

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE HONDURAS
“NUESTRA SEÑORA REINA DE LA PAZ”
DIRECCIÓN DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



**TÍTULO: IMPACTO ECONÓMICO EN EL USO DE DISPOSITIVOS POS EN
LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIOAL DE LA CIUDAD DE CHOLUTECA
2018**

**PREVIO A OBTENER EL TÍTULO DE MÁSTER EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

PRESENTADA POR: JOSUÉ ALFREDO ALVAREZ

ASESOR TÉCNICO:

ASESOR METODOLÓGICO:

AGOSTO DE 2018

TEGUCIGALPA M.D.C

HONDURAS C.A.

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

A Dios primeramente, por darnos la bendición de la vida, permitiendo que veamos la luz de sol cada día y así, poder continuar trabajando en la búsqueda de nuestros sueños.

A mi familia, por apoyar siempre mis decisiones de continuar estudiando y comprender mi ausencia en el compartir familiar debido a mi presencia en el salón de clases.

A la Universidad Católica de Honduras, por la oportunidad de permitirme estudiar y trabajar al mismo tiempo, y también por la ayuda financiera que he recibido desde el comienzo de la maestría.

ABSTRACT

Este resumen debe ser descriptivo y completo pero también muy breve y conciso su extensión no deberá ser mayor a una cuartilla, no debe exceder 250 palabras, además debe estar escrito en inglés.

RESUMEN

El resumen debe contener el problema que se estudia expresado de ser posible en una sola oración, los participantes especificado características pertinentes como edad sexo y grupo étnico racial, empresas tipo de empresas, etc., las características esenciales del método de estudio, en particular las que pueden usarse en búsqueda electrónica, indicando la metodología del estudio. También, debe incluir los descubrimientos básicos, los intervalos de confianza las hipótesis que han sido aceptadas y el valor de P para cada una de ellas.

Es importante también indicar las conclusiones, las implicaciones y si acaso se encontró, las aplicaciones.

El límite de palabras deberá estar entre 150 y 250 palabras.

TABLA DE CONTENIDO

1	DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.1	SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	1
1.2	PROBLEMA.....	3
1.2.1	DIAGRAMA SAGITAL	3
1.3	OBJETIVOS	3
1.3.1	OBJETIVO GENERAL	3
1.3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
1.3.3	JUSTIFICACIÓN.....	4
2	MARCO TEÓRICO	6
2.1	Revisión de la literatura	6
2.2	Marco conceptual.....	7
2.2.1	PYME	7
2.2.2	Datáfono	7
2.2.3	TPV o Terminal Punto de Venta	8
2.2.4	Tarjeta de débito	9
2.2.5	Tarjeta de crédito	10
2.3	Marco teórico	10
2.3.1	El uso de efectivo y tarjetas de débito y crédito	10
2.3.2	Los sistemas electrónicos de pago.....	12
2.3.3	La importancia de las PYMES	16

2.3.4	Situación de las MIPYMES en Honduras	17
3	METODOLOGÍA.....	19
3.1	ENFOQUE.....	19
3.2	DISEÑO.....	19
3.3	ALCANCE.....	19
3.4	DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL DE LAS VARIABLES	20
3.5	HIPÓTESIS	21
3.6	INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN	22
3.6.1	CONSTRUCCIÓN DE INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN	22
3.7	PLAN DE ANÁLISIS	22
3.8	ESTUDIO MUESTRAL.....	23
4	RESULTADOS	25
4.1	RESULTADOS GENERALES	25
4.1.1	CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DE LAS ESCALAS UTILIZADAS	25
4.1.2	ANÁLISIS PREVIO DE LOS DATOS	25
4.1.3	EXAMEN GRÁFICO DE LOS DATOS	25
4.1.4	ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE LAS VARIABLES	25
4.1.5	ANÁLISIS DE LA DIFERENCIA ENTRE GRUPOS.....	25
4.1.6	DATOS AUSENTES	25
4.1.7	CASOS ATÍPICOS	25
4.1.8	VERIFICACIÓN DE LOS SUPUESTOS.....	25

