



**FACULTAD DE POSTGRADO**

**TESIS DE POSTGRADO  
EMPLEABILIDAD EN COLONIAS URBANO-MARGINALES  
ALEDAÑAS A UNITEC**

**SUSTENTADO POR:  
ALEJANDRA DANIELA ROMERO LANZA  
JESSICA LIZETH MEDINA MEJIA**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:  
MÁSTER EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**TEGUCIGALPA, M.D.C.**

**HONDURAS, C.A.**

**JULIO, 2012**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**UNITEC**

**FACULTAD DE POSTGRADO**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR**

**LUIS ORLANDO ZELAYA MEDRANO**

**SECRETARIO GENERAL**

**JOSÉ LÉSTER LÓPEZ PINEL**

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

**MARLON ANTONIO BREVE REYES**

**DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO**

**JEFFREY LANSDALE**

**EMPLEABILIDAD EN COLONIAS URBANO-MARGINALES  
ALEDAÑAS A UNITEC**

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

**MÁSTER EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**ASESOR METODOLÓGICO  
MARLON ANTONIO BREVÉ REYES**

**ASESOR TEMÁTICO  
CARLOMAGNO AMAYA**

**MIEMBROS DE LA TERNA  
FREDES VASQUEZ  
ALEXANDER CABRERA  
MARIEL RIVERA**



## **EMPLEABILIDAD EN LAS COLONIAS URBANO-MARGINALES ALEDAÑAS A UNITEC**

### **AUTORES:**

Alejandra Daniela Romero Lanza & Jessica Lizeth Medina Mejía

### **RESUMEN**

Hablar de pobreza es referirse a uno de los mayores retos de los líderes de los países a nivel mundial, los índices de esta variable se ven afectado año a año por múltiples factores alrededor del planeta, uno de ellos es la carencia de oportunidades de acceso a empleos dignos para sus habitantes. Este proyecto se centro en obtener las principales opciones de empleabilidad para los jóvenes de 4 colonias aledañas a UNITEC campus Tegucigalpa y fueron Residencial Honduras, Los Pinos, Aldea El Tablón y Villanueva.

La metodología utilizada para la elaboración de esta investigación tuvo un enfoque CUAN/cual por lo que para la recolección de la información se utilizaron principalmente encuestas y entrevistas. Los principales hallazgos demostraron que la zona cuenta con abundantes redes de apoyo que colaboraron con la introducción del proyecto a los habitantes, por otro lado se encontró que el rubro que tiene mayor incidencia en estas comunidades es el referido a micro y pequeña empresa de las cuales la gran mayoría son mercaditos y pulperías, estas no demandan mano de obra para contratar, al contrario la mediana y grandes empresas que expresan su disponibilidad e interés en la contratación de jóvenes, por otro lado se encontró que los principales productos que demanda la zona son los referidos a comestibles, tanto como para el abastecimiento de negocios como para la comunidad.



## **EMPLOYABILITY IN THE COLONIES BORDERING UNITEC**

### **AUTHORS:**

Alejandra Daniela Romero Lanza & Jessica Lizeth Medina Mejía

### **ABSTRACT**

Speaking of poverty is to refer to one of the biggest challenges for leaders of countries worldwide, these variable rates are affected every year by many factors around the world, one of them is the lack of access opportunities decent jobs for its inhabitants. This project was focused on getting the main options for youth employability 4 colonies bordering UNITEC, and were the Residencial Honduras, Los Pinos, Aldea El Tablon and Villanueva.

The methodology used for the preparation of this research was a focus CUAN/cual so for the collection of information is primarily used surveys and interviews. The main findings showed that the area has abundant support networks that collaborated with the introduction of the project to residents, on the other hand it was found that the item that is more prevalent in these communities is the question of micro and small enterprises which the vast majority are small markets and grocery stores, these do not demand to hire labor, unlike the medium and large companies that expressed their willingness and interest in the recruitment of young, on the other hand it was found that the main products demand in the area are those related to food, how much torque the supply business and the community.

# INDICE

## **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.2. ANTECEDENTES	1
1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	3
1.3.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA	3
1.3.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.4. OBJETIVO DEL PROYECTO	3
1.5. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	4
1.6. JUSTIFICACIÓN	4

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

2.1. POBREZA	6
2.1.1. JÓVENES EN RIESGO EN LATINOAMÉRICA	8
2.2. DESEMPLEO	9
2.2.1. MERCADO LABORAL EN HONDURAS	11
2.2.2. PROBLEMÁTICA ACTUAL	11
2.2.3. TRABAJO JUVENIL	13
2.2.4. EMPLEABILIDAD	14
2.3. EDUCACIÓN NO FORMAL	17
2.3.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN NO FORMAL	17
2.4. MIPYMES	18
2.4.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LAS MIPYMES	18
2.4.2. EL PAPEL DE LAS MIPYMES EN LATINOAMÉRICA	19
2.4.3. RECURSOS HUMANOS	20
2.4.4. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS PYMES EN HONDURAS	21
2.4.5. LAS MIPYMES COMO FUENTE DE INICIATIVA EMPRESARIAL Y DISMINUCIÓN DEL DESEMPLEO	23

## **CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

3.1. ENFOQUE Y MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN	25
3.2. DISEÑO DEL PROYECTO	26
3.2.1. FASES DEL PROYECTO	27

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS	28
3.3.1. INSTRUMENTO APLICADO A LAS MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS	28
3.3.2. INSTRUMENTO APLICADO A LAS MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS	29
3.3.3. INSTRUMENTO DE SONDEO APLICADO A LAS HABITANTES DE LA COMUNIDAD	29

## **CAPÍTULO IV. RESULTADO Y ANÁLISIS**

4.1. IDENTIFICACIÓN DE REDES DE APOYO	31
4.1.1. PATRONATOS	31
4.1.2. ORGANIZACIONES SOCIALES, RELIGIOSAS Y EDUCATIVAS	32
4.2. INVENTARIO DE MIPYMES Y GRANDES EMPRESAS EN LA ZONA	35
4.2.1. NEGOCIOS Y EMPRESAS ENCUESTADAS	35
4.2.2. RUBRO DE LOS NEGOCIOS	37
4.2.3. SECTOR AL QUE PERTENECEN	38
4.3. DIAGNOSTICO DE LA MANO DE OBRA	40
4.3.1. DISPONIBILIDAD PARA CONTRATAR JÓVENES CON PREVIA CAPACITACIÓN	41
4.3.2. GRADO DE ESCOLARIDAD DEMANDADO	42
4.3.3. CUALIDADES Y HABILIDADES	44
4.4. DIAGNOSTICO DE SERVICIOS Y PRODUCTOS DEMANDADOS	46
4.4.1. DEMANDA DE PRODUCTOS Y SERVICIO	46
4.4.2. NEGOCIOS SUGERIDOS	50

## **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1. CONCLUSIONES	53
5.2. RECOMENDACIONES	53

## **CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD**

6.1. PRELIMINARES DEL PROYECTO	55
6.1.1. PERFIL DE LOS JOVENES SELECCIONADOS	56
6.1.2. CRONOGRAMA DEL PROYECTO	56
6.1.3. EVALUACION DE LOS MODULOS	57
6.2. ALIANZAS ESTRATEGICAS PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO	57
6.3. MODULO BASE	58
6.4. MODULO TÉCNICO	61

6.5. MODULO DE ESPECIALIZACIÓN	64
6.5.1. PRESUPUESTO	75
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>77</b>

# **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1 INTRODUCCIÓN**

Esta investigación nace como con el objetivo de proporcionar un estudio acerca de la oportunidad de empleabilidad que tienen los jóvenes de las colonias aledañas a la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), además de inventariar las Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa que tienen incidencia las colonias Residencial Honduras, Villanueva, El Tablón y Los Pinos de la ciudad de Tegucigalpa con el propósito principal de conocer necesidades de contratación de jóvenes en riesgo social habitantes de la zona y determinar a la vez las necesidades que estas empresas poseen en cuanto al abastecimiento de productos y servicios, de esta manera proponer los posibles negocios que los jóvenes pueden emprender para proveerlas.

En la actualidad los índices de desempleo son alarmantes a nivel nacional y los efectos que este produce en los índices de pobreza son iguales. Por lo tanto al realizar este estudio se contribuirá a proporcionar una guía en el camino de los jóvenes que sean beneficiados con el proyecto, asimismo les ayudará a decidir de acuerdo a las necesidades presentes en su comunidad el oficio que pueden aprender incorporándose de esta manera de manera productiva a la sociedad hondureña.

## **1.2 ANTECEDENTES**

El aumento de los índices de desempleo a nivel mundial es un tema de constante investigación, buscarle solución y encontrar maneras para disminuirlo es el objetivo de todo gobierno. En Honduras específicamente para mayo del año 2010 los desempleados representaban el 3.9% de la Población Económicamente Activa. El problema del desempleo es mayormente urbano, potenciado probablemente por la migración constante de personas del campo a la ciudad y la poca capacidad del mercado laboral para absorber esta fuerza de trabajo.

Por lo anterior en la mayoría de los países de Latinoamérica el tema de las MIPYMES es relevante ya que este sector es una fuente de importante movilización en sus economías.

En la investigación realizada por Saavedra y Hernández en 2007 muestra que no existe unanimidad en la definición de Mipymes en Latinoamérica lo que dificulta su estudio, sin embargo la investigación demuestra que en todas las definiciones el factor común que se considera es el número de empleados.

Por otro lado las deficiencias en el sector a nivel regional son muchas una de ellas especialmente en el sector de la micro y pequeña empresa es la limitada formación académica tanto de los trabajadores como de los propietarios ya que no existe capacitación formal para el manejo adecuado de procesos y aumento de productividad, generalmente el conocimiento técnico se ha adquirido mediante la experiencia y práctica en la empresa.

Específicamente en Honduras las PYMES representan aproximadamente 260,000 establecimientos, que proveen empleo al 45% de la Población Económica del país, entre 1996 y 2000, el número de PYMES se vio incrementado en 32%, lo que representa un incremento del empleo generado por el sector de 34%.

En Honduras hay necesidad de una coordinación adecuada de los proyectos y programas de apoyo a las PYMES, hace falta una institucionalización acorde con los esfuerzos de las mismas, se requiere de la aplicación de políticas diferenciadas para fomentar el desarrollo del sector, y de estrategias orientadas a promover y diversificar la productividad mediante transferencias de tecnología y capacitación de recursos humanos.

Las Pymes han servido siempre como vehículo para el desarrollo de emprendedores, especialmente jóvenes, lo que supone el aprovechamiento de una fuerza de trabajo que al sistema le es difícil absorber.

La importancia de fomentar el emprendedurismo en los jóvenes hondureños beneficia directamente a la sociedad en general, en Centroamérica la mayoría de las grandes

empresas que han alcanzado el éxito, iniciaron sus operaciones como pequeñas o medianas empresas.

### **1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

#### 1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Las oportunidades que tiene de emplear a un joven que reside en zonas de alto riesgo se ven limitadas por situaciones externas como ser el bajo nivel académico, la pobreza, la desintegración familiar por mencionar algunas, es por eso que se da la importancia de estudiar las oportunidades que tienen los jóvenes en riesgo social que residen en las colonias urbano-marginales aledañas a UNITEC como son la Colonia Los Pinos, Villanueva Residencial Honduras y la Aldea El Tablón.

#### 1.3.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El aumento en los niveles de desempleo en el Distrito Central han afectado en manera significativa a los grupos en riesgo social especialmente a los jóvenes, esto trae consigo problemas derivados como ser situaciones de pobreza y exclusión social.

La carencia de oportunidades para el segmento de jóvenes en riesgo social específicamente aquellos que carecen de una sólida formación en valores morales y competencias básicas y técnicas, exige crear nuevas oportunidades encaminadas al involucramiento, desarrollo, y la integración de estos a la sociedad.

### **1.4 OBJETIVO DEL PROYECTO**

#### 1.4.1 OBJETIVO GENERAL

- Determinar las oportunidades de empleabilidad para jóvenes en riesgo social en las colonias Residencial Honduras, Los Pinos, El Tablón y Villanueva de la ciudad de Tegucigalpa, Honduras.

