 80 % son microempresas familiares, el restante 20 % son pequeñas sociedades con una cantidad menor a los 20 empleados. Al 2009, según cifras estimadas las MIPYME, generan a nivel nacional un total de 2.1 millones de empleos y existen un total de 648,000 pequeñas y medianas empresas en todo el país.

Al referirse a las PYME, en su estudio sobre Competitividad del sector empresarial, Cevallos (2008) indica que las pequeñas y medianas empresas vienen siendo objeto, de manera creciente, de numerosas investigaciones y análisis, tanto en los países industrializados como en los que están en desarrollo. Su progresiva importancia en el proceso de crecimiento económico de los países se debe, fundamentalmente, al empleo que generan en un contexto en donde conviven dos situaciones. Por un lado, una creciente demanda de empleo (de baja calificación) por parte de los jóvenes que cada año se integran a la población económicamente activa (PEA) y por el otro, la imposibilidad del sector moderno de la economía de absorber la demanda de empleo. Todo ello en un escenario en donde la innovación y la mayor calificación laboral son variables claves para mantener la competitividad de las empresas.

Kerkhoff Frans (2002), en su estudio Competitividad de las MIPYME en Honduras explica que, a pesar de las diferentes iniciativas de apoyo a las micro, pequeña y medianas empresas de Honduras, es evidente que estos esfuerzos no están claramente vinculados a un marco de políticas de desarrollo del país en general, ni a la competitividad del sector empresarial en particular se han orientado hacia la problemática de las empresas como unidades de producción

aisladas: planta, recursos humanos y financieros, entre otros; sin entender el entorno institucional, el funcionamiento de los mercados y el marco político, otro obstáculo visible es la falta de una definición precisa de los que se considera una MIPYME en términos de número de empleados, capital de inversión, por industria, por exportaciones directas o indirectas.

Otro aspecto encontrado es que, según Kerkhoff (2002), con relación a los mercados internacionales, la micro y pequeña empresa no exporta sus productos, su producción se enfoca a satisfacer la demanda interna. Apenas el 1 % de las pequeñas empresas venden en el mercado exterior. Sobre la exportación indirecta, no existen datos sistematizados sobre productos de la MIPYME que vendan a firmas exportadoras. Sin embargo, se sabe que la mediana empresa en Honduras exporta parte de su producción.

Los actuales tratados comerciales firmados con varios países de la región, aunados con programas de apoyo a las MIPYME innovadoras, deben de servir como un apoyo para aprovechar al máximo esta oportunidad de ser competitivos en mercados internacionales.

### **2.2.1 Enunciado del Problema**

Hoy en día las MiPymes de Tegucigalpa están enfrentando desafíos grandes para un mejor desarrollo en su producción. Siendo factores como son los costos, factores de mercado, los factores de conocimiento y factores regulatorios. Estando presente estos obstáculos desde años anteriores.

Amaya (2013) afirma:

Uno de los argumentos que presentan los empresarios hondureños del sector MiPymes cuando se habla de servicios de desarrollo empresarial, es que el servicio que se les brinda es muy teórico, de costos elevados y con falta de información lo cual es insuficiente para contrarrestar las nuevas e inciertas condiciones de producción y comercialización que enfrenta las MiPymes.

(p.89)

Estos obstáculos obedecen a un desinterés por falta del gobierno, ya que la inversión que se les pueda otorgar es de alto riesgo y requiere de mayor esfuerzo para establecerse en el mercado junto a las grandes compañías.

José (2014) afirma:

``Las MiPymes han sido las más perjudicadas pasando momentos muy difíciles en los procesos de producción y comercialización, no hay demanda no hay circulante y no hay financiamiento para proyectos como lo que necesitamos debido al recorte presupuestario y de los préstamos internacionales que se han producido``. (p.21)

### **2.2.2 Formulación del Problema**

Ante lo mencionado nunca habrá un entorno de innovación a las MiPymes que puedan plantear para responder a las exigencias del mercado si se sigue encaminando a esta ruta.

Castañeda (2022) afirma:

El cierre total o parcial de miles de empresas formales en su mayoría MiPymes, supone la pérdida de al menos 700,000 puestos de trabajo en el país. Según los últimos datos disponibles de 2012, en Honduras existen 780,000 MiPymes, de ellas 75% son micro, 15% pequeñas y 10% medianas. (p.64)

Por ende, es necesario realizar el estudio para entender la función e importancia de las MiPymes en Tegucigalpa. Lográndolo con un estudio amplio con hechos y fundamentos que lo respalde y dando un resultado de mayor organización, más conocimiento y progreso constante.

### **2.3 Preguntas de Investigación**

- ¿Cómo se pueden describir los desafíos referentes a los factores de costos que impiden la innovación en las MiPymes de Tegucigalpa?
- ¿Cuáles son los desafíos a las actividades de innovación hechas por las MiPymes de Tegucigalpa en cuanto a los factores de mercado?
- ¿Cuáles son los principales desafíos para la innovación en el contexto de las MiPymes en Tegucigalpa, en lo referente a factores regulatorios?
- ¿Cuáles son los desafíos que afronta las MiPymes de Tegucigalpa para desarrollar las actividades de innovación alusivo a los factores de conocimiento?

- ¿Qué oportunidades de mejora se pueden identificar en los referentes a los desafíos de la innovación?

## 2.4 Variables de Investigación (Diagrama Sagital)

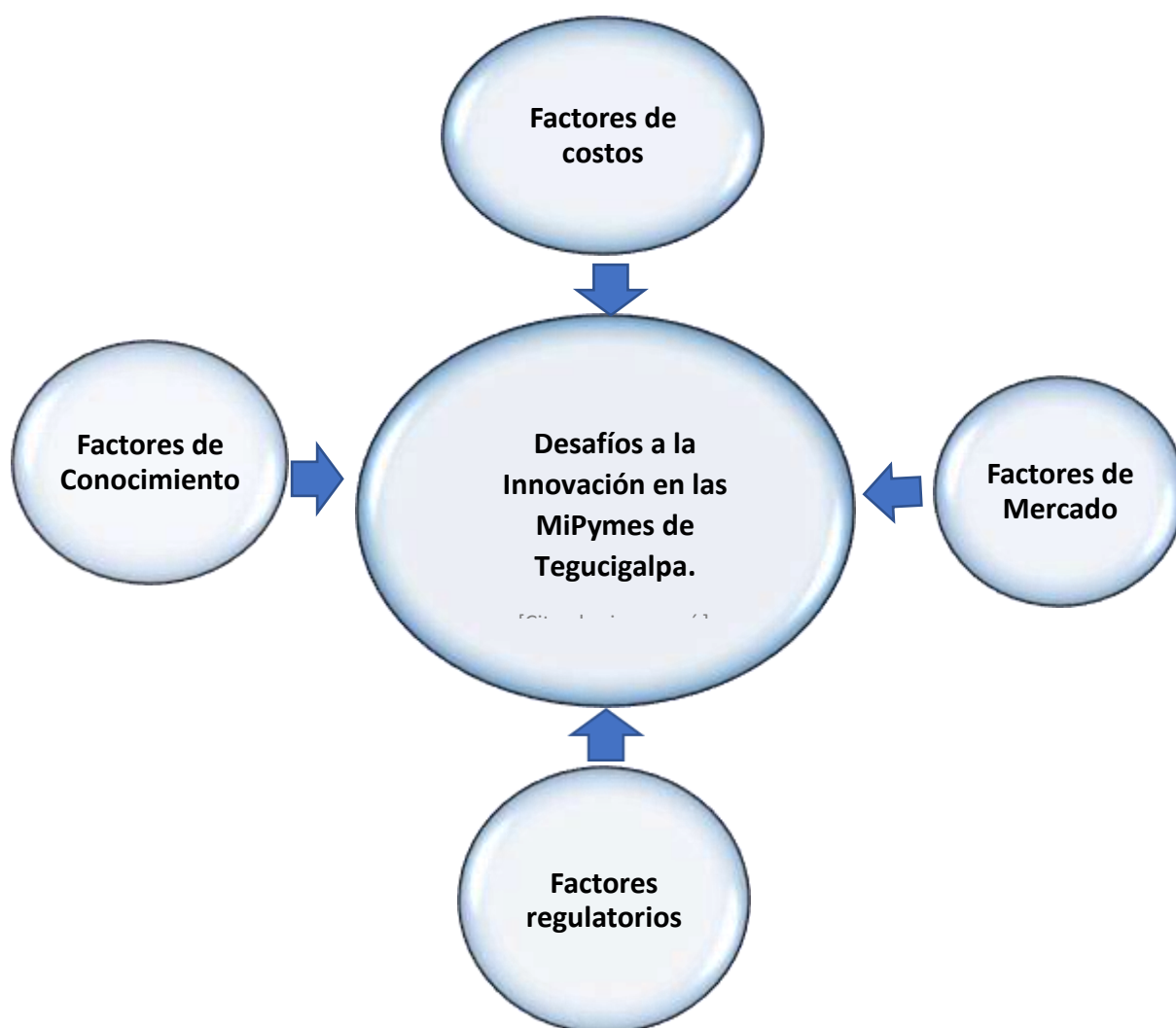


Figura 2.2 Diagrama Sagital de Variables de Investigación

## 2.5 Justificación de la Investigación.

Con la presente investigación se pretende realizar un diagnóstico de los desafíos en innovación que enfrentan las MiPymes en Tegucigalpa.

(Hernández, 2014) afirma

Es necesario realizar la justificación de una investigación, mediante los criterios:

- a) **Conveniencia:** La presente investigación tiene como finalidad identificar los desafíos a la innovación en las MiPymes en Tegucigalpa que causan una inadecuada función de sus variables independientes, con el fin de soluciones para mejores oportunidades.
- b) **Implicaciones Prácticas:** se identifica el presente proyecto que ayudara como herramienta que sintetice las evidencias de los obstáculos expuestos formulando recomendaciones para identificar las oportunidades de mejora en las MiPymes en Tegucigalpa.
- c) **Valor Teórico:** En el presente proyecto se identifica la conveniencia de aprovechar los conocimientos y utilizarlos en los obstáculos de innovación que presentan las MiPymes en Tegucigalpa de tal forma que permita conformar una idea más clara de la importancia de nuevas oportunidades.
- d) **Utilidad Metodológica:** la presente investigación servirá como un instrumento metodológico que estima la medición para obtener de formar más clara y precisa los datos recopilados que implica la existencia de procedimientos de clasificación como un componente indispensable para conocer los obstáculos que impiden oportunidades de mejora para as MiPymes en Tegucigalpa. Ofreciendo además una utilidad metodológica al contener datos de investigación que aportaran información que podrá ser usada para investigaciones futuras sobre el tema. (p.32)

## **2.6 Delimitación de la Investigación**

Esta investigación se realizó de acuerdo con los siguientes aspectos:

- Criterio geográfico Ciudad de Tegucigalpa Honduras.
- Criterio temporal: Se lleva a cabo durante el periodo comprendido octubre a diciembre del año 2022.

## **III. OBJETIVOS**

### **3.1 Objetivo General**

Realizar un diagnóstico de los desafíos a la innovación que presentan las MiPymes en Tegucigalpa, mediante consideraciones de los factores de costos, factores de mercado, factores regulatorios y factores de conocimiento, con la finalidad de identificar oportunidades de mejora.

### **3.2 Objetivos Específicos**

- Describir los factores de costos que impiden la innovación en las MYPIMES de Tegucigalpa.
- Describir los desafíos que enfrentan las MiPymes de Tegucigalpa en cuanto a las actividades de innovación referente a factores de Mercado.
- Describir los desafíos en el contexto de las MYPIMES de Tegucigalpa referente a Factores Regulatorios.
- Describir los desafíos que afrontan las MYPIMES de Tegucigalpa en cuanto a factores de Conocimiento.
- Describir oportunidades de mejora para reducir los desafíos a la innovación en las MiPymes en Tegucigalpa.

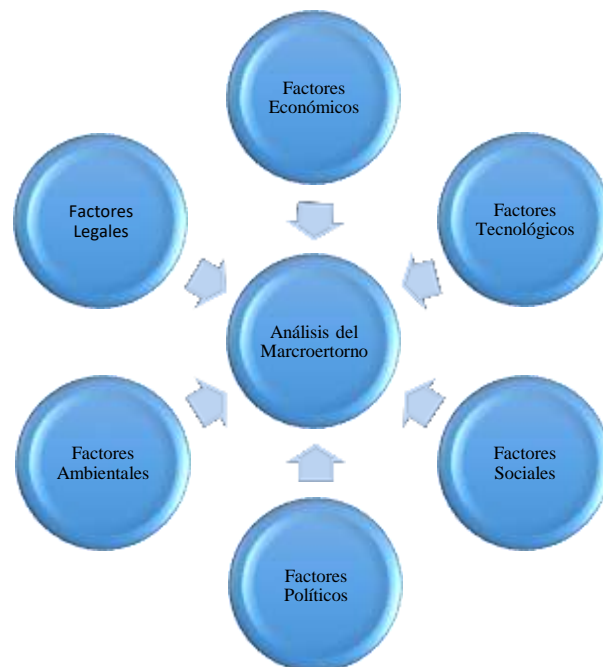
## IV. MARCO TEÓRICO

### 4.1 Análisis de la Situación

#### 4.1.1 Macroentorno

Es necesario conocer los aspectos externos que involucran a las MiPymes para entender sus necesidades y poder registrarlos en el informe del proyecto.

A continuación, observaremos el diagrama PESTEL donde informa la situación actual de las MiPymes y como se están proyectando hacia el futuro.



*Figura 4.1 Diagrama de Péstel*

Fuente: (Ruiz Barroeta, 2010, p.1)

#### 4.1.1.1 Factores Económicos

Se debe tomar en cuenta que la economía se mueve conforme al uso de la escuela de pensamiento económico acordado por los países integrantes.

Kerkhoff (2002) afirma:

Las condiciones económicas actuales en Honduras y, por lo tanto, también para las MiPymes están dadas por el proceso de globalización, cuyo final todavía no se ha presentado.

Son condiciones con base en el método económico neoclásico y puesto en práctica por los programas políticos-económicos de carácter neoliberal. (p.10)

#### **4.1.1.2 Factores Tecnológicos**

Las tecnologías traen innovación y estas tienen el potencial de empoderar a la empresa y hacerlas destacar entre las competencias. Es por eso que tanto grandes como MiPymes requieren ya el uso de tecnologías para mejorar su competitividad y productividad sin esto es otra MiPymes que cierra producción por falta de adaptación a las circunstancias.

CEPAL (2002) afirma:

A fin de promover el uso de tecnologías apropiadas y competitivas, se propone invertir en nuevos patrones organizativos, diseño de producto, mercadeo, control de calidad, envase y embalaje. En un programa de promoción de tecnologías adecuadas por subsector se debe contemplar la importación o donaciones de maquinaria y equipo refaccionado. (p. 199)

#### **4.1.1.3 Factores Sociales**

Muchas veces las influencias externas negativas que se recibe del entorno hacen muy difícil que las MiPymes puedan desarrollarse en un ambiente prospero.

ODM (2010) afirma:

Un 50.2% de los habitantes de Honduras son mujeres y 49.8% hombres, predominando en ambos géneros un 52.3% de la población total menor de 19 años, confirmando con esto que la población hondureña es en su mayoría joven y que un alto porcentaje integra el grupo económico activo. El porcentaje de población rural de 52.3% explica la alta dispersión poblacional, tomando en cuenta que una gran cantidad de comunidades cuentan con menos de

700 habitantes y están ubicadas en zonas de alta y media montaña, dificultando el acceso a los servicios públicos que el estado está obligado a proveer. (p.1)

#### **4.1.1.4 Factores Políticos**

No es de sorprender que la inestabilidad política es un factor que impide que las inversiones puedan fluir de manera adecuada debido al poco o nada de interés del mismo.

Kerkhoff (2002) afirma:

``No hay un marco político para la promoción de las MiPymes, mucho menos una política para promover la competitividad de la misma. Existen iniciativas para combatir la pobreza, pero no hay una política hacia el crecimiento económico mediante la MiPymes`` (p.5)

#### **4.1.1.5 Factores Ambientales**

La identificación de los aspectos ambientales y la evaluación de los efectos que se encuentran asociados a la actividad empresarial es algo fundamental para conocer el impacto que generan las actividades, productos y servicios y así poder establecer los objetos y metas establecidas en la gestión empresarial.

La evaluación de impacto ambiental (2012) afirma:

La política ambiental de Honduras establece un marco para la promoción de la competitividad en un contexto de sostenibilidad, donde se incluye la promoción de estándares de calidad ambiental, recursos naturales renovables y una focalización en la entrega de información y capacitación para MiPymes. (p. 8)

#### **4.1.1.6 Factores Legales**

Mejorar el entorno institucional y legal debe ser armonizar todo el conjunto de políticas nacionales y sectoriales que funcionan en el país para despejar el marco regulatorio en base el cual debe operar la MiPymes

De acuerdo al decreto No 135-2008 en el diario oficial la gaceta contiene la ley para el fomento y desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa (MiPymes)

Valenzuela (2013) afirma:

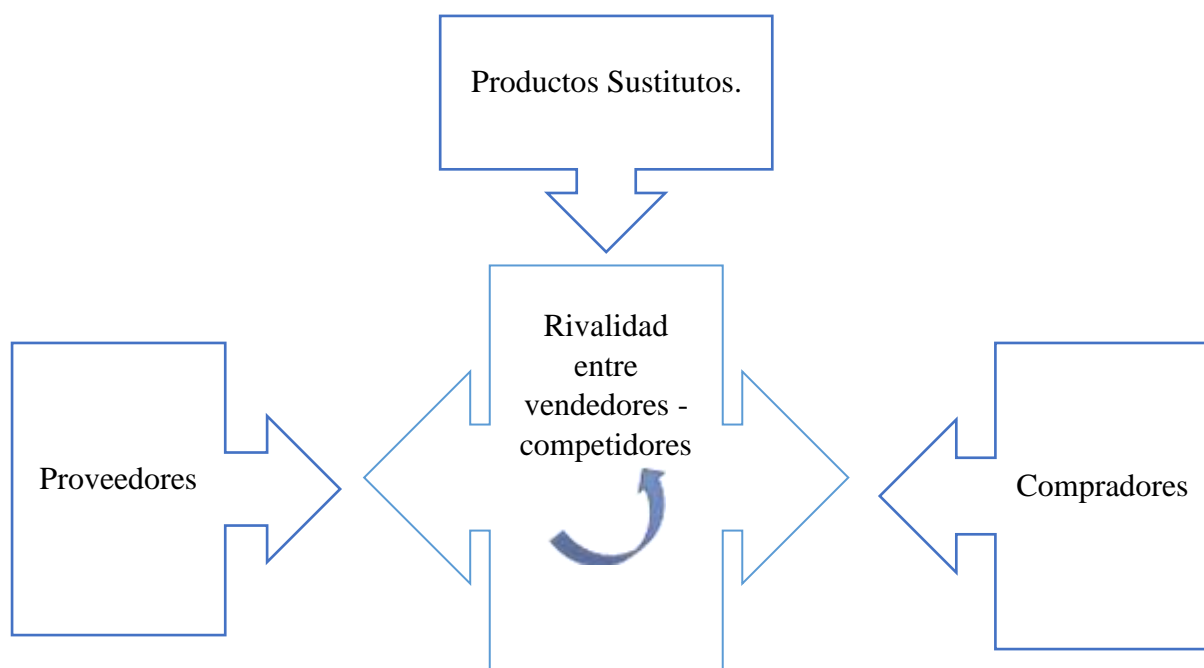
“En la Republica de Honduras existen varios instrumentos legales que conforman el marco jurídico regulatorio respecto a la micro, pequeña y mediana empresa”. (p.54)

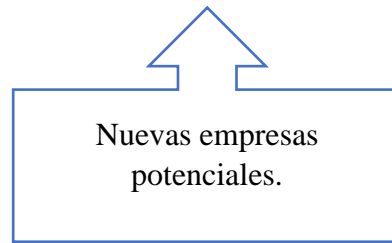
#### 4.1.2 Microentorno

Se entiende por todo lo exterior que genera desafíos en la innovación a las MiPymes en Tegucigalpa, a continuación, evaluaremos las opciones según el diagrama de las cinco fuerzas de Michael E. Porter, “Estrategia competitiva”

Porter (1982), afirma:

La competencia en un sector no sólo está determinada por el grado de rivalidad entre los competidores en el sector, también la posible entrada de nuevos competidores, la existencia de productos sustitutos, el poder negociador de los clientes y el poder negociador de los proveedores, contribuyen como fuerzas determinantes a configurar la estructura competitiva del sector.





*Figura 4.2 Modelo de competencia de cinco fuerzas, una herramienta analítica breve.*

Fuentes: Adaptado de Michael E. Porter, “How Competitive Forces Shape Strategy,” Harvard Business Review 57, núm. 2, marzo-abril de 1979, pp. 137-145; y Michael E. Porter, “The Five Competitive Forces That Shape Strategy”, Harvard Business Review 86, núm. 1, enero de 2008, pp. 80-86

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

El modelo de competencia de las cinco fuerzas presenta las presiones competitivas que presenta las MiPymes en Tegucigalpa en el mercado y evalúa la fortaleza e importancia de cada una.