4.1.9	NORMALIDAD	25
4.1.10	HOMOCEDASTICIDAD	25
4.1.11	AUTOCORRELACIÒN.....	25
4.2	CRUCE DE VARIABLES	26
4.3	ANÁLISIS MULTIVARIABLES	26
5	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	27
6	CONCLUSIONES.....	28
7	BIBLIOGRAFIA	29
8	GLOSARIO DE TÉRMINOS	30
9	ANEXOS	31

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	dddd	¡Error! Marcador no definido.
---------	------------	--------------------------------------

LISTA FIGURAS

GLOSARIO DE TÉRMINOS

POS: Point of sale (Punto de venta)

MiPyME: Micro, Pequeña y mediana empresa

INE: Instituto Nacional de Estadística

INTRODUCCIÓN

La actualidad del comercio tiene un carácter dinámico, lo cual implica renovar la forma en cómo se mantiene relación con los actuales clientes y cómo atraer potenciales. Las tecnologías de la información y comunicación han transformado la manera de hacer negocios sin importar el tamaño de las empresas. Una de las actividades más importantes es la culminación de una compraventa de un bien o servicio, conocido como el pago en una determinada moneda. Existe una tendencia al alza en el uso de dinero electrónico a través de tarjetas de crédito o débito para la cancelación de un bien o servicio en lugar de utilizar dinero físico.

Es definitivo que el impacto económico para los negocios es determinante al ofrecer al cliente la posibilidad de pagar con tarjeta y es así como el presente trabajo de investigación propone conocer de forma clara qué implicaciones trae el uso de dispositivos POS y cuáles son las causas por las que muchos negocios han decidido no utilizarlo.

1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Las tecnologías de la información y comunicación avanzan a pasos agigantados año con año, impactando la vida de las personas de diversas formas, desde situaciones particulares hasta situaciones comunes en el quehacer de los ciudadanos.

Una de esas situaciones es el proceso de cancelación de un bien o servicio que realiza un cliente cuando éste lo recibe. Son muchas las formas de cancelación que un cliente tiene disponible, siendo el pago en efectivo uno de los más utilizados.

En los países desarrollados, el uso de dinero físico ha ido disminuyendo debido a que existen formas más seguras de realizar pagos por bienes o servicios adquiridos. El internet y todas las oportunidades que ofrece, entre ellas el comercio electrónico, ha impulsado fuertemente el uso de tarjetas de débito, crédito, carteras electrónicas, criptomonedas, etc., como medio para cancelar.

En el caso específico de las tarjetas de débito y crédito, éstas son utilizadas tanto en sitios web como en establecimientos físicos y las entidades financieras como bancos y cooperativas dan la oportunidad a sus clientes de poseer tarjetas según capacidad y beneficios que ésta ofrezca.

Cada vez son más las personas que cuentan con una tarjeta deciden utilizarla para comprar, es por eso por lo que los negocios deben conocer la importancia de ofrecer a los clientes actuales y potenciales, la posibilidad de que puedan pagar con sus tarjetas.

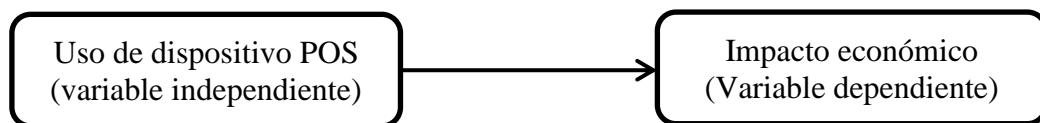
En Honduras, aún existen muchos establecimientos del sector comercial que han decidido no utilizar un dispositivo POS, lo que en algunos casos podrían llegar a perder de realizar una venta por no ofrecer al cliente que pueda pagar con tarjeta. Por otro lado, existen negocios que han decidido cobrar con tarjeta, pero el cliente debe realizar compras arriba de un monto establecido, lo que condiciona el uso de la tarjeta.

