

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua**

**UNAN-LEÓN**

**Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**



**Monografía para optar al título de Licenciado en Administración de  
Empresas**

**TEMA**

**Análisis de la actividad emprendedora temprana y actividad emprendedora total, de las empresas contribuyentes inscritas en el registro de la Administración Tributaria del Municipio de León, durante el período comprendido 2012-2013.**

**Autores**

- ✚ Br. Lilliam Dayana Calderón Solís**
- ✚ Br. Gema Lucia Hodgson Díaz.**
- ✚ Br. Anielka de los Angeles Martínez Ríos.**

**Tutora**

**MS.c. Fabiola Lissette Somarriba Sandoval.**

**León, 26 de Agosto del 2014**

**“A La Libertad por la Universidad”**

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a DIOS, a la Virgen María, quienes inspiraron mi espíritu para la conclusión de la misma.

A mis padres, quienes me dieron la vida, educación, apoyo y consejos.

A mi tutora, que gracias a su instrucción, tiempo, paciencia, constancia y cariño esta tesis es una realidad.

A mis compañeros de estudio, maestros y amigos, quienes me brindaron su ayuda para la realización de este trabajo.

A todos ellos, les agradezco desde el fondo de mi corazón.

*Br. Lilliam Dayana Calderón Solís.*

## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente quiero agradecer a Dios, por darme la vida, la sabiduría y entendimiento necesario para permitirme concluir con esfuerzo este trabajo monográfico.

A mis padres, precursores en mi educación y principales soportes en todo el transcurso de mis estudios, así mismo ellos han sido de gran apoyo tanto moral, espiritual y económico ante la realización de este estudio.

A mi tutora, Fabiola Somarriba que me brindó su sabiduría y su compromiso fiel desde el inicio hasta la finalización de la monografía.

A la Alcaldía Municipal de León, en especial a la Oficina de la Administración Tributaria de la Municipalidad, por habernos proporcionado la información necesaria para la realización del estudio.

A los empresarios encuestados, que con su amabilidad y gran disposición respondieron nuestras interrogantes, contribuyendo de gran forma a la realización de una de las fases fundamentales de la tesis, los resultados, análisis y conclusión de la misma.

Y a todas las personas, que de alguna u otra manera me ayudaron a que se llevara a cabo esta tesis de pregrado, las que me acompañaron en los momentos de alegría, las que me apoyaron en los momentos de estrés, y a las que estuvieron en ambos momentos.

*Br. Lilliam Dayana Calderón Solís.*

## **DEDICATORIA**

Le dedico primeramente mi trabajo a Dios creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado.

De igual forma, a mis Padres, a quien le debo lo que soy hasta hoy, les agradezco el cariño y su comprensión; a ustedes quienes han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante buscando siempre el mejor camino.

A mis familiares, amigos y especialmente a mi novio ya que me brindan el apoyo, la alegría y me dan la fortaleza necesaria para seguir adelante.

A mis maestros, gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional, en especial a la Profesora Fabiola Somarriba, por haber guiado el desarrollo de este trabajo y llegar a la culminación del mismo.

*Br. Gema Lucia Hodgson Diaz*

## **AGRADECIMIENTOS**

Primero dar gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el período de estudio.

Gracias a JESUS por ser mi inspiración y ejemplo del más grande amor en este mundo y nuestra santísima virgen María por ser un modelo a seguir por su acto de humildad, paciencia y fortaleza.

A mis padres y familiares por el esfuerzo realizado, por el apoyo brindado en mis estudios, de no ser así no hubiese sido posible.

A mis docentes, por brindarnos su guía y sabiduría en el desarrollo de este trabajo.

*Br. Gema Lucia Hodgson Diaz.*

## **DEDICATORIA**

A mi padre Redentor, por guiarme espiritualmente en mi vida y llevarme hacia el buen camino, regalándome la sabiduría y claridad en mi vida ya que con su gracia y amor me ha permitido llegar hasta donde estoy cumpliendo siempre mis metas y objetivos propuestos.

A la Virgen María Santísima, por ser la madre por excelencia en este mundo ya que me cubre con su santo manto y siempre está intercediendo por mí ante su hijo amado, ella que siempre está en mi vida y caminar cuidándome, protegiéndome y amándome como la madre protectora que es.

A mi madre, gracias por permitirme llegar hasta donde estoy con tanto esfuerzo y sacrificio luchando incansablemente para darme siempre lo mejor.

A mis hermanos por estar siempre conmigo apoyándome cuando más los necesitaba, el cual uno de ellos fue mi figura paterna y le estoy eternamente agradecida por que me enseñó a luchar y nunca darme por vencida.

A mis tías, por brindarme el consuelo y ayuda que siempre he necesitado por decir día a día tú puedes nos sentimos muy orgullosa de ti, tus triunfos son los míos.

A mis maestros, que día a día en las aulas de clase me regalaron un poco de sus conocimiento, para poder salir adelante y ser la profesional que hasta hoy en día soy, ya que ellos han sido un gran motor de inspiración en este camino.

Mis amigos, esos seres incondicionales que siempre están a mi lado diciéndome lo bueno y lo malo corrigiéndome cuando estoy errando y que han sido de gran apoyo en esta tesis.

*Br. Anielka de los Angeles Martínez Ríos*

## **AGRADECIMIENTOS**

Doy gracias infinitas a nuestro redentor y salvador del mundo que me ha regalado la vida y me ha permitido cumplir mis sueños de ser una profesional, a la Virgen María que siempre está cuidándome, bendiciéndome y guiándome por el buen camino.

A mi madre Petrona Ríos quien ha sido una mujer muy valiente y luchadora, que me ha permitido cumplir mi deseo de realizarme como profesional, por todo su esfuerzo y sacrificio ya que ha sabido ser padre y madre para mí, regalándome lo más preciado de esta vida su amor y confianza, inspirándome siempre a dar lo mejor de mí y motivándome a conquistar el mundo si yo me lo propongo.

A mi tutora Fabiola Somarriba que gracias a sus conocimientos y la admiración que tengo por ella nos ha brindado la oportunidad de realizar este estudio monográfico de la mano de mis compañeras y mío.

A mis amigas Verónica e Ivania Laguna que con su apoyo y comprensión me han ayudado a realizar mi tesis, estando en las buenas y en las malas conmigo gracias por todo chicas las quiero.

A la Alcaldía Municipal de León por brindarnos los datos precisos en la realización de nuestra investigación ya que sin ellos se nos hubiese hecho difícil llevar a cabo la tesis.

A todos los microempresarios del departamento de León que me han regalado un poco de su valioso tiempo para llevar a cabo las encuestas que les fueron realizadas.

A todos y cada uno de mis familiares, ya que sin ellos y su comprensión no podría estar hasta donde ahora estoy.

A todos ustedes, doy mil gracias que Dios me los bendiga siempre.

*Dr. Anielka de los Angeles Martínez Ríos*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>CAPITULO I: Planteamiento de la Investigación</b>	<b>Páginas</b>
I - Introducción -----	16 -
II- Antecedentes -----	18.
III- Justificación -----	22.
IV- Planteamiento del Problema -----	23
V- Objetivos -----	24 .
5.1- Objetivo General -----	24
5.2- Objetivos Específicos -----	24
VI- Hipótesis -----	25.
<b>CAPITULO II: Marco Referencial “Actividad Emprendedora en el Municipio de León”</b>	
VII-Marco Teórico -----	27
7.1- Empresa -----	27
7.1.1 Definición -----	27
7.1.2 Etapas de las empresas -----	28
7.1.3 Funciones básicas de una empresa -----	29
7.1.4 Clasificación de las empresas -----	30
7.1.4.1 Según su Actividad o Giro -----	31
7.1.4.2 Según la Procedencia de su Capital -----	32
7.1.4.3 Según su Forma Jurídica -----	32
7.1.4.4 Según su Tamaño -----	33
7.1.4.5 Según el Ámbito de Actuación -----	33
7.1.4.6 Según la Cuota de Mercado -----	33

7.2- Emprendimiento .....	34
7.2.1 Definición .....	34
7.2.2 Tipos de Emprendimientos .....	35
7.3- Emprendedor .....	36
7.3.1 Definición .....	36
7.3.2 Rasgos del Emprendedor .....	36
7.3.3 Tipos de emprendedor .....	37
7.4- Actividad Emprendedora .....	38
7.4.1 Definición .....	38
7.4.2 Barreras a la Actividad Emprendedora .....	39
VIII- Marco Contextual .....	41
8.1- Actividad Emprendedora a nivel internacional .....	41
8.2- Actividad Emprendedora en Nicaragua .....	43
8.3- Actividad Emprendedora en el Municipio de León .....	45
<b>CAPITULO III: Aspectos Metodológicos</b>	
IX- Diseño Metodológico .....	47
9.1- Tipo de Estudio .....	47
9.2- Área de Estudio .....	48
9.3- Población .....	49
9.4- Muestra .....	51
9.5- Muestreo .....	51
9.6- Fuentes de Información .....	52
9.6.1 Fuentes de Información Primarias .....	52
9.6.2 Fuentes de Información Secundaria .....	53
9.7- Criterio de Selección de la Unidad de Análisis .....	53

9.8- Procesamiento y Plan de Análisis -----	53
9.9- Consideraciones Éticas del Estudio -----	54
9.10- Operacionalización de las Variables-----	55
9.10.1 Sistematización por variables de la encuesta -----	55
9.10.2 Operacionalización por objetivos de la investigación-----	58

#### **CAPITULO IV: Actividad Emprendedora Temprana en el Municipio de León**

X- Análisis de resultados por objetivos de la investigación -----	60
XI – Conclusiones -----	103
XII - Recomendaciones -----	106
<b>FUENTES BIBLIOHEMEROGRÁFICAS Y ELECTRÓNICAS</b>	<b>108</b>
<b>ANEXOS -----</b>	<b>111</b>
1- Encuesta a Empresarios -----	112
2- Listado de empresas encuestadas -----	115
3-Tablas de resultados -----	11

## ÍNDICE DE FIGURAS, GRÁFICOS Y TABLAS

<b>1- Figuras</b>	<b>Páginas</b>
1.1 Figura 1: Proceso de Emprendimiento, según el GEM -----	29
1.2 Figura 2: Tipos de Emprendimientos-----	35
1.3 Figura 3: Área de Estudio -----	48
1.4 Figura 4: Clasificación de las empresas según el GEM -----	61
<b>2- Gráficos</b>	
2.1 Gráfico 1: Clasificación de las MIPYMES inscritas. -----	62
2.2 Gráfico 2: Actividad económicas de las MIPYMES inscritas-----	63
2.3 Gráfico 3: Clasificación y actividad económica de las ----- MIPYMES inscritas	64
2.4 Gráfico 4: Actividad económica, régimen de las MIPYMES inscritas -----	66
2.5 Gráfico 5: Actividad económica de la muestra de las MIPYMES en ----- estudio	70
2.6 Gráfico 6: Actividad económica y clasificación de la muestra de las ----- MIPYMES en estudio	71
2.7 Gráfico 7: Régimen y clasificación de la muestra de las MIPYMES ----- en estudio	72
2.8 Gráfico 8: Sexo -----	73
2.9 Gráfico 9: Conjunto de edades -----	74
2.10 Gráfico 10: Nivel de estudios completados -----	75



3.5 Tabla 5: FODA .....	60
3.7 Tabla 7: Clasificación de las MIPYMES inscritas .....	127
3.8 Tabla 8: Actividad económicas de las MIPYMES inscritas .....	127
3.9 Tabla 9: Clasificación y actividad económica de las MIPYMES inscritas --	127
3.10 Tabla 10: Actividad económica, régimen de las MIPYMES inscritas .....	128
3.11 Tabla 11: Actividad económica de la muestra de las MIPYMES en estudio - -	128
3.12 Tabla 12: Actividad económica y clasificación de la muestra de las .....	128
MIPYMES en estudio	
3.13 Tabla 13: Régimen y clasificación de la muestra de las MIPYMES ---	129
en estudio	
3.14 Tabla 14: Sexo .....	129
3.15 Tabla 15: Conjunto de edades .....	129
3.16 Tabla 16: Formación académica completa .....	130
3.17 Tabla 17: Tiempo transcurrido en decidirse en crear su empresa .....	130
3.18 Tabla 18: Principal motivo personal para dedicarse a ser empresario - - - -	131
3.19 Tabla 19: Principal motivo para dedicarse a ser empresario .....	131
3.20 Tabla 20: Contingencia entre el Principal motivo personal .....	132
y Principal motivo por el que decidió crear su empresa	
3.21 Tabla 21: Valores Observados de la Chi <sup>2</sup> .....	82
3.22 Tabla 22: Valores Esperados de la Chi <sup>2</sup> .....	82
3.23 Tabla 23: Valores del Cálculo de la Chi <sup>2</sup> .....	83



# *CAPITULO I*

## *Planteamiento de la Investigación*



## I. INTRODUCCIÓN

En Nicaragua el sector productivo se encuentra dividido en tres: El Sector Primario, Secundario y Terciario, este último está conformado por un sin número de Micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) las cuales contribuyen a mejorar la calidad de vida de la población, generando una gran cantidad de empleos que les permiten tener un medio de subsistencia logrando así la reducción de la pobreza.