#### 1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar las redes de apoyo EDUCATIVO-SOCIAL-COMUNITARIO que tienen incidencia en estas zonas como ser Asociaciones de microempresarios,

Cooperativas, Iglesias, ONGs, Proyectos de la Cooperación Internacional, Proyectos del Gobierno u otras organizaciones sociales.

- Levantar un inventario de las micros, pequeñas, medianas y grandes empresas en estas zonas.
- Determinar las necesidades de mano de obra que potenciales empleadores requieran, usando un enfoque basado en competencias.
- Diagnosticar la demanda de productos y servicios que los jóvenes emprendedores pueden prestar.
- Diseñar un Programa de Formación Vocacional y de Creación de Microempresas para Jóvenes en Riesgo Social entre las edades de 15 a 25 años.

### **1.5 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

1. ¿Cuántas micros, pequeñas, medianas y grandes tiene sus operaciones en las colonias que comprende el proyecto?
2. ¿Qué aspectos necesitan evaluar los posibles empleadores de la zona en la mano de obra requerida para desempeñarse en la operación de las empresas existentes?
3. ¿Las empresas y negocios de la zona necesitan servicio y productos adicionales para llevar a cabo su operación?
4. ¿Qué redes de apoyo, tanto organizacional como vocacional, tienen incidencia en las zonas?

### **1.6 JUSTIFICACIÓN**

Ante los altos niveles de desempleo en la ciudad de Tegucigalpa, es casi obligación de los entes académicos a nivel superior fomentar proyectos dirigidos a proyección social con las comunidades cercanas. Este proyecto tiene como visión generar oportunidades de empleo, proporcionar opciones para disminuir los índices de personas sin trabajo, dándoles la oportunidad de desarrollo la posibilidad de obtener una fuente de ingresos económicos. Debido a la poca capacidad del mercado laboral para absorber la mano de obra no calificada es de suma importancia realizar proyectos que inserten a la economía hondureña jóvenes específicamente los que se encuentran en riesgo social,

esto con el objetivo de aumentar las opciones de empleabilidad e incorporarlos a la sociedad de manera productiva.

UNITEC plantea un proyecto que permitirá que 450 jóvenes de las colonias aledañas a la universidad (Residencial Honduras, Los Pinos, Villanueva y El Tablón de la ciudad de Tegucigalpa) desarrollen y concreten sus ideas y proyectos de negocios, o aprendan un oficio que les brinde la oportunidad de generar ingresos, basados en las habilidades y competencias desarrolladas en el Programa de Formación Vocacional y Creación de Microempresas.

Es importante mencionar que los jóvenes emprendedores es decir aquellos interesados en la formación de su propia empresa representan un gran componente del capital social, ya que día a día le aportan a la sociedad creatividad, visión y servicio comunitario, pasando a ser agentes de cambio para la sociedad.

Los jóvenes residente en las zonas de estudio presentan deficiencias en aspectos sociales, económicos y educativos, se pretende brindarle oportunidades de estudio a nivel técnico de esta manera la responsabilidad social de la universidad se proyectara a estas comunidades, contribuyendo de manera directa al desarrollo de la zona.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 POBREZA

Hablar de pobreza es referirse a uno de los mayores retos de los líderes de los países a nivel mundial, los índices de esta variable se ven afectados año a año por múltiples factores alrededor del planeta, uno de ellos es la carencia de oportunidades de acceso a empleos dignos para sus habitantes.

Como elementos para entender y medir la condición de pobreza y bienestar de las personas, los economistas se refieren a variables como; ingreso, consumo y bienestar humano. En este sentido, el concepto de este último nace de la realidad de si una persona tiene suficientes ingresos para adquirir un nivel básico de consumo.

Otros especialistas de las ciencias sociales han visto la pobreza como una función de la falta de capacidades individuales, como la educación o la salud, para alcanzar un nivel básico de bienestar humano. Y otros estudiosos, especialmente los sociólogos y antropólogos, se han concentrado en los factores sociales, comportamentales y políticos del bienestar humano. Si bien se percibe como causa de la pobreza el comportamiento anormal o el aislamiento, existen argumentos divergentes para definir quién convierte a los pobres en personas aisladas del resto de la sociedad (Wagle, 2002).

Hagenaars 1991; MacPherson y Silburn 1998, citado por Wagle 2002, definen la pobreza en términos de algunos criterios de supervivencia, normalmente el monto de los ingresos necesarios para adquirir un mínimo de ingesta calórica de alimentos, una cesta mínima de bienes de consumo o un nivel de bienestar individual o de cobertura necesaria para vivir cubriendo las necesidades básicas.

Por otro lado los indicadores de pobreza que utiliza el Banco Mundial para el mundo están basados en dos líneas internacionales que rondan US\$1 y US\$2 por día (o, para ser más exactos, US\$32,74 y US\$65,48 por mes). La línea de US\$1 por día representa

una definición deliberadamente conservadora de la pobreza, ya que está fijada en torno a las líneas de pobreza típicas de los países de bajo ingreso. Lógicamente, el nivel suele ser más alto en los países más prósperos. La línea de US\$2 por día es más típica de los países de ingreso mediano. Los cálculos están pensados en función de la coherencia entre todos los países, ya que la línea internacional de pobreza pretende tener el mismo valor real en distintos países a lo largo del tiempo. Por eso se convierte a la moneda local usando el tipo de cambio ajustado según la paridad del poder adquisitivo para el consumo en 1993 y luego se actualiza en base al último índice oficial de precios al consumidor (Ravallion, 2007).

El estudio realizado por Ravallion 2007, demuestra que la urbanización más rápida de la pobreza ocurrió en América Latina, donde hoy la mayoría de los pobres vive en zonas urbanas (Figura 1). Por el contrario, menos de 10% de los pobres de Asia oriental vive en la ciudad, principalmente porque la pobreza absoluta en China es abrumadoramente rural. En general se observa que el porcentaje de pobres que viven en núcleos urbanos aumenta con más rapidez que en el conjunto de la población.

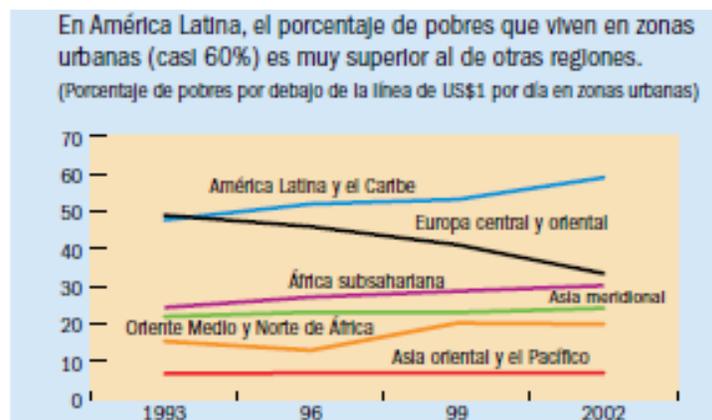


Figura1. Grandes Diferencias Regionales

Fuente: Ravallion, Chen y Sangraula (2007)

En el caso de Centroamérica más de la mitad de los 40 millones de habitantes viven en condiciones de pobreza y sufren algún tipo de exclusión o marginación social, según revelan datos de organismos internacionales. Honduras, Guatemala y Nicaragua

perfilan como los países más pobres del hemisferio americano, como se desprende de estadísticas oficiales y de organismos dependientes de la ONU (El Nuevo Diario, 2007).

De acuerdo a diferentes organismos de la ONU, Centroamérica es la región donde existe la mayor desigualdad social del planeta. En Guatemala, el país más poblado de la región, con casi 13 millones de habitantes, y la economía centroamericana más fuerte con un Producto Interior Bruto (PIB) per cápita de 2.535 dólares, casi 7 millones de personas son pobres y 2 millones viven en extrema pobreza.

Con más de un millón de niños que sufren algún grado de desnutrición, y una tasa de analfabetismo del 24 por ciento, el sector que más sufre la exclusión social es el de los indígenas, que representan casi la mitad de la población del país. El 58 por ciento de los pobres son indígenas y de los que viven en la extrema pobreza el 72 por ciento pertenecen a ese mismo grupo, integrado por 23 etnias mayas, realidad que reconoce el Gobierno guatemalteco en sus informes oficiales.

Nicaragua tiene algunos de los peores indicadores sociales de Latinoamérica, con un 61 por ciento de pobres, de los cuales el 15 por ciento sufre condiciones de extrema pobreza.

Honduras, con un PIB per cápita de 1,138 dólares, la pobreza afecta al 63 por ciento de sus más de 7 millones de habitantes, según datos oficiales y de la ONU. La tasa oficial de analfabetismo oscila entre el 20 y 24 por ciento y afecta principalmente a poblaciones rurales donde el índice supera el 80 por ciento (El nuevo Diario, 2007).

#### 2.1.1 JÓVENES EN RIESGO SOCIAL EN LATINOAMERICA

Este estudio define como jóvenes en riesgo a los muchachos que habitan en las colonias objeto de estudio que se encuentran en edades entre 15 y 25 años que no trabajan o no estudian.

Según un estudio realizado por Bernardo Kliksberg en 2009, uno de cada cuatro jóvenes en América latina se encuentra fuera del mercado laboral y del sistema educativo.

Aun en una de las economías más prósperas de cómo la del Chile, el 20,2% de los jóvenes está desocupado. En Colombia los desempleados jóvenes son el 50% del total nacional, en Perú, son el 22% (Kliksberg, 2009).

Por otro lado, la educación es una característica clave para explicar quiénes buscan empleo. En Honduras el mayor porcentaje de los que ingresan a la búsqueda provienen de la educación secundaria en la mayoría de los casos sin finalizar y muchos de los que buscan trabajo estudian simultáneamente (Fawcett, 2002).

## **2.2 DESEMPLEO**

El término desempleo incluye a todas las personas por encima de una determinada edad (variable en cada país) que en el período de referencia estaban:

- a) Sin trabajo, es decir, no trabajaban por cuenta ajena ni por cuenta propia.
- b) Disponibles para trabajar en la actualidad, es decir, disponibles para un trabajo por cuenta ajena o por cuenta propia.
- c) Buscando trabajo, es decir, actuando para encontrarlo (Pugliese, 2000).

Uno de los problemas del mercado laboral es el desempleo; el cual se mide con la Tasa de Desempleo Abierto (TDA). En mayo de 2010 en Honduras los desempleados representaban el 3.9% de la Población Económicamente Activa. El desempleo es mayormente urbano, potenciado probablemente por la migración constante de personas del campo a la ciudad y la poca capacidad del mercado laboral para absorber esta fuerza de trabajo. Mientras la TDA urbana se estima en 6.4%, la rural es de 1.7%; el Distrito Central tiene la mayor tasa de desempleo 8.1%.

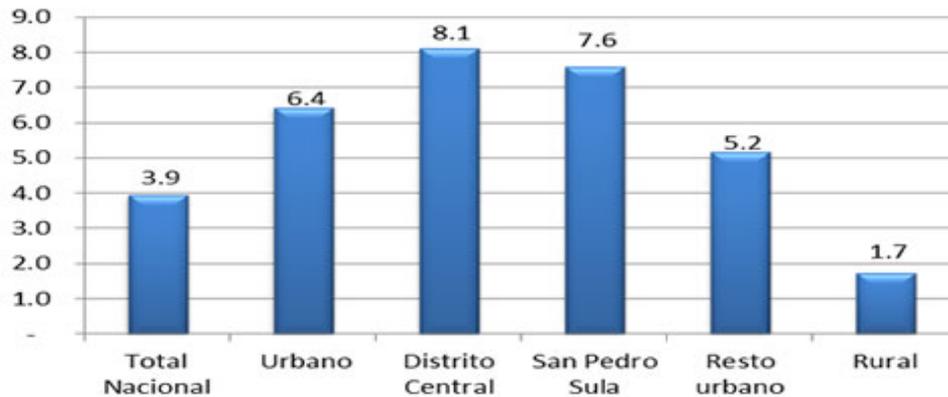


Figura 2. Tasa de Desempleo Abierto por Dominio

Fuente: INE, 2011

La capacidad del mercado laboral para absorber la fuerza de trabajo también puede medirse con los Meses Buscando Trabajo (MBT) que tienen las personas desocupadas. Así, en el área urbana en promedio una persona desocupada lleva 3.7 meses buscando trabajo, en cambio en el área rural son 2.6; al igual que con la TDA, en el Distrito Central es donde un desocupado puede llevarse más tiempo sin encontrar trabajo: 3.9 meses. Si la TDA se analiza desde un enfoque de género, se notará claramente que el mercado tiene un sesgo hacia la ocupación masculina. Este indicador, para los hombres es dos puntos inferior que para las mujeres, 3.2% y 5.2% respectivamente (Instituto Nacional de Estadísticas).