Las entidades financieras que ofrecen a los negocios el servicio de POS cobran una comisión por cada transacción, razón por la que muchos establecimientos han decidido no utilizar el servicio, en cambio, existen muchos negocios con volúmenes de venta aceptables que a pesar de las comisiones que deben pagar, el ofrecer a sus clientes el pago usando sus tarjetas, impacta de forma positiva sus finanzas.

1.2 PROBLEMA

¿Cuál es el impacto económico en el cobro de bienes y/o servicios a través de dispositivo POS en las MiPymes del sector comercial de la ciudad de Choluteca?

1.2.1 DIAGRAMA SAGITAL



1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar cómo impacta económicamente a las MiPymes del sector comercial de la ciudad de Choluteca el uso de dispositivos POS y con qué frecuencia realizan el cobro del bien y/o servicio en comparación al cobro con dinero en efectivo.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar qué porcentaje de negocios ofrecen POS como método de pago a sus clientes.
- Identificar el impacto económico que tienen los negocios al contar con POS para el cobro de los bienes y/o servicios que ofrecen.
- Estimar con qué frecuencia los clientes escogen realizar el pago a través de tarjeta.
- Determinar el efecto negativo en las finanzas de los negocios por no contar con POS como medio de pago para sus clientes.
- Establecer las razones por las que un negocio no decide incluir POS como forma de pago para sus clientes

1.3.3 JUSTIFICACIÓN

La finalidad de la presente investigación es conocer el impacto en la economía de las pequeñas y medianas empresas al utilizar dispositivos POS en el cobro de sus bienes y/o servicios a sus clientes actuales y potenciales.

Los resultados de la investigación darán un panorama claro a los negocios que ya utilizan POS en cuanto al beneficio que obtienen por utilizarlo, a pesar de entregar una comisión al banco por cada transacción realizada, así mismo, a los negocios que aún no forman parte de empresas que hacen uso de las tecnologías disponibles, el estudio les brindará la información

necesaria para tomar la mejor decisión en cuanto a continuar sin utilizar POS o decidir utilizarlo en sus empresas.

Es importante que los interesados, en este caso, los negocios, tengan presente que la tecnología avanza aunado a ello, las formas de pago también revolucionan y no estar a la vanguardia de la tecnología, coloca a muchos negocios en una posición de riesgo ya que gran parte de la población posee una tarjeta ya sea de débito o crédito y conocen el beneficio de utilizar el plástico en lugar de llevar consigo cantidades considerables de dinero en efectivo. Los mismos propietarios de negocios que poseen tarjetas y que no implementan POS en sus establecimientos, podrán conocer el impacto en su economía al brindar a sus clientes la posibilidad de pagar con tarjeta, ya que ellos mismos posiblemente pagan con sus tarjetas en otros negocios.

Para los futuros emprendedores, la presente investigación será una fuente de información sólida en el aspecto económico, con la sincera intención de que el conocimiento sobre métodos de pagos electrónicos brindará a sus emprendimientos un impacto positivo que les permita mantener una posición firme y sólida en el mercado en el largo plazo.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Revisión de la literatura

Las diversas publicaciones relacionadas al tema de pagos con tarjetas en los establecimientos muestran que es una actividad en crecimiento. En los países de mayor desarrollo tecnológico, la adopción de datáfonos se ha extendido en la mayoría de los comercios, pasando a ser parte de la cultura de los ciudadanos hacer uso de sus tarjetas y utilizar cada vez menos el efectivo.

El desarrollo tecnológico y la innovación en los métodos de pago por parte de grandes compañías motivan a las personas a realizar sus pagos utilizando sus tarjetas y en el mejor de los casos a utilizar sus dispositivos móviles para realizar las transacciones sin la necesidad de llevar consigo las tarjetas, tal es el caso de la tecnología de pagos móviles creada por Apple llamada Apple Pay lanzada en septiembre de 2014.

Los autores de las publicaciones hacen énfasis en los beneficios y perjuicios que impacta las economías de las diferentes empresas.