#### **4.1.2.1 La Rivalidad**

La rivalidad que se presenta entre las compañías de el mismo rubro no siempre se presenta con la misma intensidad, esto dependiendo de varios factores entre ellos, lugar, costos, beneficios, publicidad, regulaciones gubernamentales etc. Un ejemplo de esto lo encontramos en el caso coca cola en la India en donde por no llegar a un acuerdo con el gobierno tuvo que suspender su operación en dicho país esto dando lugar Parle Exports una compañía india, quien se convirtió en principal proveedor de refrescos en ese país.

En Tegucigalpa un ejemplo de rivalidad entre vendedores competidores fuerte es las industrias que se ha organizado en diversos modos por ejemplo taller artesanal, industrias domiciliarias,

micro talleres, en la actualidad se han reorganizados en torno al principio de calidad integral que si aplicados a todos los elementos que intervienen en la producción industrial.

Fernández (1992) afirma: “La competitividad de una empresa no está determinada de forma inequívoca por las características del territorio en que actúe o de los sectores a los que formalmente pertenezca. La capacidad de una empresa para tener éxito en mercados cada vez más grandes, abiertos y competitivos depende, sobre todo, de ella misma” (p.3).

#### **4.1.2.2 Los Proveedores**

Proveedores, son parte del equipo que conforman las MiPymes, una parte fundamental para el desarrollo y crecimiento de estas, siendo de gran importancia su mejor elección.

(KOTLER & ARMSTRONG, 2008), afirman que “los proveedores son el elemento principal y más importante de la empresa, ya que si no se tienen buenos contactos la empresa no podría ofrecer buenos precios o la calidad que requiere para ofrecer su producto en el mercado”

Los precios y la calidad que ofrecen los proveedores son de gran importancia porque establecerán el inicio de la presentación y el valor que se le dará al consumidor final, motivo de gran importancia para tomarse en cuenta.

(Araz & Ozkarahan, 2007) afirman “la relación entre proveedor y comprador puede aplicarse de dos maneras: la primera es de forma básica donde solo se realiza un intercambio comercial y no se visualiza a largo plazo, el otro mecanismo es ver al proveedor como socio estratégico mediante relaciones comerciales estrechas en las que juega la colaboración entre ambos”.

Aplicando esta afirmación al sector esto a través de intercambios comerciales en los populares mercados en donde se tiene la facilidad de escoger al gusto el producto deseado y hasta tener la opción de conseguir precios más bajos, otro mecanismo es la negociación que se llega entre dos partes ofreciendo la facilidad de llevar el producto hasta la puerta del establecimiento y teniendo opciones de pago a plazos medios.

### 4.1.2.3 La competencia

Competencia, necesaria para el crecimiento de las MiPymes en Tegucigalpa, esto las impulsara y buscar mayor satisfacción a sus clientes

(KOTLER & ARMSTRONG, 2008) que dice que “para tener éxito, una empresa debe proporcionar a sus clientes mayor valor y satisfacción que los competidores”.

Los competidores potenciales atraen a mayor número de inversionista, amentando la competencia y bajando la rentabilidad media del sector.

El objetivo de los competidores existentes es el posicionamiento del mercado , para proteger su posición competitiva, entre los principales factores que incrementan la rivalidad se encuentran

Tabla 4.3 competidores existentes.

<b>Concentración.</b>	Se trata de identificar las empresas que dominan el mercado.
<b>Diversidad de los competidores.</b>	Origen, objetivos, costos y estrategias de las empresas.
<b>Costos fijos elevados.</b>	Valor real de los productos o servicios.
<b>Diferenciación entre los productos o servicios.</b>	Características que hacen diferente al producto o servicio.
<b>Costos de cambios.</b>	Cuando estos costos son bajos se fomenta una lucha interna dentro del sector.
<b>Grupos empresariales.</b>	La rivalidad aumenta cuando potentes grupos compran pequeñas empresas.

<b>Crecimiento de la demanda.</b>	La competencia es más fuerte si la demanda del producto crece lentamente.
<b>Barreras de salida.</b>	La rivalidad será alta si los costos para abandonar las empresas son superiores.

**Fuente:** (Castro, J. J. S., Suárez, O. M., & Baena, E., s. f.), Castro, J. J. S., Suárez, O. M., & Baena, E. (2003). EL ENTORNO EMPRESARIAL Y LA TEORÍA DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS. *Scientia et technica*, 3(23), 61-66.

La Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa ha desarrollado procesos de incubación comprendida en un programa de formación de emprendedores Honduras emprende cuyo objetivo es apoyar y fomentar la cultura emprendedora, a través de la capacitación y asesoría, para generar proyectos que permitan detectar oportunidades reales de negocio e iniciar su propia empresa.

Poder identificar los nuevos participantes potenciales que serán una amenaza en el área de innovación de las mítnes , este es el caso que aplica que la constructoras que con el paso del tiempo comienzan a usar tecnología más innovadora y llamativa para los clientes en donde puede presentarle un formato en 3D de su futura instalación , en donde el cliente vera en manera virtual la forma ms real de sus deseos plasmados en planos ; esto podría conllevar a estas compañías a perder fuerza a sus objetivos generales y sentirse afectados.

Un nuevo ejemplo de competencia nos lo dan las MiPymes de Delivery en las que unos ofrecen dispositivos especiales para una mejor atención al cliente; quedando atrás los pedidos solo vía llamada o mensajes de texto.

#### 4.1.2.4 Compradores

Compradores, el cliente final, a donde el producto o servicio llega y es calificado para crecimiento de la MiPymes, el motivo de incubación de las MiPymes en Tegucigalpa.

Uno de los retos que enfrentan las pequeñas y medianas empresas tiene que ver con dar respuesta a las grandes expectativas que tienen sus clientes. En una época en la que las exigencias de los clientes crecen cada día más y las amenazas de los comentarios negativos y opiniones están condicionando las decisiones de compra, algunas pymes se esfuerzan por ofrecer una experiencia memorable a sus clientes. (Castro, 2021, p.1).

Todos los días crecen las expectativas de los clientes, en los lugares de venta de alimentos esperamos una nueva salsa que acompañe nuestra ensalada, costos más accesibles que no tenga que cambiar de lugar por sus costos elevados, en el rubro de servicio deseamos una mejor y rápida atención, no tener que esperar horas por nuestro pedido, en el sistema financiero no tener que estar en la fila del banco por horas; esperamos que el servicio digital sea mejor cada día y que nos permita realizar todas nuestras operaciones sin tener que perder horas en una agencia.

Los principales factores en el poder de negociación son:

Tabla 4.4 poder de negociación del cliente.

<b>Concentración de clientes.</b>	Se trata de identificar la demanda de clientes.
<b>Volumen de compras</b>	Tipo de valor económico a consumir del cliente.
<b>Diferenciación.</b>	Solo los que el cliente identifica por su diseño, marca y calidad superior, esto determinara la negociación del cliente.
<b>Información acerca del proveedor.</b>	Productos que el cliente identifica, influirá en el poder de negociación con el proveedor.
<b>Identificación de la marca.</b>	Asociación de marcas existentes.

Fuente: (Castro, J. J. S., Suárez, O. M., & Baena, E., s. f.), Castro, J. J. S., Suárez, O. M., & Baena, E. (2003). EL ENTORNO EMPRESARIAL Y LA TEORÍA DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS. *Scientia et technica*, 3(23), 61-66.

#### **4.1.2.5 Sustitutos**

Sustitutos son los que reemplazan a otros porque su proveedor subió los precios o porque su existencia se agotó, un ejemplo de un producto sustituto son las memorias USB las cuales sustituyeron los CD y DVD, ya que se desfasaron.

En Tegucigalpa tenemos las MiPymes que comercializan los “Smoothies” sustituyendo a las MiPymes de café o jugos regulares, con el fin, de satisfacer las necesidades de los clientes en nuevos productos y sabores, o la sustitución en los hogares del azúcar blanco por azúcar morena en muchos casos por salud, en el área de tecnología las Laptop sustituyeron a las computadoras de escritorio, ofreciendo menos de espacio y mejor movilidad para funciones laborales o académicas.

Certo et al. (2005, p.11)

La estrategia es definida como un curso de acción con el fin de garantizar que la organización alcance sus objetivos. Formular estrategias es, entonces, proyectar y seleccionar las estrategias que lleven a la realización de los objetivos organizacionales.

### **4.3 Conceptualización**

#### **4.3.1 Innovación**

La literatura científica y los proyectos relacionados a la innovación y el espíritu empresarial a menudo relacionan el trabajo del economista austriaco Joseph Schumpeter y sus tres libros famosos: La teoría del desarrollo económico (1934), Ciclos de negocios (1939) y Capitalismo, socialismo y democracia (1942/1950). A mediados de los años 30 del Siglo XX el economista austriaco Joseph Schumpeter en su obra “Teoría del desarrollo económico” define la innovación como “la totalidad de los cambios que tienen como propósito la implementación y el uso de los nuevos tipos de productos, medios de producción y transporte, mercados de salida y formas de organización del proceso de producción” (Schumpeter, 1983).

El proceso de destrucción creativa de Schumpeter explica como la capacidad e iniciativa de los empresarios, permite descubrimientos de científicos e inventos, que se convierten en oportunidades completamente nuevas para la inversión, el crecimiento y empleo. Además, planteó que los ciclos económicos son consecuencia de la innovación, pero también que las actividades económicas y las organizaciones innovadoras se reestructuran por las crisis económicas, es decir el desarrollo es un proceso histórico de cambios estructurales, sustancialmente impulsado por la innovación (Ciborowski, 2016).

Para el Manual de Oslo la innovación es un proceso continuo. Las empresas, de forma continua, efectúan cambios en los productos, los procesos, captan nuevos conocimientos, etc. Siendo la definición de innovación según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, (OECD, 2005), la siguiente:

“Una innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores”.

Una clasificación más detallada de los conceptos de innovación es la que define 12 conceptos que se describen a continuación (Godin, 2015):

a) La innovación como proceso de hacer algo nuevo: la innovación como imitación, la innovación como invención, la innovación como descubrimiento.

b) La innovación como habilidades humanas para la actividad creativa: la innovación como imaginación, la innovación como ingenio, la innovación como creatividad.

c) La innovación como cambio en todas las esferas de la vida: la innovación como cambio cultural, la innovación como cambio social, la innovación como cambio organizativo, político, tecnológico.

d) La innovación como comercialización de nuevo producto

### **Modelos sobre el proceso de innovación**

En este apartado se consideran 4 tipos de modelos. El primero se denomina básicamente, "el modelo lineal" y se basa en el supuesto de que la innovación es ciencia aplicada. Es "lineal" porque hay un conjunto bien definido de etapas por las que se supone que pasan las innovaciones. La investigación (ciencia) es lo primero, luego el desarrollo, y finalmente la producción y el marketing. Dado que la investigación es lo primero, es fácil pensar en esto como el elemento crítico (Barbosa de Oliveira, 2014).

Otro modelo igualmente importante es el de enlaces en cadena o modelo cadena-eslabón ("chain-link model") propuesto por Kline, en vez de tener un único curso principal de actividad como el modelo lineal, tiene cinco. Dichos caminos o trayectorias son vías que conectan las tres áreas de relevancia en el proceso de innovación tecnológica: la investigación, el conocimiento y la cadena central del proceso de innovación tecnológica. Los trayectos del modelo son: cadena central de innovación, serie de retroalimentaciones o feedback links, eslabón entre el conocimiento y la investigación con la cadena central de innovación, conexión entre la investigación y la invención y conexiones directas entre el mercado y la investigación.

Actualmente ha cobrado vigencia la Open Innovation. Los términos modelo de negocio abierto e innovación abierta, acuñados por Henry Chesbrough, hacen referencia a la apertura del proceso de investigación de una empresa a terceros.

Chesbrough defiende que, en un mundo caracterizado por el conocimiento distribuido, las empresas pueden crear más valor y explotar mejor sus procesos de investigación si integran conocimientos, objetos de propiedad intelectual y productos externos en su trabajo de innovación. Chesbrough también señala que los productos, tecnologías, conocimientos y objetos de propiedad intelectual que no se utilizan en la empresa se pueden poner a disposición de terceros –mediante licencias, joint ventures o spin-off (empresas segregadas)– para rentabilizarlos y distingue entre innovación de fuera adentro (outside-in) e innovación de dentro afuera (inside-out) (Osterwalder y Pigneur, 2011).

Finalmente existe un modelo integrador denominado "triple hélice" que indica las relaciones universidad-industria-gobierno mediante un análisis de la innovación en un entorno basado en la economía del conocimiento. Las empresas realizan conexiones laterales mediante estratégicas y pueden incluir en sus procesos de desarrollo económico a las universidades para el desarrollo de "alta tecnología" (Nacu y Avasilcai, 2015).

De acuerdo a las definiciones de Innovación se observa la importancia de esta en todas las empresas y por ende la importancia de estudiar los obstáculos que enfrentan estas MiPymes en Tegucigalpa considerando los factores de costo, factores de mercado, factores regulatorios y factores de conocimiento.

#### **4.3.2. Factores de Costos**

Uno de los desafíos que más se presentan en el desarrollo operacional de las MiPymes es la obtención de financiamiento para poder operar y funcionar en el mundo laboral, debido a que necesitan de un capital para poder trabajar. Del mismo modo, se enfrentan a altas barreras que dificultan el acceso a la supervivencia y al éxito. Este sector es considerado como el mayor generador de empleo y poseedor de gran reacción al cambio.

De manera paradójica, el desarrollo del mismo es gravemente limitado por la dificultad por de acceso al crédito, la incapacidad de cubrir con las garantías solicitadas por la banca y el elevado costo financiero (Delgado y Chávez, 2018).

En consecuencia, resulta fundamental mejorar el acceso al financiamiento para las microempresas. Pero dicha mejora debe ir más allá de reducir las tasas de interés y agilizar los mecanismos para que el microempresario tenga acceso al crédito, esto significa incluir en el proceso de selección, mecanismos de evaluación del capital humano. Es difícil descalificar la solicitud de crédito de un microempresario en alguno de los programas sin tener razonablemente fundamentadas las causas: la mayoría de los programas fundamentan el diagnóstico de viabilidad en los resultados del estudio de inversión, sin considerar a detalle las fortalezas o debilidades del capital humano (Hernández, Báez y Sánchez, 2016).

#### **4.3.3 Factores Regulatorios:**

Según (Ariadna Ivette, 2020) “Las políticas regulatorias son una serie de normas legales que los gobiernos imponen, con la finalidad de establecer las reglas que rijan el comportamiento económico y social de las personas, las empresas, instancias del propio gobierno y entre gobiernos de distintos países. Es decir, son los procedimientos que reglamentan y licitan una actividad; ya sea con ánimo de lucro o no.

La formalización es la obligación de registro de una empresa, como un medio de inclusión en la económica ya sea social o mercantil para que estas aumenten sus índices de productividad, accedan al sistema financiero y sean sostenibles, con su respectivo RTN, constitución, clave de facturación, permisos de operación y IHSS. (Observatorio MiPyME HN,2021)

## **Leyes y reglamentos para el fomento de las MiPymes en Honduras.**

Mediante Decreto Ejecutivo No. 135-2008 se creó la Ley para el Fomento y Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresas, la cual tiene como finalidad fomentar el desarrollo de la competitividad y productividad de la micro, pequeña y mediana empresa urbanas y rurales, con el objeto de promover el empleo y el bienestar social y económico de todos los participantes en dichas unidades económicas (Decreto N° 135-2008, 2009, art. 1).

Al efecto, el Estado de Honduras 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 (Decreto N° 135-2008, 2009, art. 1).

Adicionalmente, mediante Acuerdo Ejecutivo No. 021-2012 se aprobó el Reglamento de la Ley para el Fomento y Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, con la finalidad de operativizar la Ley a través del desarrollo de los mecanismos e instrumentos y programas necesarios para implementar un sistema estratégico integrado con las instituciones públicas y privadas que aseguren el cumplimiento de la finalidad y los objetivos dispuestos en la Ley para el Fomento y Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Acuerdo Ejecutivo N° 021-2012, 2012).

Para lograr los fines establecidos este reglamento considera como actividades de fomento para el desarrollo de la competitividad de las MiPymes, las siguientes: económicas (referidas al intercambio y generación de bienes y servicios mediante las MiPymes), administrativos (procedimientos administrativos del Estado para efectuar los trámites requeridos por las MiPymes), sociales (conjunto de acciones de participación de los diversos sectores para apoyar los programas de competitividad de las MiPymes), comerciales (aquellas que contribuyen a promover el contacto y desarrollo de negocios de las MiPymes), capacitación (mecanismos que contribuyen al desarrollo de conocimientos, habilidades y competencias de los recursos humanos , tecnológicas) (Acuerdo Ejecutivo N° 021-2012, 2012, art. 4).

En año 2015 se publica el Decreto Ejecutivo No. 05-2015, correspondiente al Programa Presidencial Crédito Solidario, para promover la economía social, facilitando crédito solidario con asistencia técnica a microempresarios que han tenido acceso a préstamos en el sistema bancario, con los objetivos de generar autoempleo, contribuir a mejorar la calidad de vida, promover formas asociativas, facilitar el crédito y la asistencia técnica, realizar alianzas estratégicas con otras instituciones o programas del Estado, propiciar la participación y coordinación de líderes comunitarios, promover el financiamiento a emprendimientos, incentivar la cultura de ahorro, involucrar a las asociaciones empresariales, promover la formación de cadenas productivas, promover la coordinación y cooperación entre el Gobierno (Decreto Ejecutivo N° PCM 05-2015, 2015).

En el año 2018, se reforman los artículos 2 y 8 de este decreto ejecutivo para asegurar su sostenibilidad y continuidad de sus servicios y así garantizar el cumplimiento de los objetivos de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera.

Con ellos, crear condiciones de acceso al crédito, e inclusión financiera para la población en general, generar mecanismos que permitan administrar el riesgo para lograr la sostenibilidad del programa, crear una plataforma de educación financiera y construcción de récord crediticio, fortalecer el ahorro como mecanismo complementario para la inclusión financiera, formar parte del grupo de entes designados para fortalecer las estrategias de salida para programas sociales.

Mediante Decreto No. 145-2018 se aprobó la Ley de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa, teniendo por objeto el impulso a la micro y pequeña empresa, por medio de incentivos que promuevan el crecimiento económico, a través de la generación de nuevas oportunidades de empleo, el bienestar, desarrollo y realización de la persona humana; así como una oportunidad para ratificar la capacidad de emprendimiento y determinación de los hondureños (Decreto N° 145-2018, 2018).

Los comerciantes, que se constituyan formalmente e inscriban en cualquier Registro Público de Comercio y Cámara de Comercio del país, indistintamente de su capital social fundacional y que sean considerados como una micro o pequeña empresa y que por un período de cinco (5) años, deben estar exentos del pago del Impuesto Sobre la Renta, Impuesto al Activo Neto y Aportación Solidaria Temporal, anticipos del uno por ciento (1%) y doce punto cinco por ciento (12.5%) en concepto del Impuesto Sobre la Renta; pero deben quedar inscritos en un Registro de Exonerados a cargo de la Secretaría de Estado en el Despacho de Finanzas de conformidad con la Ley de Responsabilidad Fiscal (Decreto N° 145-2018, 2018).

En el año 2020, se crea, mediante Decreto No. 31-2020, Ley Especial de Aceleración Económica y Protección Social Frente a los Efectos del Coronavirus Covid-19, entre otros aspectos autorizan al Banco Central de Honduras (BCH) y al Banco Hondureño de la Producción y Vivienda (BANHPROVI), en su calidad de Fideicomitente y Fiduciario, respectivamente, para que con los recursos definidos en el artículo 2 de la Ley de Apoyo Financiero para los Sectores Productivos de Honduras, contenida en el Decreto No.175-2008 (Decreto N° 31-2020, 2020).

Puedan realizar gastos e inversiones que propicien la gestión de riesgos y/o el refinanciamiento y readecuación de deudas, a personas naturales o jurídicas deudoras del sistema financiero pertenecientes a sectores productivos, tales como MiPymes, agropecuario, forestal y otros sectores prioritarios en generación de empleo y divisas para el país; así como la contratación de billeteras electrónicas u otros mecanismos electrónicos que permitan el acceso a crédito a la micro y pequeña empresa de manera expedita y segura en todos los sectores productivos del país mediante las tecnologías de la información y la comunicación (Decreto N° 31-2020, 2020).

#### **4.3.4 Factores de Mercado**

Según (Julián Pérez Porto y María Merino. 2008):

” Al investigar la definición de mercado y evaluar la función que este vocablo tiene en el lenguaje cotidiano, es posible llegar a la conclusión de que este concepto describe al ámbito, ya sea físico o virtual, en el cual se generan las condiciones necesarias para intercambiar bienes y/o servicios. También puede entenderse como la organización o entidad que le permite a los oferentes (vendedores) y a los demandantes (compradores) establecer un vínculo comercial con el fin de realizar operaciones de diversa índole, acuerdos o intercambios.

Cabe resaltar que el mercado hace su aparición a raíz de la unión de conjuntos compuestos por vendedores y compradores, lo que permite que se articule un sistema basado en la oferta y la demanda.

Los primeros mercados que aparecieron en la historia de la humanidad tenían al trueque como método de base. Con la masificación del dinero, comenzaron a desarrollarse otros códigos de comercio. A su vez, el incremento de la producción generó la aparición de intermediarios entre los productores y los consumidores finales.