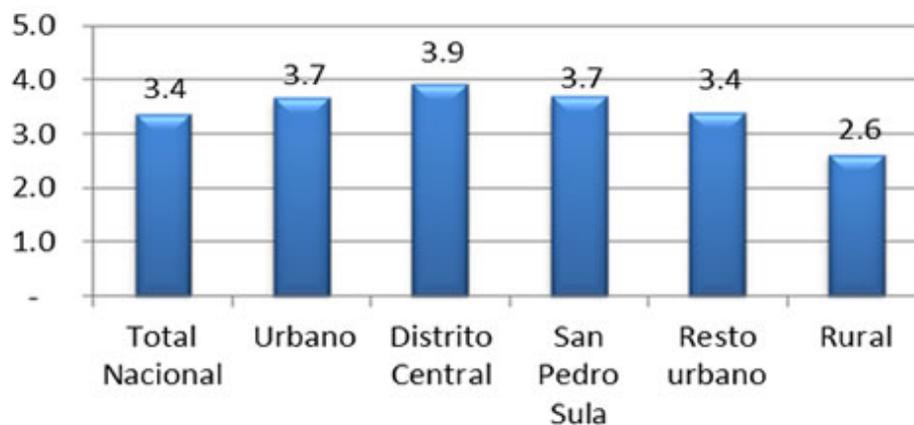


Figura 3. Meses Buscando Trabajo según Dominio

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, (2011)

### 2.2.1 MERCADO LABORAL EN HONDURAS

Según el Instituto Nacional de Estadísticas de Honduras, para Mayo del 2011 la población total asciende a 8, 200795, de la cual 79.2% está en edad de trabajar (10 años y más).

La Población Económicamente Activa (PEA) representa el 41.1% del total nacional, de los cuales el 95.7% se encuentran ocupados y el 4.3% desocupados es decir que no estudian ni trabajan. Del total de la población ocupada, el 53.7% se encuentra en el área rural y el 46.3% en la urbana (INE, 2012).

Tabla 1. Indicadores de Mercado Laboral

clasificación	Nacional		Rural	Urbano
	No.	%		
Población total	8200795	100	4466919	3733876
PET	6496542	79.2	3440092	3056450
PEA	3369919	41.1	1766613	1603305
Ocupados	3226135	95.7	1731848	1494287
Asalariados	1474119	43.7	618029	856090
No Asalariados	1752016	52.0	1113819	638197
Desocupados	143783	4.3	34765	109018

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas (INE), Mayo, 2011

### 2.2.2 PROBLEMÁTICA ACTUAL

Dentro de la población que se encuentra con problemas de empleo encontramos a los desocupados, personas con subempleo visible, personas con subempleo invisible, los potencialmente activos y a los desalentados.

En Honduras aproximadamente 1, 854,033 personas se encuentran con problemas de empleo, de estos el 7.8% son desempleados, el 2.4% son personas potencialmente activas y 8.7% son personas desalentados. Dentro de ésta población no todos son personas desempleadas, como es el caso de los ocupados con subempleo invisible que representan el 63.2% y el 18.0% las personas con subempleo visible.

Tabla 2. Personas con Problemas de Empleo según Dominio

Categorías	Total	Problemas de Empleo									
		Desocupados		Subempleo Visible		Subempleo Invisib		Potencialmente Activo		Desalentados	
		No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
<b>Total Nacional</b>	1854033	143783	7.8	333969	18.0	1170975	63.2	44130	2.4	161176	8.7
<b>Dominio</b>											
<b>Urbano</b>	820318	109018	13.3	157767	19.2	460426	56.1	18096	2.2	75011	9.1
<b>Rural</b>	1033715	34765	3.4	176202	17.0	710549	68.7	26034	2.5	86165	8.3

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas, (2011)

Los desocupados son las personas afectadas por el desempleo abierto. Incluye a los cesantes y a los trabajadores nuevos que no trabajaron, pero están disponibles para hacerlo y realizaron acciones de búsqueda de empleo. Para mayo del 2011 existen 143,783 desocupadas en el país.

El desempleo oculto está compuesto por las personas que se encuentran inactivos, pero que estarían dispuestos a trabajar si se les presenta la oportunidad y los desalentados que son las personas que no trabajan ni tienen empleo y no buscaron activamente uno, porque piensan que no lo encontrarán pero estarían dispuestos a aceptar un trabajo si se les ofreciera.

Según la Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples de mayo del 2011 existen 44,130 personas potencialmente activas en el país y 161176 desalentados.

Los subempleados son el resultado de una anomalía del mercado de trabajo, en la cual las personas empleadas trabajan menos de 36 horas y manifiestan un deseo de trabajar más (Subempleo Visible) o habiendo trabajado 36 horas semanales o más, tuvieron ingresos mensuales inferiores al salario mínimo promedio mensual por rama de actividad económica y área geográfica (Subempleo Invisible).

A nivel nacional existen 1, 170,975 personas ocupadas con problemas de subempleo invisible y 333,969 personas con subempleo visible. En el área rural 35 de cada 100 personas ocupadas tienen problemas de subempleo invisible, mientras que en el área urbana 29 de cada 100 personas lo tienen.

Al ser mayoría, puede concluirse que el mayor problema del Mercado Laboral en Honduras es el subempleo. Las personas por necesidad se ven obligadas a tomar empleos precarios o con inadecuadas condiciones de trabajo (INE, 2012).

### 2.2.3 TRABAJO JUVENIL

En Honduras la población joven, la constituye aquella que está comprendida entre los 12 y 30 años de edad. Se encuentran en este rango de edad, 3, 117,222 jóvenes (38.8% de la población nacional); de los cuales 1, 558,874 (50.1%) son hombres y 1, 558,348 (49.9. %) son mujeres (INE,2011).

Según la condición de actividad la Figura 4 muestra que a nivel nacional el 30.3% de los jóvenes se dedica sólo a estudiar, el 45.8% trabaja (incluye los que estudian y trabajan y los que solo trabajan) y un 23.9% no estudia ni trabaja.

Del total de la población que solo trabaja, se observa que, el 42.6% se encuentra en el área rural y el 31.5% en el área urbana. También se hace notar que un 10.6% de la población juvenil estudia y trabaja en el área urbana siendo este indicador más bajo en la área rural representando un 6.4%. Cabe destacar que hay un porcentaje alto de jóvenes en el área rural que no trabajan ni estudian (27.6%) mientras en el área urbana este porcentaje es más bajo (19.8%) (INE, 2012).

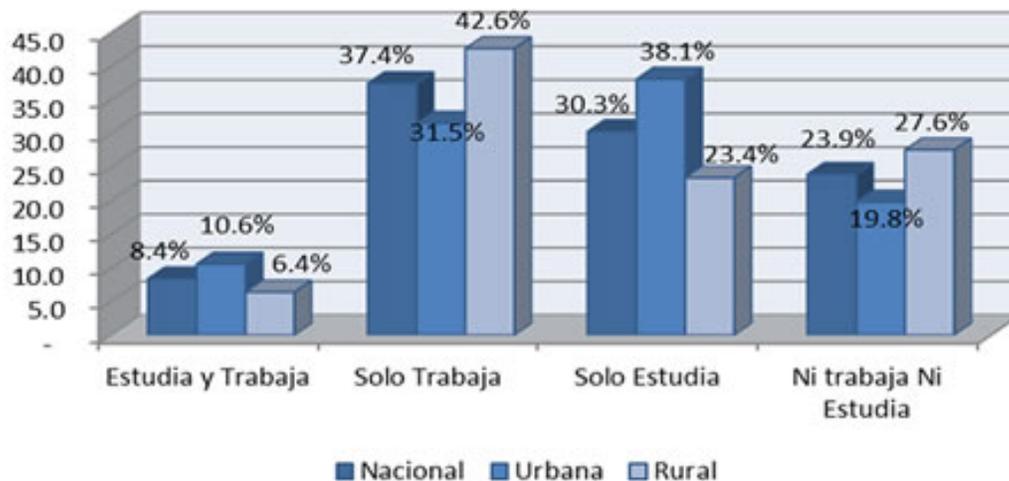


Figura 4. Población de 12 a 30 Años Según Condición de Actividad y Dominio

Fuente: Instituto Nacional de Estadística, (2011)

#### 2.2.4 EMPLEABILIDAD

Para lograr una inserción laboral exitosa se requiere capital humano (educación y capacitación de buena calidad), capital social (relaciones sociales basadas en la confianza, la cooperación y la reciprocidad) y capital cultural (manejo de los códigos establecidos por la cultura dominante).

##### a. *Capital humano*

Labarca, 2004; Naciones Unidas 2005, citados por Weller 2007, indican que una buena educación y formación para el trabajo son elementos clave en el desarrollo del capital humano y la empleabilidad de los jóvenes. Sin embargo, en los sistemas educativos de Latinoamérica persisten múltiples deficiencias de cobertura y calidad. Los sistemas educativos de la región padecen reconocidamente de problemas de calidad.

Otro fenómeno además es muchos jóvenes con un título no consiguen trabajo en ocupaciones para las que están capacitados, por lo que ocupan un espacio laboral inferior. Además, los jóvenes enfrentan la segmentación del sistema educativo, que favorece a los graduados de colegios y universidades reconocidos por la calidad de su enseñanza pero cuyo acceso está restringido por obstáculos financieros.

b. *Capital social*

Se ha puesto de relieve que el acceso al capital social a la vez contribuye a causar y resolver los problemas de inequidad de las sociedades latinoamericanas (Durstón, 2003).

Con respecto al acceso al mercado de trabajo, llama la atención la importancia que tanto los empresarios como los jóvenes atribuyen a las recomendaciones de terceros para la contratación.

Sin embargo, estas prácticas implican una dinámica de exclusión para aquellos jóvenes que carecen de los contactos necesarios.

c. *Capital cultural*

Para las empresas, las actitudes y valores de los postulantes desempeñan un papel clave en la contratación de sus trabajadores, y en muchos de estos aspectos los jóvenes son habitualmente mal evaluados (Campusano, 2006). En efecto, un importante obstáculo para la inserción laboral de muchos jóvenes es su falta de manejo de los códigos culturales vigentes y requeridos en el mundo laboral. A este respecto, habría que diferenciar entre los problemas causados por desconocimiento y los conflictos que surgen de tensiones subculturales.

Con relación a los primeros, claramente muchos jóvenes no conocen las actitudes, modalidades y formas de presentación valoradas por las empresas, lo que se expresa, por ejemplo, en una mala presentación de su currículum vitae y en fallidas entrevistas de contratación. Indudablemente, la capacitación en esta área puede ser una inversión eficiente para mejorar las perspectivas de inserción laboral de jóvenes que poseen las calificaciones requeridas para ocupar un determinado puesto (Weller, 2007).

Formichella & London (2005), definen la empleabilidad como las calificaciones, los conocimientos y las competencias que aumentan la capacidad de los trabajadores para

conseguir y conservar un empleo, mejorar su trabajo y adaptarse al cambio, elegir otro empleo cuando lo deseen o pierdan el que tenían e integrarse más fácilmente en el mercado de trabajo en diferentes períodos de su vida.

A principios del nuevo siglo, el asunto del empleo de los jóvenes latinoamericanos continúa persistiendo y existe un número desproporcionadamente elevado de hombres y mujeres jóvenes en situación de desempleo a largo plazo u obligados a trabajar precariamente o con contratos de corta duración. Como resultado de esta situación, muchos abandonan la fuerza de trabajo, o no consiguen entrar satisfactoriamente a su primer empleo y por ello, dejan de ser activos (Abdala, 2004).

Los jóvenes socialmente desfavorecidos suelen verse particularmente afectados perpetuándose así un círculo vicioso de pobreza y exclusión social. En los países en desarrollo, donde muy pocos pueden “permitirse el lujo” de estar desempleados, el problema del desempleo es más un asunto de subempleo y de puestos de trabajo de poca remuneración y mala calidad en el gran sector no estructurado (Abdala, 2004).