Hoy en día, se debe tomar en cuenta que la actividad emprendedora es de suma importancia para el desarrollo económico, la cual busca a través de las personas el crecimiento de un espíritu emprendedor, que detone en la creación de nuevas empresas, mejoramiento de las ya existentes, disminución de la tasa de desempleo, aumento de la productividad y la competitividad en las empresas o negocios (nacientes, nuevos y establecidos), todo ello en pro de mayores oportunidades para el empresario y el desarrollo empresarial nacional y local.

Por lo antes mencionado diversos organismos y programas del Gobierno central se han preocupado en los últimos años por promover dicha actividad centrando sus esfuerzos en el sector de las MIPYMES, puesto que buena parte de las empresas pertenecen a este sector.

Dentro de la gestión de dichas entidades está el emprendimiento que “Es el proceso de identificar, desarrollar y dar vida a una visión, que puede ser una idea novedosa, una oportunidad o simplemente una mejor manera de hacer las cosas; y cuyo resultado final es la creación de una nueva empresa, formada bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre”.

Es por ello que en este estudio monográfico se hace hincapié en el emprendimiento de las MIPYMES legalmente constituidas en el Municipio de León. Se analiza las empresas nacientes (menos de 3 meses) y nuevas (hasta 3.5 años), así como los principales factores que conllevaron a su creación.

La finalidad del mismo es indagar el estado en que se encuentra la actividad emprendedora temprana y total del municipio, para organizar o reestructurar programas que promuevan la creación, desarrollo y permanencia de la misma.

El presente trabajo está estructurado en diferentes secciones:

En el capítulo I (Planteamiento de la Investigación) se abordarán aspectos generales como: la introducción, los antecedentes, justificación, el planteamiento del problema, los objetivos planteados y las hipótesis del estudio; el capítulo II (Marco Referencial “Actividad Emprendedora en el Municipio de León”) consta de una revisión bibliográfica acerca de generalidades de las empresas, las etapas de crecimiento, funciones y la clasificación de la mismas. Así como aspectos relacionados con la definición y tipos de emprendimientos, la definición de emprendedor, rasgos, tipos y actividad emprendedora y sus barreras.

En el capítulo III (Aspectos Metodológicos) se establecen los aspectos metodológicos que se utilizó en la investigación cuya unidad de análisis son 354 empresarios leoneses seleccionados por estratificación proporcional, cuya principal técnica de recopilación fue la encuesta para finalmente presentar, el procesamiento, plan de análisis, consideraciones éticas y la respectiva Operacionalización de variables.

El capítulo IV (Actividad Emprendedora Temprana en el Municipio de León) comprende el análisis de resultados por objetivos de la investigación expresados en una matriz FODA, gráficos, la realización de la prueba de la Chi cuadrado de Pearson ( $\chi^2$ ) para contrastar las hipótesis que se plantearon y aceptar o rechazar las mismas, así como el análisis de confiabilidad (Alfa de Cronbach) para comprobar la fiabilidad del instrumento de recolección de la información para la realización del estudio, posteriormente se finalizara con las conclusiones y recomendaciones pertinentes del estudio.

## **II. ANTECEDENTES**

La creación de empresas se ha convertido en uno de los temas que producen gran interés entre los investigadores, para comprobar que es uno de los principales motores del desarrollo económico y social de un país, tanto por su influencia sobre la generación de puestos de trabajo como sobre el crecimiento económico.

El proyecto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), iniciado el año 1998 por el Babson College y London Business School, es un proyecto de investigación que surgió, precisamente, con la intención de analizar la actividad emprendedora, así como los factores que influyen en la creación de nuevas empresas.

El emprendimiento es un proceso que se inicia con el germen de una idea, que se traduce en la puesta en marcha de un negocio, el cual pasa por una etapa de consolidación y que en una proporción indeterminada de casos, se consolida y pasa a formar parte del tejido empresarial de un país, siendo múltiples las variables que intervienen en el mismo- GEM (2000).

Diez años después, el informe del GEM diferenció al emprendimiento que no obedece exclusivamente a la identificación de una oportunidad de negocio de aquellas otras iniciativas emprendedoras cuyos promotores están motivados por la necesidad o por “otros motivos”. La lógica que subyace en esta distinción no es otra que la asociación del motivo “oportunidad”, al emprendimiento de mayor calidad y a las mejores perspectivas de crecimiento y de creación de empleo-GEM (2010).

El año 2011, fue de transiciones importantes para el fenómeno emprendedor y por ende para el observatorio del GEM y los países que se encuentran vinculados a él, puesto que las economías cambiantes impulsaron que la actividad emprendedora tuviera cambios significativos. Dando como principal hallazgo, que la tasa de actividad emprendedora había aumentado en un 36.3% en relación a la tasa lograda en el año anterior. Esto se le atribuyó a que los emprendimientos por necesidad habían aumentado, dejando relegado a los emprendimientos por oportunidad, como dato curioso en países como España los emprendimientos por oportunidad habían marcado un 71.5%, esto puede evidenciar el apoyo que los empresarios tienen por parte de sus autoridades-GEM (2011).

En el informe del año 2012, el GEM remarca una de las principales barreras al emprendimiento, el capital semilla o Financiamiento. La financiación es el estado que condiciona la magnitud y características de la actividad emprendedora, las crisis financieras de las naciones siguen dificultando el acceso de capital por parte de los emprendedores y este hecho condiciona la ambición de los emprendimientos, provocando disminución en las tasas de actividad emprendedora-GEM (2012).

En el 2013, el GEM completó quince ciclos anuales generando información primaria pertinente, sobre las actitudes, actividades y características de los individuos que participan en las diversas fases de la iniciativa empresarial, incluyendo en este importante informe el análisis de las aspiraciones que estos empresarios pueden desarrollar para mantener sus negocios.

Dejando subrayado que el espíritu empresarial es el que contribuye al desarrollo económico, creando nuevas empresas y nuevos negocios, crear puestos de trabajo, proporcionar a las personas una variedad de productos y servicios, intensificar la competencia, aumentar la productividad a través de los cambios tecnológicos y el impacto positivo individual en múltiples niveles de la vida del emprendedor-GEM (2013). Como se puede observar, son muchas las investigaciones realizadas sobre la actividad emprendedora a nivel internacional, éstas son realizadas principalmente por el GEM.

Los informes anuales que desde el 2000 dicha organización ha venido desarrollando, destacan la actividad emprendedora temprana y total, así como los indicadores económicos, políticos, sociales y culturales que intervienen en el desarrollo del espíritu emprendedor de las personas en los países que realiza sus estudios el GEM. Cabe señalar que no se han realizado estudios para el caso de Nicaragua.

A nivel nacional, principalmente las universidades como: la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua- León (UNAN-León), con su programa UNAN-León Emprende, la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua- Managua (UNAN-Managua), han venido despertando el espíritu emprendedor en sus alumnos, iniciando con la capacitación de sus profesores.

Dando como resultado que sus alumnos en los últimos años de su carrera profesional desarrollen proyectos de negocios que impulsan la promoción de empresas a nivel de la Universidad.

Así mismo la Universidad de Ciencias Comerciales (UCC), con El Programa de emprendimiento empresarial PEE-UCC, la Universidad de Ingeniería (UNI) a través del Programa de Atención Empresarial, la UNI-PAE, la Universidad Americana (UAM) y el programa de desarrollo de filosofía emprendedora, la Universidad Politécnica (UPOLI) con el movimiento de jóvenes emprendedores y la Universidad Centro Americana (UCA), con su programa institucional, vinculado al programa Cátedra Banca JÓvenes Emprendedores (BANCAJA), han desarrollado proyectos que se centran en:

- ✚ Servicios empresariales.
- ✚ Cursos y talleres especiales sobre emprendimiento empresarial.
- ✚ Talleres para diseño de planes de negocios.
- ✚ Cursos especializados en: Mercadeo, venta, servicios al cliente, manejo de recursos humanos y otros acorde a las necesidades de los empresarios.
- ✚ Análisis y estudios de mercados.
- ✚ Diagnósticos empresariales.
- ✚ Implementación de sistemas contables en MIPYMES.
- ✚ Talleres de motivación, liderazgo y compromiso organizacional.
- ✚ Acompañamiento en implementación de los negocios.
- ✚ Consultorías especializadas.
- ✚ Estudios Técnicos y Diagnóstico Empresarial.
- ✚ Asistencia Técnica a Emprendedores.
- ✚ Desarrollo de competencias para la gestión de sus empresas.

A nivel local, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y Otras entidades como: Proyecto Local, Fundación León 2000, Mesa Local de Empleo, en el año 2009-2011 iniciaron la primera fase del proyecto “Emprender en León. Nuevas iniciativas empresariales generadoras de empleo e ingresos para mujeres emprendedoras del Departamento de León”.

Con la finalidad de potenciar las iniciativas emprendedoras generadoras de empleo e ingresos para mujeres del Departamento de León que se encuentran en situaciones de exclusión social y carecen de oportunidades laborales. Se trata de dar oportunidades a personas que normalmente no las tienen, para entrar a un circuito de apoyo y acompañamiento para que se conviertan en promotores de una iniciativa empresarial viable y sostenible que garantice un ingreso y un lugar de trabajo para estas mujeres y sus familias.

Dicho proyecto, en su primer ciclo de ejecución dio como resultado, la gestión y coordinación de manera eficaz y eficiente de todas las actividades, ajustando el proyecto a las necesidades detectadas en las beneficiarias, dentro del proceso de selección y en el seguimiento a las capacitaciones. Se ha realizado un seguimiento activo a todas las actividades formativas y acompañamiento a las beneficiarias.

Se ha logrado el cumplimiento con respecto a la participación interinstitucional de los socios del proyecto, especialmente con la Mesa Local de Empleo, donde participan un total de 15 instituciones tanto del sector público como del sector privado y también la participación de 9 Alcaldías Municipales, que apoyaron directamente todo el proceso de divulgación e inscripción del proyecto. Por otro lado el interés y la participación de las beneficiarias han sido muy altos desde la convocatoria del proyecto. Inicialmente se inscribieron 389 interesadas, de las que 303 han participado en una primera etapa de formación con alta regularidad-(Proyectos Locales, 2009-2011).

Actualmente, el Vivero de Empresas de la Alcaldía Municipal de León realiza una evaluación de los resultados alcanzados en cuanto a número de empresas incubadas, número de empresas operando, lo cual refleja el control de la actividad emprendedora, pero sólo de las empresas que recurren a dicha institución.