#### **4.3.5 Factores de Conocimiento**

Referente a la innovación abierta la literatura indica que las barreras para la innovación se pueden dividir en tres categorías principales:

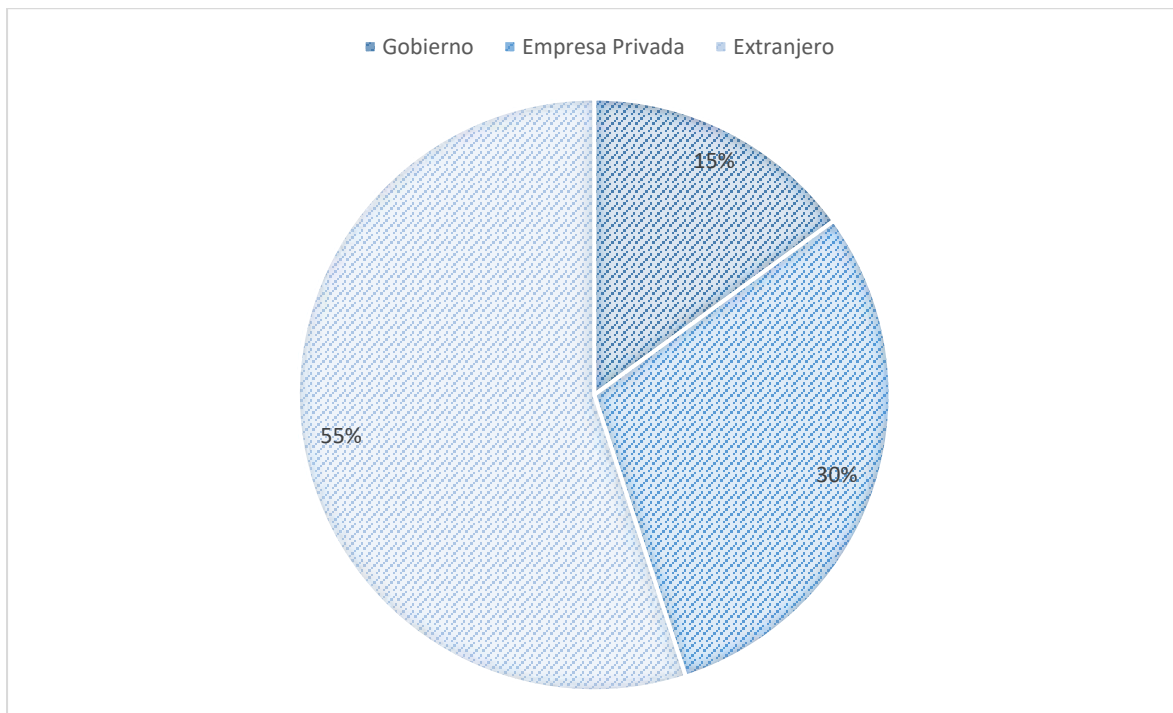
- a) Nivel cognitivo: se identifica que algunos gerentes ni siquiera notan la necesidad de innovación, sino que continúan dirigiendo sus negocios como antes. Es posible que los gerentes ni siquiera conozcan los beneficios de los nuevos productos o enfoques existentes en el mercado (Benavides-Bolaños.2020).
- b) Nivel de comportamiento: los gerentes pueden darse cuenta del potencial y la necesidad de innovación, pero no actúan en consecuencia. Esto provoca pasividad en la organización que retiene nuevas ideas hasta que se desvanecen (Hjalmarsson, Johansson, Jüll-Skielse, y Rudmark, 2014).
- c) Factores institucionales: los empleados están llenos de ideas y tienen grandes esperanzas de tener un impacto en el mundo a través de su trabajo. Las empresas pueden incluso esforzarse por innovar, al menos en su estrategia, pero en la práctica los procesos, la gestión y los incentivos no lo respaldan (Benavides-Bolaños.2020).

Otro factor que podemos mencionar es Las capacitaciones son un factor importante para la formación de un emprendedor porque le permite desarrollar más su emprendimiento o darle un valor agregado y así generar más confianza y certificación de los productos o servicios que ofrece al mercado y así poder crecer poco a poco (Observatorio MiPymes 2021).

## 4.4 Teorías de sustento

### 4.4.1 Teoría Estructural de Soporte Gubernamental ineficaz

De acuerdo con el sector empresarial, el 90% de las MiPymes operan en apenas dos años. Sin embargo, confirman que después cierran todos por falta de financiamiento y asesoría técnica del gobierno.



*Figura 4.3.1 Apoyo Económico*

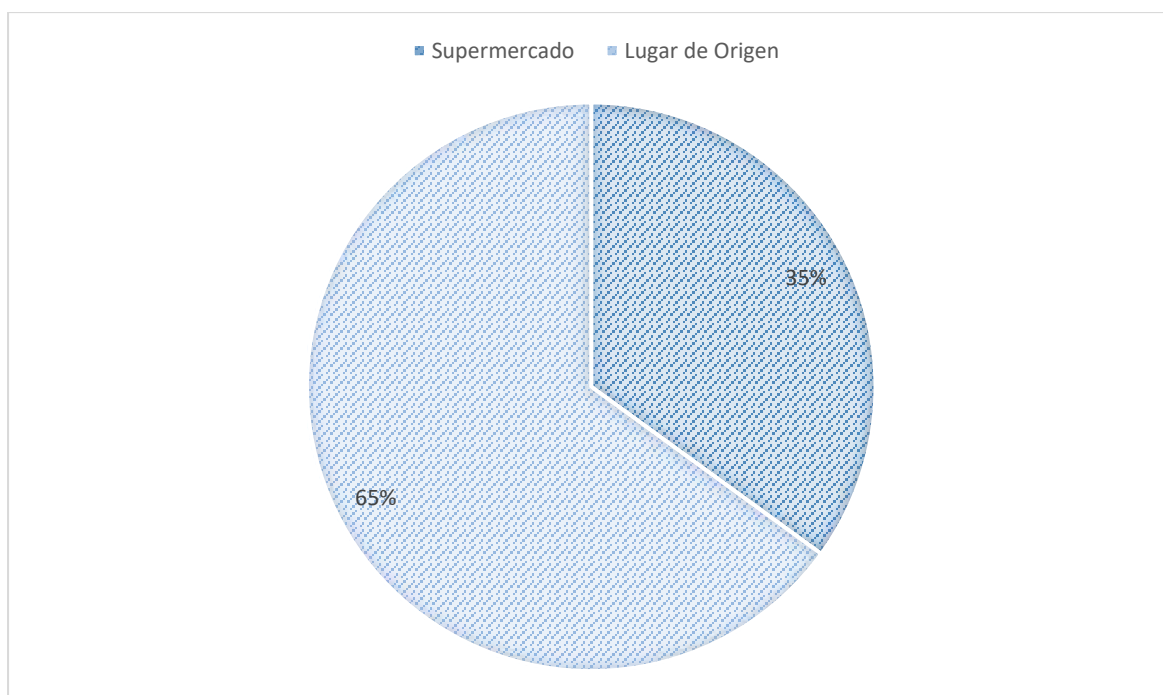
Matamoros (2018) afirma:

“El país sin duda alguna debe orientar muchos sus esfuerzos. De esta manera, preciso que el gobierno debe tratar el tema de créditos porque es un tema fundamental”. (p.3)

Valenzuela (2013) afirma:

el gobierno no asume riesgos para atender a un sector como las MiPymes a la falta de estrategias para el sector y la inexistencia de políticas que orienten los enfoques de los esfuerzos. Uno de los principales problemas se debe a que no hay marco político para el impulso de las MiPymes ni un plan para promover la competitividad. (p.48)

En las cifras presentadas por el Centro de Servicios de Desarrollo Empresarial (2008) de INFOMIPYME de Honduras, se estima que en el año 2,000 había en Honduras alrededor de 258,000 MiPymes que empleaban acerca de 760,000 personas. De este gran total, se calcula que cerca del 52% son microempresas con trabajadores por cuenta propia y 51% de los trabajadores son microempresas de entre 1 y 10 empleados; 2% de empresas y el 14% de los trabajadores laboran en empresas de 11 a 50 empleados y el 0.5% de las empresas y 16% del empleo corresponde a empresas de entre 51 y 150 trabajadores.



*Figura 4.3.2 Acceso en el Mercado*

Un aspecto importante a considerar son las actuales repercusiones que se generan por la crisis económica mundial dado que son situaciones que debe afrontar el sector MiPymes como

nuevos retos. En este aspecto es importante identificar el apoyo que recibirán las MiPymes para hacer frente a estas situaciones.

Con relación al desarrollo de la competitividad de las MiPymes en Honduras, se detecta otra debilidad que puede ser superada mediante apoyo, políticas e incentivos a la innovación y posibilidades de mejoras en los productos generados, de modo que les ayude a competir en mercados regionales y no solamente satisfacer necesidades internas. Poder ser generadores de divisas a través de exportaciones, constituye una excelente oportunidad para el país y su débil y dependiente economía.

Los actuales tratados comerciales firmados con varios países de región, aunados con programas de apoyo a las MiPymes, innovadoras, deben de servir como un apoyo para aprovechar al máximo esta oportunidad de ser competitivos en mercados internacionales.

En los supermercados nacionales se observan productos de tipo agroindustrial tales como especias, jugos, frutas secas, comestibles, verduras y otras, que en la actualidad están siendo importadas, pero que podrían ser suplidas por las MiPymes hondureñas, si contaran con más apoyo y, sobre todo, con innovación en este sector, ya que perfectamente se puede elaborar y exportar este tipo de productos generados en el país. Pero para enfrentar este reto, se requiere la colaboración de organismos internacionales y la contribución del gobierno en adoptar las políticas necesarias y los instrumentos de apoyo.

Cevallos (2008) afirma: las pequeñas y medianas empresas vienen siendo objetos de manera creciente de numerosas investigaciones y análisis tanto en los países industrializados como en los que están en desarrollo.

Su progresiva importancia en el proceso de crecimiento económico de los países se debe fundamentalmente, al empleo que generan en un contexto en donde conviven dos situaciones. Por un lado, una creciente demanda de empleo (de baja calificación) por parte de los jóvenes que cada año se integran a la población económicamente activa (PEA) y, por otro lado, la imposibilidad del sector moderno de la economía de absorber la demanda de empleo, Todo ello en un escenario en donde la innovación y la mayor calificación laboral son variables claves para mantener la competitividad de las empresas.

Kerkhoff (2002) afirma:

Las MiPymes cumplen una función fundamental en la subsistencia y desarrollo del país. No obstante, esta situación se ha modificado en el transcurso de las últimas décadas del siglo pasado, pues el sector pasó de representar un mecanismo de supervivencia a la pobreza, a ser un segmento empresarial de combate a la pobreza. Kerkhoff manifiesta que en las décadas de los setenta y ochenta, no se le asignaba mucha importancia a la formulación de estrategias y políticas de iniciativas gubernamentales, pero estructuradas en el marco de la tradición política, en las cuales el Estado, además de un agente, era actor en la generación de producción. (p.168)

Es hasta en los años noventa cuando las MiPymes comenzaron a recibir atención institucional del gobierno (no lo suficiente), pero en contraste con iniciativas anteriores -Por ejemplo en Centro de Desarrollo Industrial (CDI), dentro del Fondo Hondureño de Inversión Social (FHIS)- se creó el Programa de Apoyo del Sector Informal (PASI), cuyo objetivo era fortalecer la intermediación financiera de las organizaciones privadas de desarrollo (OPD) con tasas de interés y otras condiciones de mercado que ayudaran a financiar a todos los sectores.

Actualmente, producto de las nuevas exigencias como la globalización competitiva, tecnológica, calidad y generación de productos innovadores, se requiere adoptar modelos que apoyen e impulsen las MiPymes para hacer frente a los nuevos retos, tal es el caso del establecimiento de la escuela técnica de formación para los productos de cerámica en El Porvenir, Siguatepeque, que son ayuda financiada por JICA (Embajada de Japón) se realizó mejoras importantes en este rubro.

Se les debe facilitar el proceso de administrativo y financiero tanto del sector público como del sector privado. La innovación económica de un país radica en su rentabilidad, sustento de las MiPymes y su nivel competitivo, que representan un poco más de la mitad del rubro económico privado.

Otro ejemplo es el programa nacional de competitividad (Honduras Compite), que ha beneficiado a ciento cincuenta pequeñas y medianas empresas agrícolas con el proyecto de capacitación y asistencia técnica para el mejoramiento de la competitividad de las MiPymes productoras de mango y vegetales orientadas en el valle de Comayagua. Aunque su margen de empresas en capacitación no cubre ni el 50% de la región.

Dicho proyecto, ejecutado durante 10 meses por la Fundación Hondureña de Investigación Agrícola (FHIA), fue clausurado el 15 de agosto de 2008 sin recibir apoyo como el que se

brindaba hasta la fecha. Los aspectos relevantes de este proyecto fueron la modificación realizada en el periodo de cosecha de mango, el cual mediante el método de inducción de floración se modificó de dos meses que duraba antes (finales de abril a junio) a cuatro meses.

Esta modificación permitió mantener estable el precio del producto en el mercado local, ya que, por el poco tiempo de cosecha y la abundante producción, los precios normalmente sufrían importantes caídas por el exceso de oferta en un periodo relativamente corto.

Al mismo tiempo, la extensión en el ciclo de cosecha permitió la posibilidad de aprovechar ventanas para la exportación, adelantándose a otros países productores, como México, cuando el precio internacional mejora.

Este tipo de ejemplos deben sentar las bases para que el gobierno, sector privado y organismos internacionales puedan generar y desarrollar estudios que faciliten establecer centros de apoyo necesarios para las MiPymes.

Además, se debe considerar y revisar dentro del programa nacional de competitividad como parte del diagnóstico de competitividad en Honduras, al Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y FIDE de Honduras en colaboración con el Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE) quienes organizaron varios talleres de consulta, en los cuales invitaron varios sectores de la población para definir una agenda para la competitividad de Honduras puesto que a través de esta se pretende mejorar la productividad general del clima de negocios del país y preparar la plataforma para aprovechar los tratados de libre comercio aprobados y de los que se encuentran en proceso de negociación.

De acuerdo a este diagnóstico realizado en Honduras, una de las prioridades para el desarrollo es la promoción y mejoramiento de la MiPymes en sector de alto potencial.

El representante de la Asociación Nacional de Medianas y Pequeñas Industrias de Honduras (ANMPIH) Efraín Rodríguez, considero que las micro, pequeña y mediana empresa (MiPymes) enfrentaran grandes retos financieros para el 2022.

Las MiPymes necesitan aprobación de incentivos para recuperar trecientos cincuenta mil plazas perdidas por impacto de la pandemia de coronavirus, afectando al país desde el año 2019.

Rodríguez señaló que los ajustes a la tarifa de la energía eléctrica, el alto costo de combustible, aumento al salario mínimo y carga tributaria, son situaciones que preocupan a las MiPymes.

Rodríguez (2022) afirma:

``Se está hablando de incrementos, eso vendría a dificultar más el proceso de recuperación de empleos y de empresas, adicionalmente se suman dificultades para acceder a financiamiento``. (p.15)

Los pequeños empresarios ven de manera adversa el inicio del presente año. Según Rodríguez (2022), Todo minimiza nuestras capacidades de impulsar un poco más a la recuperación de empleo, durante más de 21 meses de pandemia hemos perdido más de treientos cincuenta mil plazas.

El representante del rubro apunto que el reto de recuperar las fuentes de trabajo debe enfrentarse junto con el nuevo gobierno.

Rodríguez (2022) afirma:

``Queremos avanzar en un dialogo con el gobierno entrante para manifestarle nuestras propuestas e inquietudes para que se genere apoyo con mayor inclusión de proyectos de desarrollo para la micro pequeña y mediana empresa las MiPymes``. (p.12)

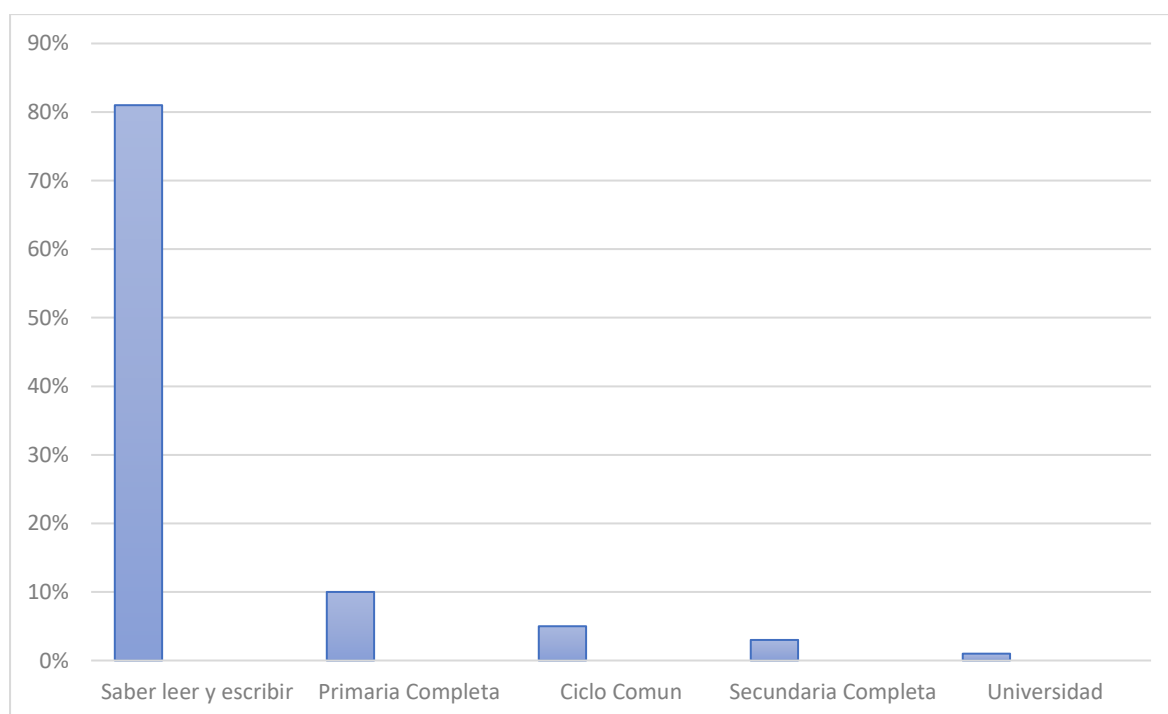


Figura 4.3.3 Grado de Nivel Académico

Según números de la Federación Hondureña de la micro, pequeña y mediana empresa (Femisa) las MiPymes generan el 75% de los empleos en Honduras, traducido en una oferta laboral para 1,4 millones de personas, pero solo cuatrocientos mil reciben el salario mínimo.

Las MiPymes son el segmento de la economía más castigado por la pandemia, a pesar de que es un rubro clave para la generación de empleo.

La importancia de las MiPymes para la economía del país es cada vez mayor, es por eso su importancia para el desarrollo económico nacional.

En este mundo globalizado, debemos considerar a las MiPymes como pequeñas empresas, generalmente de naturaleza familiar que procuran ofrecer un producto de calidad para el mercado local, para aumentar la calidad de vida de la familia y su localidad.

Estas empresas le dan vida y variabilidad a la economía del país, es decir que estas empresas son la parte más importante de la economía, el motor financiero. Así mismo las MiPymes también deben ser reconocidos por la calidad de sus productos o servicios y la filosofía de trabajo en la que trabajan las empresas.