Para desarrollar la temática en cuestión se tomaron como referencias: libros, tesis, artículos de revistas, y documentos de investigación científica.

2.2 Marco conceptual

2.2.1 PYME

Las pymes son las pequeñas y medianas empresas, esto es, las empresas que cuentan con no más de 250 trabajadores en total y una facturación moderada. Son empresas de no gran tamaño ni facturación, con un número limitado de trabajadores y que no disponen de los grandes recursos de las empresas de mayor tamaño.

Las pequeñas y medianas empresas son entidades independientes, con alta predominancia en el mercado de comercio, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias y por las limitaciones que impone la legislación en cuanto al volumen de negocio y de personal, los cuales si son superados convierten, por ley, a una microempresa en una pequeña empresa, o una mediana empresa se convierte automáticamente en una gran empresa. Por todo ello una pyme nunca podrá superar ciertas ventas anuales o una determinada cantidad de personal.

2.2.2 DATÁFONO

Un Datáfono es un dispositivo que permite el cobro mediante tarjeta bancaria (tanto de crédito como de débito) a los clientes que compran o consumen en un determinado establecimiento comercial.

Habitualmente un datáfono permite a la tienda, restaurante u otro tipo de negocio el cobro a clientes que desean pagar con tarjeta. Este tipo de servicio generalmente es ofrecido o proporcionado por la entidad bancaria con la que se suele trabajar.

La tecnología empleada por este tipo de dispositivos se basaba en su origen en el uso de la línea telefónica. Sin embargo, con la exponencial evolución de las telecomunicaciones en los últimos años, este servicio puede ser ofrecido por conexiones IP gracias a redes GSM, GPRS o Wi-Fi. Hoy en día los locales siguen siendo la mayoría los que conservan la conexión telefónica para este tipo de procesos telemáticos.

Los datáfonos suelen englobarse dentro de los TPV o Terminales de Puntos de Venta, útiles en establecimientos comerciales y que suelen contar con lector de tarjeta mediante chip o lectura de banda magnética, una impresora de recibos, la conexión a la red de telecomunicación con el que cuente y un teclado para la marcación de claves de seguridad.

2.2.3 TPV O TERMINAL PUNTO DE VENTA

Es el dispositivo o conjunto de ellos que se utilizan para gestionar las tareas de venta al público en un local comercial. Las terminales de punto de venta se componen de software y hardware, facilitando la impresión de tickets, el control de caja, la gestión de inventarios y otras labores de aspecto comercial.

El concepto de terminal de punto de venta puede englobar distintos elementos, desde un dispositivo sencillo que facilita el pago con tarjeta de crédito a los clientes, hasta un procesador con pantalla táctil que permita controlar en un local comercial todo lo relacionado con la venta.

El terminal de punto de venta presenta una serie de características comunes, como son el control de inventario, impresión de tickets o gestión de ventas, pero también podría tener otras aplicaciones adicionales. De ahí que exista la posibilidad de contar con TPV que permitan mostrar estadísticas, hacer gestión del mantenimiento, emisión de facturas, gestión de base de datos de proveedores y usuarios o modificación de precios. Todo ello dentro de una interfaz sencilla que consigue mejorar el rendimiento del negocio.

2.2.4 TARJETA DE DÉBITO

Son las que permiten utilizar los fondos depositados en la cuenta corriente o de ahorro a la que están asociadas. Con ellas se puede sacar dinero en oficinas y cajeros automáticos y también realizar pagos en comercios. En ambos casos la operación se registra de manera inmediata en la cuenta, por lo que es necesario que existan fondos suficientes para hacer frente al pago o a la retirada de efectivo. Esta es la principal diferencia entre las tarjetas de débito y las de crédito.

2.2.5 TARJETA DE CRÉDITO

Permiten realizar pagos u obtener dinero, hasta el límite fijado, sin necesidad de tener fondos en la cuenta bancaria en ese momento (a diferencia de lo que ocurre con las tarjetas de débito).