En la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales se han realizado a lo largo de los años diferentes diagnósticos sobre la situación de las empresas de menor tamaño. Sin embargo, cada año se precisa de nueva información por los cambios que se producen en el tiempo, urge la necesidad de establecer nuevos matices teóricos a las investigaciones que se estén realizando, como la que se presenta en este trabajo monográfico.

### **III. JUSTIFICACIÓN**

En la actualidad la economía esta globalmente afectada por distintos factores, esto trae como consecuencia la falta de empleo. Para combatir esta situación muchos individuos están creando MIPYMES, lo que permite a muchas personas no depender del empleo que generan las grandes industrias, sino es una iniciativa para valerse por sí solos y de esta forma generar ingresos personales y ayudar al desarrollo económico de su localidad y por ende del país.

En los últimos años, se le había diezmado importancia a las MIPYMES del Municipio de León, pero actualmente se les ve como una posibilidad de dinamizar la economía del municipio en pro de su desarrollo integral. Esta manifestación del sector MIPYME se debe a la presencia de rasgos y características emprendedoras que poseen los propietarios de los negocios, estas características proporcionan al pequeño empresario ventajas como: la posibilidad de manejar su propio tiempo y ser su propio jefe, tomar decisiones autónomas, ingresos crecientes, además de generar empleo.

Por ello, el tema del presente estudio es útil para demostrar aquellos factores que determinan a los pequeños empresarios a crear sus propios negocios, y los que los impulsa a batallar en el mercado local. Además beneficiará al proyecto del Vivero de Empresas Municipal (VEM) que impulsa la Alcaldía, puesto que al concluir el mismo, les será más fácil detectar aquellos puntos del proyecto que será conveniente reforzar, también sentará el precedente para la instauración de nuevas iniciativas en apoyo al emprendimiento local que se ajusten más a las necesidades y los perfiles que muestran los empresarios. Así mismo el estudio realizara el papel de indicador, midiendo la tasa de actividad emprendedora municipal con el objetivo de crear las condiciones para que esta crezca paulatinamente en los siguientes años.

Cabe destacar que el estudio, es parte significativa de una tesis doctoral del programa de desarrollo local de la UNAN-León, a su vez se ha de considerar como un preámbulo para generar investigaciones posteriores que sirva de base para las nuevas generaciones que deseen extender o profundizar sobre este tema.

#### **IV- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La actividad emprendedora de las empresas difiere por etapas del proceso emprendedor. La tasa de emprendimiento en las empresas nacientes y nuevas presenta mayores riesgos de supervivencia que las empresas establecidas. Los empresarios que están inmersos en cualquiera de estas etapas presentan diferencias significativas, ya que no es lo mismo ser un emprendedor naciente que un emprendedor que ya tiene mayor experiencia.

Debido a los múltiples beneficios que hoy en día el emprendimiento y la masa empresarial de los diferentes sectores aporta a la economía del país, y aún más a la efervescente economía del Municipio de León, se plantea la siguiente interrogante:

¿Cuál es la situación de la actividad emprendedora temprana y actividad emprendedora total de las empresas contribuyentes inscritas en el registro de la Administración Tributaria del Municipio de León, durante el período comprendido 2012-2013?

## **V- OBJETIVOS**

### **5.1- Objetivo General.**

Analizar la actividad emprendedora temprana y actividad emprendedora total de las empresas contribuyentes inscritas en el registro de la Administración Tributaria del Municipio de León, durante el periodo comprendido 2012-2013.

### **5.2- Objetivos específicos.**

- ✚ Describir la situación de la actividad emprendedora temprana y actividad emprendedora total del Municipio de León.
- ✚ Determinar la tasa de actividad emprendedora temprana y actividad emprendedora total del 2013.
- ✚ Identificar los factores empresariales que inciden en la actividad emprendedora temprana y total de las empresas contribuyentes del Municipio de León.

## **VI- HIPÓTESIS**

**Ho:** La tasa de actividad emprendedora temprana es mayor o igual a la tasa de actividad emprendedora total, cuando el factor determinante es la proyección profesional del empresario motivada por la oportunidad.

**Ha:** La tasa de actividad emprendedora temprana es menor a la tasa de actividad emprendedora total, cuando el factor determinante es la calidad de vida del empresario motivada por la necesidad.

## *CAPITULO II*

### *Marco Referencial*

# *“Actividad Emprendedora en el Municipio de León”*



*“El optimismo firme  
y paciente rinde  
frutos”*

*Carlos Slim*

## VII- MARCO TEÓRICO

### 7.1 Empresa.

#### 7.1.1 Definición.

En sentido general, la empresa es la más común y constante actividad organizada por el ser humano, la cual, involucra aspectos como un trabajo diario, esfuerzo personal o colectivo e inversiones para lograr un fin determinado. Por ello, resulta muy importante que toda persona que es parte de una entidad (ya sea propia o no) o que piense emprender una, conozca cuál es su definición, para ello algunos autores puntualizan el término como:

Una empresa es la “unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos” (Diccionario de la Real Academia Española).

Las Empresas son una “unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad” (Diccionario de Marketing, de Cultural S.A).

La empresa es “el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela” (Romero, 1987).

Una organización “en el sentido más amplio, es un acuerdo entre personas, para cooperar en el desarrollo de alguna actividad” (León, 1985).

Una organización “es la identificación, clasificación de actividades requeridas, conjunto de actividades necesarias para alcanzar objetivos, la asignación a un grupo de actividades con un administrador dotado de poder, autoridad, delegación, coordinación, y estructura organizacional” (Koontz y Weihrich, 1999).

Teniendo en cuenta las definiciones anteriores, se plantea el siguiente concepto de empresa:

“La empresa es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; permitiéndole dedicarse a la producción y transformación de productos y la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio”.

### **7.1.2- Etapas de las empresas.**

El GEM (2000), desde su incursión en la elaboración de estudios en cuanto a actividad emprendedora y rasgos que inciden en ella, ha detectado algunas fases en la que incurre la evolución de una empresa naciente en una instituida, dichas etapas son las siguientes:

#### **✚ Etapa 1**

Empresa Naciente (*Start up*) Esto significa pasar de la teoría a la práctica, el emprendedor debe preguntarse ¿Qué? Producto, ¿Quién? Mercado, ¿Cómo? Tecnología.

#### **✚ Etapa 2**

Empresa Nueva (Infancia/ *Fledging*) Requiere del establecimiento de un sin número de preguntas como (¿Quiénes serán mis clientes?, ¿Cómo van mis productos y servicios a satisfacer las necesidades de mis clientes?, ¿Qué equipos o habilidades especiales voy a necesitar?, ¿Cómo voy a publicitar o promover mi negocio?, ¿Quiénes serán mis competidores?) a las que se les debe dar respuestas para tener éxito en el plano empresarial.

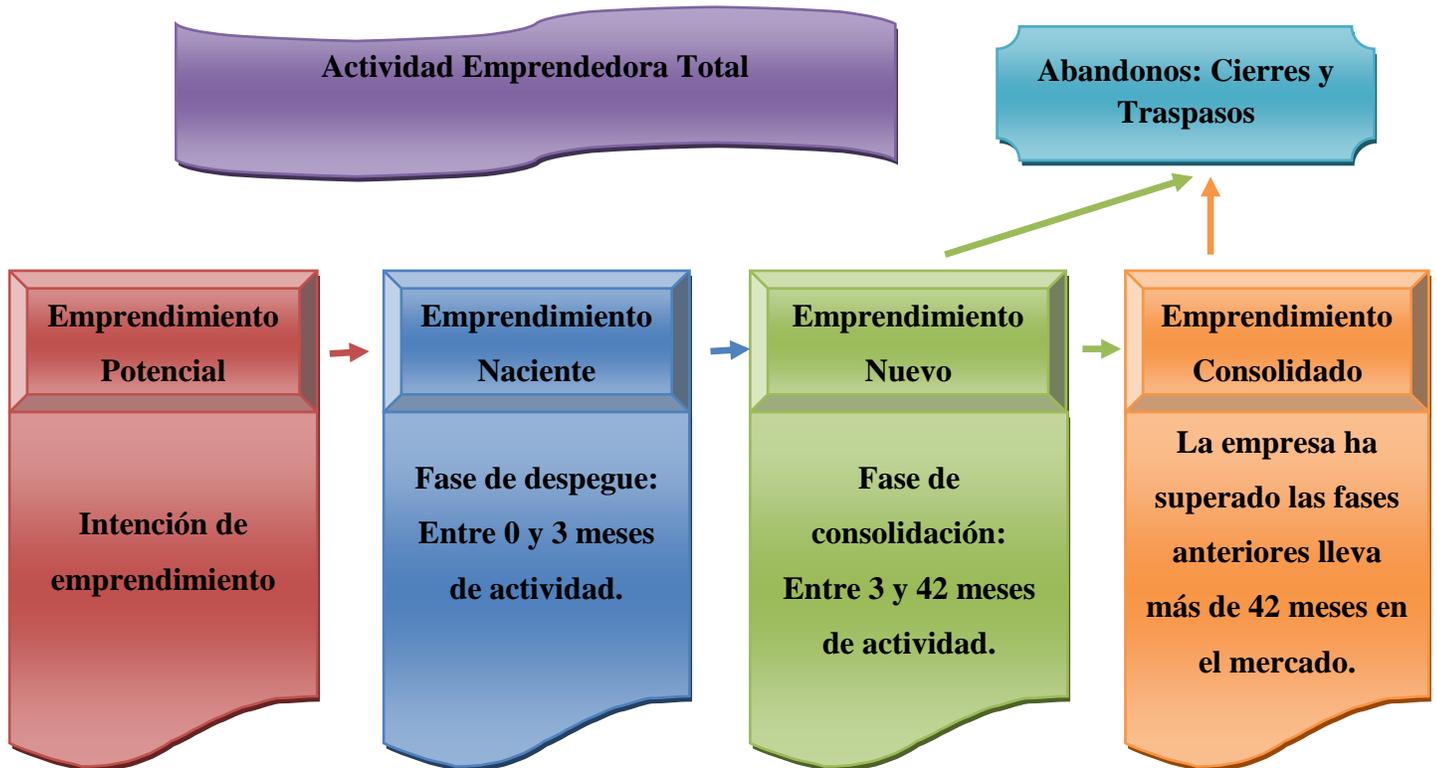
#### **✚ Etapa 3**

Empresa Establecida (Adolescencia) Empresas que tiene más que claro el plan de acción empresarial que les ayudara a cumplir sus objetivos apoyados de los recursos materiales y humanos más idóneos.

Años más tarde el GEM (2013), hace referencia a que el emprendimiento es un proceso (Ver figura 1), que inicia con la concepción de la idea de negocio y culmina con la puesta en marcha del mismo.

Observándose en ella las siguientes etapas más concretas adhiriendo a éstas el tiempo que la empresa tiene en actividad desde su puesta en marcha, para ostentar una mejor clasificación de las mismas:

**Figura 1: Proceso del emprendimiento, según el GEM.**



Fuente: Informe del GEM (2013)

### 7.1.3- Funciones básica de toda empresa.

De acuerdo con Pallares, Romero y Herrera (2005), distinguen en su libro *“Hacer Empresas”*, las siguientes funciones básicas de una empresa:

Recursos Humanos: Dónde se recluta, selecciona, contrata e induce al personal que ingresa a la empresa.

Producción: Dónde se lleva a cabo la transformación de los insumos en productos terminados, listos para ser consumidos.

Mercadotecnia: Dónde se lleva a cabo la función de promoción y ventas de los productos.

Finanzas: Dónde se lleva a cabo la obtención y administración de los recursos financieros de la empresa.

Administración: Dónde se llevan a cabo las funciones de previsión, planificación, organización, integración, dirección y control de todas las actividades generales de la empresa.