Tabla 4.3.1 Desventajas de las MiPymes

**Las micro, pequeña y medianas empresas (MIPYME) enfrentan otras desventajas como ser:**

**Les afecta con mayor facilidad los problemas que suscitan en el entorno económico como la inflación y la devaluación**

**Viven al día y no pueden soportar periodos largos de crisis en los cuales disminuyen las ventas.**

**Son más vulnerables a la fiscalización y control gubernamental, siempre se encuentran temerosos de las visitas de los inspectores.**

**La falta de recursos financieros los limita, ya que no tienen fácil acceso a las fuentes de financiamiento.**

**Tienen pocas o nulas posibilidades de fusionarse o absorber a otras empresas; es muy difícil que pasen al rango de medianas empresas.**

**Mantienen una gran tensión política, ya que los grandes empresarios tratan por todos los medios de eliminar a estas empresas, por lo que la libre competencia se limita o de plano desaparece.**

**Su administración no es especializada, es empírica y por lo general la llevan a cabo los propios dueños.**

**Por la propia inexperiencia administrativa del dueño, este dedica un número mayor de horas al trabajo, aunque su rendimiento no es muy alto.**

**Mantienen altos costos de operación**

**No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y las técnicas de producción.**

**Sus ganancias no son muy elevadas; por lo cual, muchas veces se mantienen en el margen de operación y con muchas posibilidades de abandonar el mercado.**

**No contratan personal especializado y capacitado por no poder pagar altos salarios.**

**La calidad de la producción no siempre es el mejor, muchas veces es deficiente porque los controles de calidad son mínimos o no existen.**

**No pueden absorber los gastos de capacitación y actualización del personal, pero cuando lo hacen, encuentran el problema de la fuga de su personal capacitado**

**Algunos otros problemas que enfrentan en forma cotidiana son: activos fijos excesivos, mala ubicación, descontrol de inventario, entre otros.**

Fuente: (La micro, pequeña y mediana empresa del S.XXI, 2011, p.26)

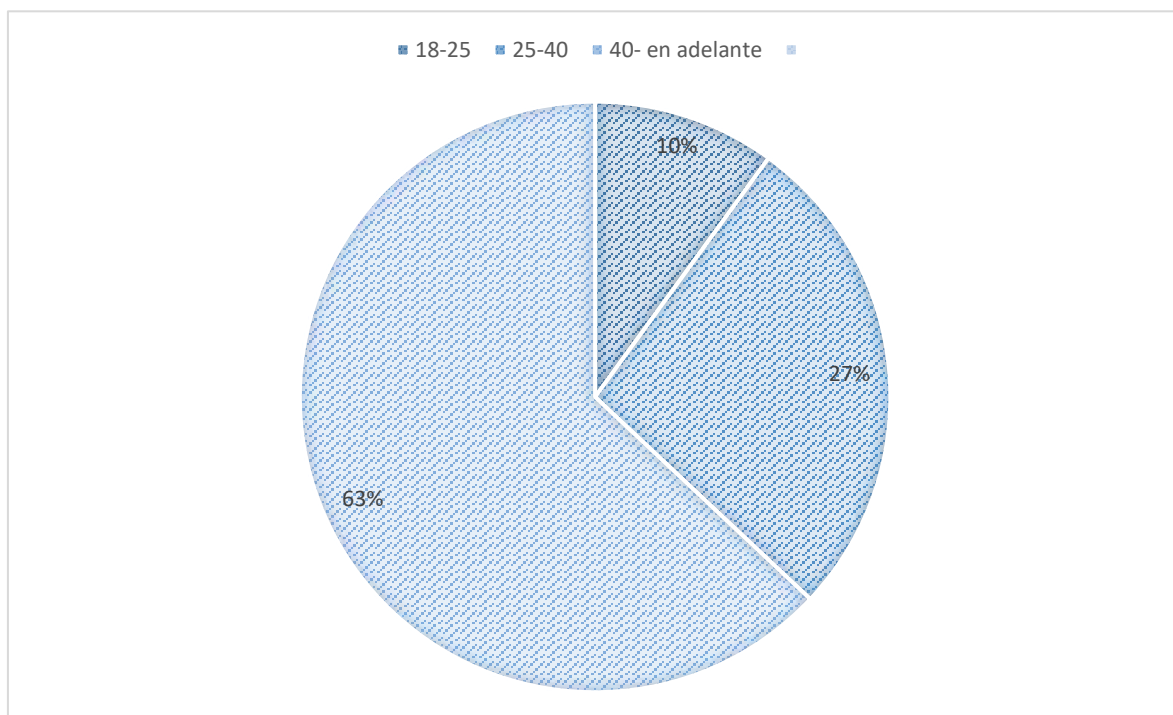


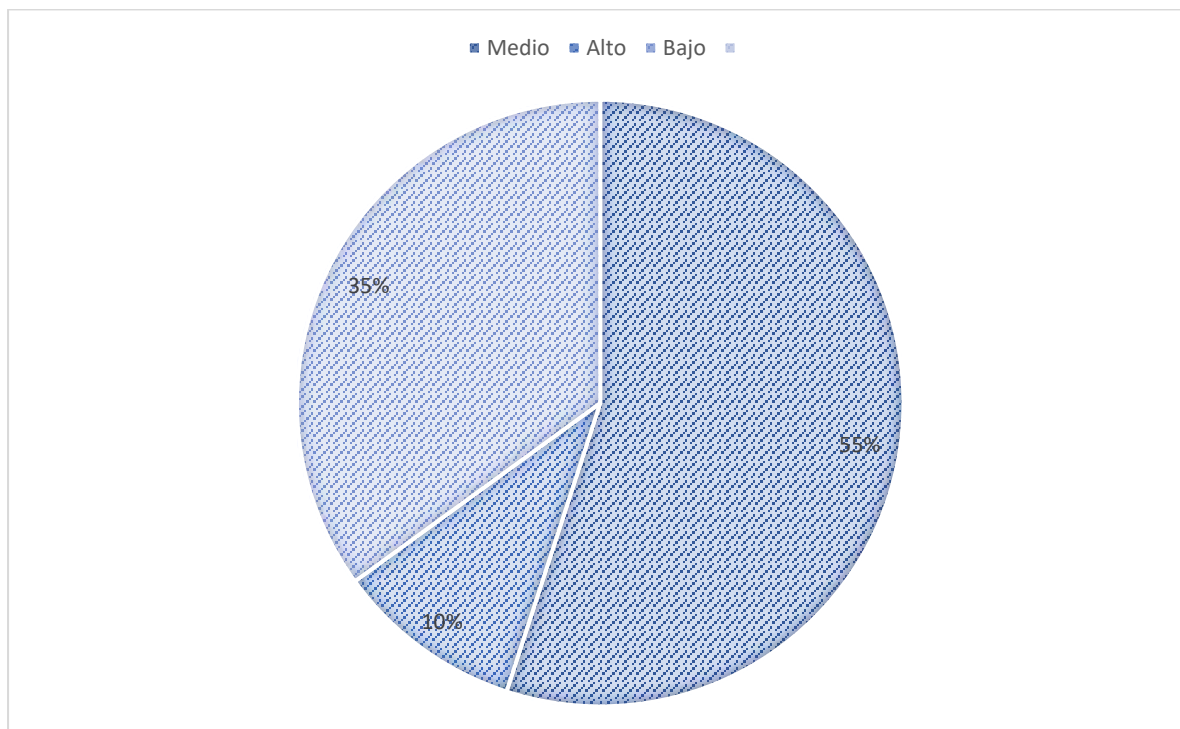
Figura 4.3.4 Edad

El 2021 está a punto de llegar a su fin. Pronto comenzaremos una nueva hoja del calendario con un nuevo dígito. El año 2022 presentará desafíos para las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) que han visto como este año, con una de las mayores crisis económicas y sanitarias de los últimos años, han tenido que redefinir su estrategia empresarial.

Con la mirada puesta en el futuro próximo, la economía y la salud seguirán siendo la prioridad del planeta.

Por otro lado, en el ámbito económico, los gobiernos tendrán que lidiar con una situación muy complicada para muchas micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) que viven esta situación asfixiada por la falta de rentabilidad y liquidez sin apoyo del gobierno.

Más allá de los problemas económicos que sufren las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes), este sector comenzará el año siguiente con múltiples retos por delante. Algunos de ellos son:



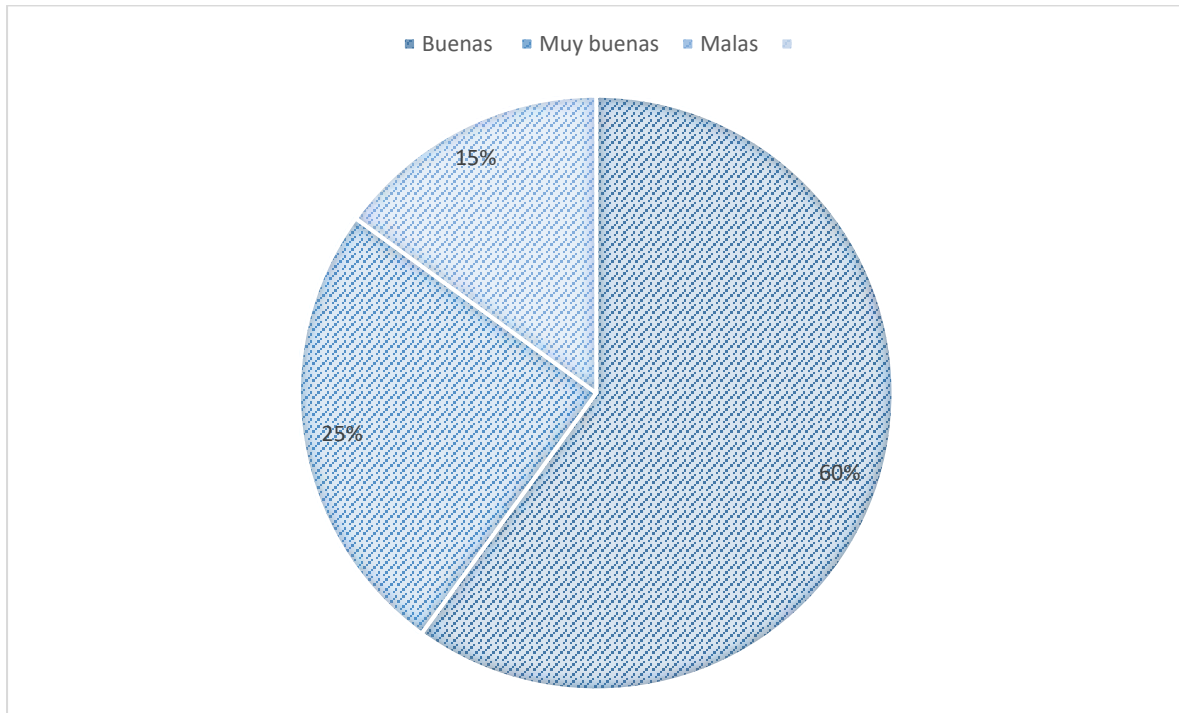
*Figura 4.3.5 Tecnología*

Esta nueva normalidad pasa por lo digital, que está siendo imprescindible para la supervivencia de muchos negocios. Los nuevos canales de venta como el e-commerce son la gran apuesta de diversas MiPymes que buscan una alternativa al mercado tradicional con la confianza del apoyo del gobierno central.

El siguiente año afianzara esta digitalización que ya experimentan la mayoría de las MiPymes y que se ha convertido en la herramienta imprescindible de supervivencia de este año.

La Fidelización de los Clientes: La forma en la que las empresas se relacionan con sus clientes ha cambiado con la llegada de la pandemia y muchas empresas se han enfrentado al gran reto de interactuar y fidelizar a un cliente cada vez menos fiel y crítico.

El próximo año las MiPymes tendrán que hacer un gran esfuerzo para conseguir ganarse la confianza de sus clientes y solo aquellas empresas que cuenten con una serie de valores podrán seguir adelante.



*Figura 4.3.6 Condiciones de Infraestructura*

La sostenibilidad Medioambiental También es Cosa de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES): El papel que las empresas juegan en este ámbito es básico. Los modelos de negocio del futuro no pueden mirar a otro lado y tienen que poner el medio ambiente en el centro de las decisiones empresariales.

La inmensa mayoría de MiPymes empiezan a conocer algunos términos como economía circular, material reciclado o eficiencia energética y algunos ya aplican estos conceptos en sus modelos de negocio.

Para el siguiente año será del planeta y las MiPymes son protagonistas del cambio de la sociedad que estamos experimentando.

Un planeta sostenible, limpio y respetuosos se espera.

Gestión de los Empleados: La llegada del teletrabajo a las MIPYMES: Muchas grandes corporaciones ya habían puesto en marcha esta forma de trabajo entre sus trabajadores

En el próximo año muchas MiPymes seguirán apostando por la modalidad de trabajo, que comenzará a consolidarse entre las pequeñas empresas y formará parte del día a día de las MiPymes.

Dicho lo anterior se concluye que las políticas gubernamentales enfocados únicamente macroeconómico no basta para la innovación microeconómica hacia las MiPymes por los altos costos además de contar con recurso de capital y tecnología limitada.

#### **4.4.2 Teoría sobre el Clima de innovación en las MiPymes en Tegucigalpa**

Es claro que un clima laboral positivo refuerza la innovación, pues influye en la motivación y la creatividad.

Ahmed (1998), afirma: “Ser innovador no es suficiente ahora, si no que la innovación debe ser respaldada por acciones que permitan tener un ambiente en el que las personas se sientan cómodos con sus innovaciones.”

Innovar es la aplicación de nuevos procesos, entre ellos nuevas digitalizaciones en donde las MiPymes se dan a conocer, esta es de gran ayuda para el crecimiento del emprendimiento, en su mayoría no usan este medio por falta de asesoramiento.

(Mac-Clure, 2001), Afirma:

Las microempresas abarcan una parte importante del empleo. Sea que representen un cambio en la estructura del empleo o más bien una nueva manera de visualizarla, se les otorga una creciente atención. Las microempresas son vistas como una nueva y potente alternativa para enfrentar problemas de empleo, desigualdad y pobreza, a escala nacional y mundial.

La teoría de los efectos del clima de innovación con énfasis en las MiPymes en Tegucigalpa tiene como finalidad explicar el clima que se genera en las micro, pequeña y mediana empresas en Tegucigalpa esto con respecto a la innovación que no solo implica lo tecnológico si no factores internos y externos con el objetivo que se les permita a las empresas adelantarse o ponerse al día con las exigencias del mercado.

¿Una empresa debe ser innovadora para ser competitiva y tener éxito en el mercado?

La innovación es parte de la competencia, la competencia motiva a la innovación, las empresas no se encuentran aisladas una de otra, la interacción de las mismas, forma parte del crecimiento, esta dinámica inspira la innovación el deseo de ser mejor, de saber cómo mejorar al otro.

Porter (1982) afirma:

“La esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente. Aunque el entorno relevante es muy amplio y abarca tanto fuerzas sociales como económicas, el aspecto clave del entorno de la empresa es el sector o sectores industriales en los cuales compiten”.

Respecto a la competitividad de las empresas, es de la mayor urgencia que estas incrementen sus esfuerzos tecnológicos y de innovación para revertir los efectos de la apertura y la globalización, elevar la competitividad afín de generar empleos mejor remunerados y crear empresas de base tecnológica.

Según dicha afirmación la manera para llevarlo a cabo es a través del conocimiento, esto incluye la formación del personal de las empresas, la innovación es una condición necesaria pero no suficiente para alcanzar la competitividad, la competitividad es una variable multifactorial que incluye la formación a través del conocimiento, habilidades administrativas, laborales y productivas. La competitividad y la innovación son dos aspectos muy amplios.

En el rubro de turismo en Tegucigalpa nos motiva a una mejora considerable ya que esta área hemos quedado un paso atrás por lo que es necesario un análisis en los servicios, el área o los productos que se ofrecen para atraer visitantes tanto nacionales como extranjeros y así hacerle frente al fenómeno de la globalización y a la competitividad con otros departamentos que han avanzado en esta área.

(Rodríguez Domínguez & Tato, 2003) afirma: “La capacidad de las empresas turísticas de atraer visitantes –extranjeros o nacionales-, de tal forma que en el destino realicen un gasto que sirva para compensar los costes de desarrollo de esa actividad, así como para remunerar los capitales invertidos por encima de su coste de oportunidad”.

En la actualidad es muy poco el porcentaje de las MiPymes en Tegucigalpa que innovan o que tratan de mantenerse informado sobre la actualización de esto, o incluso informarse sobre de que conlleva la innovación y los obstáculos que constituye no mantenerse al día es este tema.

(Freeman 1987; Nelson 1992; Lundvall, 1993; Edquist, 1997). Afirman que:

“La competitividad de los países o regiones se reflejaría en su capacidad de desarrollar ventajas comparativas mediante la transformación de su tejido productivo hacia un modelo de «economía del conocimiento». Además, subrayan que a pesar de que las empresas están en la base del nivel competitivo de un país, las condiciones del propio país, especialmente el nivel de interacción entre los agentes económicos, la acumulación de experiencia y conocimientos, y la política innovadora, son muy relevantes para facilitar y estimular la competitividad”

La competitividad y la innovación es la unión que da en auge que las MiPymes en Tegucigalpa necesitan, la interacción entre empresas rivales le da vida a la económica, pero esto se logra a través del conocimiento.

(Chesbrough, 2004, 2005)” afirma:

“El futuro de la empresa es algo que se crea, inventa e innova con todos sus stakeholders (empleados, socios, clientes, comunidades locales, accionistas, proveedores.), las empresas ya no son capaces de abordar por sus propios medios todo el proceso de la innovación y deben contar con recursos externos (propiedad intelectual, ideas, productos, personas, instituciones) que deben integrarse en su propia cadena de innovación. Al mismo tiempo, los resultados de su trabajo pueden tener una utilidad para otras empresas y en otros mercados, lo que constituye una manera de rentabilizar aquella innovación que resulta fallida para los objetivos primarios de la empresa”

El crecimiento de las empresas no depende exclusivamente de sus dueños, siendo ellos de gran importancia para cambio ya que la idea de mejorar los obstáculos de innovación inicia por la cabeza de cualquier organización, pero es un trabajo en conjunto con todo el personal, visualizando cada detalle interno, sabiendo escuchar y entender la visión de los que seria los primeros clientes de cualquier empresa, ósea los empleados. Conocer factores externos que han sido obstáculos en el proceso de mejora de la innovación en cualquier MiPymes de Tegucigalpa.

4.3.1.1 Factores internos: entre los factores internos podemos analizar el rubro de la empresa.

“Las empresas de servicios se orientan más por innovaciones de tipo organizativo y las manufactureras por las de carácter tecnológico “(Tether, 2005).

4.3.1.2 El tamaño de la empresa: esto mide el número de empleados, ventas generales, bienes de la organización, y capacidad de inversión “Una organización de tamaño grande puede tener una mayor necesidad de adoptar innovaciones que una organización pequeña. Respecto a los tipos de innovación, parece ser que las innovaciones tecnológicas están positivamente relacionadas con el tamaño, mientras que las de tipo organizativo lo están negativamente, hecho que se relaciona con que las empresas grandes suelen ser más mecánicas y las PYMES más orgánicas, lo que parece favorecer la innovación organizativa.

Damanpour (1992) afirmó que: “la relación entre el tamaño y la innovación es muy estrecha, siendo los principales factores que la afectan, la formalización y la estandarización”.

Borra, García y Espasandín (2005), afirma que: “las empresas más innovadoras cuentan con mayor porcentaje de personal cualificado, si bien, es preciso que las capacidades individuales se combinen adecuadamente para generar proyectos de éxito en materia de innovación”.

García, Espasandín y Borra (2008) hallaron que:

“La existencia continuada en el tiempo de programas de formación en estas empresas mejoraba la capacidad de absorción y la receptividad de las innovaciones”. Un ejemplo de estas afirmaciones son las MiPymes financieras quienes solicitan personal con conocimientos básicos en programas de Excel o un título de educación media con énfasis en contabilidad y Finanzas.

4.3.1.3 Factores externos: La innovación es la respuesta a los cambios que las organizaciones producen en su entorno.

“El cambio del entorno puede ser una fuerza impulsora para la innovación de la organización” (Damanpour y Gopalakrishnan, 1998; Cooper y Zmud, 1990; Igbaria, Zinatelli y Covaye, 1998).

(Damanpour, 1991; Damanpour y Gopalakrishnan, 1998).

“Las organizaciones que trabajan en un entorno estable tienen estructuras mecanicistas, y se presupone, por tanto, que estas organizaciones no son innovadoras; mientras que, en un entorno inestable, tienen estructuras orgánicas, y presuntamente, las organizaciones son innovadoras”

Las organizaciones mecanicistas son de estructura más rígida en la que se caracteriza por su alto nivel de especialización estandarizado y control centralizado , no permitiendo cambios o novedades a lo ya establecido por ejemplo las maquilas ; las empresas de entorno inestable permiten cambios también conocidas como Adhocracia son flexibles diseñada a responder a la inestabilidad permite una gran capacidad a la a la adaptación e innovación es el caso de las empresa que suministran productos de tecnología .

Otra forma de clasificar la innovación es atendiendo a la naturaleza de la innovación. Así,

Gopalakrishnan y Damanpour (1997) consideran que “la innovación tecnológica y la innovación administrativa. La innovación tecnológica surge tras la utilización de la tecnología como medio para introducir un cambio en la empresa”

“La influencia de las instituciones externas en las actividades innovadoras de las empresas y de otros agentes. La Administración Pública presiona/incentiva para innovar lo que se debe entender como un soporte de la administración a la innovación empresarial” (Rogers, 1983; Iacovou, Benbasat y Dexter, 1995; Sadowski, Maitland y van Dongen, 2002; Igarria, Zinatelli y Covaye, 1998, Boer y During, 2001).

El tema de innovación está vinculado con aspectos económicos, esta aplica para aumentar el rendimiento, así como se integra la cadena de valor. Son pocos los rubros a los que estamos representados en el mercado mundial, siendo el contexto global uno de los motivos para mejorar el clima de innovación en las MiPymes.

Algunos de los actores claves como apoyo a las MiPymes:

Tabla 4.3.1 Sistema Nacional de innovación en Honduras.

Actor	descripción
<b>Secretaría de planificación.</b>	<p>Está formada por las siguientes unidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comisión Nacional de Competitividad (CNC).</li> <li>- El Consejo Hondureño de ciencia, innovación y tecnología (COHCIT).</li> <li>- Secretaría técnica y de cooperación Internacional (SETCO).</li> <li>- Unidad de apoyo técnico de presidencia (UNAT).</li> </ul> <p>Esta incorporación se espera hacerse una parte integral de la política de economía con el tema de innovación.</p>

<b>SSIC.</b>	La secretaria de Economía y Comercio ayuda con los programas de Entorno Institucional y Legal.
<b>CONAMIPyME</b>	Comisión Nacional de Micro, Pequeña y Medina Empresa es un organismo aconsejador, analiza y formula recomendaciones considerando el marco jurídico, social y económico o medidas como la financiación de la MiPymes.
<b>CENPROMyPE</b>	El Centro para la Promoción de la Micro y Pequeña Empresa en Centroamérica. Su objetivo es promover y fortalecer la MiPymes en nivel regional a través las siguientes áreas de atención: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promoción Comercial.</li> <li>- Desarrollo Económico Local</li> <li>- Calidad de Empleo.</li> </ul>
<b>Secretaria de Educación.</b>	tiene como objetivo proveer servicios educativos con mayor cobertura y calidad.
<b>INFOP</b>	El Instituto Nacional de Formación Profesional fue creado con el fin de prestar el servicio de capacitación a los trabajadores hondureños.
<b>CADERH</b>	El Centro Asesor para el Desarrollo de los Recursos Humanos. Su objetivo fortalecer la capacidad y calidad de la educación técnica y profesional según las necesidades y demandas del sector productivo.
Continuación de la tabla 4.3.1.	
<b>FUNADEH</b>	La Fundación Nacional para el Desarrollo de Honduras.