El uso de una tarjeta de crédito tiene las mismas consecuencias que disponer de cualquier otro crédito o modalidad de financiación: está obligado a devolver el dinero y pagar los intereses establecidos.

El límite del crédito disponible debe figurar en el contrato de la tarjeta. Puede variar a lo largo del tiempo, siempre con el conocimiento y el consentimiento previos tanto del titular de la tarjeta como de la entidad financiera. De forma puntual, las entidades pueden autorizar excesos sobre el límite autorizado. Suele existir un límite de crédito máximo para cada categoría de tarjeta. La devolución del dinero que se ha utilizado debe hacerse de la forma y en los plazos previstos, normalmente en los primeros días de cada mes.

2.3 Marco teórico

2.3.1 EL USO DE EFECTIVO Y TARJETAS DE DÉBITO Y CRÉDITO

El avance durante las últimas seis décadas de la tecnología transaccional en el mundo ha sido muy rápido. Los adelantos tecnológicos han impulsado el desarrollo de los sistemas de pago, tanto de alto como de bajo valor.

Los progresos en los sistemas de pago de bajo valor han llevado a cambios estructurales en la forma en que las personas realizan compras y pagan por obtener bienes y servicios.

La introducción de las tarjetas débito y crédito, en la década de 1950, y en la década de 1970 para Colombia, generó una revolución en la forma de pago de los consumidores. Las personas ya no requerían llevar dinero en efectivo para poder pagar en los comercios, y además podían sacar dinero en los cajeros y sucursales sin necesidad de utilizar libretas o hacer fila en los bancos. Desde entonces las tarjetas débito y crédito se han ido consolidando como un importante medio de pago por parte de los consumidores, que ha ido desplazando el uso del efectivo con fines transaccionales, especialmente en pagos de valor intermedio y alto. Sin embargo, los mayores cambios se han venido dando en los últimos veinte años. De la mano de los avances tecnológicos en el ámbito financiero, han ido surgiendo nuevas formas de realizar operaciones bancarias y pagos a través de internet.

La banca en línea ha ganado participación, especialmente entre personas jóvenes de alto nivel educativo y alto ingreso. Con la posibilidad de realizar compras a través del internet, el uso de las tarjetas débito y crédito también ha ido cambiando. Ya no es necesario ir a los comercios y utilizar datafonos para pagar las compras, sino que éstas pueden pagarse mediante tecnologías de pagos en línea.

2.3.2 LOS SISTEMAS ELECTRÓNICOS DE PAGO

Los sistemas de pago constituyen la infraestructura básica para que los mercados puedan operar eficientemente, por lo que su adecuado funcionamiento depende de los procedimientos y reglas establecidas por las autoridades para que los usuarios puedan liquidar la adquisición de bienes, servicios y activos de manera sencilla. De esta manera, el sistema de pagos es definido como el conjunto de instrumentos y procedimientos para que las transferencias de dinero puedan circular eficientemente.

Para que todo sistema de pagos opere eficazmente se debe garantizar que las transacciones llevadas a cabo por este medio sean seguras y rápidas (Wenninger y Laster, 1995; ECB, 1998; CPSS, 2000, 2003b; Cohen, 2001; Greene et al. , 2014). Al contar con estas características, los bancos centrales tienen la capacidad de supervisar y regular satisfactoriamente el sistema de pagos (Fry et al. , 1999; Cirasino, 2002; Summers y Wells, 2011), lo anterior se explica por el estrecho vínculo existente entre los objetivos específicos de política de la banca central y la estabilidad monetaria y financiera.

A continuación, se describen los medios de pago electrónicos en la economía mexicana a partir de sus dos componentes clave: los pagos de alto y bajo valor a fin de resaltar la importancia que tiene cada operación en los medios de pago y el tipo de usuario que lo realiza, tomando como variable descriptiva el número de transacciones y su valor monetario.