#### **7.1.4- Clasificación de las empresas.**

Existen varios tipos de clasificación de las empresas. A nivel internacional no hay una definición estandarizada. En el caso de Nicaragua según la Ley 645, “Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa” (Ley MIPYME), en su artículo 4 y decreto 17-2008, dicta:

“MIPYME, es todo aquel ente Micro, Pequeña y Mediana empresa que opera como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía, y se clasifica dependiendo del número de trabajadores permanentes, activos totales y ventas totales anuales”, como se muestra a continuación:

**Tabla 1: Clasificación de las MYPYMES en Nicaragua.**

Variables	Empresas		
	Micro	Pequeña	Mediana
Número total de trabajadores	1-5	6-30	31-100
Activos totales (Córdobas/C\$)	Hasta 200 mil	Hasta 1.5 Millones	Hasta 6 Millones
Ventas totales anuales (Córdobas/C\$)	Hasta 1 Millón	Hasta 9 Millones	Hasta 40 Millones

Fuente: Ley 645 de Nicaragua

Pallares, Romero y Herrera (2005), también hacen referencia en su libro “*Hacer Empresas*” a diferentes formas de clasificación de las empresas que se presentan en los siguientes epígrafes.

#### **7.1.4.1- Según la Actividad o Giro.**

Las empresas pueden clasificarse, de acuerdo con la actividad que desarrollen, en:

- ✚ Empresas del sector primario.
- ✚ Empresas del sector secundario
- ✚ Empresas del sector terciario.

Una clasificación alternativa es:

1. Industriales: La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia o extracción de materias primas. Las industrias, a su vez, se clasifican en:

a)-Extractivas: Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovable o no renovable. Ejemplos de este tipo de empresas son las pesqueras, madereras, mineras, petroleras, etc.

b)-Manufactureras: Son empresas que transforman la materia prima en productos terminados, y pueden ser:

- ✚ De consumo final: Producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades del consumidor. Por ejemplo: prendas de vestir, muebles, alimentos, aparatos eléctricos, etc.
- ✚ De producción: Estas satisfacen a las de consumo final. Ejemplo: maquinaria ligera, productos químicos, etc.

2. Comerciales: Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados. Pueden clasificarse en:

a)-Mayoristas: Venden a gran escala o a grandes rasgos.

- b)- Minoristas (detallistas): Venden al por menor.
- c)- Comisionistas: Venden de lo que no es suyo, dan a consignación.

3. Servicio: Son aquellas que brindan servicio a la comunidad que a su vez se clasifican en:

- a) Transporte
- b) Turismo
- c) Instituciones financieras
- d) Servicios públicos (energía, agua, comunicaciones)
- e) Servicios privados (asesoría, ventas, publicidad, contable, administrativo)
- f) Educación
- g) Finanzas
- h) Salud.

#### **7.1.4.2- Según la Procedencia del Capital.**

1. Empresa Privada: Si el capital está en manos de accionistas particulares (empresa familiar si es la familia o socios no familiares).
2. Empresa de Autogestión: Si los propietarios son los trabajadores.
3. Empresa Pública: Si el capital y el control está en manos del Estado.
4. Empresa Mixta: Si el capital o el control son de origen tanto estatal como privado o comunitario.

#### **7.1.4.3- Según la Forma Jurídica.**

Atendiendo a la titularidad de la empresa y la responsabilidad legal de sus propietarios. Se puede distinguir:

1. Empresas Individuales: Si sólo pertenece a una persona. Esta puede responder frente a terceros con todos sus bienes, es decir, con Responsabilidad Ilimitada, o sólo hasta el monto del aporte para su constitución, en el caso de las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada o (EIRL). Es la forma más sencilla de establecer un negocio y suelen ser empresas pequeñas o de carácter familiar.

2. Empresas Societarias o Sociedades: Constituidas por varias personas. Dentro de esta clasificación están: Sociedad Anónima (S.A), Sociedad Colectiva (S.C), Sociedad Comanditaria (S en C), Sociedad de Responsabilidad Limitada (R.L) y la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS).
3. Las Cooperativas u otras organizaciones de economía social.

#### **7.1.4.4- Según su Tamaño.**

No hay unanimidad entre los economistas a la hora de establecer qué es una empresa grande o pequeña, puesto que no existe un criterio único para medir el tamaño de la empresa. Los principales indicadores son: el volumen de ventas, el capital propio, número de trabajadores, beneficios, entre otros. El más utilizado suele ser según el número de trabajadores. Este criterio delimita la magnitud de las empresas de la forma mostrada a continuación:

1. Micro Empresa: Si posee 10 o menos trabajadores.
2. Pequeña Empresa: Si tiene un número entre 11 y 49 trabajadores.
3. Mediana Empresa: Si tiene un número entre 50 y 250 trabajadores.
4. Gran Empresa: Si posee más de 250 trabajadores.

#### **7.1.4.5- Según el Ámbito de Actuación.**

En función del ámbito geográfico en el que las empresas realizan su actividad, se pueden distinguir:

1. Empresas Locales: Son aquellas empresas que venden sus productos o servicios dentro de una localidad determinada.
2. Empresas Nacionales: Son aquellas empresas que actúan dentro de un solo país.
3. Empresas Internacionales: Si su radio de actuación abarca a dos o más países.

#### **7.1.4.6- Según la Cuota de Mercado que poseen las Empresas.**

1. Empresa Aspirante: Aquella cuya estrategia va dirigida a ampliar su cuota frente al líder y demás empresas competidoras, y dependiendo de los objetivos que se plantee, actuará de una forma u otra en su planificación estratégica.

2. Empresa Especialista: Aquella que responde a necesidades muy concretas, dentro de un segmento de mercado, fácilmente defendible frente a los competidores y en el que pueda actuar casi en condiciones de monopolio. Este segmento debe tener un tamaño lo suficientemente grande como para que sea rentable, pero no tanto como para atraer a las empresas líderes.
3. Empresa Líder: Aquella que marca la pauta en cuanto a precio, innovaciones, publicidad, entre otras, siendo normalmente imitada por el resto de los actuantes en el mercado.
4. Empresa Seguidora: Aquella que no dispone de una cuota suficientemente grande como para inquietar a la empresa líder.

## **7.2 Emprendimiento.**

### **7.2.1 Definición.**

El emprendimiento, juega un papel muy importante en el desarrollo de las economías y en la creación de empresas, siendo un referente, por su gestión, metodología y resultados alrededor del mundo.

Según el diccionario de la Real Academia Española, lo define como “el arte de poder hacer realidad un sueño”

El GEM en su informe del año 2013 lo conceptualiza como, “el proceso dinámico, que incluye no sólo las ideas que se transforman en negocios, o las nuevas empresas, sino también los que hacen cosas nuevas aun teniendo años en el mercado”, de esa forma el proceso emprendedor no sólo tiene que ver con nuevas ideas, que pasan a convertirse en proyectos, sino en una senda de desarrollo empresarial, ya que la empresa existe y se mantiene vigente en el mercado.

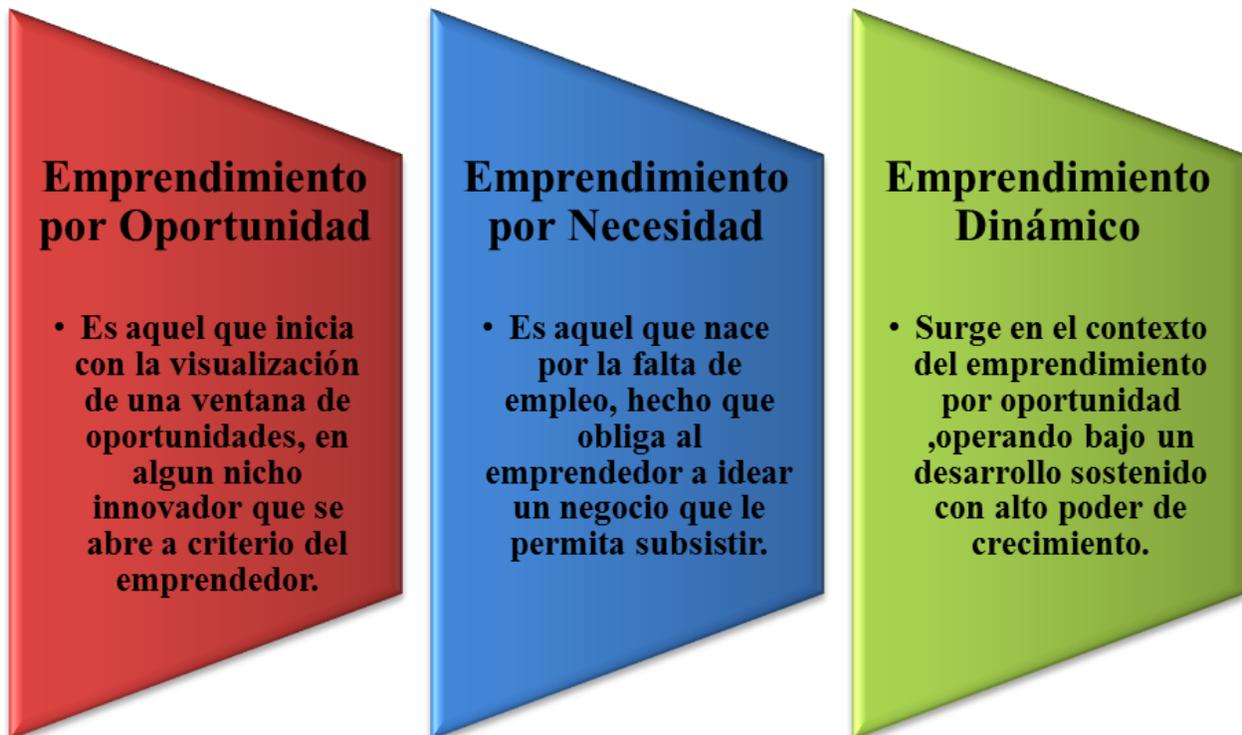
Se puede consolidar el término como: “la actividad en la que se debe plantear un objetivo y luchar para lograrlo, mediante la innovación, creatividad y descubrimiento de oportunidades”.

Así mismo, se debe realizar un profundo análisis de cómo, por quién y con qué oportunidades se pueden crear metas futuras, para explotarlas.

## 7.2.2- Tipos de emprendimientos.

El Centro de Emprendedurismo de Miami en Ohio (2013), distingue tres tipos de emprendedurismo (Ver figura 2), tales como se muestran en el esquema:

**Figura 2: Tipos de emprendimientos.**



Fuente: Centro de Emprendedurismo de Miami en Ohio (2013).

## 7.3- Emprendedor.

### 7.3.1- Definición.

Emprendedor, es un término derivado de la palabra francesa *Entrepreneur*, y es comúnmente usado para describir a un individuo que organiza y opera una o varias empresas, asumiendo cierto riesgo financiero en el emprendimiento.

Fue definido por primera vez por el economista anglo francés Richard Cantillon como “la persona toma decisiones acerca de la obtención y uso de recursos, admitiendo consecuentemente el riesgo en el emprendimiento”, (Johnson J, 1999).

A lo largo del tiempo, este término ha sufrido evoluciones en su definición, por lo que algunos autores lo determinan como:

“Un emprendedor es un agente económico que une todos los medios de producción. La tierra de uno, el trabajo de otro y el capital de un tercero y produce un producto. Intercambia recursos económicos desde un área de baja productividad hacia un área de alta productividad y alto rendimiento” (Jean-Baptiste, 1803).

“Los emprendedores son innovadores que buscan destruir el estatus-quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios” (Joseph Schumpeter, 1934).

“Un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende un emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso” (Peter Drucker, 1964).

Teniendo en cuenta las definiciones anteriores, se puede consolidar el vocablo como: “aquella persona que posee la capacidad, de transformación y cambio, la cual no sólo aplica a la generación de empresas, sino a la capacidad de transformación que pretende establecer planes estratégicos, buscando innovación, nuevos productos o servicios y mejores formas de administración”.