	. Mantiene dos líneas de trabajo – desarrollo empresarial y desarrollo comunitario – que también incluye ofertas y servicios para la MiPymes.
<b>CONAMH.</b>	El Consejo Nacional de la Microempresa Hondureña es la organización técnica-política para promover condiciones favorables para la MiPymes.
<b>ANMPIH</b>	La asociación Nacional de Pequeños y Medianos Industriales de Honduras es una organización gremial con los objetivos de la superación económica y tecnológica de la MiPymes, a través de programas de capacitación y la afiliación indirecta de servicios.
<b>ANDI</b>	La Asociación Nacional de Industriales. ANDI tiene un convenio con INFOP sobre el desarrollo de un programa de capacitación según las necesidades de los miembros de ANDI.
<b>Cámaras</b>	Las cámaras se organizan por distritos y representan las empresas locales. Las cámaras ofrecen a sus miembros servicios y apoyo práctico
<b>Honduras Compite</b>	El Programa Nacional de Competitividad trabaja en el mejoramiento del clima de negocios del país, en la atracción de inversiones y en la promoción de las exportaciones. El espectro de ofertas incluye fondos para fomentar la innovación. La máxima autoridad de

Continuación de la tabla 4.3.1.	
	<p>Honduras Compite es la Comisión Nacional de Competitividad (CNC). Honduras Compite tiene 4 enfoque. Entre sus prioridades han sido establecer conforme a profundos estudios realizados sobre los cuellos de botella, entre los ejes transversales del programa están:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promoción de exportaciones.</li> <li>- Mejoramiento del clima de negocios.</li> <li>- Promoción de la innovación y tecnología.</li> <li>- Mejoramiento de las habilidades de la fuerza laboral.</li> <li>- Promoción de la competitividad local.</li> </ul>
<b>UNITEC</b>	<p>Universidad Tecnológica (UNITEC), tiene un programa que ayuda a formar la capacidad de investigación, pero con una escala muy limitada, sin tener mayor impacto sobre el conocimiento de las MiPymes, no obstante, existen iniciativas de coinversión o joint – ventures mediante formación de incubadores de negocios.</p>
<b>FIDE</b>	<p>Fundación para la inversión y el desarrollo de Exportaciones, institución sin fines de lucro, promueve la exportación a través de la promoción y formulación de legislación que conducen a mejorar el clima de negocios.</p>

Continuación de la tabla 4.3.1.	
<b>PROMYPE / GTZ.</b>	Programa de fomento a la Micro, pequeña y mediana empresa, su objetivo es orientar la promoción del entorno económico mediante reformas y propuestas políticas, fortalecer y estimular la competitividad.

Fuente : (Bovenschulte, 2010).

El proceso de la definición de un marco político – Institucional, aplico metodologías de trabajo muy enfocadas en la concertación y muy poco en el logro de resultados concretos. se consideró más importante buscar y conseguir un ambiente de compromiso y participación.

La administración pública ha decretado un reglamento a la MiPymes en apoyo a su desarrollo a la competitividad:

#### **DECRETO No. 135 - 2008.**

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

Artículo 1: Esta Ley tiene por finalidad fomentar el desarrollo de la competitividad y productividad de la micro, pequeña y mediana empresa urbanas y rurales, al objeto de promover el empleo y el bienestar social y económico de todos los participantes en dichas unidades económicas.

Artículo 2. Son objetivos específicos de esta Ley:

1) Establecer: Las bases para propiciar la participación coordinada y articulada de los actores y actores que contribuyan al desarrollo y fortalecimiento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME), Las políticas y herramientas que mejor se orienten a la mejora de la competitividad y productividad del sector Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME); y, Los medios técnicos y financieros para que las autoridades estén en condiciones de mejorar efectivamente la productividad, la competitividad y la calidad del empleo generado por la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME).

## Sección octava programa de innovación tecnológica

Artículo 51. Mediante el Programa Nacional de Innovación Tecnológica, juntamente con el Programa Nacional de Competitividad o su equivalente, se implementará mecanismos de apoyo a la inversión de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) en innovación tecnológica, mediante el fortalecimiento de redes de empresas y proveedores de servicios tecnológicos

De la competencia las prácticas y conductas prohibidas artículo 5.-prácticas restrictivas prohibidas por su naturaleza.

Se prohíben los contratos, convenios, prácticas concertadas, combinaciones o arreglos entre agentes económicos competidores o competidores potenciales, escritos o verbales, cuyo objeto o efecto fundamental sea cualquiera de los siguientes:

- 1) Establecer precios, tarifas o descuentos;
- 2) Restringir, total' o parcialmente la producción, distribución, suministro o comercialización de bienes o servicios;
- 3) Repartirse directa o indirectamente el mercado en áreas territoriales, clientela, sectores de suministro o fuentes de aprovisionamiento;
- 4) Establecer, concertar o coordinar posturas o abstenerse concertadamente de participar en licitaciones, cotizaciones, concursos o subastas públicas.

Artículo 6.- Son nulos los contratos, convenios, prácticas concertadas, combinaciones o arreglos prohibidos según el Artículo 5 de la presente ley. Los agentes económicos que los realicen serán sancionados conforme a esta ley, sin perjuicio de la responsabilidad penal o civil que con Esponda.

Artículo 7. Son prohibidos por su efecto, los contratos, convenios, combinaciones, arreglos o conductas no incluidas en el ámbito del Artículo 5 de la presente ley.

La mesa técnica nacional de emprendimiento de Honduras prioriza algunas iniciativas de fomento del emprendimiento, a continuación, presentada.

Objetivo:

Fortalecer la Industria de Soporte al Emprendimiento con ofertas de servicios novedosos y marcos legales que favorecen e incentivan a los (as) emprendedores (as).

Tabla 4.3.2 Iniciativas.

<b>Estrategia</b>	<b>acción</b>
<b>Crear un Marco Regulatorio de apoyo al emprendimiento.</b>	1.1 Elevar la Estrategia de emprendimiento a nivel de política pública. 1.2 Proyecto de Ley de aportaciones tributaria gradual para la puesta en marcha y formalización de emprendimientos. 1.3 Crear ventanilla única para apertura y atención a emprendimientos.
<b>Desarrollar programas de asesoría empresarial en todas las fases de la cadena de fomento del emprendimiento</b>	1.1 Crear un programa de fortalecimiento para el acompañamiento y apoyo técnico al emprendimiento por oportunidad. 2.2 Diseñar y crear una guía online para el/la emprendedor 2.3 Crear un programa de fortalecimiento y apoyo técnico al emprendimiento femenino y al emprendimiento con impacto social.

<p><b>Programa Nacional de incubación y aceleración de empresas</b></p>	<p>Diseñar y ejecutar un modelo de cooperación público, privada y academia para la incubación y aceleración de empresas</p>
<p><b>Fortalecimiento de los centros de innovación existentes y gestión para la creación de nuevos con la finalidad de apoyar actividades del prototipaje y vigilancia tecnológica que promuevan emprendimientos innovadores y de alto impacto.</b></p>	<p>4.1 Diseñar, ejecutar y financiar un modelo de cooperación público, privada y academia para la creación y fortalecimiento de centros de innovación productiva y tecnológica.</p> <p>4.2 Crear un programa de fortalecimiento a las capacidades institucionales para el acompañamiento y apoyo técnico al emprendimiento innovador.</p>

Fuente : (*Estrategia\_Fomento\_Emprendimiento\_HND\_s.pdf*, s. f.)

En apoyo a las MiPymes la mesa nacional de emprendimiento impulsada a promover y trabajo para el fomento del emprendimiento a partir de la cual se ha construido la estrategia de fomento al emprendimiento de Honduras. Las instancias que lo conforman presentan cinco etapas de la cadena de emprendimiento, identificadas como cadena de valor. Desafortunadamente no todas las MiPymes están al tanto de este apoyo, y el sí saben de su existencia en gran parte no saben cómo aplicarlo.



## V. METODOLOGÍA Y PROCESOS

### 5.1 Congruencia metodológica

Tabla 5.1. Tabla de congruencia metodológica.

Título de la investigación	Objetivo General de la Investigación	Objetivos Específicos de la Investigación	Preguntas de Investigación.
<b>Desafíos a la innovación de las MiPymes en Tegucigalpa.</b>	Realizar un diagnóstico de los desafíos de la innovación de las MiPymes en Tegucigalpa, mediante consideraciones de factores de costos, factores de mercado, factores regulatorios y factores de conocimientos, con la finalidad de identificar oportunidades de mejora.	Describir los factores de costos que impiden la innovación en las MiPymes de Tegucigalpa	¿Cómo se pueden describir los desafíos referentes a los factores de costos que impiden la innovación en las MiPymes de Tegucigalpa?
		Describir los desafíos que enfrentan las MiPymes de Tegucigalpa en cuanto a las actividades de innovación referente a factores de Mercado.	¿Cuáles son los desafíos a las actividades de innovación hechas por las MiPymes de Tegucigalpa en cuanto a los factores de mercado?
		Describir los desafíos para la innovación en el contexto de las MiPymes de Tegucigalpa referente a Factores Regulatorios.	¿Cuáles son los principales desafíos para la innovación en el contexto de las MiPymes en Tegucigalpa, en lo referente a factores regulatorios?
		Describir los desafíos que afrontan las MiPymes de Tegucigalpa para innovar en cuanto a factores de conocimientos.	¿Cuáles son los desafíos que afrontan las MiPymes de Tegucigalpa para desarrollar las actividades de innovación alusivo a los factores de conocimiento?
		Describir oportunidades de mejora para reducir los desafíos para la innovación en la MiPymes en Tegucigalpa.	¿Qué oportunidades de mejora se pueden identificar en los referentes a los obstáculos de la innovación?

## 5.2 Operaciones de Variables

Tabla 5.2 Operacionalización de Variables.

Variables Independientes.	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores.	Ítem .
<b>Factores de costos.</b>	<p>Uno de los desafíos que más se presentan en el desarrollo operacional de las MiPymes es la obtención de financiamiento para poder operar y funcionar en el mundo laboral, debido a que necesitan de un capital para poder trabajar. Del mismo modo, se enfrentan a altas barreras que dificultan el acceso a la supervivencia y al éxito. Este sector es considerado como el mayor generador de empleo y poseedor de gran reacción al cambio. De manera paradójica, el desarrollo de este es gravemente limitado por la dificultad por de acceso al crédito, la incapacidad de cubrir con las garantías solicitadas por la banca y el elevado costo financiero (Delgado y Chávez, 2018).</p>	<p>El acceso a créditos en la banca es una de más grandes dificultades con las que lucha las MiPymes, cumplir con las garantías establecidas y luchar con las altas tasas de interés son parte de los problemas a lo que se enfrentan las MiPymes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dificultad de acceso.</li> <li>- Dificultad para poder cumplir con las garantías de la banca.</li> <li>- Dificultad con el elevado costo financiero.</li> </ul>	<p>1.1 1.2 1.3 1.4</p>

Continuación de tabla 5.2 operación de variables.				
<b>Factores de Mercado.</b>	<p>“Al investigar la definición de <b>mercado</b> y evaluar la función que este vocablo tiene en el lenguaje cotidiano, es posible llegar a la conclusión de que este concepto describe al ámbito, ya sea físico o virtual, en el cual se generan las condiciones necesarias para <b>intercambiar bienes y/o servicios. También puede entenderse como la organización o entidad que le</b> permite a los oferentes (<b>vendedores</b>) y a los demandantes (<b>compradores</b>) establecer un <b>vínculo comercial</b> con el fin de realizar operaciones de diversa índole, acuerdos o intercambios. Cabe resaltar que el mercado hace su aparición a raíz de la unión de conjuntos compuestos por vendedores y compradores, lo que permite que se articule un <b>sistema basado en la oferta y la demanda</b>”. (Julián Pérez Porto y María Merino. 2008)</p>	<p>La selección de lugares estratégicos para iniciar un emprendimiento es fundamental de este dependerá el acceso para distribuir el producto, el tipo de promoción que se debe de utilizar según el lugar, al igual que el precio a establecer.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plaza.</li> <li>- Precio.</li> <li>- Producto.</li> <li>- Promoción.</li> </ul>	<p>1.5 1.6 1.7</p>

<p><b>Factores Regulatorios.</b></p>	<p>“La intervención del Estado y las empresas, de manera que permita concretar en pasos sucesivos las instituciones y nuevas regulaciones (políticas) necesarias para establecer una sustentabilidad más fuerte e integrad” Gutiérrez (2007).</p>	<p>En el marco de lo legal el trámite que conlleva la obtención de permisos de operación, las multas que se generan por no operar con alguna licencia solicitada según el rubro, y los elevados costos que tiene realizar estos trámites entre nos otros hablan de un sistema de</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dificultad en el trámite para conseguir permisos de operación.</li> <li>- Altos costos en las transacciones jurídicas.</li> <li>- Lentitud en el otorgamiento de licencias.</li> </ul>	<p>1.8</p> <p>1.9</p>
--------------------------------------	---	--	---	-----------------------

		adaptado para las MiPymes.		
<b>Factores de conocimientos</b> .	“Se identifica que algunos gerentes ni siquiera notan la necesidad de innovación, sino que continúan dirigiendo sus negocios como antes. Es posible que los gerentes ni siquiera conozcan los beneficios de los nuevos productos o enfoques existentes en el mercado.” (Benavides-Bolaños.2020).	Forma parte de la manera en el que las organizaciones explotan su potencial innovador, utilizando a sus empleados y las nuevas actualizaciones en su rubro para evitar desvanecerse como empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cultura organizacional.</li> <li>- Capital Humano.</li> <li>- Procesos actualización.</li> </ul>	<p>1.10</p> <p>1.11</p> <p>1.12</p>

### **5.3. Enfoque de Métodos**

Para obtener buenos resultados en una investigación su enfoque debe ser orientado a resultados utilizando el método que permita dirigir de manera adecuada dicha investigación, estos de pueden ser de dos formas cualitativos y cuantitativos.

Hernández, Fernández y Baptista (2010), afirman:

“Estos dos enfoques -cuantitativo y cualitativo - son paradigmas de la investigación científica, pues ambos emplean procesos cuidadosos, sistemáticos y empíricos en su esfuerzo por generar conocimiento. Llevan a cabo observaciones y evaluación de fenómenos. Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas. Se puede demostrar el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento. Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis y proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar y fundamentar las suposiciones e ideas; o incluso para generar otras”.

#### **5.3.1 Enfoque cualitativo.**

Es aquella investigación que se utiliza exclusivamente para información que logra una descripción detallada de lo estudiado, como el nombre lo dice manifiesta las cualidades de fenómeno estudiado analizando su comportamiento y sensibilidades.

Lincoln y Denzin (1994)

La investigación cualitativa es un campo interdisciplinar, transdisciplinar y en muchas ocasiones contra disciplinar. Atraviesa las humanidades, las ciencias sociales y las físicas. La investigación cualitativa es muchas cosas al mismo tiempo.

Es multiparadigmática en su enfoque. Los que la practican son sensibles al valor del enfoque multimetódico. Están sometidos a la perspectiva naturalista y a la comprensión interpretativa de la experiencia humana. Al mismo tiempo, el campo es inherentemente político y construido por múltiples posiciones éticas y políticas.

El investigador cualitativo se somete a una doble tensión simultáneamente. Por una parte, es atraído por una amplia sensibilidad, interpretativa, postmoderna, feminista y crítica. Por otra, puede serlo por unas concepciones más positivistas, postpositivistas, humanistas y naturalistas de la experiencia humana y su análisis (p. 576).

Grinnell (1997), refiere a este enfoque como:

“Una investigación naturalista, fenomenológica, interpretativa o etnográfica, es una especie de “paraguas” en el cual se incluye una variedad de concepciones, visiones, técnicas y estudios no cuantitativos. Existen diversos marcos interpretativos como el interaccionismo, la etnometodología, el constructivismo, el feminismo, la fenomenología, la psicología de los constructos personales, la teoría crítica, etc., que se incluyen en el paraguas cualitativo de Grinnell”.

### **5.3.2 Enfoque cuantitativo**

Es aquella que utiliza exclusivamente información cuantificable, esto significa que objeto de estudio puede ser medible.

(Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Su proceso de investigación se concentra en las mediciones numéricas. Utiliza la observación del proceso en forma de recolección de datos y los analiza para llegar a responder sus preguntas de investigación.

Este enfoque utiliza los análisis estadísticos. Se da a partir de la recolección, la medición de parámetros, la obtención de frecuencias y estadígrafos de población. Plantea un problema de estudio delimitado y concreto. Sus preguntas de investigación versan sobre cuestiones específicas. Una vez planteado el problema de estudio, revisa lo que se ha investigado anteriormente. A esta actividad se le conoce como la revisión de la literatura.

Hernández, Fernández y Baptista (2010),

“Este enfoque cuantitativo trabaja sobre la base de una revisión de literatura que apunta al tema y da como conclusión un marco teórico orientador de la investigación. Estas recolecciones de datos derivan las hipótesis que serán sometidas a prueba para probar la veracidad del estudio”.

### **5.3.3 Enfoque Mixto.**

En este enfoque se combina los enfoques anteriores el cualitativo y el cuantitativo, el objeto de estudio puede ser la combinación de cualitativos y cuantitativos.

Jick, (1979)

“El método de este enfoque mixto busca responder a un problema de investigación desde un diseño concurrente, secuencial, de conversión o de integración según sea los logros planteados”.

En el presente estudio se utilizará el enfoque mixto porque es necesario la utilización de datos e información numérica, textual y simbólica para la obtención de los resultados esperados.

## 5.4 Alcance de Investigación

Enfocándose como fundamento los objetivos planteados y problema de investigación. La misma tendrá el carácter descriptivo, ya que permite especificar como se presenta el fenómeno de los obstáculos para la innovación en las MiPymes de Tegucigalpa, pero a su vez aspira a ejecutar un ofrecimiento de mejora en los obstáculos del mismo, a través de los factores de costos, mercado, regulatorios y de conocimiento.

Hernández (2014) afirma:

“La investigación descriptiva busca especificar propiedades características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. (p.80)

## 5.5 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental transversal. Siendo el motivo que no se manipula intencionalmente las variables descriptivas y confirmando que la recolección de información se ejecutara en un momento único.

### 5.5.1 Población y Muestra

La población a estudiar es para las MiPymes de Tegucigalpa obteniendo los datos de redacción de (INE).

El sector MiPymes lidera con 147,317. Siendo fuentes de empleo para madres solteras y familias enteras en la capital.

### 5.5.2 Muestra

Para su cálculo se utilizó la fórmula de población finita, por el motivo que se cuenta con el dato de la población de 147,317 MiPymes de Tegucigalpa.

Hernández (2014) afirma:

“La muestra es un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y deben ser representativo de esta” (p.173)

La fórmula que se utiliza es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{(N - 1)E^2 + Z^2 PQ}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

Z = Nivel de confianza

P = Proporción esperada, o probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

E = Precisión

Desarrollo:

$$n = \frac{(1.645)^2(147317)(0.05)(0.05)}{(147317 - 1)(0.065)^2 + (1.645)^2(0.05)(0.05)} = 160$$

**R:** El número de encuestas será de 160

El método de muestra es muestreo por conveniencia. Siendo técnica muestreo no probabilístico, por el motivo que da la oportunidad de obtener la operatividad con sencillez y también disminuir los costos de muestreo.

## 5.6 Unidad de Análisis

### 5.6.1 Unidad de Análisis

Se establecerá por las MiPymes la unidad de análisis con ubicación en Tegucigalpa. No habrá ninguna restricción ya sea el rubro que se enfocan, edad, ni genero por el motivo que todos estos factores se consideran dentro de una misma muestra.

Ramos (1997) afirma:

La unidad de análisis son los elementos en los que recae la obtención de información y que deben de ser definidos con propiedad, es decir, precisar a quien o a quienes se va a aplicar la muestra para efectos de obtener la información. (p.79)

## **5.7 Técnicas e Instrumentos**

### **5.7.1 Instrumentos**

Para efectos de recolección de datos, se hará un cuestionario, el cual se aplicará a los propietarios de las MiPymes.

#### **Cuestionario**

(García, M. T., 2003) “El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variadas” (p. 2).

Este instrumento de recolección de datos nos permitirá identificar los principales obstáculos que enfrentan las MiPymes en Tegucigalpa. Para efectos de la investigación se formularán preguntas cerradas.