2.3.2.1 Medios de pago de alto valor

Los medios electrónicos de pago se encuentran constituidos por los pagos de alto y bajo valor. Los de alto valor, también conocidos como de "mayoreo", son utilizados para realizar operaciones de liquidación de las obligaciones generadas en los mercados financieros en sus diferentes estructuras para que los intermediarios financieros liquiden sus obligaciones (Sheppard, 1997; Jallath y Negrin, 2001; CPSS, 2005; Martín, 2005; Bech, Presig y Soramaki, 2008; Cronin, 2011). Una de las principales características de los pagos de alto valor es que las operaciones de liquidación se realizan en tiempo real o al final del periodo diferido, según el monto de la operación, así como la saturación del sistema.

Para el caso de México, el Banco de México es el encargado de conducir la política monetaria, además de ser una de las principales instituciones encargadas de regular el sistema financiero y supervisar las operaciones de los intermediarios. Entre otras funciones elementales, el Banco de México es quien provee de liquidez a los intermediarios y actúa como prestamista de última instancia a fin de garantizar la debida operación de los sistemas de pago (CPSS, 2011, pp. 253-258).

El sistema de pagos de alto valor se encuentra constituido mediante las siguientes plataformas básicas: 1) Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios (SPEI) en el que los intermediarios del sector bancario liquidan las transacciones entre ellos y entre sus clientes. El SPEI al ser un sistema híbrido puede ser utilizado para liquidar pagos de alto valor como de bajo valor dependiendo del monto y volumen de las operaciones que se lleven a cabo a través de este

sistema; 2) Sistema de Depósito, Administración y Liquidación de Valores (DALI) en el que se liquidan todas aquellas transacciones que son operadas en el mercado de valores. A través de este sistema se liquida más del 70 por ciento del volumen total de operaciones que son procesadas por los sistemas de pago y de liquidación y de compensación en México, y 3) Sistema de Atención a Cuentahabientes (SIAC) es el mecanismo que utiliza el banco central para proveer de la liquidez requerida al sistema bancario.

2.3.2.2 Medios de pago de bajo valor

Los pagos de bajo valor, también conocido como de "menudeo", se utilizan para realizar operaciones de forma diferida o que no tienen carácter de urgente, por lo que su liquidación puede efectuarse después de haber hecho la transacción. La diferencia principal de los pagos de bajo valor respecto a los de alto valor consiste en que los primeros pueden ser utilizados para realizar cualquier transacción de tarjetas de crédito, tarjetas de débito, cheques, y transferencias electrónicas de fondos, entre otros (CPSS, 2003a, 2004, 2012; Morales, 2011; Amromin y Chakravorti, 2007).

Los pagos de bajo valor son considerados por la literatura especializada de gran importancia para los medios electrónicos de pago, ya que no sólo contribuyen a la eficiencia y estabilidad del sistema financiero, sino además permiten a los individuos tener acceso a los servicios financieros, generando con ello un ambiente económico donde se fomenta la competencia entre los proveedores de servicios financieros amén de la sustitución gradual del dinero corriente (billetes y monedas) por los medios electrónicos de pago (Fung, Huynh y Sabetti, 2012; CPSS, 2011, 2012; Allen, 2003).

La correcta supervisión y manejo de los pagos de bajo valor es un factor para estimular la actividad económica de aquellas economías que cuentan con la adecuada infraestructura y normatividad (CPSS, 2003a, 2011, 2012; Fung, Huynh y Sabetti, 2012; Merritt, 2011). Asimismo, se consideran importantes los aspectos de la cultura y la inclusión financieras como herramientas para mejorar los servicios financieros de tipo minorista para que los usuarios finales realicen sus operaciones de manera segura y rápida; impulsando con ello el uso generalizado de los medios de pago electrónicos.

De acuerdo con el SIE, el sistema de pagos de bajo valor se encuentra constituido por las transferencias electrónicas de fondos, las cuales son realizadas de manera diferida entre los distintos cuentahabientes de los bancos con el fin de pagar, entre otras cosas, la nómina o facturas a proveedores. Se incluyen también las domiciliaciones, que son los cargos realizados de manera diferida por parte de los bancos a nombre de otras compañías por concepto de cobro por un bien o servicio adquirido.