La inserción en el caso de los jóvenes se conoce como un espacio de transición entre el momento en que estos terminan su etapa básica escolar para salir al mercado laboral, y el momento en que alcanzan cierta consolidación ocupacional que les permite afrontar con una razonable dotación de competencias las exigencias e incertidumbres de los mercados de trabajo (Rodríguez, 2011).

Rodríguez (2011), estima que el espacio de transición no culmina con una definición ocupacional, sino en una afirmación ocupacional, es decir, la decisión que el individuo toma en el sentido de orientar su vida laboral en cierto ámbito ocupacional, aquel en el que encuentra la combinación más funcional entre sus competencias y expectativas por una parte, y las posibilidades que realísticamente le ofrece el mercado de trabajo, todo ello en el contexto de la evolución de otras variables vitales como la familia y la comunidad.

Es claro que la capacitación y los conocimientos son factores determinantes para el crecimiento económico y el desarrollo social. Los sistemas de educación son fundamentales para lograr de competencias necesarias para conseguir el éxito en el mercado laboral ya que este exige que las habilidades requeridas sean complementadas con las normas y valores (Aro, 2009).

## **2.3 EDUCACION NO FORMAL**

El término de educación no formal tiene sus orígenes en el año de 1967 con la “Conferencia Internacional Sobre la Crisis Mundial de la Educación”.

La Educación No Formal, en el marco de una cultura del aprendizaje a lo largo de toda la vida, comprenderá todas aquellas actividades, medios y ámbitos de la educación, que se desarrollan fuera de la educación formal, dirigidos a personas de cualquier edad, que tienen valor educativo en sí mismos y han sido organizados expresamente para satisfacer determinados objetivos educativos en diversos ámbitos de la vida social, capacitación laboral, promoción comunitaria, animación sociocultural, mejoramiento de las condiciones de vida, educación artística, tecnológica, lúdica, deportiva, entre otros (Morales, 2009).

La modalidad de educación no formal no es menos importante que la escuela en formación, ya que esta integra lo que la escuela tarda o nunca llega a incorporar a sus programas y que sus medios de comunicación ocultan o distorsionan (Reyes, 2000)

### **2.3.1 CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE EDUCACION NO FORMAL**

- Altamente integrados a otros fines y objetivos no educativos.
- Algunas propuestas sirven de complemento o reemplazo de la educación formal.
- Tiene diferente organización, patrocinadores diversos y heterogéneos métodos de instrucción.
- El acceso a estas actividades se da con un mínimo de requisitos.
- No culmina con la entrega de acreditaciones pero suele reconocerse.
- Preferentemente se realizan donde el grupo de interés vive y trabaja.

- Su duración y finalidad en términos generales son flexibles y adaptables (LaBelle, 1980)

## **2.4 MIPYMES**

### 2.4.1 CONCEPTUALIZACIÓN DE MIPYMES

Microempresa: Es toda unidad económica con un mínimo de una persona remunerada laborando en ella, la que puede ser su propietario, y un máximo de diez (10) empleados remunerados.

Microempresa de subsistencia: Es toda unidad productiva no constituida formalmente y que persigue la generación de ingresos con el propósito de satisfacer sus necesidades inmediatas y las de su familia, el consumo propio e inmediato, en su mayoría trabajadores individuales temporalmente desocupados que se integran al sector mientras consiguen trabajo más estable.

Microempresa de acumulación simple: Unidad productiva que se destaca por haber conseguido definir su competencia laboral. Son aquellas microempresas cuyos recursos productivos generan ingresos que cubren los costos de su actividad, aunque sin alcanzar excedentes suficientes que permitan la inversión en crecimiento.

Microempresa de acumulación ampliada: Son aquellas que la productividad es suficientemente elevada para poder acumular excedentes e invertirlo en crecimiento de las empresas.

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

Mediana empresa: Son empresas que disponen de mayor inversión en activos fijos, en relación a las anteriores. Asimismo, presentan una adecuada relación en cuanto a su

capital de trabajo, una clara división interna del trabajo y formalidad en sus registros contables y administrativos, emplean un mínimo de cincuenta y un (51) empleados y un máximo de ciento cincuenta (150) empleados remunerados.

#### 2.4.2 EL PAPEL DE LAS MIPYMES EN LATINOAMÉRICA

En el estudio realizado por Saavedra y Hernández en 2007 muestra que no existe unanimidad en la definición de Mipymes en Latinoamérica lo que dificulta su estudio, sin embargo la investigación demuestra que en todas las definiciones el factor común que se considera es el número de empleados.

Con el fin de determinar la magnitud e importancia de las Mipymes en Latinoamérica se rescataron algunos datos y a continuación se muestra el papel económico que este sector tiene en la economía.

- a. En Argentina, la importancia de las Mipymes se pone manifiesto a través de los datos aportados por el censo nacional económico de 1994, según el cual, tomando en conjunto los sectores industria, comercio y servicios, las Mipymes representan un 99.74% de las unidades incluidas en el censo.
- b. En Bolivia es bastante notoria la importancia de las microempresas en la economía de este país, representando el 99.68% del total de las empresas del país, y en total las Mipymes representan el 99.95%.
- c. En Brasil, la magnitud de micro, pequeña y medianas empresas alcanza los 4.7 millones, lo que representa un 99,87% del total de las empresas, con lo que podemos ver que tan solo un 0.23% del total de las empresas son grandes (Saavedra & Hernández, 2007).

En otros países de la región los porcentajes son muy similares lo que demuestra la importancia económica de este sector.

### 2.4.3 RECURSOS HUMANOS

Especialmente en el sector de la micro y pequeña empresa se ha señalado la limitada formación académica tanto de sus trabajadores como de sus propietarios. El empresario no se ha instruido en sistemas formales de capacitación, y generalmente el conocimiento técnico lo ha adquirido mediante la experiencia y práctica en su empresa. Por otro lado es importante mencionar el desinterés de los empleadores y los trabajadores por invertir en capacitación y formación y orientarse a la mejora continua de sus procesos. Generalmente esto trae consigo el estancamiento tecnológico el cual es un componente fundamental para el mejoramiento de la productividad de las empresas.

En Centroamérica las PYME pueden definirse, en su aspecto cualitativo, como una forma de organización social y económica, que realiza su actividad productiva de bienes y servicios en una escala reducida para un mercado abierto y específico. Asimismo se caracterizan por tener regularidad y continuidad básica en sus operaciones y por no exhibir separación entre la propiedad de los medios de producción y la gerencia o administración. Desde el punto de vista cuantitativo, las PYME se definen con base en el número de empleados, monto de venta, inversión, y en algunos casos el valor de exportación (CEPAL, 1998).

Las PYMES son de relevante importancia en cuanto a contribución al PIB y empleo se refiere en Centroamérica, ya que generan más de 20% del PIB.

Un estudio realizado por la CEPAL destaca la importancia de contar con un sector PYME competitivo por las siguientes razones:

- a) Por la generación de empleo, ya que las Pymes se caracterizan por el empleo intensivo de mano de obra ( en su mayoría con muy poca formación profesional), aunque con bajos niveles de productividad y salarios bajos.
- b) Por la distribución del ingreso que se genera con el crecimiento del empleo.

- c) Estos establecimientos ofrecen también importantes ventajas dinámicas como es la flexibilidad en su estructura productiva o en la capacidad de innovación tecnológica, la que muchas veces se genera en este sector.
- d) El último factor de importancia de la PYMES es la democracia a la que este sector contribuye diseminando la propiedad privada.

#### 2.4.4 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS PYMES EN HONDURAS

Parte de la problemática enfrentada al momento de generar estrategias de apoyo al desarrollo de las PYMES en Honduras es la falta de información estadística precisa. Por los momentos la mayoría de instituciones privadas de apoyo al sector basan sus esfuerzos en estudios elaborados por una firma de consultoría privada, los que constituyen la mejor base de datos disponible aunque desgraciadamente solo cubre los sectores de la micro y pequeña empresa.

Las PYMES en Honduras representan aproximadamente 260,000 establecimientos, que proveen empleo al 45% de la Población Económica del país. Entre 1996 y 2000, el número de PYMES se vio incrementado en 32%, lo que representa un incremento del empleo generado por el sector de 34%. Aunque no existen datos exactos de la contribución de las PYMES al ingreso doméstico bruto, se estima que en el ámbito de la región centroamericana, las PYMES contribuyen con aproximadamente el 12% del total de ingresos. (Barquero, 2003)

Otra característica importante de las PYMES hondureñas, es que la mayoría (74%) son empresas de subsistencia, están ubicadas en zonas urbanas, dedicadas a actividades comerciales y trabajan la mayoría de manera informal, debido a la complejidad y falta de claridad de los procedimientos de registro. También es importante recalcar el hecho de que la mayoría trabajan con métodos de producción tradicionales y de baja tecnología.

En cuanto a financiamiento se refiere, la mayoría costea por sí misma sus propias actividades debido a la dificultad para poder acceder a préstamos de las instituciones

financieras. Una investigación realizada por Cid/Gallup en el 2000, solo el 20% comentó haber recibido algún tipo de préstamo en el último año y se acentúa a medida que la empresa es más pequeña.

Según la Encuesta de Empresas realizada por el Banco mundial para el 2006, la mayoría de las empresas identifica el acceso al financiamiento como su principal problema (Sánchez, 2010).

Otro problema importante afrontado por las PYMES es la falta de conocimientos sobre los procesos de producción y sistemas administrativos. Del total de las empresas encuestadas, solo el 8% había recibido algún tipo de entrenamiento, siendo la mayoría sobre aspectos técnicos, y un pequeño porcentaje sobre aspectos administrativos.

En cuanto al apoyo público recibido por las PYMES, se puede decir que no existen políticas especiales orientadas a promover el desarrollo del sector. Fue hasta el año 2000 que se decidió crear un órgano interinstitucional encargado de consultar y coordinar los esfuerzos públicos y privados para promover el sector. La Comisión de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CONAMYPIE) es una instancia de consulta, cuyo principal objetivo es “apoyar y fortalecer el sector para incrementar la productividad y elevar los niveles de competitividad a través de eficientes procesos de integración sectorial”.

La creación de dicha comisión es considerada de gran importancia y como el punto de partida para el desarrollo de esfuerzos institucionalizados mejor coordinados para promover el desarrollo de las PYMES hondureñas, objetivo que debe formar parte de la estrategia nacional.

Existe consenso entre algunos investigadores con respecto a que algunas de las políticas actuales del estado en lugar de promover el desarrollo del sector, lo dificultan. Ejemplo de esto son las Políticas de Promoción de la Inversión y Producción, las cuales se orientan a promover casi exclusivamente las industrias exportadoras, lo que no

favorece a la mayoría de las PYMES ya que carecen de capacidad de exportación y ocasionan que las PYMES sean ignoradas al momento de diseñar políticas orientadas a promover la producción e inversión.

No obstante, dichas políticas también presentan ciertas oportunidades positivas para las PYMES como son: los programas de promoción de diversificación de la producción de bienes no tradicionales, reducción de los costos para acceder a mercados internacionales, facilidad del flujo de capitales externos al país, y la posibilidad de creación de relaciones asociativas y de transferencia de tecnologías mediante la inversión extranjera. Sin embargo debido a la forma en que dicha inversión se ha llevado a cabo hasta ahora, esto no ha sucedido en la mayoría de los casos.

Otros ejemplos son las políticas del mercado laboral y fiscal, no diferenciadas por tamaño de empresa, lo que redundo en altas cargas impositivas y costos fijos que empeoran la ya negativa situación económica del sector, por sus bajos ingresos y rentabilidad.

En Honduras hay necesidad de una coordinación adecuada de los proyectos y programas de apoyo a las PYMES, hace falta una institucionalización acorde con los esfuerzos de las mismas, se requiere de la aplicación de políticas diferenciadas para fomentar el desarrollo del sector, y de estrategias orientadas a promover y diversificar la productividad mediante transferencias de tecnología y capacitación de recursos humanos.