## **5.8 Fuentes de Información**

### **5.8.1 Fuentes Primarias**

Son las obtenidas para una finalidad de información específica para el investigador. (Soler, 2001)

Las fuentes primarias utilizadas en la presente investigación son las siguientes:

Cuestionario a aplicar a la muestra de la población de propietarios de MiPymes en la ciudad de Tegucigalpa. Para recabar información acerca de los obstáculos en la innovación que tienen las MiPymes.

Libros: Se hicieron consultas de información en diferentes libros académicos de administración, metodología de la investigación, economía, leyes, etc.

Informes Oficiales: Se tomaron en cuenta publicaciones de organismos gubernamentales, empresas y entes internacionales, así como estadísticas a nivel macro y micro.

Documentos Web: Se consultaron en diferentes páginas web oficiales con información fidedigna para uso académico e investigativo.

Tesis: con investigaciones y estudios concernientes a las MiPymes.

### **5.8.2 Fuentes Secundarias**

Las fuentes secundarias hacen referencia a datos ya existentes y generados con otra finalidad, específica o general, distinta al problema o necesidad de información. (Soler, 2001)

Las fuentes secundarias consultadas en esta investigación son: artículos de revista y editoriales, informes de entes internacionales y datos de estadística.

## 5.9 Cronograma de Trabajo

No	Nombre de la actividad	Lugar	Descripción	Semana	L	M	M	J	V	S	D
1	PRIMERA REUNIÓN DE PROYECTO DE GRADUACIÓN	Virtual	Preguntas de Investigación	1	X						X
			Objetivo general y Objetivo específico								
			Diagrama Sagital								
2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.	Virtual	2.1 Antecedentes	2	X						X
			2.2 Planteamiento del Problema de Investigación.								
3	CAPÍTULO IV	Virtual	Consolidado Capítulos;	3	X						X
	MARCO TEÓRICO		Planteamiento del Problema				X				
			Objetivos y Marco Teórico.								
4	CAPÍTULO V METODOLOGÍA Y PROCESOS	Virtual	Consolidado Capítulos Planteamiento del Problema; Objetivos; Marco Teórico y Metodología de la Investigación.	4	X						X
5	CAPÍTULO V METODOLOGÍA Y PROCESOS	Virtual	Consolidado de los Capítulos de Planteamiento del Problema; Objetivos; Marco Teórico y Metodología y Procesos (Incluye Instrumento de Recolección de datos)	5	X						X
			Evidencia Levantamiento de Datos (Consiste en subir Encuesta Virtual)								
6	CAPÍTULO V METODOLOGÍA Y PROCESOS	Virtual	Evidencia Levantamiento de Datos (Consiste en mostrar el avance en el levantamiento de Datos)	6	X						X
7	CAPÍTULO VI RESULTADOS Y ANÁLISIS	Virtual	Consolidado de los Capítulos de Planteamiento del Problema; Objetivos; Marco Teórico; Metodología y Procesos, así como Resultados y Análisis.	7	X						X
8	CAPÍTULO VII CONCLUSIONES	Virtual	Consolidado Versión Word. Capítulos de Planteamiento del Problema; Objetivos; Marco Teórico; Metodología y Procesos, Resultados y Análisis; así como conclusiones y Recomendaciones.	8	X						X
	CAPÍTULO VIII RECOMENDACIONES										
9	AUTOEVALUACIÓN.	Virtual	Tarea 12. Informe Final (Versión PDF)	9							X
10	CONSTRUCCIÓN DE PDF FINAL	Virtual	Tarea 14. Presentación PPT	10							X
	ENSAYO DE PRESENTACIÓN ANTE LA TERNA.		Tarea 16. Calificación del Asesor de Proyecto.								

## VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS

### 6.1 Datos Generales

#### 6.1.1 Edad de la población en estudio

Tabla 6.1 Distribución de la población conforme edad

Escala	Frecuencia	Porcentaje
18-30 años	58	36.4%
31-40 años	55	34.5%
41-60 años	43	26.7%
61- en adelante	4	2.4%
Total	160	100%

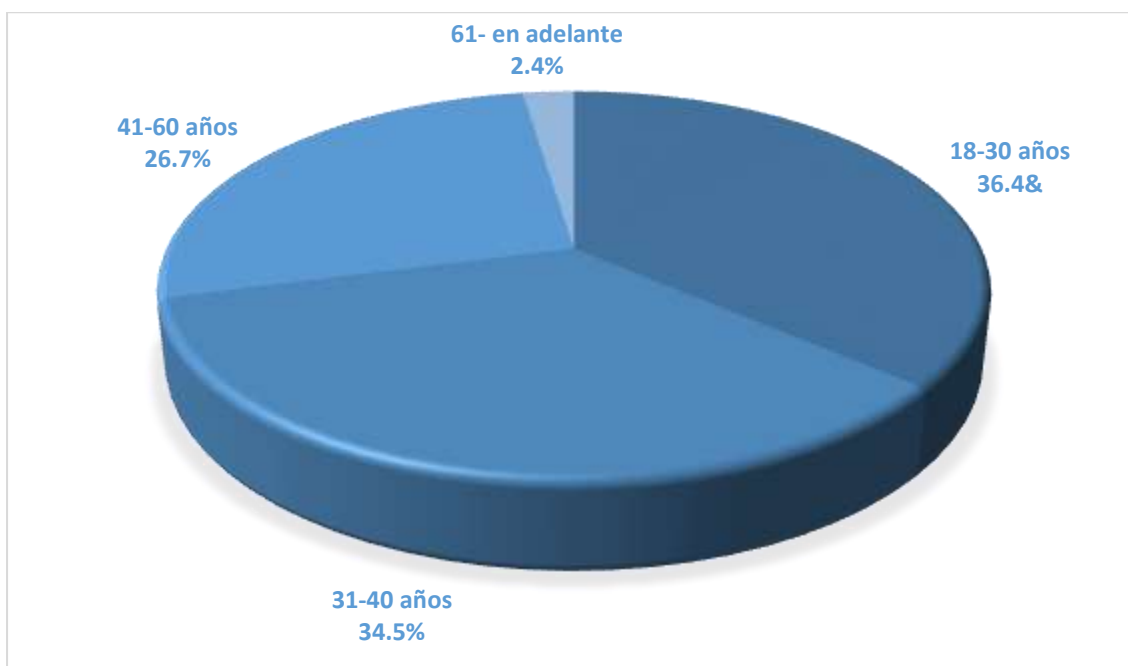


Gráfico 6.1 Datos Generales: Edad

Según se denota el segmento mayoritario lo constituyen los elementos muestrales que corresponden al rango de edad de 18 a 30 años, con un 36.4%, también es muy significativa la representatividad del segmento poblacional de 31 a 40 años; con un 34.5%; también es considerable la representatividad del segmento poblacional del 41 a 60 años, con un 26.7%

### 6.1.2 Nivel Educativo de la población en estudio

Tabla 6.2 División de la población en estudio en cuanto a nivel educativo

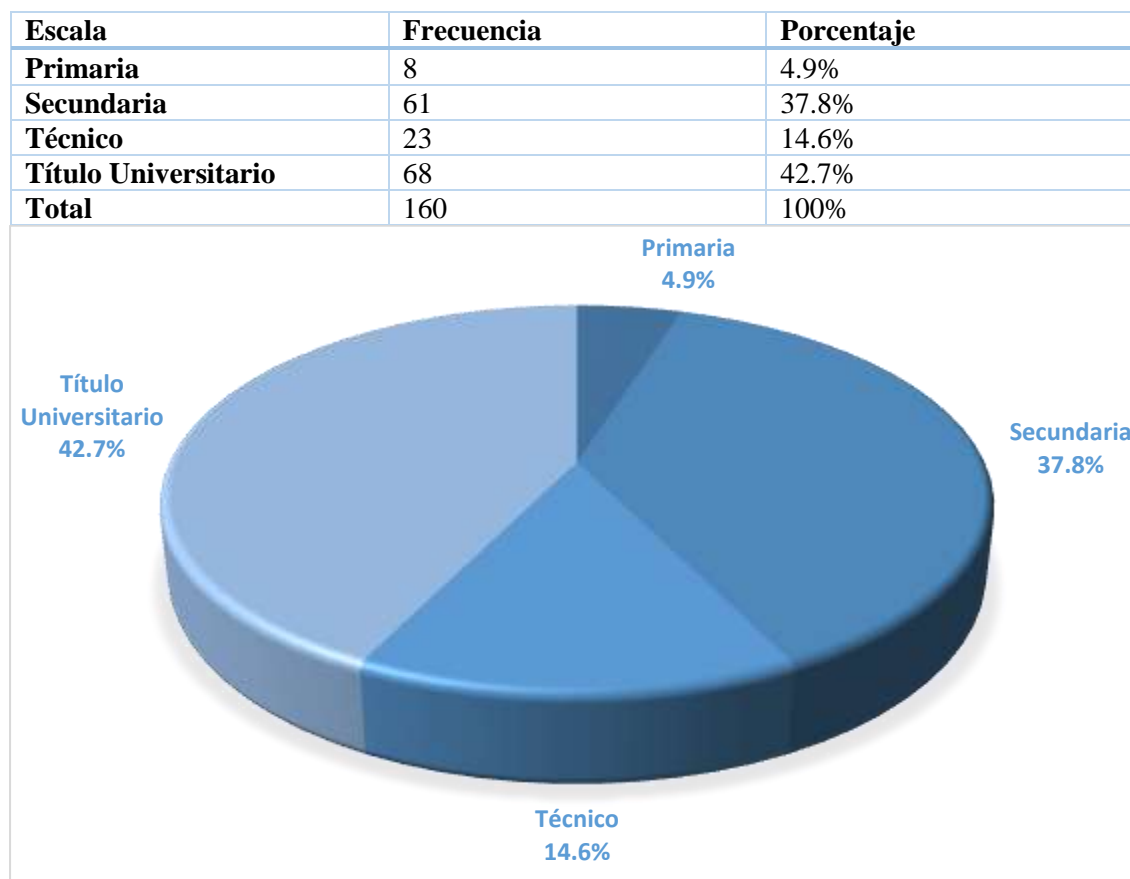


Gráfico 6.2 Datos Generales: Nivel Educativo

Se concluye que el segmento mayoritario cuenta con un título universitario con un 42.7%; mientras que los encuestados que tienen un nivel educativo primario representan el 4.9% y es el porcentaje más bajo.

### 6.1.3 Antigüedad operacional de MiPymes en Tegucigalpa para las personas encuestadas

Tabla 6.3 Repartición de antigüedad operacional MiPymes en Tegucigalpa encuestada

Escala	Frecuencia	Porcentaje
1-4 años	77	48.2%
5-8 años	48	29.9%
9- en adelante	35	21.9%
Total	160	100%

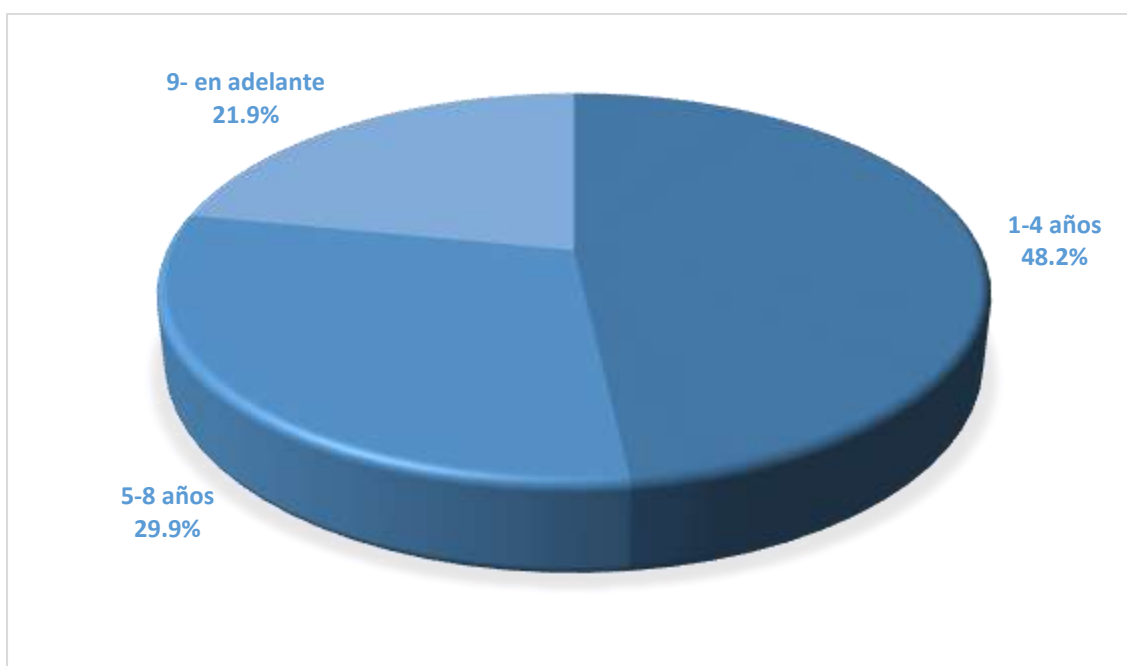


Gráfico 6.3 Datos Generales: Antigüedad Operacional

Se denota con los datos recolectados que la mayoría de las MiPymes en estudio cuentan de 1 a 4 años operando con un porcentaje de 48.2%. Mientras las más longevas son las que cuentan con un porcentaje menor del 21.9%. que son las que tienen de 9 años en adelante.

### 6.1.4 Volumen de ventas de las MiPymes en Tegucigalpa para las personas encuestadas

Tabla 6.4 Distribución del volumen de ventas de las MiPymes en Tegucigalpa encuestadas

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Baja	39	24.4%
Media	99	61.6%
Alta	22	14%

<b>Total</b>	160	100%
--------------	-----	------

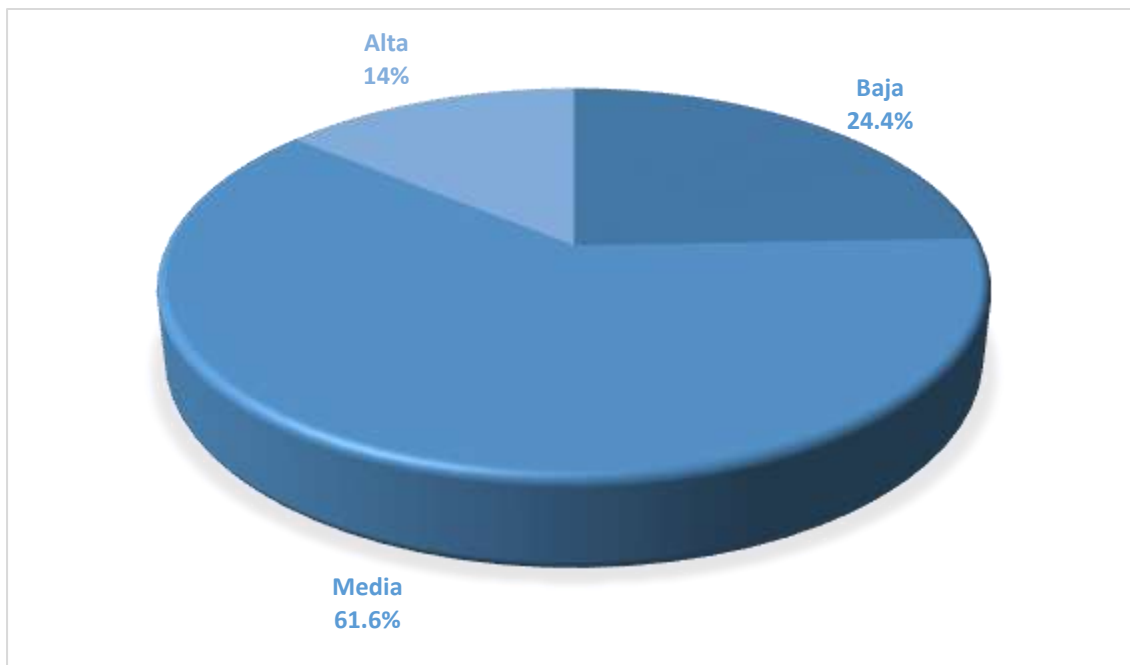


Gráfico 6.4 Datos Generales: Volumen de ventas

Se concluye que el primer lugar de los encuestados reporta un volumen medio de ventas. El segundo grupo reporta volumen alto de ventas y menos del 20% reporta baja volumen de ventas

## 6.2 Desafíos a la Innovación como Factores de Costos

### 6.2.1 Existencia a Limitantes en las Políticas para el Acceso al Crédito

Tabla 6.5 Distribución de la población en estudio en cuanto a confirmación de existencia a limitantes en las políticas para el acceso al crédito

Escala	Frecuencia	Porcentaje
<b>Totalmente de Acuerdo</b>	71	44.5%
<b>De acuerdo</b>	79	49.4%
<b>En desacuerdo</b>	7	4.1%
<b>Totalmente en Desacuerdo</b>	3	2%
<b>Total</b>	160	100%



*Gráfico 6.5* Desafíos a la Innovación como Factores de Costos: Existen Limitantes en las políticas de Acceso al Crédito

Se denota que en la mayoría de los encuestados están de acuerdo a que existen limitantes en las políticas para acceso al crédito con una representación del 49.4%; mientras que el 4.1% de los encuestados están en desacuerdo en la existencia de limitantes de lo antes mencionado.

### 6.2.2 Facilidad en el Cumplimiento con las Garantías Estipuladas por Parte del Ente

#### Financiero

*Tabla 6.6* Distribución de la población en estudio en cuanto a la confirmación de facilidad en el cumplimiento con las garantías estipuladas por parte del ente financiero

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	16	9.8%
A veces	83	51.8%
Casi siempre	42	26.8%
Siempre	19	11.6%
Total	160	100%



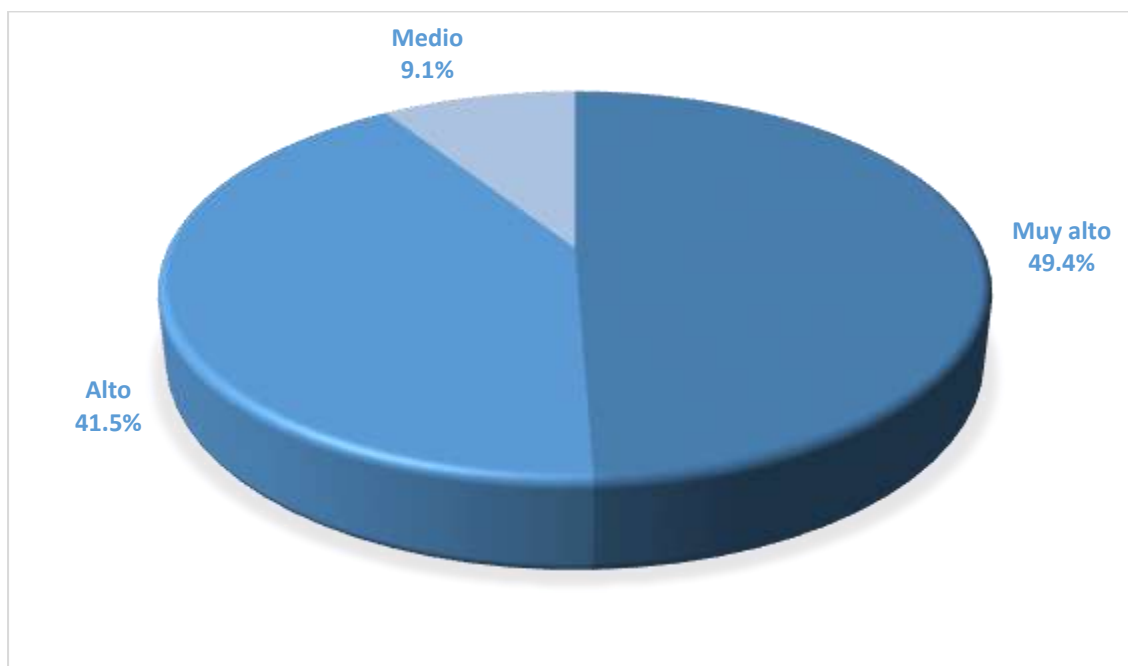
*Gráfico 6.6* Desafíos a la Innovación como Factores de Costos: Facilidad en el cumplimiento con las garantías estipuladas por parte del ente financiero

Se concluye que la mayor parte de los encuestados consideran la respuesta de que a veces se puede cumplir con las garantías estipuladas por parte del ente financiero con un 51.8% y que el 9.8% mencionan que nunca se puede cumplir.