### **7.3.2 Rasgos generales de un emprendedor.**

Según el libro “*Los Mandamientos del Emprendedor*” de Luis Manuel Soto (2008), señala que los emprendedores deben de contar con los siguientes rasgos:

- ✚ Creatividad e innovación
- ✚ Claridad de ideas
- ✚ Capacidad de afrontar y asumir riesgos
- ✚ Capacidad para adaptarse a situaciones nuevas

- ✚ Saber priorizar
- ✚ Capacidad de comunicar y socializar
- ✚ Tenacidad y persistencia
- ✚ Flexibilidad y capacidad para adaptarse a las circunstancias
- ✚ Optimismo

Según la teoría existen un sin número de rasgos que describen a un emprendedor estos, dependen muchas veces de aspectos culturales y del contexto del país donde se desarrolle.

### **7.3.3 Tipos de emprendedores.**

Luis Manuel Soto (2008), también afirma una lista compuesta de ocho tipos de emprendedores, que dan lugar a una radiografía con los diferentes perfiles de emprendedores que existen:

Visionario: El emprendedor visionario, se adelanta a las tendencias del momento y pone su esfuerzo y negocio en sectores o productos que serán la clave en un futuro.

Inversionista: El emprendedor inversionista, busca rentabilizar su dinero con proyectos novedosos. Tienen el papel de un socio capitalista, cuyo riesgo e implicación suele ser de asesoramiento y de aportar capital.

Especialista: El emprendedor especialista, suele tener un perfil más técnico. Y aunque empieza un proyecto empresarial, sus conocimientos están muy centrados en el sector donde se desempeña.

Persuasivo: El emprendedor persuasivo, es la punta de la lanza de un proyecto. Quien arrastra y convence. Es una figura que suele liderar más que desarrollar el producto o servicio, se encarga de mantener la convicción en su equipo.

Intuitivo: El emprendedor intuitivo, sabe dónde está el negocio, lo sabe porque es un empresario nato. Y emprender es parte de su pasión que son los negocios.

Emprendedor-Empresario: Este emprendedor, ya sabe del mundo de la empresa. Nada le es nuevo. El empresario emprendedor asume el riesgo de emprender pero a diferencia del intuitivo o el visionario, le gusta consolidar los proyectos, más que emprender. Y es que hay diferencias entre el emprendedor y el empresario.

Emprendedor-Oportunista: Este emprendedor, ve la ocasión y se lanza. Sabe detectar las oportunidades de negocio y los pasos que debe seguir. Conoce el mercado, sus claves y las explota.

Emprendedor-Vocacional: Emprender por emprender. Todos los perfiles de emprendedores tienen algo de éste. Estos emprendedores seguramente cuando consiga posicionar su producto, marca o servicio, se vaya en busca de nuevas aventuras.

De acuerdo a la tipología señalada anteriormente, cabe destacar que en este estudio se hace referencia al Emprendedor-Empresario, puesto que los empresarios locales muestran rasgos característicos de esta clase de emprendedor. El emprendedor local es arriesgado, una vez adoptada la idea (visión) de iniciar un negocio, con determinación no extinguen los esfuerzos hasta ver el sueño ya materializado y orientado en un crecimiento potencial.

Además, el emprendedor local es innovador, creativo, comunicativo (cualidad importante en el terreno empresarial), es listo, siembra la confianza en sus clientes para crear fidelidad a los productos o servicios que oferta, todas estas cualidades las utiliza al máximo para lograr que su emprendimiento sea el mejor posible logrando así sus objetivos.

## **7.4 Actividad emprendedora.**

### **7.4.1- Definición.**

El concepto de actividad emprendedora, se refiere al surgimiento y desarrollo de nuevos emprendedores y empresas. Se trata de un concepto dinámico relacionado con los procesos de transformación de las estructuras empresariales, los cuales tienen impacto sobre el desempeño económico y social de las economías nacionales y regionales o locales.

El modelo del GEM (2013) sostiene, que la actividad emprendedora varía en relación al marco de condiciones para dicha actividad. En ese marco de condiciones se reflejan grandes características de la economía y de la sociedad que se espera impacten al emprendedor.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID 2010) ha venido acompañando este proceso, ya sea mediante estudios para comprender mejor el fenómeno emprendedor, o a través de proyectos para probar nuevos modelos de apoyo.

Esta institución para facilitar el estudio del fenómeno ha definido la actividad emprendedora como: “El conjunto de acciones que realizan los empresarios potenciales para organizar el trabajo personal y el capital, por cuenta propia, con la finalidad de crear o distribuir bienes o servicios destinados a sus consumidores y usuarios, ya sean estos finales o no.

Los esfuerzos realizados tanto por el BID y el GEM recae en dar respuesta a la incógnita del ¿Por qué fomentar la actividad emprendedora? Porque permite la entrada de empresas que tienen fuerte impacto en el crecimiento económico a largo plazo y promueve nuevos emprendimientos empresariales que tienen retornos sociales productivos.

#### **7.4.2 Barreras a la actividad emprendedora.**

Según Soto Laguerre (2008), son muchas barreras que obstaculizan la actividad emprendedora. Entre las cuales se mencionan:

Ausencia de formación emprendedora en la etapa escolar: Una carencia que se observa muy arraigada, es la ausencia de la formación para el emprendimiento en la etapa educativa.

Hasta la inexistencia de fórmulas financieras específicas para los proyectos emprendedores o el mantenimiento de un marco administrativo que desprotege a los emprendedores que no han tenido éxito en sus proyectos o que carece de estímulo fiscales, económicos y financieros a este tipo de actividad.

Según los datos del GEM (2010), apenas el 40% de los emprendedores han recibido formación específica en materia de emprendimiento.

Este porcentaje, además, presenta una acusada tendencia a la baja por la proliferación de personas que emprenden por necesidad, no por vocación, y por el estancamiento de la oferta formativa como consecuencia de los recortes presupuestarios.

Problemas de financiación: La falta de apoyo financiero es el principal obstáculo que identifican los expertos para el desarrollo de la actividad emprendedora. El 70% de los emprendedores necesitan de financiación externa para poner en marcha sus negocios y la falta de alcance al sector financiero no puede ser utilizada para reducir la dependencia del crédito bancario.

Un estándar social y cultural poco propicio. Según uno de los últimos reportes del observatorio del GEM (2012), de Inserción Laboral de los Jóvenes sólo uno de cada cien jóvenes opta por lanzarse por su cuenta a la hora de tener su primera experiencia laboral. Es más, apenas un 5% se plantea la posibilidad de dar ese pasó. Estos datos muestran bien la escasa inclinación de los jóvenes a emprender.

Escasa base tecnológica: Apenas un 10% de los proyectos emprendedores tienen una base tecnológica media o alta. Es cierto que este porcentaje se ha incrementado en más de un 50% en los últimos años, pero continúa siendo reducido respecto a otros países y, según los expertos del GEM (2013), sería necesario que se incrementara aún más para mejorar la competitividad de los proyectos y su capacidad de internacionalización.

Barreras en el mercado interno: Afectan en dos niveles, por un lado: la expansión de los proyectos emprendedores exitosos, por la diversidad de normas autonómicas existentes en el territorio nacional, que desincentivan el impulso emprendedor; y por el otro lado: la dispersión de mecanismos de fomento y asesoramiento a emprendedores.

Escaso respaldo fiscal y excesiva burocracia: Según los expertos, el marco ideal sería uno en el que la Administración permitiera a los emprendedores iniciar su actividad sin tener cargas fiscales, sociales o administrativas hasta alcanzar un determinado nivel de facturación. Ese marco no existe hoy en día y los emprendedores deben enfrentarse a trámites de inicio de la actividad, petición de licencias y controles administrativos que inhiben su iniciativa, y a cargas fiscales que compromete la consolidación de sus proyectos empresariales.

## **VIII- MARCO CONTEXTUAL**

### **8.1- Actividad emprendedora a nivel internacional.**

En la era de la globalización, la medición de datos socio-económicos constituye una acción imprescindible para proveer a los gobiernos y a los organismos internacionales de la información que facilite la interacción entre los países, así como la comprensión de la evolución de todos los fenómenos asociados al desarrollo y al progreso de las sociedades.

Es por ello que el observatorio GEM de la actividad emprendedora, nace para cubrir la falta de información en torno al fenómeno emprendedor, en un momento en que los gobiernos de los países más desarrollados comenzaron a vislumbrar la figura del emprendedor, como clave para paliar los efectos que se van produciendo en los mercados laborales como consecuencia del propio desarrollo.

Así, el incesante aumento de la esperanza de vida, produce dos efectos de gran impacto: la prolongación de la vida laboral de un importante contingente de población, y el incremento de necesidades sociales y económicas a cubrir para poblaciones cada vez más nutridas de personas de elevada edad y con una tasa importante de dependencias.

Por otro lado, la implantación de nuevas tecnologías en numerosos procesos productivos y de proporción de servicios, deriva en un aumento de destrucción de puestos de trabajo que necesitan ser compensados mediante otras posibilidades que proporcionen trabajo a las personas que necesitan incorporarse al mercado laboral.

Con esos hallazgos el emprendedor, figura a la cual no se había prestado apenas atención como motor de la innovación, la creación de riqueza y generador de empleo, comienza a mediados de los noventa a vislumbrarse como una de las que mayor aportación puede realizar para compensar estos efectos del desarrollo, aprovechando nuevas oportunidades y creando nuevos modelos de desarrollo empresarial, por lo que comienza a existir un consenso acerca de la necesidad de su impulso.

Por ello el GEM ofrece un informe global con carácter anual, en que se proporcionan los indicadores de actividad emprendedora con carácter internacional, así como un diagnóstico general de las condiciones para emprender y otras muchas informaciones, todo ello teniendo en cuenta el grado de desarrollo de las naciones, siguiendo las directrices del Informe de Competitividad Global: países impulsados por los factores, por la eficiencia de los factores y, finalmente, por la innovación.

El informe global se elabora gracias a la contribución de los países y regiones que participan anualmente en la recolección de datos, y es patrocinado por diversas instituciones, entre las que se cuentan actualmente:

- ✚ Babson College (EEUU)
- ✚ London Business School (Reino Unido)
- ✚ Universidad del Desarrollo (Chile)
- ✚ Universiti Tun Abdul Razak (Malasia)
- ✚ Endeavor
- ✚ Habiendo participado con anterioridad:
  - ✚ Kaufmann Foundation
  - ✚ International Business Machines (IBM) y Otros

Por otro lado, cada país participante, redacta y presenta públicamente un informe GEM de carácter nacional, patrocinado por todo tipo de instituciones y empresas, tanto públicas como privadas. Así mismo, los países participantes, tienen la potestad de implantar el Proyecto a nivel regional interno e incluso a nivel de ciudad. El caso español es el más desarrollado, habiendo iniciado el proceso en el año 2003. El ejemplo español ha abierto la puerta a otras naciones que han copiado su modelo, tales como Chile y Colombia, y a otras que están iniciando el proceso, como Rusia, Brasil, Croacia, México, Argentina, entre otras. Demostrando sin lugar a dudas que la tasa de emprendimiento no tiene un formato regular sino variable en el seno de los países participantes.

Siendo de mayor importancia medir su prevalencia y evolución para complementar la información general de los países y para promover el diseño de políticas públicas eficaces y adaptadas a las necesidades de cada territorio (Presentación y Patrocinio del GEM).

## **8.2- Actividad Emprendedora en Nicaragua.**

En Nicaragua, el fenómeno emprendedor es nuevo y por ende no se le ha dado la importancia que requiere. Sin embargo, en los últimos años tanto la empresa privada como el Gobierno se han preocupado por crear iniciativas que apoyen tan importante fenómeno, un ejemplo de ello es el proyecto “Emprendimientos Dinámicos”, nace en el 2010 con el objetivo de fomentar la creación y desarrollo de empresas de alto crecimiento (emprendimientos dinámicos), que generen empleos de calidad para la población nicaragüense.