#### 2.4.5 LAS MIPYMES COMO FUENTE DE INICIATIVA EMPRESARIAL Y DISMINUCIÓN DEL DESEMPLEO

Las Pymes han servido siempre como vehículo para el desarrollo de emprendedores, especialmente jóvenes, lo que supone el aprovechamiento de una fuerza que no hubiera sido utilizada de otra forma. Un claro ejemplo de esto lo representan los jóvenes emprendedores en el área de informática, que logran hacer uso de su genialidad y conocimientos a través de la creación de Mipymes tal fue el caso del multimillonario Bill Gates.

La importancia de fomentar el emprendedurismo en los jóvenes hondureños beneficia directamente a la sociedad en general, en Centroamérica la mayoría de las grandes empresas que han alcanzado el éxito, iniciaron sus operaciones como pequeñas o medianas empresas.

## **CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

### **3.1 ENFOQUE Y MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

El proyecto se centró en cuantificar las empresas que tienen operaciones en las colonias Residencial Honduras, Los Pinos, El Tablón y Villanueva de la ciudad de Tegucigalpa, Honduras, mediante la aplicación de una encuesta, cuyos resultados arrojaron la demanda de productos y servicios que existe en la zona, estos datos permitieron la generación de posibles microempresas que servirán de proveedores a las empresas existentes.

Del mismo modo se aplicó un instrumento a los transeúntes de la zona en el que se propuso y expuso los productos y servicios de los cuales carecen o son difíciles de encontrar en la zona, además de esto recomendaron la inclinación de los talleres que los jóvenes de acuerdo a su percepción deberían tomar.

Por otro lado se realizaron entrevistas con las Grandes Empresas cercanas a la zona para determinar posibilidades de contratación para perfiles operativos que requieren con mayor frecuencia.

Por lo anterior se realizó una propuesta para los jóvenes en edades entre 15 y 25 años que se encuentran en riesgo social en las colonias objeto de estudio, que está dirigida a brindar y aumentar las posibilidades para integrarse al mercado laboral ofreciéndoles un Programa de Formación Vocacional con 4 orientaciones determinadas por la demanda de productos y servicios existente en la zona y oportunidades de contratación de las grandes empresas.

Los datos necesarios para realizar el diagnóstico se obtuvieron mediante entrevistas con las grandes empresas de la zona, encuestas a los negocios y a los transeúntes, observación, conservatorios con las redes de apoyo de cada comunidad.

Para esta investigación se utilizó un enfoque de investigación Mixto (CUAN/Cual).

Como definición de los métodos mixtos citaremos la siguiente:

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010).

Este tipo de enfoque ofrece una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno, produce datos más “ricos” y variados mediante la multiplicidad de observaciones. Las relaciones interpersonales, la depresión, las organizaciones, la religiosidad, el consumo, las enfermedades, los valores de los jóvenes, la crisis económica global, los procesos astrofísicos, el DNA, la pobreza, y en general, todos los fenómenos y problemas que enfrentan actualmente las ciencias son tan complejos y diversos que el uso de un enfoque único, tanto cualitativo como cuantitativo, es insuficiente para lidiar con esa complejidad. Por ello se requiere de los métodos mixtos.

Además la investigación hoy en día necesita de un trabajo multidisciplinario, lo cual contribuye a que se realice en equipos integrados por personas con interés y aproximaciones metodológicas diversas, que refuerza la necesidad de usar diseños multimodales (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010).

### **3.2 DISEÑO DEL PROYECTO**

Diseño anidado o incrustado concurrente de modelo dominante (DIAC)

El diseño anidado concurrente colecta simultáneamente datos cuantitativos y cualitativos, en este enfoque un método es predominante y guía el proyecto. El método que posee menor prioridad es anidado o insertado dentro del que se considera central. Tal incrustación puede significar que el método secundario responda a diferentes preguntas de investigación respecto al método primario.

Los datos recolectados por ambos métodos son comparados y o mezclados en la fase de análisis. Este diseño suele proporcionar una visión más amplia del fenómeno

estudiado que si usáramos un solo método. Una enorme ventaja de este método es que los datos cuantitativos y cualitativos se recolectan simultáneamente y el investigador posee una visión más completa y holística del problema de estudio, es decir se obtienen fortalezas del análisis CUAN y CUAL. Adicionalmente puede beneficiarse de perspectivas que provienen de diferentes tipos de datos de la indagación (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010).

### 3.2.1 FASES DEL PROYECTO

#### Fase 1: Identificación de redes de apoyo

En esta Fase se identificaron las redes de apoyo con las que el proyecto podía contar para maximizar los resultados y darle la promoción adecuada al proyecto, se realizaron entrevistas y múltiples reuniones con los líderes de cada comunidad para la definición de dichas redes.

#### Fase 2: Inventario de MIPYMES y Gran Empresa

Esta fase comprendió la aplicación de una encuesta a todos los negocios (micros, pequeñas, medianas y grandes empresas) que tienen labores en esta zona.

#### Fase 3: Diagnóstico de tipo de mano de obra demandada.

La encuesta aplicada arrojó el tipo de mano de obra que los empresarios requieren, mediante un modelo basado en competencias.

#### Fase 4: Identificar la demanda de productos y servicios

La demanda de los productos y servicios que las empresas existentes demandan, se obtuvo mediante la encuesta aplicada a los negocios de la zona, entrevistas con los líderes de la comunidad y habitantes de la colonia elegidos estos últimos al azar.

#### Fase 5: Identificar la demanda de cursos

Las preguntas de sondeo aplicadas a los transeúntes arrojaron información sobre los productos y servicios que la comunidad necesita, además de esto las encuestas de los

negocios de la zona de la misma manera sugirieron posibles negocios que abastecerían sus necesidades.

#### Fase 6: Elaboración de la propuesta

Mediante los resultados obtenidos en la tercera y cuarta fase se procedió a la propuesta de las especializaciones que se deberían ofrecer en los Talleres de Formación Vocacional y su vez la sugerencia de posibles microempresas que con base objetiva deberían formar los jóvenes inscritos en el taller de emprendedurismo.

### **3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS**

La recolección de datos se llevó a cabo siguiendo un enfoque cuan/cual, esto significa que la investigación tuvo una inclinación hacia la medición cuantitativa ya que se buscaron datos concretos y específicos donde las investigadoras pudieran conocer con exactitud y objetividad el número de locales comerciales que mueven la economía en la zona, datos que se recolectaron a través de encuestas.

Por otro lado el enfoque cualitativo se vio reflejado al realizar entrevistas con las grandes empresas y los jóvenes de la zona con preguntas abiertas lo que permitió una mayor riqueza en la información obtenida.

#### 3.3.1 INSTRUMENTO APLICADO A LAS MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE LA COMUNIDAD

Se diseñó un instrumento dirigido a los dueños de las micros y pequeñas, para conocer cuál era su percepción de las oportunidades que puedan encontrarse en la comunidad en la que laboran.

A continuación las preguntas contenidas en el instrumento:

1. ¿Rubro al que se dedica la empresa?
2. ¿Cuántos empleados posee su negocio?
3. ¿Necesita contratar más personal para su empresa/negocio?
4. ¿Estaría dispuesto a contratar jóvenes de la zona con previa capacitación?
5. ¿Qué grado de escolaridad necesita que tenga sus empleados?

6. De tener un empleado nuevo, ¿qué actividades desempeñaría esta persona?
7. Que cualidades o habilidades busca en un empleado
8. ¿Qué productos se le dificulta encontrar y que son necesarios para abastecer su negocio?
9. ¿Qué servicios considera deberían existir en su comunidad?

### 3.3.2 INSTRUMENTO APLICADO A LAS MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS DE LA COMUNIDAD

Para las medianas y grandes empresas se diseñó un instrumento derivado del que se aplico a las micros y pequeñas empresas esto con la finalidad de conocer acerca de su visión en la zona.

A continuación las preguntas contenidas en el instrumento:

1. Nombre de la empresa
2. Actividad Principal
3. ¿Cuántos empleados posee su negocio?
4. ¿En que áreas necesita personal con mayor frecuencia?
5. ¿Estaría dispuesto a contratar jóvenes de la zona con previa capacitación?
6. ¿Qué grado de escolaridad necesita que tenga sus empleados?
7. ¿Qué cualidades o habilidades busca en un empleado en su perfil operativo?
8. ¿Qué productos se le dificulta encontrar y que son necesarios para abastecer su negocio?
9. Con base en su experiencia ¿Qué tipo de negocio recomendaría que existiera en la zona?

### 3.3.3 INSTRUMENTO DE SONDEO APLICADO A LOS HABITANTES DE LA COMUNIDAD

Para poder conocer de manera integral que es lo que se necesita en las comunidades estudiadas, se decidió realizar un sondeo, en el cual se le realizaron dos preguntas a transeúntes de la zona durante el inventario.

A continuación se detallan las preguntas realizadas a los transeúntes:

1. ¿Qué productos se le dificulta encontrar y que son necesarios para abastecerse?
2. ¿Qué tipo de negocio recomendaría que existiera en la zona?

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

### 4.1 IDENTIFICACIÓN DE REDES DE APOYO

Las redes de apoyo son un conjunto de organizaciones que vinculan a las personas con otras de su entorno y les permiten mantener o mejorar su bienestar material, físico y emocional (Guzmán, Huenchuan, Montes de Oca, 2003).

En las zonas aledañas a UNITEC, se identificaron varias redes de apoyo que estuvieron dispuestas a colaborar con el proyecto de empleabilidad, en esta zona las redes identificadas fueron de mucha ayuda ya que facilitaron el conocimiento del proyecto a los habitantes de las comunidades, sin embargo en el caso de los patronatos se identifico que la colonia Residencial Honduras no cuenta con un patronato bien organizado recolección de información y la proyección del proyecto en sus habitantes.

A continuación se enumeran las Redes de apoyo encontradas en la zona de estudio:

#### 4.1.1 PATRONATOS

Los patronatos de las comunidades son juntas directivas encargadas de promover el bienestar de los vecinos de la colonia por la cual trabajan, en cada una de las comunidades con las que se trabajo cuenta con un representante de patronato que fue el enlace con los jóvenes de la zona.

Tabla 3. Patronatos de las comunidades

Colonia	Representante	Cargo	Teléfono
Villanueva	Douglas Sánchez	Presidente	9944-8243
	Iris Montalván	Sector 1	9507-6687
	Welsa Cruz	Sector 2	9617-1937
	Gloria Motiño	Sector 3	9801-1638
	Humberto Moncada	Sector 4	8945-6662
	Jessica Pereira	Sector 5	9499-4494
	Jorge Silva	Sector 6	9899-9162

	María Elene Benítez	Sector 7	9599-1706
	Dilcia Servellón	Sector 7A	9694-6769
	Santiago Amador	Sector 8	9585-0192
<b>Residencial Honduras</b>	Mario Navarro	Presidente	9887-8785 / 9997-2443
	Morazán	Fiscal	9661-0939 / 9539-9531
<b>Altos de Los Pinos</b>	Marcos García	Presidente	3338-1332
	Erdodo Sánchez	Tesorero	3247-1957
<b>Los Pinos</b>	José Antonio Rodríguez	Presidente	9562-8190
<b>Plan de Los Pinos</b>	Juan Gudiel	Presidente	8822-3549
<b>Aldea El Tablón</b>	Julio Matamoros	Presidente	9938-0073

#### 4.1.2 ORGANIZACIONES SOCIALES, RELIGIOSAS Y EDUCATIVAS

Las colonias de la zona cuentan con varias asociaciones que buscan de igual manera el mejoramiento de la comunidad como ser las asociaciones de jóvenes, escuelas, junta del agua, iglesias y que trabajan directamente con los jóvenes.