### 6.2.3 Dificultad para Operar con un Elevado Costo de Financiamiento

*Tabla 6.7* Distribución de resultados de la población encuestada referente a dificultad para operar con un elevado costo de financiamiento

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy alto	79	49.4%
Alto	66	41.5%
Medio	15	9.1%
Total	160	100%



*Gráfico 6.7* Desafíos a la Innovación como Factores de Costos: Dificultad para Operar con un Elevado Costo de Financiamiento

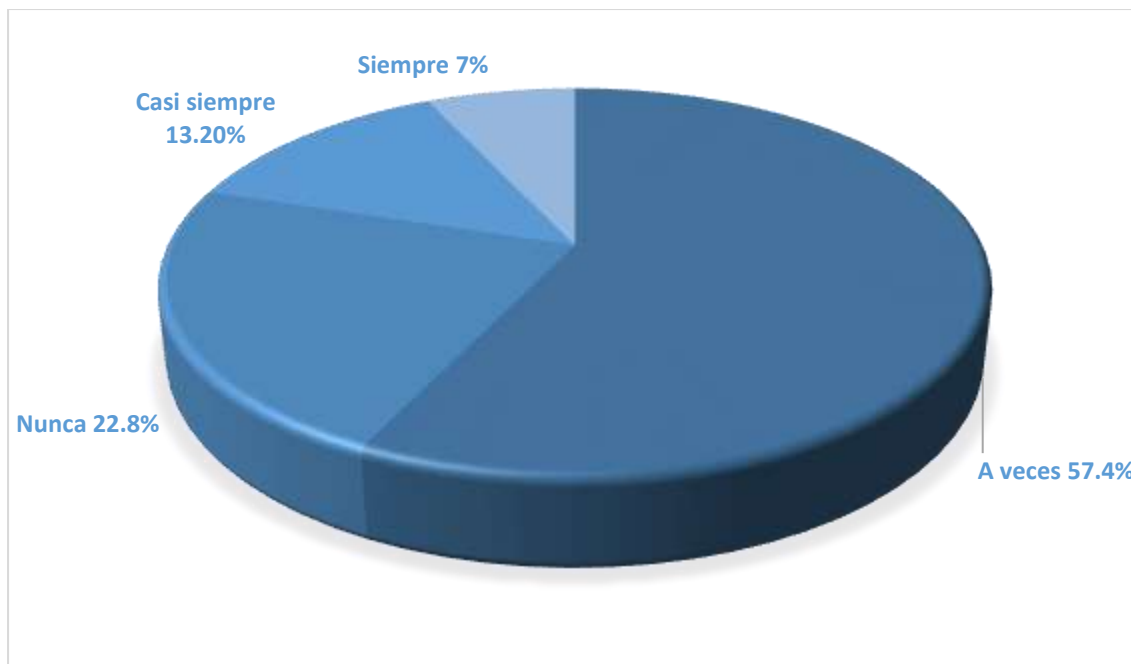
Se denota que la mayoría de la muestra encuestada concordó que es muy difícil operar con un costo elevado llegando a casi el 50% del total de la muestra. Mientras que el 9.1% de los encuestados mencionan que su dificultad es media para seguir operando con un alto costo de financiamiento.

### **6.3 Desafíos a la innovación en las MiPymes de Tegucigalpa en Factores de Mercado**

#### **6.3.1 Presenta Limitantes para acceder a la cadena de distribución**

*Tabla 6.8* Distribución de MiPymes que presentan limitaciones para acceder a la cadena de valor

<b>Escala</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>A veces</b>	92	57.40%
<b>Nunca</b>	36	22.80%
<b>Casi siempre</b>	21	13.20%
<b>Siempre</b>	11	7.00%
<b>Total</b>	160	100%



*Gráfico 6.8* Desafíos a la Innovación como Factores de Mercado: Dificultad para acceder a la cadena de distribución.

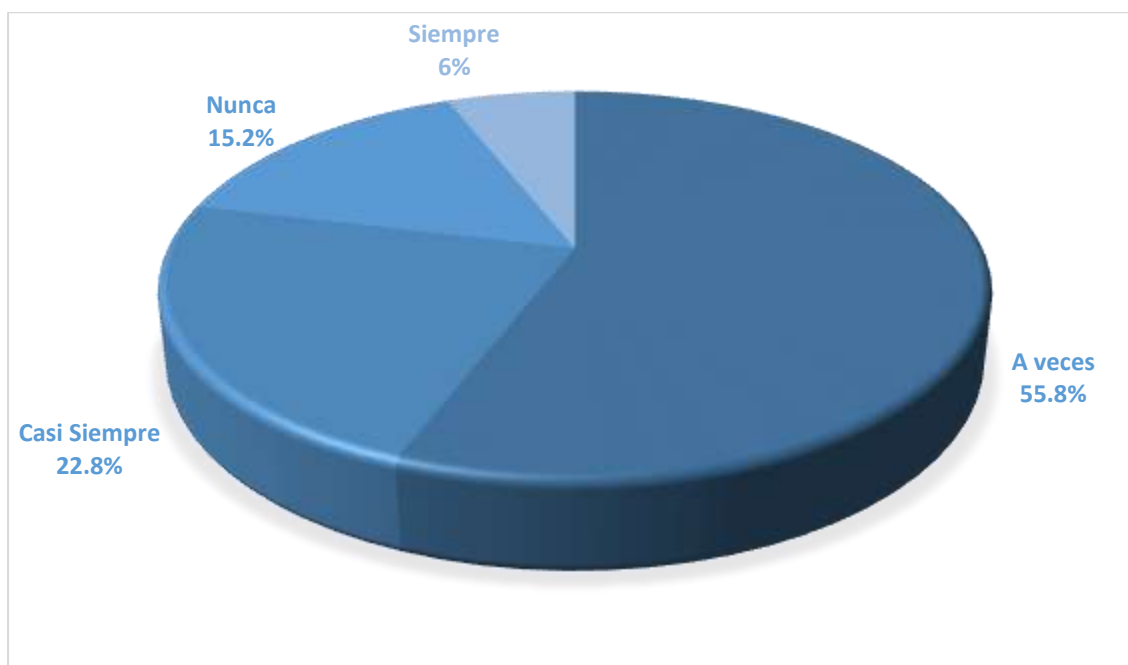
Uno de los retos más grandes de las MiPymes de Tegucigalpa es el acceso a la cadena de distribución ya que competir con empresas ya establecidas y ofrecer sus productos o servicios a Cadenas de Tiendas que exigen altos estándares tanto de calidad como licencias y permisos de ley aumenta la dificultad para este acceso. Según este estudio el 7% afirma que siempre tiene limitaciones para acceder a la cadena de distribución y como mayoría un 57.4% expone que a veces.

### 6.3.2 Presenta conflictos con las políticas de crédito que estipula los clientes

*Tabla 6.9* Distribución de MiPymes que presenta conflicto con las políticas de crédito que estipula los clientes

Escala	Frecuencia	Porcentaje
A veces	89	55.80%
Casi siempre	37	22.80%

<b>Nunca</b>	24	15.20%
<b>Siempre</b>	10	6.00%
<b>Total</b>	160	100%



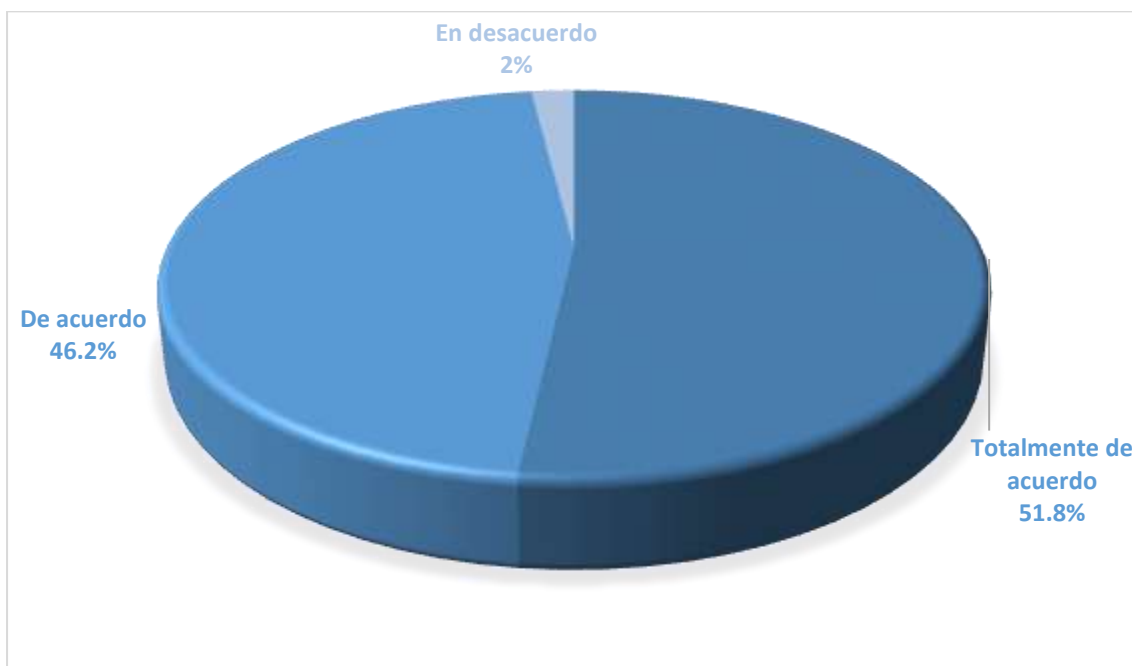
*Gráfico 6.9* Desafíos a la Innovación como Factores de Mercado: Conflictos con las políticas de crédito que estipula los clientes.

Considerando siempre los obstáculos a la innovación en las MiPymes de Tegucigalpa en el factor de mercados y específicamente a los conflictos en cuanto a las políticas de crédito que estipula los clientes, solamente el 6% de la muestra encuestada manifiesta que siempre se presenta este conflicto y el 55.8% como máximo porcentaje afirma que a veces. Reflejando esto una variación considerable en este tema, ya que siempre va a existir diferencias en las políticas de crédito exigidas por de los clientes.

### **6.3.3 Superar las dificultades de promoción como publicidad son de vital importancia**

*Tabla 6.10* Distribución de MiPymes de Tegucigalpa que consideran que superar las dificultades de promoción como de publicidad son de vital importancia

Escala	Frecuencia	Porcentaje
<b>Totalmente de acuerdo</b>	83	51.80%
<b>De acuerdo</b>	74	46.20%
<b>En desacuerdo</b>	3	2.00%
<b>Total</b>	160	100%



*Gráfico 6.10* Desafíos a la Innovación como Factores de Mercado: considerar superar las dificultades de promoción como de publicidad es de vital importancia.

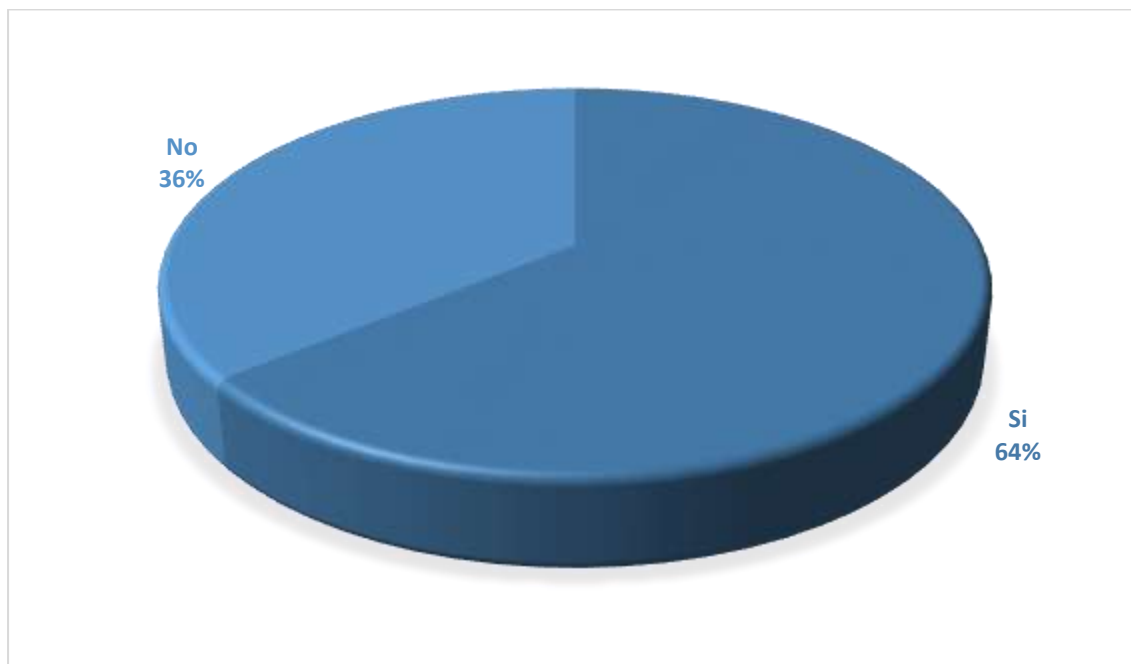
Del total de la muestra encuestada de MiPymes en Tegucigalpa el 51.8% está totalmente de acuerdo con que debe superarse las dificultades tanto de promoción como de publicidad, mientras que solamente el 2% está en desacuerdo.

## 6.4 Desafíos a la innovación en las MiPymes de Tegucigalpa en Factores Regulatorios

### 6.4.1 Situación legal de las MiPymes en Tegucigalpa

*Tabla 6.11* MiPymes inscritas

Escala	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	102	64.0%
<b>No</b>	58	36.0%
<b>Total</b>	160	100%



*Gráfico 6.11* Desafíos a la Innovación como Factores Regulatorios: Situación legal de las MiPymes en Tegucigalpa.

La falta de financiamiento, los largos y costosos procesos para legalizar una MiPymes, imposición de la carga regulatoria son algunos de los motivos por los que los factores regulatorios son uno de los obstáculos para el 36% de las MiPymes mejoren su situación legal.

#### **6.4.2 Desafíos para constituirse**

*Tabla 6.12* Inconvenientes

<b>Escala.</b>	<b>Frecuencia.</b>	<b>Porcentajes.</b>
Impuestos.	52	32.5%
Altos costos para inscribirse.	33	20.8%
Tramites muy complejos.	75	46.7%
Total	160	100%

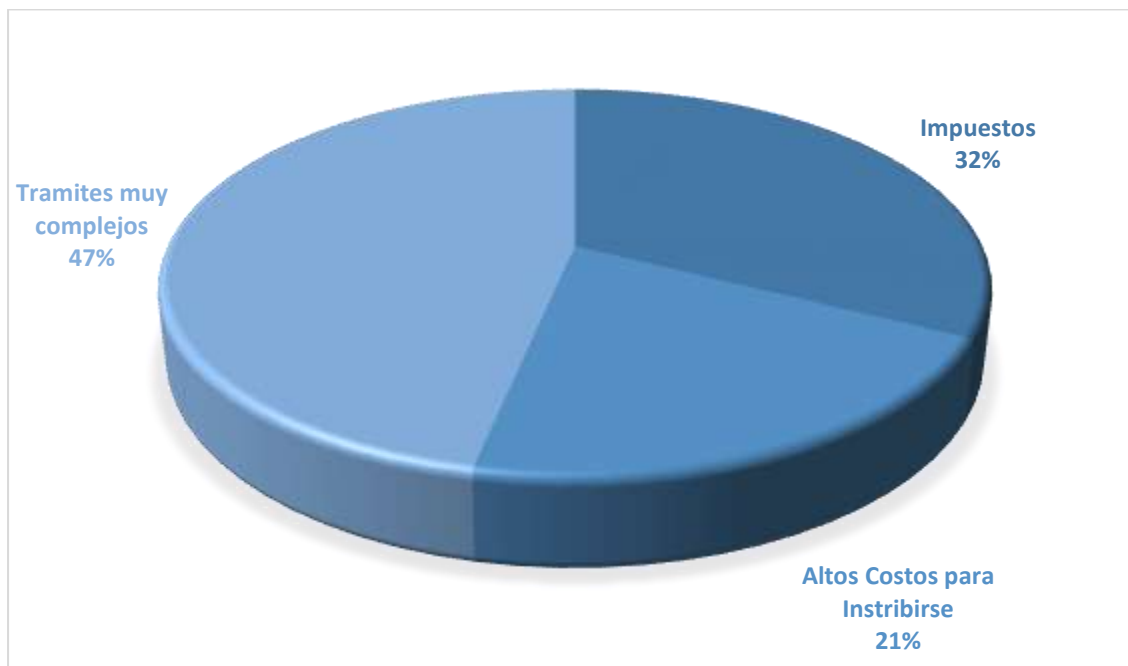


Gráfico 6.12 Desafíos a la Innovación como Factores de Regulatorios: Obstáculos que presentan las MiPymes para constituirse.

Mediante los resultados recolectados en la investigación se muestra que los tramites son muy complejos al momento de la inscripción para las MiPymes, esto incluye tramites lentos, difíciles y costosos.

## 6.5 Desafíos a la innovación en las MiPymes de Tegucigalpa en Factores de Conocimiento

### 6.5.1 Conocimiento Importancia de la cultura organizacional para el funcionamiento de las MiPymes en Tegucigalpa.

Tabla 6.13 Funcionamiento benigno de las MiPymes en Tegucigalpa

Escala.	Frecuencia.	Porcentaje.
Totalmente de acuerdo.	81	50.8%
De acuerdo.	69	43.1%
En desacuerdo.	8	5.1%
Totalmente de desacuerdo.	2	1.0%
Total	160	100%



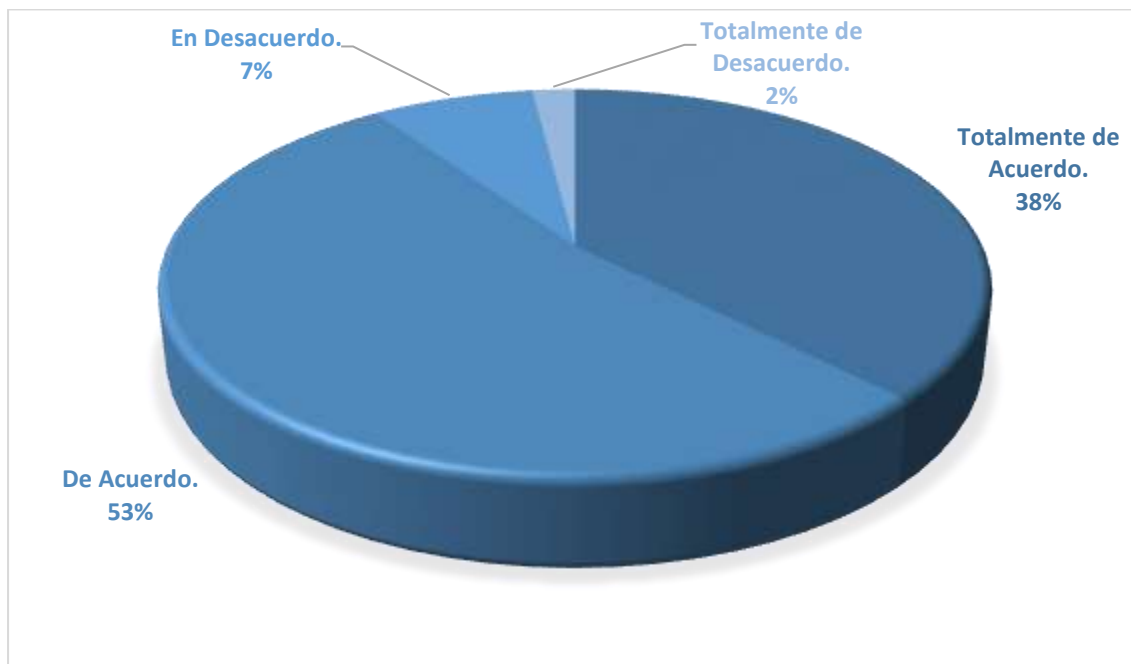
Gráfico 6.13 Cultura organizacional benigna.

Conforme al recuento de los datos obtenidos, el gráfico refleja que se requiere de existir mayor empatía, que se debe invertir en el fomento de este tema dentro de las MiPymes.

### 6.5.2 Importancia de las capacitaciones para las MiPymes en Tegucigalpa

Tabla 6.14 Mejor rendimiento del capital humano capacitado

Escala.	Frecuencia.	Porcentaje.
Totalmente de acuerdo.	60	37.6%
De acuerdo.	85	52.8%
En desacuerdo.	12	7.6%
Totalmente de desacuerdo.	3	2.0%
Total	160	100



*Gráfico 6.14* Capital Humano Capacitado

Un desafío para la capacitación del capital humano es la disposición de espacios, y el costo que genera gestionar los procesos formativos, estos son algunos de los motivos por los que las MiPymes deciden no aplicar esta importante herramienta.

## VII. CONCLUSIONES

1. Todos los costos directos e indirectos que influyen a las MiPymes deben ser supervisados con mucha atención cuando se trata de establecer un sistema primario de acumulación de costos para bienes y servicios, ya que, en cuanto a desafíos, el factor costos se refiere al valor elevado de innovar, a la falta de recursos propios, a que las MiPymes asume la innovación como un riesgo excesivo.
2. Los principales desafíos para la innovación en cuanto a factores de mercado que consideran las MiPymes en Tegucigalpa para dirigirse a sus clientes son los estudios preliminares de mercado y el de otorgar servicios o productos en cuanto al beneficio de los clientes.
3. Las principales causas que afectan a las MiPymes en Tegucigalpa en cuanto a factores regulatorios son la carga tributaria y los tramites complejos, mismos que dificultan la inscripción formal y por lo tanto el desarrollo de la MiPymes.
4. La falta de compromiso de capacitar al personal es un desafío inmenso para que las MiPymes en Tegucigalpa brinden servicios o productos con alto estándar de calidad. Al igual que la falta de enfoque en programas de formación de MiPymes provoquen que las mismas no saquen el mayor provecho de los recursos que disponen.