Este proyecto es financiado por, El Banco Interamericano de Desarrollo/Fondo Multilateral de Inversiones (BID/FOMIN) y ejecutado por, el Consejo Superior de la Empresa Privada (COSEP) y la Cámara de Comercio de Nicaragua (CACONIC). Así mismo cuenta con aliados como, el Centro Nacional de Universidades (CNU), Red Emprende Nicaragua, Programa Emprendedores Juveniles INDE, Programa Eregulations Nicaragua, Pro Nicaragua, Telefonía Celular de Nicaragua /Movistar, entre otras.

Todos los organismos antes mencionados, convergen en la idea de ayudar a emprendedores a generar ideas de negocios, analizar su factibilidad, planificar su puesta en marcha, crear la empresa, empezar a vender sus productos o servicios e ir creciendo hasta lograr el desarrollo potencial en el mercado nacional e internacional.

Apoya a su vez el crecimiento de empresas existentes, pero todavía en etapas tempranas (0-4 años de facturación). Para responder a las necesidades de financiamiento de estos emprendimientos líderes, el proyecto está creando una red de inversionistas locales (“inversionistas ángeles”) dispuestos a invertir en las mejoras de las nuevas empresas.

Para lograr sus objetivos, el proyecto cuenta con cuatro componentes bases:

1. Promoción de una cultura más emprendedora en el país.
2. Apoyo a emprendedores.
  - a. Emprendedores con ideas de negocios.
    - ✚ En el público en general
    - ✚ En las universidades

- b.** Propietarios de empresas en etapas tempranas (< 4 años de facturación).
- 3.** Creación de redes de inversionistas y de mentores.
- 4.** Mejora del marco regulatorio para la creación de empresas e inversión en las mismas.

Las actividades de apoyo a emprendedores y propietarios de empresas en etapas tempranas (menos de 4 años) incluyen un concurso de ideas de negocios, capacitación en la generación de ideas y el diseño de negocios; acompañamiento en la puesta en marcha, desarrollo inicial y crecimiento del negocio; mentoría; vínculos con redes de contactos (networking); y conexión con inversionistas privadas (inversionistas ángeles) y otras fuentes de financiamiento.

Por su parte el Ministerio de la Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA), Ministerio de Fomento Industria y Comercio (MIFIC) como instancias nacionales del Gobierno, así como los Centros de Apoyo a las MIPYMES (CAMIPYME) de los diferentes departamentos del país, son los que están promoviendo dicha actividad emprendedora.

Desde 2001 se continúan realizando esfuerzos para la promoción y fomento de la empresarialidad, principalmente de las MIPYME, pero aún existen vacíos en el sistema de información, estadísticas y análisis del sector empresarial. Lo cual impide medir la tasa de actividad emprendedora de forma tal, que pueda ser comparable con otros países. Por ello se hace el constante llamado a los dueños de empresas a que legalicen sus entes, para obtener mayores beneficios y contribuir directamente en la realización de los cálculos de la actividad emprendedora más eficientemente y tomar el resultado de dicho indicador como una premisa al desarrollo, y reestructuración de iniciativas que apoyen dicho fenómeno.

### **8.3- Actividad Emprendedora en el Municipio de León.**

El Municipio de León es una de las jurisdicciones de Nicaragua, que centra el desarrollo y fortalecimiento de sus capacidades productivas y competitivas en la creación de MIPYMES, éstas son consideradas el motor de la economía local; ya que son las principales consumidoras de materia prima nacional, dando como resultado una mayor dinámica de la producción y comercialización nacional, además de ser generadoras de fuentes de empleos.

Por ese importante hallazgo la Alcaldía Municipal amparada en la Ley n<sup>o</sup>. 40 “*Ley de Municipios*”, la cual confiere a la municipalidad su rol de gestor del desarrollo económico local. Se ha dedicado a inculcar el movimiento emprendedor, impulsando la iniciativa de la creación del Vivero de Empresas Municipal (VEM), el cual brinda asesoría técnica a las MIPYMES desde la fase de concepción del proyecto hasta la puesta en marcha.

El VEM, facilita servicios de formación y asesoramiento técnico empresarial, capacitación, orientación laboral y dispone de una oficina de Facilitación al Empleo con personal capacitado y un centro de documentación empresarial, con bibliografía digital y física para los usuarios. Entre otras actividades: organiza y promueve eventos empresariales (Ferias, Rueda de Negocios, etc.).

Brinda servicios de alfabetización digital dispone de un laboratorio informático para capacitar a grupos vulnerables y a emprendedores, dueños y trabajadores de pequeñas empresas. Dispone de salas para capacitaciones con capacidad para 60 personas y otra para 30, equipada con los medios básicos (Data show, computadora, pantalla de proyección, sonido y otros).

Para su fortalecimiento realiza coordinaciones interinstitucionales con diferentes organizaciones gremiales, empresas privadas, organismos no gubernamentales y del gobierno entre otros. Así mismo Facilita espacios físicos (módulos de 4x4 mts) a los emprendedores, para la implementación de sus planes de negocio, con ventajosas condiciones económicas. La permanencia en el local es de 2 años, asegurando de esta manera la rotación de los beneficiarios.

# *CAPITULO III*

## *Aspectos Metodológicos*



## **IX- DISEÑO METODOLÓGICO.**

### **9.1- Tipo de estudio.**

El objetivo de esta investigación, es analizar la actividad emprendedora temprana y actividad emprendedora total de las empresas contribuyentes inscritas en el registro de la Administración Tributaria del Municipio de León, durante el periodo comprendido 2012-2013.

El diseño del estudio es no experimental, ya que se investiga la situación existente, y no escenarios provocados intencionalmente por los investigadores, puesto que bajo este diseño no se admite la manipulación deliberada de las variables de estudio. El tipo de estudio es descriptivo, ya que éste se centra en describir situaciones y eventos buscando como especificar propiedades importantes de personas, grupos o la comunidad, es por ello que el tema de investigación se centra en el análisis de la actividad emprendedora temprana y total en las empresas contribuyentes inscritas en la Administración Tributaria del Municipio de León.

Además de ser descriptivo el estudio es de corte transversal, ya que la información que desprenden los fenómenos de estudios se recopilaran en un período determinado en este caso se tomarán los datos arrojados en el ciclo comprendido 2012-2013.

Así mismo, posee un enfoque cualitativo (inductivo), ya que la investigación recopila registros narrativos de los fenómenos de estudio, mediante técnicas como: la observación directa e indirecta y las entrevistas no estructuradas. Posee también, un enfoque cuantitativo (deductivo), Porque se analizan datos numéricos sobre las diferentes variables. El estudio comprende ambos enfoques, dado que la aplicación de los mismos probablemente podría ayudar a corregir los sesgos propios de cada método.

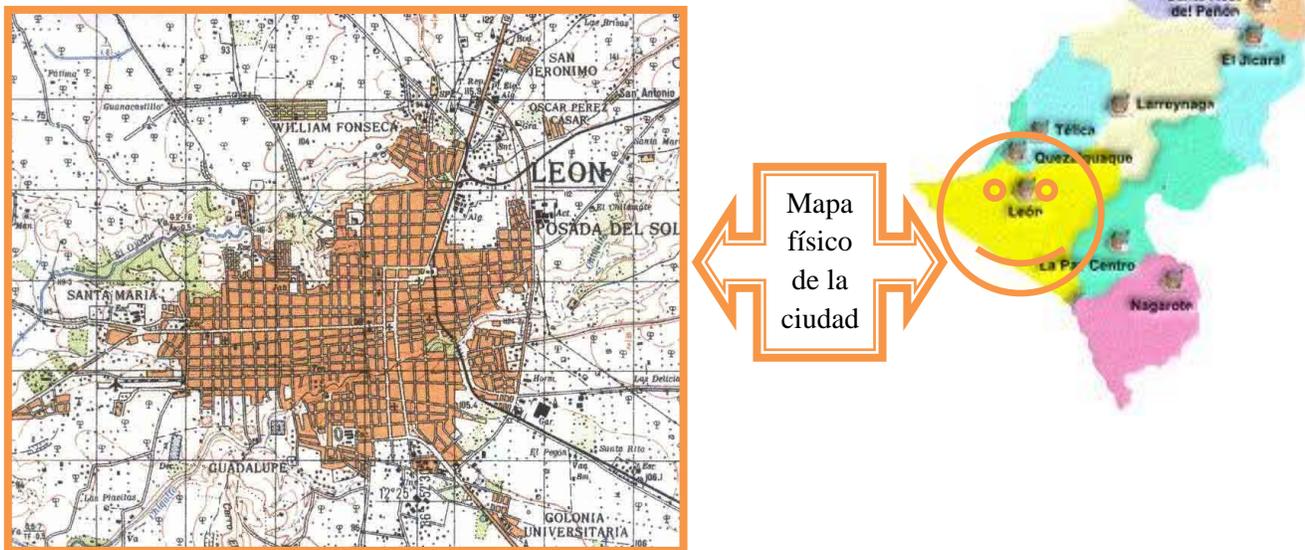
El estudio según el tiempo que se registra la información se clasifica en prospectivo (debido a que en éste se registran los datos según van ocurriendo los fenómenos, ya que la percepción de la actividad emprendedora en las empresas es un fenómeno que siempre está en constante movimiento en el quehacer empresarial).

## 9.2- Área de estudio.

El área de estudio es el Municipio de León, siendo ésta la segunda ciudad en importancia del país. Es la cabecera del departamento de León, conocida como la “Ciudad Universitaria” la cual está ubicada en la parte occidental del país entre las coordenadas 12 ° 26’ de latitud norte y 86° 53’ de longitud oeste.

Limita al Norte con los municipios de Quezalguaque y Télica. Al Sur con el Océano Pacífico, al Este con los municipios de Larreynaga, La Paz Centro y Nagarote, al Oeste con los municipios de Corinto y Chichigalpa (Departamento de Chinandega).

**Figura 3- Área de Estudio.**



Fuente: INIFOM, (2014)

El Municipio de León, se caracteriza por tener paisajes espectaculares, hermosas playas, bellos volcanes y un sinnúmero de destinos atractivos poco explorados, dichos lugares poco a poco las autoridades Municipales se han encargado de promoverlas, tanto a nivel nacional como internacional, perfilando a la Municipalidad como uno de los destinos turísticos por excelencia en el país hoy en día.

La economía de León, se caracterizó en los años 50 al 85 como Agropecuaria con el apogeo del declive Algodonero. Sin embargo, tras el declive de dicha actividad las MIPYMES del Municipio de León han tenido un auge en los últimos años, siendo un sector económico que por su contribución a la población y su importante aporte como fuente de empleo e ingresos al país ha cobrado mucha relevancia.

En orden de importancia, se tiene las siguientes actividades económicas del Municipio (Ver tabla 2):

**Tabla 2: Actividades económicas del Municipio de León.**

<b>Orden de prioridad</b>	<b>Actividad económica principal</b>	<b>Productos</b>
<b>1</b>	<b>Terciaria</b>	<b>Comercio en general: Pulperías, Bares, Comedores, Tiendas al detalle.</b>
<b>2</b>	<b>Secundario</b>	<b>Panaderías, Madera – Muebles, Textil-vestuario.</b>
<b>3</b>	<b>Primario</b>	<b>Agricultura, Pesca.</b>

Fuente: Oficina de Administración Tributaria, Alcaldía de León.

### **9.3 - Población.**

Por el potencial económico y cultural del Municipio de León, se decidió realizar el estudio con las MIPYMES contribuyentes e inscritas en la Administración Tributaria de la misma jurisdicción, siendo la población de estudio de 4,495 empresas inscritas en dicha base de datos actualizada hasta el mes de Junio del 2013.