Tabla 4. Organizaciones De Apoyo Colonia Villanueva

	Representante	Red de Apoyo	Teléfono
<b>Organización Social</b>	Jessica Pereira	Grupo Juvenil Sector 5	9499-4494
	María Elena Benítez	Grupo Juvenil Sector 7	9599-1706
	Carolina Elvir	Padres de Familia	9806-7387
	Asociación Compartir	Ana Dolores	2291-3180
<b>Organización Religiosa</b>	Guillermo	Iglesia Católica	9906-1563
	Altagracia Hernández	Puerta del Cielo	2228-7157
	José Cruz Bada	Príncipe de Paz	2291-3329
	Pedro Santos	A Dios sea la gloria	2291-2891
	Fermin Maldonado	Dios de la Biblia	9893-6295
<b>Organización Educativa</b>		Alma R. de Fiallos	2265-1053
		Esc. Naciones Unidas	2291-2324
		Esc. Gustavo Simón Núñez	2289-3065

	Esc. Jorge Roberto Maradiaga	2291-3101
	Esc. David Corea Sánchez	9937-4521
	Esc. Ana Joselina Fortín	2228-4739
	Esc. María Mercedes Sierra	9738-5848
	Esc. Miriam Judith Gallardo	2291-2250
Carmen Paz	Esc. Moisés Starkman Pinel	2250-3248
Agripino Salgado	Es. Rafael Pineda Ponce	9905-9334

Tabla 5. Organizaciones de Apoyo Colonia Residencial Honduras

	Representante	Red de Apoyo	Teléfono
<b>Organización Educativa</b>	Ana Joaquina	Esc. República de China	2228-4892
		Esc. José Rafael Ferrari	2228-4933

Tabla 6. Organizaciones de Apoyo Colonia Plan de los Pinos

	Representante	Red de Apoyo	Teléfono
<b>Organización Educativa</b>	Zonia Petillo	Oleander`s School	2291-3906 / 9870-6096
	Consuelo Figueroa	Esc. Mélida de Jesús	9976-3708
		Esc. Leticia Aguiluz de Romero	2255-2021
<b>Organización Social</b>	Miguel Flores	Junta del Agua Liga de Football	9948-1774
<b>Organización Religiosa</b>	Andrés Cáliz	Parroquia Madre Dolorosa	9685-1258 / 9790-7613
	Gabriel Oliva	Iglesia Evangélica Filadelfia	9818-4980
	Santos Matías	Ministerio Misionero	9804-2227
	Daisy Ruiz	Iglesia Poder de Dios	2291-4206

Tabla 7. Organizaciones de Apoyo Los Pinos

	Representante	Red de Apoyo	Teléfono
<b>Organización Social</b>	María Agripina Cantillano	Junta de Agua	2291-9446
	Ondina Núñez Velásquez	Asociación ORMA	9697-7707
	Yamilet Villanueva Núñez	Asociación ORMA	9529-8645
<b>Organización Educativa</b>	José Francisco López	Herman Herrera Molina	22913848
		Esc. Alduvin Díaz Bonilla	2291-4042
		Inst. Técnico Los Pinos	9764-1051
<b>Organización Religiosa</b>	Jairo Sarmiento	Iglesia Transformación	2291-4369

Tabla 8. Organizaciones de Apoyo Colonia Altos de los Pinos

	Representante	Red de Apoyo	Teléfono
<b>Organización Social</b>	Liza Cruz	Asociación Compartir	9665-2020
	María Benita Moran	Caja de Ahorro	9451-5815
	Mireya Minero	Centro de Salud	9954-8646
	Alexis Vargas	Liga de Football	9649-1896
<b>Organización Educativa</b>		Esc. Jaime Romero Zúniga	2247-1592 / 9562-8190
	María Teresa Rosales	Kinder Solidarite Partage	9662-2315
<b>Organización Religiosa</b>	Sarahí Motiño	Ministerio Avance Misionero	3390-1129
	Porfirio Aguilar	Iglesia de Cristo	9950-3943
	Pastor Lito		9727-8886
	Levi Ríos	Iglesia Bautista	3253-9412
	Berta Lidia Meza	Ministerio David Aron	9942-5132
	Rolando Bustamante	Iglesia Nuevo Amanecer	3240-2193
	Máximo Ortiz	Iglesia Católica	9685-3661

Tabla 9. Organizaciones de Apoyo Aldea El Tablón

	Representante	Red de Apoyo	Teléfono
<b>Organización</b>		Esc. Salvador Corleto	2251-9804 / 9957-7706
<b>Educativa</b>		Esc. Nemencia Portillo	9896-6901

## 4.2 INVENTARIO DE MIPYMES Y GRAN EMPRESA EN LA ZONA

### 4.2.1 NEGOCIOS Y EMPRESAS ENCUESTADAS

Se realizó un inventario de las zonas estudiadas con el objetivo de conocer distribución geográfica de los principales proveedores de productos y servicios.

La Figura 5 muestra la distribución de negocios encuestados en las cuatro colonias bajo estudio, en la cual se demuestra que las micro y pequeñas empresas se encuentran en su gran mayoría en Villanueva, de las cuales fueron encuestados 170 negocios que representa un 70%, debido a que esta colonia es una zona más comercial y con una amplia variedad de negocios.

Tabla 10. Frecuencia de Negocios Encuestados

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	El Tablón	5	2,0
	Los Pinos	31	13,0
	Res. Honduras	38	15,0
	Villanueva	170	70,0
	Total	244	100,0

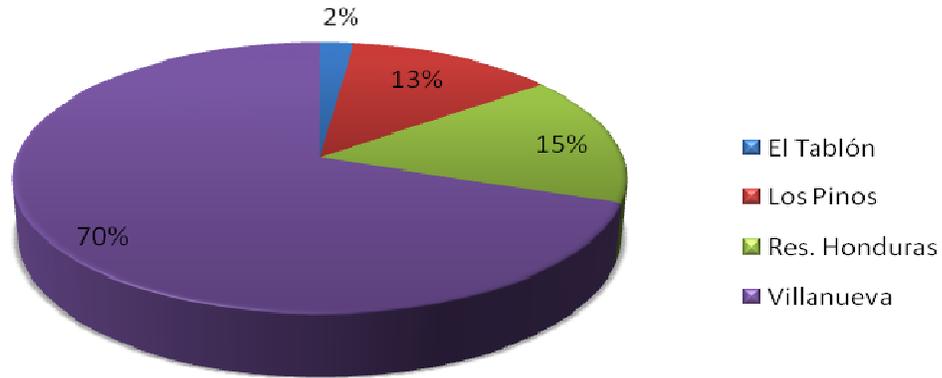


Figura 5: Negocios encuestados por colonia

Por otro lado en la zona se localizan pocas empresas que entran en la categoría de medianas y grandes, por lo que como se indicó en la Metodología se decidió realizar una entrevista con el personal que se encarga de las actividades de Recursos Humanos y por ende determinar las necesidades de personal. En la Tabla 11 se muestran las empresas que fueron entrevistadas.

Tabla 11. Mediana y Gran Empresa

	Empresa	Actividad	Cargo del entrevistado
1	Lácteos de Honduras	Venta y Distribución de Lácteos	Gerente de Recursos Humanos
2	Polaris Internacional	Venta y Distribución de Materiales Arquitectónicos	Asistente de Gerencia General
3	Magitubos	Elaboración de Muebles Tubulares	Gerente de Recursos Humanos
4	Fabricaciones Electromecánicas	Fabricación de Estructuras de Acero	Gerente General
5	Grupo Beta	Maquiladora Textil	Gerente de Recursos Humanos

#### 4.2.2 RUBRO DE LOS NEGOCIOS

Para el estudio del rubro de los negocios se determinaron siete categorías:

- a) Taller, en los que se incluyeron los talleres de mecánica, carpintería, soldadura, electricidad, electrónica.
- b) Pulpería/Mercadito
- c) Belleza, incluye salones de belleza y barbería.
- d) Golosina, incluye cafeterías y ventas de comida.
- e) Restaurante.
- f) Variedades, se incluyen las ventas de ropa, zapatos, celulares y cosméticos.
- g) Otras, se incluye cualquier negocio que no entre en las siguientes categorías.

En la Figura 6, se observa el rubro de los negocios que participaron en la muestra de las cuatro colonias; en este sector micro y pequeña empresa los negocios más populares son pulperías y mercaditos representados por un 45% que se representa en 110 negocios dentro de este rubro. Representativo también es el grupo que se incluyó en otros en los cuales con un 27%, es decir 68 negocios, se encuentran las ferreterías, ventas de repuestos, papelerías, reparaciones de celulares, carnicerías, etc.

Tabla 12. Frecuencia de Rubro en las micros y pequeñas empresas

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Taller	34	14,0
Pulp/Mercadito	110	44,0
Belleza	12	5,0
Golosina	11	5,0
Restaurante	3	3,0
Variedades	6	2,0
Otros	68	27,0
Total	244	100,0

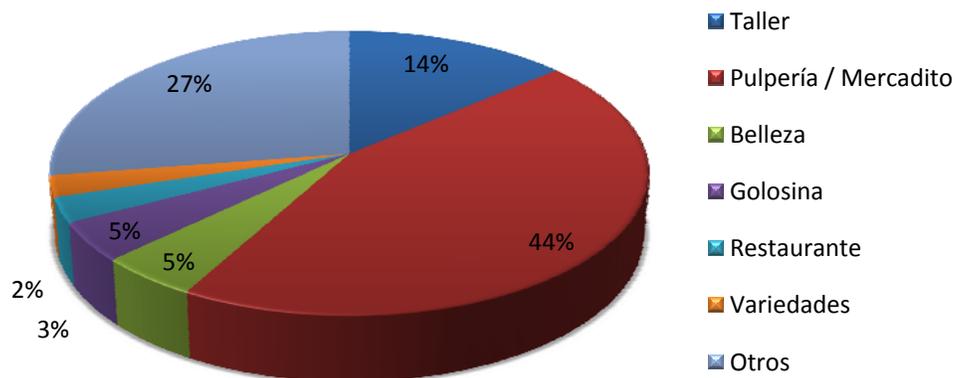


Figura 6: Rubro en las micros y pequeñas empresas

#### 4.2.3 SECTOR AL QUE PERTENECE

El sector al que pertenecen las empresas encuestadas estará determinado por el número de empleados que tenga.

Los datos revelados en la Figura 7 reflejan que aproximadamente el 95% de los negocios en la zona de estudio pertenecen al sector Microempresario, es decir que 231 mayoría de los negocios tienen 10 o menos empleados.

Tabla 13. Frecuencia Empleados en las micros y pequeñas empresas

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos de 1 a 10	231	94,7
de 11 a 50	13	5,3
Total	244	100,0

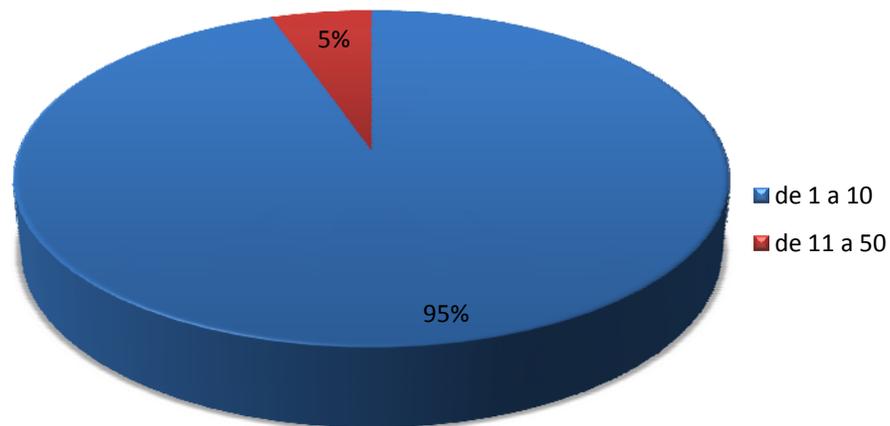


Figura 7: Tamaño de las micros y pequeñas empresas

En la Mediana y gran empresa el número de empleados está determinado por la operatividad de la misma, esto se observó durante las entrevistas realizadas como muestra en la Figura 8.