## VIII. RECOMENDACIONES

1. Con respecto a los costos fijos que afectan directamente a la rentabilidad de las MiPymes, se recomienda buscar constantemente la reducción de estos costos, tener una visión clara de la meta deseada puede ayudar a la motivación de la búsqueda de locales con mayor accesibilidad que ayuda al incremento de la cartera de nuevos clientes y esto tenga como resultado mayores ganancias, así como buscar el compromiso de los empleados en áreas de ahorro.
2. Respecto a los desafíos de innovación en cuanto al factor de mercado de las MiPymes en Tegucigalpa se recomienda aplicar una campaña publicitaria para llegar a nuevos clientes, desarrollar productos o servicios según la necesidad de un mercado meta, así como realizar estudios preliminares a clientes potenciales.
3. En relación con los factores regulatorios se recomienda realizar trámites más ágiles a través de programas tecnológicos que lo permita, ayudando a las MiPymes en su desarrollo, así incentivar a la inscripción de un gran porcentaje de MiPymes que no están registradas.
4. Son muchos los desafíos que enfrenta las MiPymes en Tegucigalpa, pero para evitar que fracasen es necesario que se proceda a una buena planeación / capacitación e invertir en una investigación de mercado eficaz

## IX. PROPUESTA

Tabla 9.1 Propuesta

Variable	Preguntas	Objetivo	Conclusión	Recomendación	Estrategia
Factores de Costos	¿Cómo se pueden describir los Desafíos referentes a los factores de costos que impiden la innovación en las MiPymes de Tegucigalpa?	Describir los factores de costos que impiden la innovación en las MYPIMES de Tegucigalpa.	Todos los costos directos e indirectos que influyen a las MiPymes deben ser supervisados con mucha atención cuando se trata de establecer un sistema primario de acumulación de costos para bienes y servicios, ya que, en cuanto a los obstáculos, el factor costos se refiere al valor elevado de innovar, a la falta de recursos propios, a que las MiPymes asume la innovación como un riesgo excesivo.	Con respecto a los costos fijos que afectan directamente a la rentabilidad de las MiPymes, se recomienda buscar constantemente la reducción de estos costos, que es una limitante en la innovación, la falta de recursos impide la búsqueda de locales con mayor accesibilidad resultando el incremento de ganancias, así como buscar el compromiso de los empleados ayudando al ahorro de los servicios básicos, como al ahorro de energía apagando la luz cuando no sea necesaria o realizar ciclos de producción que ayude a ahorro de los mismos.	Optar por programas de capacitación gratuitas virtuales o presenciales que brindan Instituciones tales como INFOP, Cámara de Comercio de Tegucigalpa, entre otros, para la promoción de la innovación y tecnología las que contribuyan en el desarrollo de sistemas, procesos, productos y servicios con el fin de incrementar su competitividad.

<i>Continuación de la tabla 9.1</i>					
<b>Variable</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Conclusión</b>	<b>Recomendación</b>	<b>Estrategia</b>
Factores de Mercado	¿Cuáles son los desafíos a las actividades de innovación hechas por las MiPymes de Tegucigalpa en cuanto a los factores de mercado?	Describir los desafíos que enfrentan las MiPymes de Tegucigalpa en cuanto a las actividades de innovación referente a factores de Mercado.	1. Los principales desafíos para la innovación en cuanto a factores de mercado que consideran las MiPymes en Tegucigalpa para dirigirse a sus clientes son los estudios preliminares de mercado y el de otorgar servicios o productos en cuanto al beneficio de los clientes.	<u>Se</u> recomienda aplicar una campaña publicitaria para llegar a nuevos clientes, desarrollar productos o servicios según la necesidad de un mercado meta, así como realizar estudios preliminares a clientes potenciales.	Elaborar un plan para fortalecer el estudio de mercados, clientes y los productos o servicios en pro siempre de la innovación
Factores Regulatorios	¿Cuáles son los principales desafíos para la innovación en el contexto de las MiPymes en Tegucigalpa, en lo referente a factores regulatorios?	Describir los desafíos para la innovación en el contexto de las MYPIMES de Tegucigalpa referente a Factores Regulatorios.	1. Las principales causas que afectan a las MiPymes en Tegucigalpa en cuanto a factores regulatorios son la carga tributaria y los trámites complejos, mismos que obstaculizan la inscripción formal y por lo tanto el desarrollo de la MiPymes.	En relación con los factores regulatorios se recomienda realizar trámites más ágiles a través de programas tecnológicos que lo permita, ayudando a las MiPymes en su desarrollo.	Buscar asesoría en entes encargados para legalizar la implementación de innovación tanto en procesos, productos y servicios.

<i>Continuación de la tabla 9.1</i>					
<b>Variable</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Conclusión</b>	<b>Recomendación</b>	<b>Estrategia</b>
Factores de Conocimiento	¿Cuáles son los desafíos que afronta las MiPymes de Tegucigalpa para desarrollar las actividades de innovación alusivo a los factores de conocimiento?	Describir los desafíos que afrontan las MYPIMES de Tegucigalpa para innovar en cuanto a factores de Conocimiento.	1. La falta de compromiso de capacitar al personal es un obstáculo inmenso para que las MiPymes en Tegucigalpa brinden servicios y productos con alto estándar de calidad. Al igual que la falta de enfoque en programas de formación de MiPymes provoquen que las mismas no saquen el mayor provecho de los recursos que disponen.	Se recomienda el desarrollo de una cultura organizacional en donde se empodere a los empleados estableciendo los valores y la visión de la empresa.	Gestionar plan de capacitaciones y cursos con entes encargados que contribuyan al desarrollo de conocimientos, habilidades gerenciales y competencias de los recursos humanos en pro de la innovación.

**Tabla 9.2 Oferta de Cursos virtuales y presenciales gratuitos Instituto Nacional de Formación Profesional INFOP**

Nombre del Curso	Competencias	Duración
Introducción a la alfabetización digital	1. Conocer los procesos de alfabetización digital, los distintos sistemas operativos y definir que son las TICs sus ventajas, desventajas y algunos ejemplos. 2. Promover el desarrollo de competencias para la búsqueda, análisis, organización y almacenamiento de la información digital. 3. Conocer y comprender los modos de comunicación en entornos digitales, redes sociales y espacio de almacenamiento de archivos.	40 horas distribuido en 4 Semanas
Técnica en ventas	Este curso está orientado a aprovechar efectivamente los recursos empresariales relacionados a la venta y comercialización de los productos, buscando alcanzar los objetivos de manera efectiva, ejerciendo ventas efectivas proyectadas a la superación de las expectativas de los clientes.	20 horas
Contabilidad básica 1 para no contadores	Elaborar los estados financieros como ser el Estado de Situación Financiera (Balance) y el Estado de Resultados fundamentados en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF's).	20 horas distribuido en 2 Semanas
Administración Financiera	1. Definir la importancia de la información contable en la administración de una empresa. 2. Identificar los diferentes registros que son necesarios e importantes en la empresa. 3. Establecer la importancia de registrar las operaciones diarias que realizan los negocios.	20 horas distribuido en 2 Semanas
Mercadeo Básico para microempresarios	Aplicar en su empresa, herramientas que les permitan satisfacer de manera adecuada las necesidades de sus clientes y de tener la capacidad de elaborar un plan de mercadeo según las estrategias en mercadotecnia.	20 horas
Reingeniería Organizacional	Implementar un proceso de reingeniería aplicando cada una de las etapas que este comprende.	20 horas
Coaching Empresarial	Identificar los fundamentos, metodologías y herramientas aplicadas en el coaching empresarial para el desarrollo del talento humano de una empresa.	20 horas
Administración del tiempo	Este tutorial intenta dar a conocer las herramientas que pueden apoyar al correcto uso del tiempo, está enfocado a la "Administración del tiempo" como a una aplicación administrativa de producción.	20 horas distribuido en 2 Semanas
Investigación de Mercados		
Liderazgo	Al finalizar el módulo los y las participantes serán capaces de aplicar las teorías básicas del liderazgo para fomentar la cooperación, la buena comunicación y el ejercicio de la autoridad.	40 horas distribuido en 4 Semanas
Presupuesto	Al finalizar el módulo los participantes serán capaces de aplicar los conocimientos básicos de planificación y elaboración del presupuesto general de la empresa.	20 horas
Marketing	1. Analizar la importancia de la función de MERCADEO en la pequeña empresa. 2. Identificar los diferentes elementos que intervienen en la administración eficiente de las ventas.	20 horas
Contabilidad Básica	Al finalizar el curso el/la participante será capaz de: - Elaborar los estados financieros como ser el Estado de Situación Financiera (Balance) y el Estado de Resultados fundamentados en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF's).	20 horas
Finanzas y Costos para PYMES	Al finalizar el curso el/la participante: - Podrá elaborar estados financieros, costos y gastos relacionados con su empresa, obteniendo conocimientos que lo llevarán a impulsar el éxito empresarial.	20 horas

<i>Continuación de la tabla 9.2</i>		
Relaciones Interpersonales	Desarrolla destrezas para optimizar la autoestima, las habilidades interpersonales, comunicación, liderazgo, control de reacciones tradicionales, malos entendidos, los miedos frente a las situaciones de autoritarismo, logro del respeto, manejo de la competencia, y se mecanicen conductas adecuadas, respetando el “ser” propio y construyendo un “hacer” muy eficaz.	40 horas distribuido en 4 Semanas
Espíritu Emprendedor	Complementar las competencias técnicas de instructoras e instructores, a través de su intervención como promotores del espíritu emprendedor de hombres y mujeres jóvenes que se capacitan en las diferentes áreas de formación para el trabajo.	40 horas distribuido en 4 Semanas
Gestión de Talento Humano	1. Ayudar a la organización a alcanzar sus objetivos y a realizar su misión. 2. Proporcionar competitividad a la organización. 3. Proporcionar a la organización personas bien entrenadas y motivadas. 4. Aumentar la autoactualización y la satisfacción de las personas en el trabajo. 5. Desarrollar y mantener la calidad de vida en el trabajo. 6. Administrar e impulsar el cambio. 7. Mantener políticas éticas y comportamiento socialmente responsable. 8. Construir la mejor empresa y el mejor equipo	40 horas distribuido en 4 Semanas
Etica Profesional		
Servicio de Calidad al cliente		
Trabajo en equipo	Participar positivamente en los equipos de trabajo al comprender la función del trabajo en equipo, los condicionantes de su rendimiento y los factores que determinan su éxito.	20 horas distribuido en 2 Semanas
Publicidad creativa	Conocer los principios básicos para realizar actividades publicitarias de forma eficiente y creativa.	20 horas distribuido en 2 Semanas
Ms Excel Estadístico	Utilizar Excel para realizar, análisis de datos, histogramas, cálculos estadísticos, entre estos, medidas de tendencia central, medidas de posición no central, varianza, covarianza, pronósticos, coeficiente de correlación, desviación estándar, cálculo del error típico, habilitar y utilizar herramientas de Excel para el análisis descriptivo de datos.	20 horas distribuido en 2 Semanas
Ms Word 2019	Ejecutar procesos básicos de Word para elaboración de documentos de texto.	20 horas distribuido en 2 Semanas
Ms. Excel Básico	Aplicar las herramientas básicas de Excel y establecer estrategias de control, organización y registro de datos e información.	20 horas distribuido en 2 Semanas
Excel intermedio	Aplicar las herramientas avanzadas de Excel y establecer comprensión del recurso humano en su administración.	20 horas distribuido en 2 Semanas
Redes sociales para negocios	Este curso presentará los conceptos básicos relacionados con la presencia en la web y específicamente los que tienen que ver con el uso de las redes sociales para las empresas.	40 horas distribuido en 4 Semanas
Deberes y derechos laborales	El objetivo general de este curso, es proporcionarle de manera teórica y práctica conocimientos básicos en Materia Laboral, así como, algunas de las principales regulaciones establecidas en el Código de Trabajo para las relaciones laborales, cuya aplicación le permitirán mejorar su desempeño en cualquiera de los roles en que tenga que desempeñarse (trabajador-a o patrono)	20 horas distribuido en 2 Semanas
Actitud positiva con inteligencia emocional	Al finalizar el curso, los y las participantes serán capaces de: Aplicar los conocimientos básicos necesarios para conocerse a sí mismos y desarrollar su inteligencia emocional, con el fin de implementar una actitud positiva con mayor efectividad y productividad.	40 horas distribuido en 4 Semanas
Motivación al trabajo	Definir algunos fundamentos de motivación y su aplicación en el desarrollo personal y de la empresa	40 horas distribuido en 4 Semanas

Fuente: INFOP.HN

## Bibliografía

Amaya, O. (2015). Situaciones de las MIPYMEs en Honduras, retos y oportunidades. Portal de ciencia, 5, 87 -97 UNAH. Obtenido de <https://doi.org/10.5377/pc.v5i0.1855>

Análisis de estrategias y obstáculos de la innovación en las MiPymes Obtenido de <http://ru.iiec.unam.mx> › 3-076-Sepulveda-Federic... por CO Sepúlveda Moreno · 2020  
 “Análisis de las oportunidades y desafíos de la implementación de Centros MIPYMEs en exportación para el desarrollo de la competitividad internacional de MIPYMEs de la agroindustria (2018)”  
 Obtenido de <https://bibliotecaunapec.blob.core.windows.net> › ...

Chacón, F. (2015). Indicadores Internacionales de desarrollo: seguimiento e interpretación para Costa Rica. Observación de desarrollo, Universidad de Costa Rica (UCR). Índice de competitividad global. Obtenido de:  
[https://odd.ucr.ac.cr/sites/default/files/indicadores\\_internacionales\\_de\\_desarrollo/2015/aplicación/paf/serie\\_iid\\_03\\_icg.pdf](https://odd.ucr.ac.cr/sites/default/files/indicadores_internacionales_de_desarrollo/2015/aplicación/paf/serie_iid_03_icg.pdf)

Centroamericana, S. d. (9 de septiembre de 2013). Sistema de la Integración Centroamericana. Obtenido de Sistema de la Integración Centroamericana:  
<file:///D:/Users/Adalid/Downloads/Sistema%20Regional%20de%20Informacion%20MIPYME%20de%20Centroamerica%20y%20Republica%20Dominicana-1.pdf>

Ccomercio, S. d. (15 de mayo de 2008). SICE. Obtenido de SICE:  
[http://www.sice.oas.org/SME\\_CH/HND/Estrategia\\_Politica\\_Nacional\\_Fomento\\_Desarrollo\\_Competitividad\\_MIPYMEs\\_s.pdf](http://www.sice.oas.org/SME_CH/HND/Estrategia_Politica_Nacional_Fomento_Desarrollo_Competitividad_MIPYMEs_s.pdf)

Decreto Ejecutivo N° PCM 05-2015. La Gaceta. Diario Oficial de la República Honduras, Tegucigalpa, Honduras, 3 de marzo de 2015.

Decreto N° 145-2018. La Gaceta. Diario Oficial de la República Honduras, Tegucigalpa, Honduras, 28 de noviembre de 2018.

FEM (2019). The Global Competitiveness Index 2019. Foro Económico Mundial, Obtenido de: [www3.weforum.org/docs/WEF\\_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf)

García, M. T. (2003). El Cuestionario como Instrumento de Investigación/Evaluación. Recuperado de [http://www.univsantana.com/sociologia/El\\_Cuestionario.pdf](http://www.univsantana.com/sociologia/El_Cuestionario.pdf)

Heijs, J. (2018). competitividad nacional empresarial versus innovación. Revista CEA, 9-11.

Sampieri, H. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill.

Hernández . (2014). Metodología de la Investigación. Mexico: McGrawHill.

Heijs, J. (2018). Competitividad nacional empresarial versus innovación. Revista CEA, 4(7), 9- (Heijs, 2018)

Huete, M. F. F. (2021). Desarrollo de un sistema integral de matrices del entorno de Marketing para la toma de decisiones y el aporte del crecimiento de la Pequeña y Mediana Empresa (PYMES) en la región de Tegucigalpa, Honduras. Project Design and Management, 3(1).

Kerkhoff, F. (2012). Honduras, competitividad de las mipymes. Tegucigalpa. Honduras, competitividad de las MIPYMES. Tegucigalpa.

Lam, A. (2011). Organizaciones innovadoras: estructura, aprendizaje y adaptación. Fundación BBVA, Innovación. Perspectiva del siglo XXI, España, Fundación BBVA, 163-177.

Maldonado, J. (2017). Comportamiento, desarrollo y cambio organizacional. Universidad Nacional Autónoma de Honduras. Honduras.

Ortega, A. O. (2018). Enfoques de investigación. Métodos para el diseño urbano–Arquitectónico.

Ramos, K. (12 de Octubre de 1997). Glosario EIV. Obtenido de Glosario EIV: <https://sites.google.com/site/glosarioeiv/glosario-2/unidad-de-analisis>

Soler (2001) Investigación de Mercados

Recuperado de  
[https://books.google.com.ec/books/about/Investigaci%C3%B3n\\_de\\_mercados.html?id=4uL5o8ew2LkC](https://books.google.com.ec/books/about/Investigaci%C3%B3n_de_mercados.html?id=4uL5o8ew2LkC)

Valerio Gioia, A. (2018). Cooperación internacional para el desarrollo de capacidades, innovación y buenas prácticas en la formación superior para las Empresas en Honduras.

Ariadna Ivette, 04 de agosto, 2020

*Políticas regulatorias*. Economipedia.com

Autores: Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2008. Actualizado: 2012.

Definiciones: Definición de mercado (<https://definicion.de/mercado/>)

[https://www.euroinnova.hn/blog/que-es-un-costo-por-](https://www.euroinnova.hn/blog/que-es-un-costo-por-proceso#:~:text=Costes%20por%20proceso-)

[proceso#:~:text=Costes%20por%20proceso-](https://www.euroinnova.hn/blog/que-es-un-costo-por-proceso#:~:text=Costes%20por%20proceso-)

[,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20costo%20por%20proceso%3F,departament](https://www.euroinnova.hn/blog/que-es-un-costo-por-proceso#:~:text=Costes%20por%20proceso-)  
[o%20y%20centro%20de%20costos.](https://www.euroinnova.hn/blog/que-es-un-costo-por-proceso#:~:text=Costes%20por%20proceso-)

Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño

Barreras de Innovación en pymes: Una Aproximación a Traves de una Revisión Sistemática de Literatura

Benavides Pupiales\_ Luis Eduardo, Bolaños Delgado\_ Sandra Lucía, 2020

## X. ANEXOS

### 10.1 Anexo 1: Cuestionario de Investigación



Centro Universitario Tecnológico CEUTEC

Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales

Las presentes encuestas tienen como finalidad estrictamente para desarrollo académico sobre los principales obstáculos para la innovación que afronta las MiPymes de Tegucigalpa. Solicitando respetuosamente llenar el formulario con sinceridad. Recalcando que la información adquirida se maneja de manera anónima

<b>Datos Generales</b>			
<b>1.1 ¿Cuál es su edad?</b>			
<input type="checkbox"/> 18-30	<input type="checkbox"/> 31-40	<input type="checkbox"/> 41-60	<input type="checkbox"/> 61 en adelante
<b>1.2 ¿Cuál es su nivel educativo?</b>			
<input type="checkbox"/> Primaria	<input type="checkbox"/> Secundaria	<input type="checkbox"/> Técnico	<input type="checkbox"/> Título Universitario
<b>1.3 ¿Cuál es la antigüedad de operación de su negocio?</b>			
<input type="checkbox"/> 1-4 años	<input type="checkbox"/> 5-8 años	<input type="checkbox"/> 9 años en adelante	
<b>1.4 ¿Cuál es su nivel de clientela desde que inició su empresa?</b>			
<input type="checkbox"/> Bajo	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Alto	
<b>1.5 ¿Cuenta con personal suficiente para la demanda?</b>			
<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo	
<b>Variable Independiente: Desafíos a la innovación como Factores de Costos</b>			

**1.6 ¿Existen limitantes (monto, plazo corto, tasa de interés alta) en las políticas que no le permiten acceder al crédito por los entes?**

Totalmente de acuerdo     De acuerdo     En desacuerdo     Totalmente en desacuerdo

**1.7 ¿Puede cumplir con las garantías estipuladas por parte del ente financiero?**

Nunca     A veces     Casi siempre     Siempre

**1.8 Que tan difícil es operar con un elevado costo de financiamiento?**

Muy alto     Alto     Medio

**Variable Independiente: Desafíos a la innovación como Factores de Mercado**

**1.9 ¿Presenta limitantes para acceder a la cadena de distribución?**

Nunca     A veces     Casi siempre     Siempre

**¿Presenta conflictos con las políticas de crédito que estipula los clientes?**

Nunca     A veces     Casi siempre     Siempre

**1.10 ¿Considerar superar las dificultades de promoción como publicidad son de vital importancia?**

Totalmente de acuerdo     De acuerdo     En desacuerdo

**Variable Independiente: Obstáculo a la innovación como Factores de Regulatorio**

**1.11 ¿Su empresa esta formalmente inscrita?**

Si     No

**1.12 ¿Qué dificultades presento para constituirse?**

Impuestos     Altos costos para inscribirse     Tramites muy complejos

**Variable Independiente: Desafíos a la innovación como Factores de Conocimiento**

**1.13 ¿Se requiere una cultura organizacional benigno para que funcione las MiPymes?**

Totalmente de acuerdo    De acuerdo    En desacuerdo    Totalmente en desacuerdo

**1.14 ¿El capital humano brinda resultados eficientes mediante las capacitaciones realizadas?**

Totalmente de acuerdo    De acuerdo    En desacuerdo    Totalmente en desacuerdo