Se estableció la siguiente fórmula para determinar la representación poblacional por cada tipo de empresa según el proceso emprendedor:

$$\% \text{ Poblacional} = \left[ \frac{\text{Actividad emprendedora o tipo de empresa}}{\text{Población total de empresas}} \right] 100\%$$

Nacientes=  $[321/4495] (100\%) = 7\%$

Nuevas=  $[843/4495] (100\%) = 18.71\% = 19\%$

Establecidas=  $[3331/4495] (100\%) = 73.95\% = 74\%$

**Tabla 3: Empresas contribuyentes del municipio de León.**

<b>Sector económico</b>	<b>Población</b>	<b>% poblacional</b>
<b>Empresas Nacientes (menos de 3 meses)</b>	<b>321</b>	<b>7</b>
<b>Empresas Nuevas (de 3 meses hasta 3.5 años)</b>	<b>843</b>	<b>19</b>
<b>Empresas Establecidas (más de 3.5 años)</b>	<b>3,331</b>	<b>74</b>
<b>Total</b>	<b>4,495</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Oficina de Administración Tributaria, Alcaldía Municipal de León.

## 9.4-Muestra.

Para delimitar la muestra se utilizó la fórmula de Fisher y Navarro:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{[e^2(N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q]}$$

Dónde:

**n** = Tamaño de la muestra (?)

**N** = Tamaño de la población (4,495)

**Z** = Nivel de confianza = **95% (1.96)** encontrado en la Tabla de la distribución normal para probabilidad acumulada inferior.

**e** = Límite de error (**5%**)

**p** = Probabilidad de éxito (**50%**)

**q** = Probabilidad de fracaso (**50%**)

Dando como resultado:

$$n = \frac{4,495 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50}{[(0.05)^2(4,495-1) + (1.96)^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50]}$$

$$n = 354$$

## 9.5-Muestreo.

Una vez determinada la muestra, se procedió a utilizar el muestreo probabilístico estratificado con asignación proporcional, utilizando la siguiente ecuación:

$$\text{Muestreo} = (\text{Total de la muestra}) \cdot (\% \text{ del tipo de empresa}) / 100$$

Dando como resultado:

$$\text{Nacientes} = (354) (7) / 100 = 24.78 = 25$$

$$\text{Nuevas} = (354) (19) / 100 = 67.26 = 67$$

$$\text{Nacientes} = (354) (74) / 100 = 261.96 = 262$$

**Tabla 4: Determinación de la cantidad de la muestra por cada uno de los estratos.**

<b>Estratos</b>	<b>Población</b>	<b>% poblacional</b>	<b>Muestra</b>
<b>Empresas Nacientes</b>	<b>321</b>	<b>7</b>	<b>25</b>
<b>Empresas Nuevas</b>	<b>843</b>	<b>19</b>	<b>67</b>
<b>Empresas Establecidas</b>	<b>3331</b>	<b>74</b>	<b>262</b>
<b>Total</b>	<b>4495</b>	<b>100</b>	<b>354</b>

Fuente: Elaboración propia.

## **9.6- Fuentes de información.**

### **9.6.1- Fuentes Primarias.**

En cuanto a las fuentes de información están como primarias, la Base de datos de la Alcaldía Municipal de León, proporcionada por la oficina de Administración Tributaria. Cuyo registro oficial se encuentra determinado por los años de inscripción de la empresa, clasificadas en nacientes, nuevas, establecidas de acuerdo a la clasificación determinada por el GEM.

Además, se realizó una encuesta dirigida a los empresarios compuestas por preguntas abiertas y cerradas, administradas o auto administradas, lo que permitió obtener información relacionada con las características emprendedoras y empresariales, así como factores motivacionales que determinan dicha actividad.

### **9.6.2- Fuentes Secundarias.**

Las fuentes de información secundarias fueron los libros y artículos en revistas económicas antes consultados, así también algunas entrevistas no estructuradas a empresarios, que estuvieron a disposición de aclararnos dudas sobre el actuar del empresario local.

### **9.7-Criterio de Selección de las Unidades de Análisis.**

El criterio de inclusión se centra en estudiar, la actividad emprendedora temprana de las empresas contribuyentes inscritas en la oficina de la Administración Tributaria del Municipio de León, por la simple razón que dichas entidades se encuentran organizadas y funcionan avaladas por la ley, de esta manera como investigadores se haría más fácil la recolección de información vital para la realización del estudio. En cuanto a los sesgos o errores sistemáticos que se pudieren designar durante la implementación de la investigación, al estudio se le asignó un límite de error del 5% con el objetivo que fuera confiable.

Cabe señalar que la falta de información y estadísticas del sector empresarial del Municipio se limita a la información de las empresas inscritas como contribuyentes en el registro de la administración tributaria de la Alcaldía, siendo estas de los diferentes sectores económicos como lo son el sector servicio, industria y comercio.

### **9.8- Procesamiento y Plan de Análisis.**

Para recopilar los datos utilizados en la elaboración del estudio, se aplicaron dos estrategias:

- ✚ La primera, buscar al empresario y aplicarle la encuesta en ese mismo instante.
- ✚ La segunda, explicar al empresario sobre el contenido de la misma dejársela y quedar en un día específico en la que la retiraríamos.

Una vez realizada las encuesta a los empresarios procedimos a procesar los datos obtenidos utilizando el paquete estadístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), dicho programa es útil porque permite un importantísimo ahorro de tiempo y esfuerzo, realizando en segundos un trabajo que requeriría horas e incluso días.

Realizando cálculos más exactos, evitando los redondeos y aproximaciones del cálculo manual. Permite además trabajar con grandes cantidades de datos permitiendo cumplir los objetivos propuestos en la investigación.

También se utilizó programas de Microsoft como Word y Excel para procesamiento de la información cuantitativa y análisis de la base de datos de la Alcaldía del Municipio de León. Los análisis que se realizaron fueron a través de tablas de frecuencia, tablas de contingencia y gráficos.

### **9.9- Consideraciones Éticas del Estudio.**

A lo largo del desarrollo de este trabajo investigativo se garantizó, que la información facilitada por la oficina de la Administración Tributaria del Municipio de León, así como los datos recolectados, serían utilizados con fines meramente del estudio. Los empresarios que participaron en el estudio fueron informados acerca de la investigación y dieron su consentimiento voluntario antes de brindar respuesta de cualquier interrogante, que le fuese consultada. Esto con el objetivo de enriquecer y aportar la mejor información para la realización eficiente y eficaz del estudio.

**9.10- Operacionalización de las variables. 9.10.1- Sistematización por variables de la encuesta.**

<b>Variable Asociada</b>	<b>Variable</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Nivel de Medición</b>	<b>Unidad de Medida</b>
<b>Empresario</b>	Edad	Cantidad de años cumplidos a la fecha de aplicación del estudio	Numérica	Años
	Género	Características anatómicas, biológicas y fisiológicas que diferencian al hombre y la mujer	Nominal	Femenino Masculino
	Profesión	Naturaleza del trabajo realizado	Nominal	Profesión actual o ninguna
	Lugar de nacimiento	Lugar de procedencia del encuestado	Nominal	Ciudad/País
	Nivel de estudios completado	Grado de escolaridad que haya logrado obtener o no el encuestado	Ordinal	Primaria Secundaria Técnico Universitario Post-Universitario Ninguno
	Idiomas	Idioma(s) que habla a un nivel avanzado	Nominal	Castellano Bilingüe Otros
	Años para crear la empresa	Espacio de Tiempo que transcurrió desde la creación de la empresa hasta hoy en día	Numérica	Años
	Factores motivacionales	Factores motivacionales que determinan la actividad emprendedora	Nominal	Preguntas 8-12

<b>Variable Asociada</b>	<b>Variable</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Nivel de Medición</b>	<b>Unidad de Medida</b>
<b>Empresa</b>	Nombre comercial	Razón social o título de derecho exclusivo inscrito en el registro Municipal	Nominal	Nombre comercial
	Rama de actividad	Esfera de la economía a la que pertenece el establecimiento	Nominal	Ramas de actividad
	Tamaño de la empresa	Tamaño de la empresa según cantidad de trabajadores	Numérica	Micro (1-5) Pequeña (6-30) Mediana (31-100)
	Cantidad de empleados según género	Cantidad de empleados según sexo del encuestado	Numérica	Mujeres Hombres
	Tipo de Régimen	Forma jurídica de la empresa cuyos derechos y obligaciones se derivan de la realización de una actividad económica, cuyo pago de impuestos es de contribución en 1% o cuota fija	Nominal	Contribución 1% Cuota fija
	Tiempo de constitución de la empresa	Espacio de tiempo que duro en constituirse la empresa	Numérica	Meses Años
	Estructura familiar	Relaciones de propiedad en la dinámica de la empresa	Nominal	Familiar No Familiar
	Tipo de financiación al momento de constituirse	Fuente de financiación al momento de constituirse legalmente	Nominal	Propia Ajena

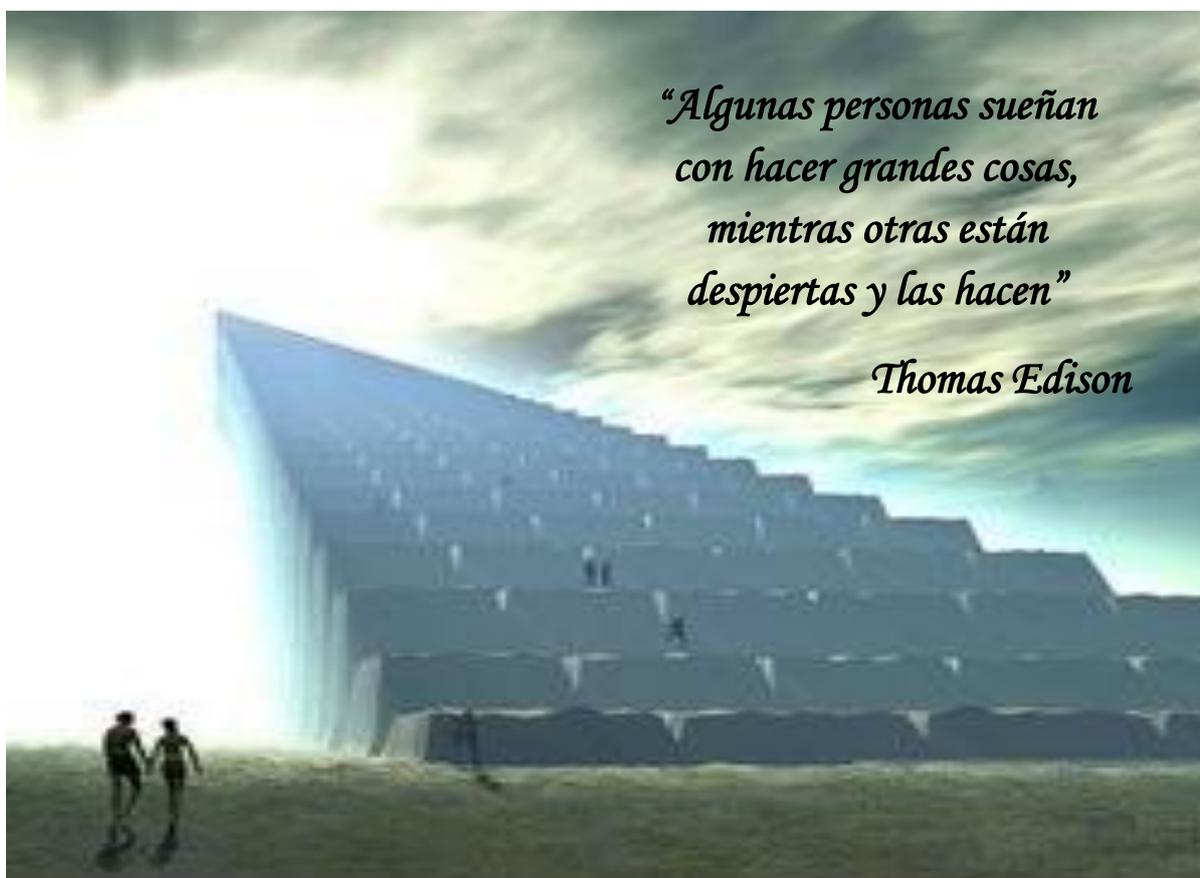
<b>Variable Asociada</b>	<b>Variable</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Nivel de Medición</b>	<b>Unidad de Medida</b>
<b>Empresa</b>	Exporta	Empresa dedicada a enviar productos nacionales al exterior	Nominal	Si No
	Tipo de cliente	Cualquier persona física o moral que posee interés en adquirir el bien ofertado por la empresa	Nominal	Cliente-consumidor Otros negocios
	Tipo de venta	Forma de vender el producto o servicio a escala territorial o geográfica	Nominal	Local Nacional Internacional
	Número de propietarios	Cantidad de dueños o socios de la empresa	Numérica	Único Más de un propietario
	Número de empleos generados	Cantidad de empleos generados por la empresa durante el tiempo que tiene en actividad	Numérica	Número de empleos