Tabla 14. Frecuencia de Empleados en las medianas y grandes empresas

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	de 1 a 10	1	16,7
	de 11 a 50	2	33,3
	de 51 a 150	1	16,7
	de 151 en adelante	2	33,3
	Total	6	100,0

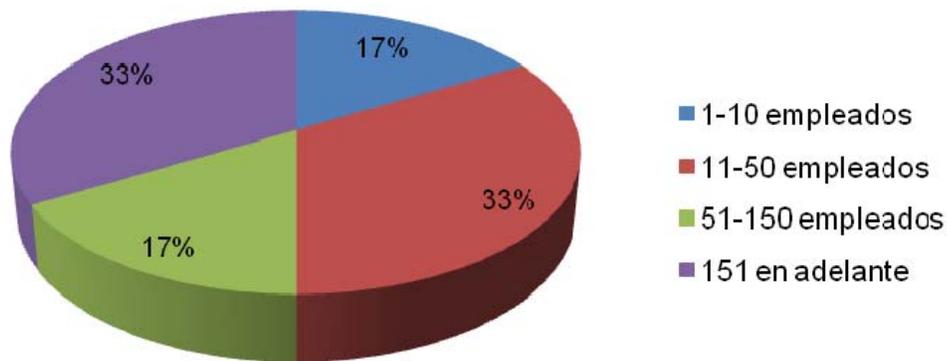


Figura 8. Tamaño de las medianas y grandes empresas

### 4.3 DIAGNÓSTICO DE MANO DE OBRA DEMANDADA

#### 4.3.1 DISPONIBILIDAD PARA CONTRATAR JOVENES CON PREVIA CAPACITACIÓN

En cuanto a la disponibilidad que tendrían las empresas encuestadas para contratar nuevo personal, se observa la Figura 9 indica que los negocios de la micro y pequeña empresa están inclinados a la no contratación de personal contestando 225 negocios que no estarían dispuestos a contratar ya que con ellos y sus familiares es más que suficiente para dirigir sus negocios.

Tabla 15. Disponibilidad de contratar en las micros y pequeñas empresas

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	si	19	7,8
	no	225	92,2
Total		244	100,0

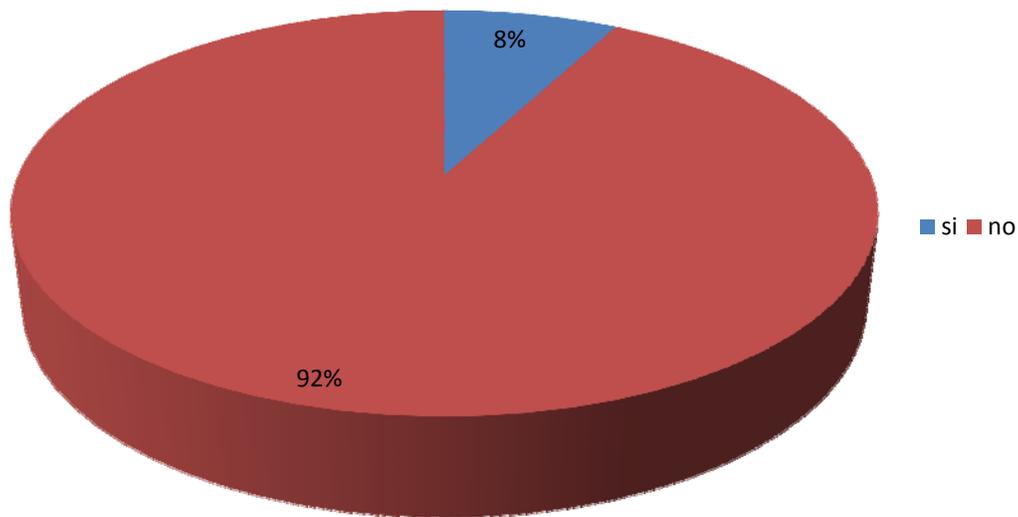


Figura 9: Disponibilidad para contratar personal en las micros y pequeñas empresas

En contraposición a la figura anterior la mediana y Gran empresa tal como lo indica la Figura 10 muestra la disponibilidad de estas empresas de contratar mano de obra capacitada de la zona es de un 100%, es decir las 6 empresas encuestas de tener la oportunidad de contratar a jóvenes capacitados de la zona lo harían proporcionando un trabajo digno que ayudarán a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la comunidad.

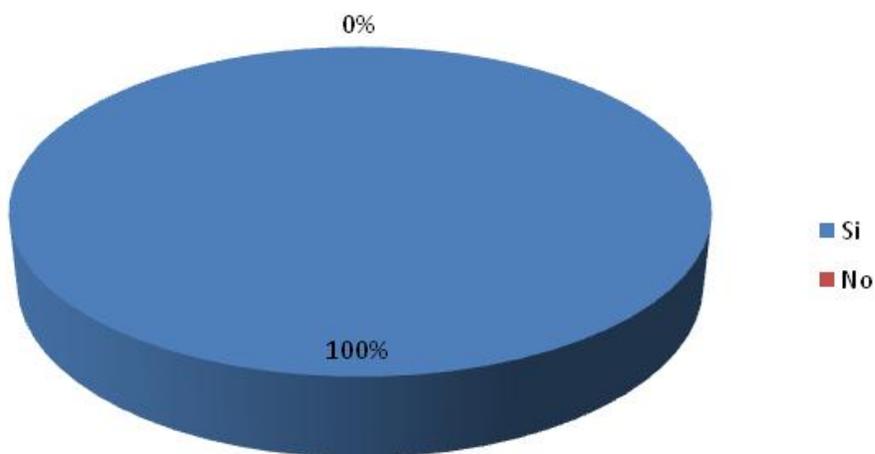


Figura 10. Disponibilidad para contratar personal en las medianas y grandes empresas

#### 4.3.2 GRADO DE ESCOLARIDAD DEMANDADO

El grado de escolaridad requerido para las personas que se contratarían en los negocios se dividió en las principales áreas disponibles en el sistema educativo:

- a) Primaria: de primero a sexto grado.
- b) Secundaria: de séptimo a onceavo grado
- c) Técnico: cursos recibidos en escuelas e instituciones técnicas
- d) Superior: estudios universitarios

En la Figura 11, se observa la importancia que para manejar un negocio de micro o pequeña empresa los encuestados manifiestan que el nivel de escolaridad necesario es Primario y Secundario determinándolo así 228 negocios encuestados.

Tabla 16. Frecuencia Niveles Educativos Requeridos en las micros y pequeñas empresas

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Primaria	125	51,2
	Secundaria	103	42,2
	Técnico	8	3,3
	Educ. Superior	6	2,5
	por experiencia	2	,8
	Total	244	100,0

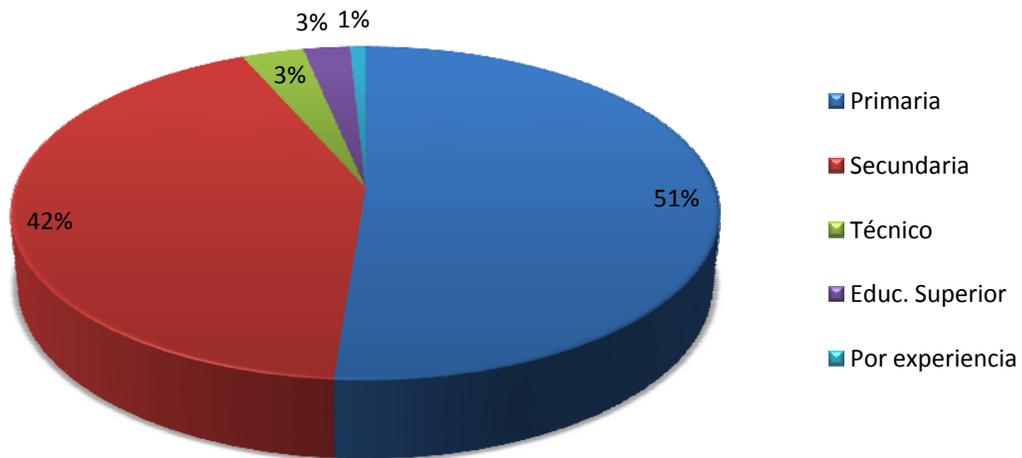


Figura 11: Grado de escolaridad requerido en las micros y pequeñas empresas

Para la mediana y gran empresa el nivel educativo demandado en sus empleados como se observa en la Figura 12 la preferencia por Educación Secundaria concluida donde 4 empresas encuestas lo solicitan, debido a que en su mayoría las plazas que apertura son operativas y mientras más capacitado esta un empleado mejores resultados esperan de él.

Tabla 17. Frecuencia Niveles Educativos Requeridos en las medianas y grandes empresas

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Primaria	3	25
Secundaria	4	33,3
Técnico	3	25
Educ. Superior	2	16,7
Total	12	100,0

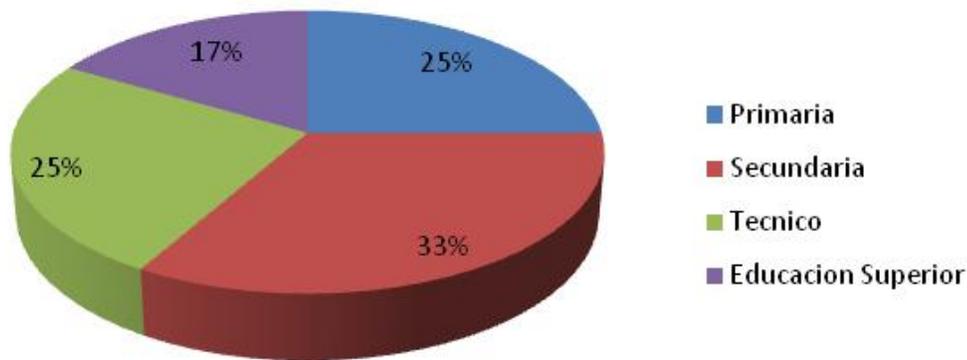


Figura 12. Nivel Educativo requerido en las medianas y grandes empresas

#### 4.3.3 CUALIDADES Y HABILIDADES REQUERIDAS EN UN EMPLEADO

Las cualidades y las habilidades requeridas en un empleado presentan un enfoque similar al estudio realizado por el COHEP, mostrando un enfoque en valores.

Para la micro y pequeña empresa las cualidades y habilidades necesarias en un posible empleado para llevar a cabo con éxito el quehacer del negocio son principalmente la honradez, responsabilidad, seriedad, y orientación a atención cliente como lo muestra la Figura 13.

Tabla 18. Frecuencia de Cualidades y Habilidades Requeridas en la micro y pequeña empresa

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Honradez	88	20,8
	Honestidad	53	12,5
	Trabajador	47	11,1
	Puntual	40	10,6
	Activo	43	10,2
	Responsable	39	9,2
	Serio	27	6,4
	Atento	25	6
	Amable	22	5,2
	Otros	33	7,8
	Total	422	100,0

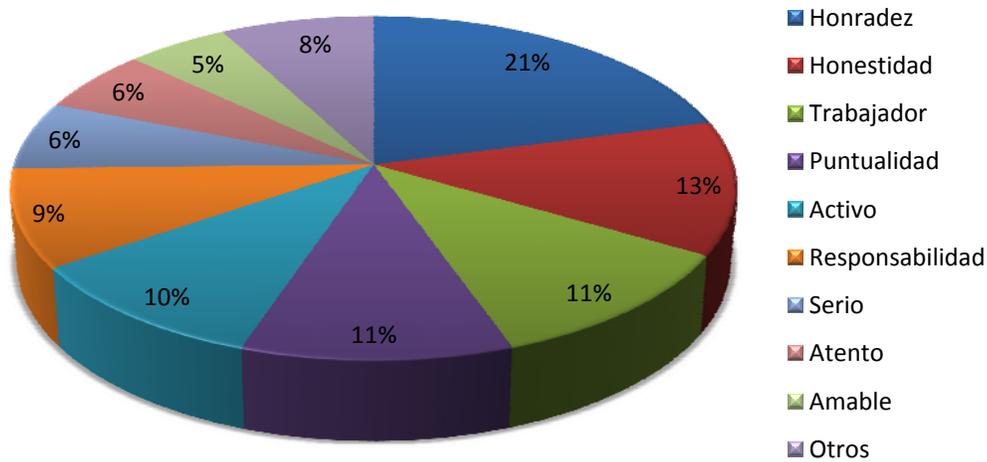


Figura 13: Cualidades y habilidades requeridas en la micro y pequeñas empresas

La Figura 14 muestra las cualidades o habilidades que la Mediana y Gran empresa requieren para su personal de nuevo ingreso y al igual que las micro y medianas las cualidades que estas empresas esperan son; la honradez y la responsabilidad como las más importantes seguidas por una actitud colaboradora, perseverante, que sepa trabajar en equipo y puntualidad.