Por último, se encuentran las tarjetas de crédito y de débito, las cuales son utilizadas para realizar transacciones, ya sea de manera electrónica o mediante el uso de terminales en los puntos de venta.

2.3.3 LA IMPORTANCIA DE LAS PYMES

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son la espina dorsal de la economía de cualquier país. A nivel internacional, comprenden entre el 60% y el 70% de los empleos de la fuerza laboral de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) que agrupa a 34 países miembros empeñados en el propósito común de coordinar sus políticas económicas y sociales.

Aunque hay distintos niveles, según el país, para identificar a las PYMES, las calificadas como "pequeñas empresas" suelen ser las que emplean a menos de 50 trabajadores y las "empresas medianas" las que ocupan entre 51 y 250 empleados.

En Estados Unidos, más del 95% de los exportadores a los países del Trans-Pacific Partnership Agreement (TPP) eran las PYMES de ese país. En México, las PYMES generaban en 2012 el 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y ofrecían el 72% de los empleos del país, destacando así su importancia primordial para mantener una economía saludable.

En todas partes las PYMES suelen generar más empleo proporcionalmente que las grandes empresas, sobre todo si éstas son corporaciones oligopólicas o monopólicas, las cuales suelen estar a la zaga en la generación de empleos en cualquier país. Asimismo, el crecimiento económico, tanto de los países en desarrollo como de los países industrializados, depende en gran medida de la actividad y el éxito de las PYMES.

2.3.4 SITUACIÓN DE LAS MIPYMES EN HONDURAS

La apertura económica, los tratados de libre comercio y la globalización en los últimos años han marcado un significativo incremento en los niveles de competencia entre las empresas productoras de bienes y servicios. Esta tendencia exige a las empresas ser más competitivas e innovadoras al generar productos y servicios que vengan a satisfacer los nuevos requerimientos de los mercados de consumidores y compradores.

Esta situación no solo afecta a las grandes empresas y corporaciones, sino que ha expuesto a la misma necesidad a la micro, pequeña y mediana empresa de nuestro país, las cuales requieren de un mayor apoyo y mecanismos que les ayuden a ser más competitivas, especialmente, a competir con ideas innovadoras en sus procesos productivos, implementando conceptos de calidad en la producción de los productos e innovar técnicas para la reducción de sus costos productivos.

Otro aspecto fundamental que hoy en día pueden utilizar las MIPYMES para generar nuevas oportunidades, es el uso de herramientas como la internet y las redes sociales, las cuales, mediante su utilización adecuada, pueden convertirse en una excelente herramienta que contribuya con este sector a expandir su mercado de forma económica y oportuna.

Un aspecto importante que considerar son las actuales repercusiones que se generan por la crisis económica mundial, dado que son situaciones que debe afrontar el sector MIPYME como nuevos retos. En este aspecto, es importante identificar el apoyo que recibirán las MIPYME para hacer frente a estas situaciones.

Con relación al desarrollo de la competitividad de las MIPYME 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.

3 METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE

El presente estudio ... se ha conducido con un enfoque cuantitativo, que consiste en la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías (Hernández, Fernández & Baptista, 2010).

3.2 DISEÑO

Este diseño de investigación es del tipo No – Experimental, transversal o transeccional, es decir, se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (noviembre 2014), (Hernández et al, 2010).

Es No – Experimental ya que no se ha construido ninguna situación, sino que se observan fenómenos tal como se dan en su contexto natural, ... (Hernández et al, 2010).

3.3 ALCANCE

El alcance es correlacional, el cual busca determinar las relaciones entre las variables. El análisis correlacional depende de la naturaleza de las variables en cuestión, de manera que si las mismas alcanzan al menos un nivel intervalar y son normales se usa la correlación de Pearson en caso contrario, la correlación de rangos o categorías.