Tabla 19. Frecuencia de Cualidades y Habilidades Requeridas en las medianas y grandes empresas

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Buena Presentación	1	5,0
Colaborador	2	10,0
Compromiso	1	5,0
Disponibilidad	1	5,0
Educado	1	5,0
Entusiasta	1	5,0
Honrado	3	15,0
Iniciativa	1	5,0
Perseverante	1	10,0
Puntual	2	10,0
Responsable	3	15,0
Trabajo en Equipo	2	10,0
Total	20	100,0

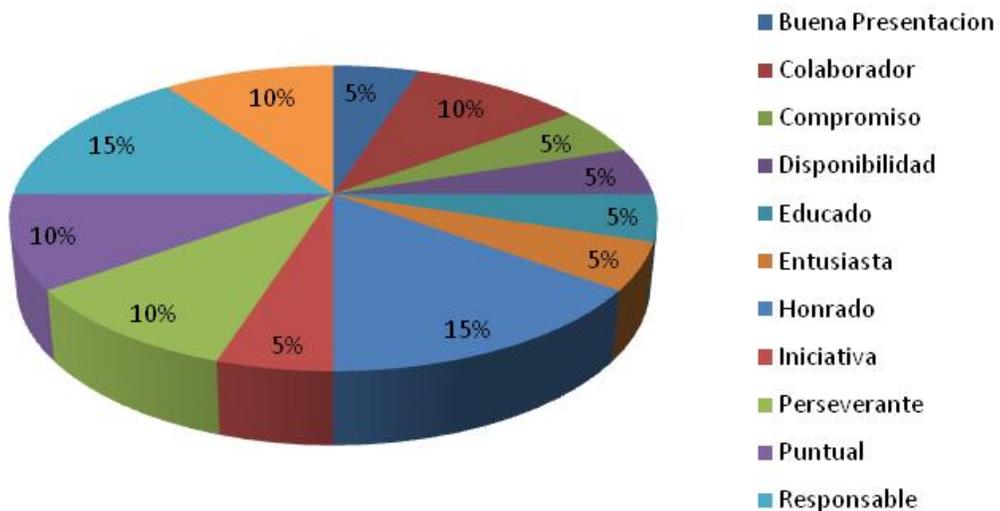


Figura14. Cualidades y habilidades requeridas en las medianas y grandes empresas

#### 4.4 DIAGNÓSTICO DE SERVICIOS Y PRODUCTOS DEMANDADOS

##### 4.4.1 DEMANDA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Para poder determinar que productos y servicios le son más difíciles de encontrar a los negocios de la zona se segmentó en 8 categorías:

- a) Comestible, aquí se incluyen todos los productos de la canasta básica.

- b) Higiene y Limpieza, se incluyen los productos de higiene como ser cloro, detergentes, jabones, etc.
- c) Electrónicos.
- d) Belleza y Cosmético.
- e) Hogar, aquí se incluyen todas las necesidades de artículos para el hogar.
- f) Ferretería.
- g) Repuestos.
- h) Ninguna, esta opción se proporciono ya que hay negocios que abastecen sus negocios con comercios fuera de la localidad.

Los productos más difíciles de encontrar en la zona para las Micro y pequeñas empresas son los Comestibles, Higiene y Limpieza y Hogar entre los más puntuados, cabe mencionar que como se ha venido señalando anteriormente la colonia Villanueva se encuentra en términos generales bien abastecida por lo que el 39% expresado en la Figura 15 corresponde a que los negocios encuestados no perciben necesidad de abastecimiento para obtener sus productos este porcentaje es tan alto debido a que más de la mitad de los negocios de la zona se encuentran en esta colonia.

Tabla 20. Frecuencia de los productos difíciles de encontrar en la zona y necesarios para abastecer los negocios

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Comestible	28	12,0
Higiene y Limpieza	25	10,0
Electrónicos	22	9,0
Belleza/Cosméticos	15	6,0
Hogar	8	3,0
Ferretería	21	9,0
Repuestos	29	12,0
Ninguno	95	39,0
Total	243	100,0

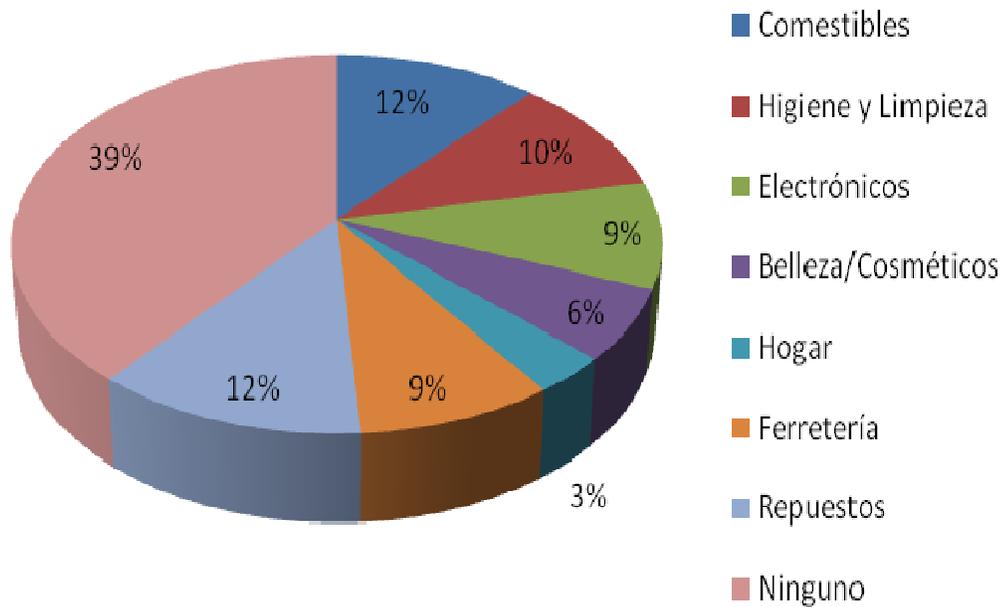


Figura 15: Productos difíciles de encontrar en la zona y necesarios para abastecer los negocios

Las medianas y grandes empresa de la zona, no encuentran dificultad para encontrar los productos necesarios para abastecerse, ya que la mayoría de los productos los traen del extranjero.

Sin embargo recomiendan que lugares como restaurantes de comida casera, supermercado, centro de lavado de vehículos pudieran ser útiles para la comunidad y para fomentar el emprendedurismo en los jóvenes.

En el sondeo realizado con los transeúntes de la zona como muestra la Figura 16 se observa como los habitantes de las comunidades objeto de estudio perciben dificultad para encontrar agua en bote, productos referidos a la canasta básica (maíz, frijoles, manteca, carnes, verduras) y a la vez medicamentos.

Tabla 21. Frecuencia de los productos difíciles de encontrar en la zona y necesarios para abastecer las necesidades del hogar

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Agua (botellones)	21	8,0
Alimentos	64	23,0
Carnes	36	13,0
Medicamentos	54	19,0
Verduras	20	7,0
Vestuario	43	15,0
Cosméticos	13	5,0
Otros	27	10,0
Total	278	100,0

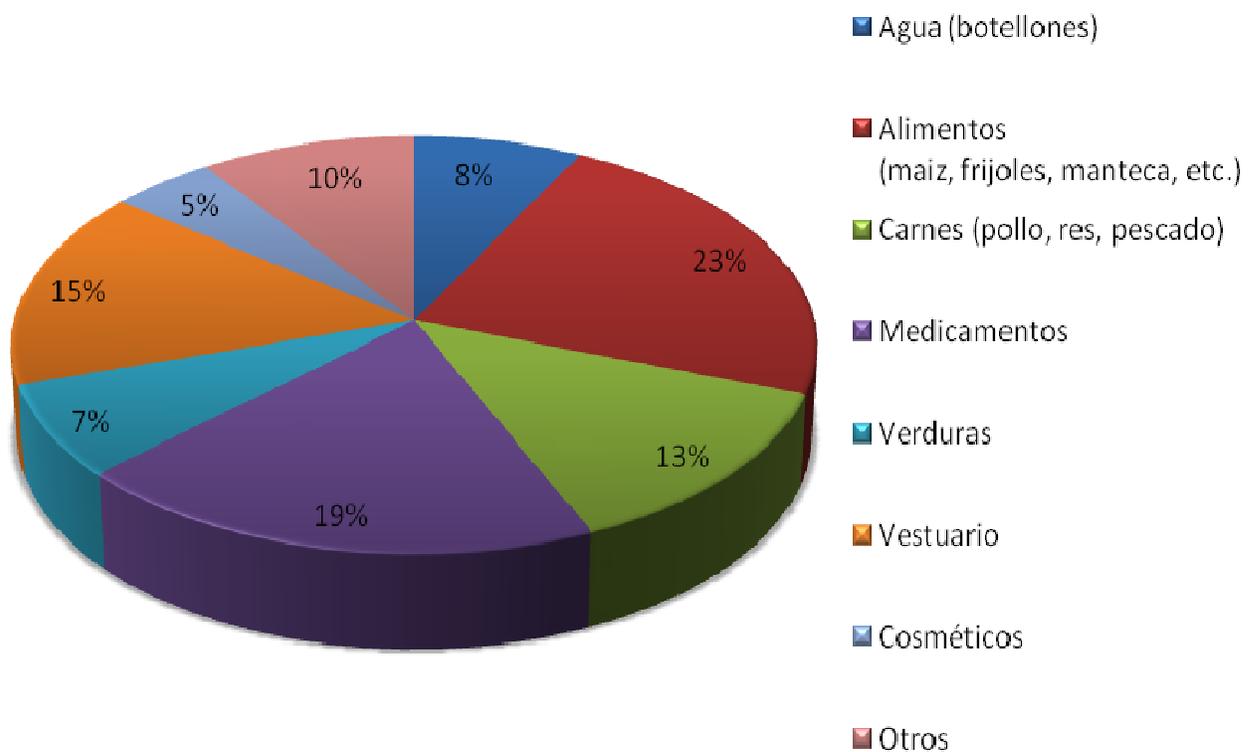


Figura 16: Productos difíciles de encontrar en la zona y necesarios para abastecer las necesidades del hogar.

#### 4.4.2 NEGOCIOS SUGERIDOS

En la Figura 17 se observa que los negocios recomendados por la micro y pequeña empresa son los referidos a Belleza, Carpintería, Electrónica y Cyber Café, el mayor porcentaje está representado por un 12% que no percibe la necesidad de ningún servicio ya que se considera que en su comunidad se encuentran los necesarios para cumplir con las necesidades estas respuestas se dieron con mayor frecuencia en la colonia Villanueva y Residencial Honduras.

Tabla 22. Frecuencia de Servicios que deberían de existir

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
Carpintería	45	8,56
Electrónica	50	9,51
Mecánica	39	7,41
Corte y Confección	37	7,03
Belleza	56	10,65
Construcción	26	4,94
Tapicería	38	7,22
Cyber Café	47	8,94
Refrigeración	49	9,32
Soldadura	35	6,65
Vidriería	42	7,98
Ninguno	62	11,79
Total		100,0

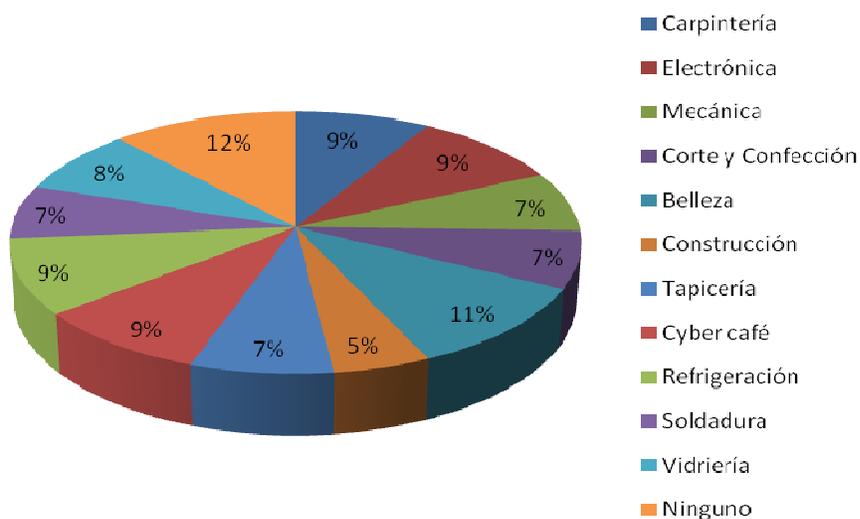


Figura 17: Servicios que deberían existir en la comunidad