3.4 DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL DE LAS VARIABLES

Tabla 1 Definición Conceptual y Operacional de Variables

#	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Pregunta o ítem de la escala
1	Pobreza	Tomada de un libro, citada	Ejemplo con una escala de Rensis Likert (para medir preponderación actuar de cierta manera): Es el resultado numérico de aplicar una escala de RL considerando las dimensiones:	Satisfacción por el empleo, ambiente de	1: muy desacuerdo, 5: Totalmente de acuerdo	

#	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Pregunta o ítem de la escala
			Satisfacción por el empleo, ambiente de trabajo, etc.			

3.5 **HIPÓTESIS**

3.6 INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

3.6.1 CONSTRUCCIÓN DE INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

3.6.1.1 RELACIÓN CON LA TEÓRIA

3.6.1.2 CONSTRUCCIÓN DE ESCALAS

La estrategia de generación de ítems para la construcción de escala debe estar fundamentada en los siguiente:

1. Cada ítem debe estar relacionado con el atributo que se pretende medir.
2. Representar todos los conceptos incluidos en la definición del atributo o sea en la definición operacional.
3. Ser adecuados para la población a la que se va dirigir

3.7 PLAN DE ANÁLISIS

Se debe indicar con precisión lo que se realizará con los datos que se recojan, por ejemplo, indicar que se hará con respecto a:

1. Construcción de la matriz de datos
2. Cálculo de confiabilidad y validez de las escalas utilizadas
3. Análisis previo de los datos
4. Examen gráfico de los datos
5. Análisis de la relación entre las variables

6. Análisis de la diferencia entre grupos
7. Tratamiento a los datos ausentes
8. Tratamiento a los casos atípicos
9. Cómo se hacer verificación de los supuestos
10. Pruebas de normalidad
11. homocedasticidad
12. Determinación de autocorrelación
13. Cruce de variables
14. Análisis multivariantes

3.8 ESTUDIO MUESTRAL

Para el estudio muestral se deberá utilizar el muestreo aleatorio simple O algún tipo como el muestreo estratificado, el muestreo por conglomerados de una o de dos etapas o el muestreo sistemático.

Lo anterior implica que el cálculo del tamaño de la muestra será hecho utilizando cualquiera de los métodos anteriores en función de la relación entre las variables que se pretenden determinar. Dicho de otra manera es necesario que en la presente tesis se defina con claridad quiénes son los elementos, quien es la población exactamente definida, quiénes son las unidades de muestreo o sea las colecciones no traslapadas de elementos de la población que

cubre la población completa (ojo que aquí podría estarse hablando de la delimitación de los estratos y los conglomerados) Y el marco que es una lista de la unidad de muestreo.

Se muestra el siguiente ejemplo:

Suponga que en una comunidad te quiere realizar una encuesta de opinión para determinar la actitud del público hacia una emisión de bonos, entonces:

1. Un elemento es un votante registrado en la comunidad
2. La población es la colección de todo los habitantes de esa comunidad
3. Las unidades de muestreo podría hacer los hogares, las cuadras, las manzanas, etc.
4. Si tomamos los hogares como unidades de muestreo entonces el directorio de hogares de toda la ciudad podría servir como marco de muestreo o Marco simplemente.

4 RESULTADOS

4.1 RESULTADOS GENERALES

4.1.1 CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DE LAS ESCALAS UTILIZADAS

4.1.2 ANÁLISIS PREVIO DE LOS DATOS

4.1.3 EXAMEN GRÁFICO DE LOS DATOS

4.1.4 ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE LAS VARIABLES

4.1.5 ANÁLISIS DE LA DIFERENCIA ENTRE GRUPOS

4.1.6 DATOS AUSENTES

4.1.7 CASOS ATÍPICOS

4.1.8 VERIFICACIÓN DE LOS SUPUESTOS

4.1.9 NORMALIDAD

4.1.10 HOMOCEDASTICIDAD

4.1.11 AUTOCORRELACIÓN

4.2 CRUCE DE VARIABLES

4.3 ANÁLISIS MULTIVARIABLES

5 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6 CONCLUSIONES

7 BIBLIOGRAFIA

8 GLOSARIO DE TÉRMINOS

9 ANEXOS