### 9.10.2 Operacionalización por objetivos de la investigación.

<b>Objetivo</b>	<b>Variabes</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Unidad de Medida</b>
Describir la situación de la actividad emprendedora temprana y actividad emprendedora total del Municipio de León	Actividad Emprendedora Temprana Actividad Emprendedora total	Surgimiento de nuevos emprendedores  Cantidad total de emprendedores	Creación de nuevas empresas Establecimiento de empresas Crecimiento de empresas	Cuantitativa o métrica
Determinar la tasa de actividad emprendedora temprana y actividad emprendedora total del 2013	Tasa de Actividad Emprendedora temprana Tasa de Actividad Emprendedora total	Surgimiento de nuevos emprendedores  Cantidad total de emprendedores	Creación de nuevas empresas Establecimiento de empresas Crecimiento de empresas	Cuantitativa o métrica
Identificar los factores empresariales que inciden en la actividad emprendedora temprana y total de las empresas contribuyentes del Municipio de León	Factores empresariales	Conjunto de motivos que llevan a crear emprendimientos	Necesidad, Oportunidad, Motivos Familiar entre otros.	Cualitativa

# *CAPITULO IV*

## *Actividad Emprendedora Temprana en el Municipio de León*



*“Algunas personas sueñan  
con hacer grandes cosas,  
mientras otras están  
despiertas y las hacen”*

*Thomas Edison*

## X- ANÁLISIS DE RESULTADOS POR OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

**Objetivo 1: Análisis FODA y perfil empresarial para describir la situación de la actividad emprendedora temprana y total del Municipio de León.**

### 1. Análisis.

**Tabla 5: Matriz FODA.**

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fomento de auto empleo y espíritu emprendedor.</li> <li>✓ Trabajo en equipo.</li> <li>✓ Locales propios</li> <li>✓ Empresas con potencial en habilidades técnicas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Bajos niveles de educación y formación empresarial</li> <li>✓ Falta de capacitación.</li> <li>✓ Poco acceso a las nuevas tecnologías.</li> <li>✓ Falta de planificación.</li> <li>✓ Bajo nivel de formalización de las empresas.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategias Maxi-Maxi</b>	<b>Estrategias Mini-Maxi</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Contexto emprendedor con alto crecimiento.</li> <li>✓ Acceso a financiamiento.</li> <li>✓ Legalización de las empresas.</li> <li>✓ Creación de organismos de apoyo a las MIPYMES.</li> <li>✓ Realización de ferias para dar a conocer sus productos o servicios en el mercado.</li> <li>✓ Programas de fomento al emprendimiento por actores locales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Impulsar y adaptar los distintos programas o ferias de acuerdo a las necesidades empresariales del sector y de los consumidores locales.</li> <li>✚ Realizar pequeños sondeos en el mercado para satisfacer las necesidades de los clientes con más certeza.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Implementar programas de articulación tecnológica para el fomento de las empresas locales.</li> <li>✚ Capacitar a los empresarios y sus colaboradores para mejorar el desempeño del negocio.</li> </ul>
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategias Maxi-Mini</b>	<b>Estrategias Mini-Mini</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Incertidumbre por parte del empresario si su negocio funcionara o no.</li> <li>✓ Inestabilidad política.</li> <li>✓ Competencia.</li> <li>✓ Falta de conocimiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Proponer como grupo de investigación del sector MIPYMES a la comuna, planes de acción para beneficiar a las mismas, en pro del desarrollo económico y social del Municipio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Trabajar con un ente financiero que brinde asesoría y bajas tasas de interés.</li> <li>✚ Desarrollar programas que ayuden a estimular la confianza y determinación en la creación de empresas.</li> </ul>

**Fuente: Elaboración Propia.**

Al profundizar un poco más sobre el fenómeno de la actividad emprendedora en el Municipio de León, se hizo fácil observar y describir las características que permitió realizar el análisis FODA antes expuesto, demostrando claramente la situación, el entorno actual en el que se desenvuelven las MIPYMES.

Dichas características evidencian que la actividad emprendedora se ve mermada por elementos claves que contribuyen el desarrollo empresarial como lo es, el bajo nivel académico, la falta de apoyo financiero, entre otras. Por ello el gobierno local y los diferentes organismos que la administración central del país ha instaurado en los últimos años, deben de realizar su trabajo lo mejor posible para no desatender este importante sector económico, puesto que el mismo contribuye a la disminución de las tasas de desempleo locales y fortalecimiento de la economía municipal.

Por ello, los resultados de la presente investigación deberían ser considerados para la realización de una retroalimentación que contribuyan a la reestructuración de los distintos planes, programas, políticas entre otras estrategias que dichos organismos estén desarrollando en pro del fortalecimiento de las MIPYMES; de esta manera se sentarán bases sólidas para el cultivo, desarrollo y establecimiento de la actividad emprendedora en tan importante sector empresarial del Municipio.

## **2. Análisis del perfil empresarial del Municipio de León por actividad emprendedora.**

Una vez descrito el panorama de la actividad emprendedora en el Municipio, es necesario recordar la clasificación de las empresas denotada por el GEM (Ver figura 4).

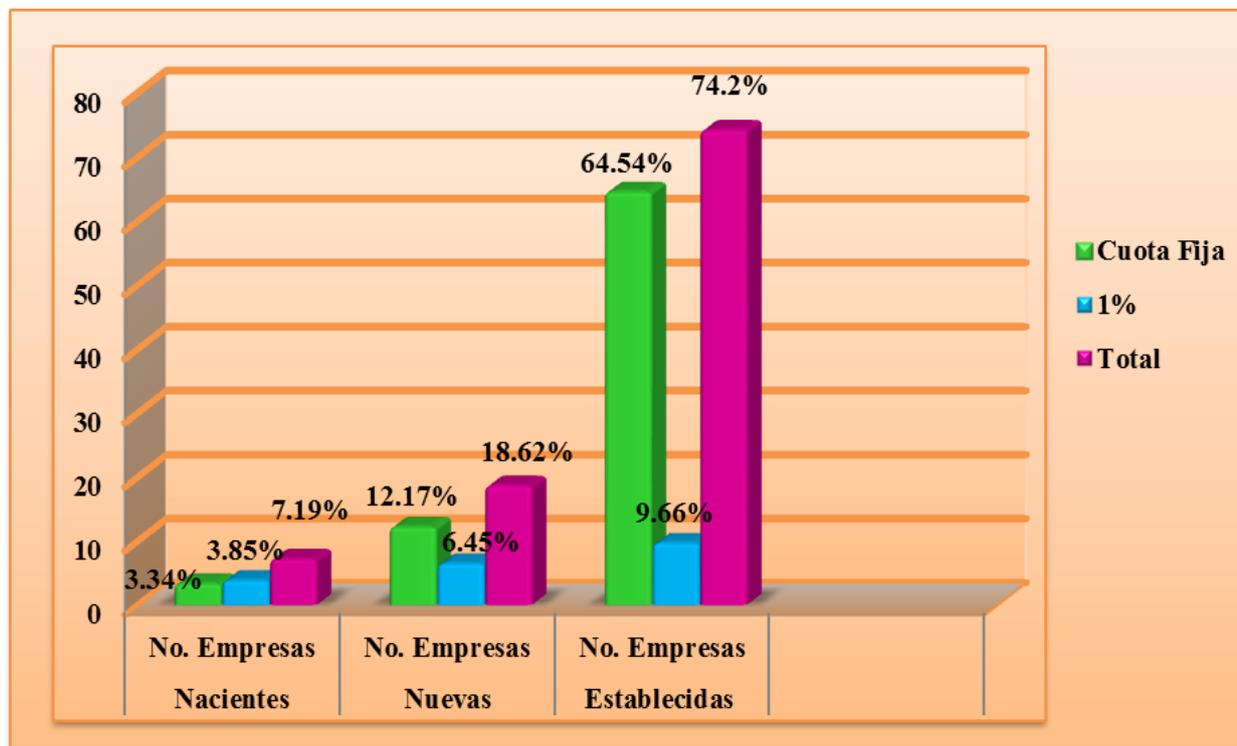
**Figura 4: Clasificación de las empresas GEM.**



Fuente: Elaboración Propia.

Teniendo en cuenta la clasificación anterior y la Base de datos facilitada por la Oficina de Administración Tributaria de la Alcaldía se obtuvieron los siguientes resultados:

**Gráfico 1: Clasificación de las MIPYMES inscritas.**

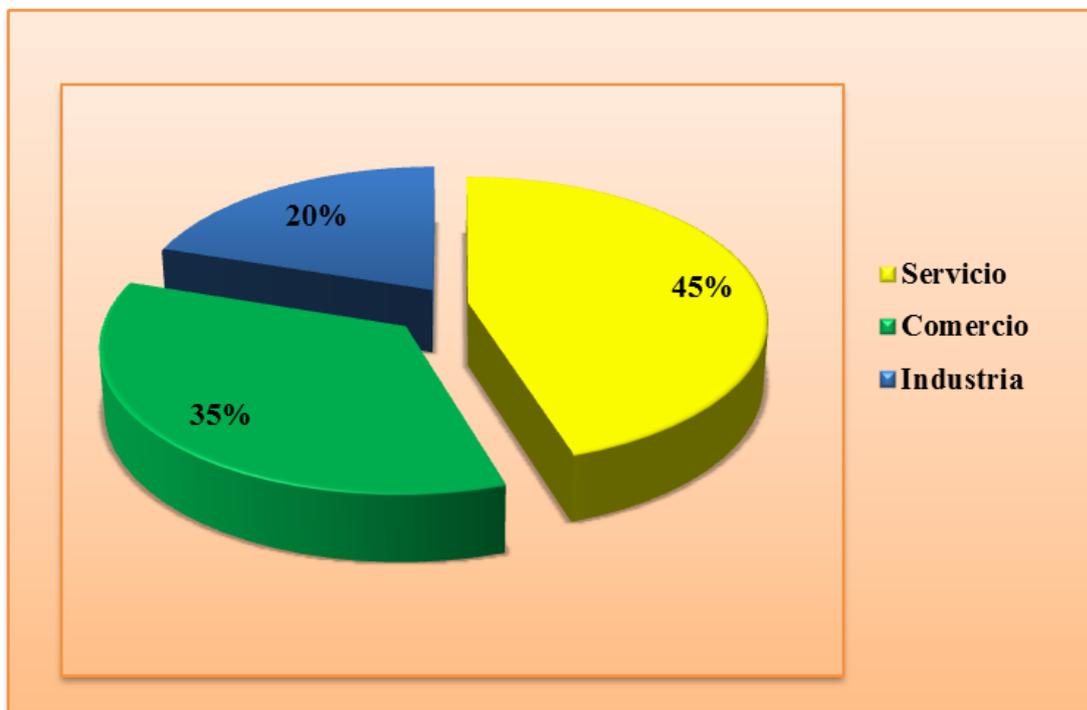


Fuente: Elaboración Propia

El gráfico 1 muestra, que del 100% de las MIPYMES legalmente inscritas un 7.19% de Empresas, de las cuales 3.34% pertenecen al régimen de Cuota Fija y el restante 3.85% contribución del 1%, estas representan a las empresas nacientes, de las empresas que catalogamos como nuevas el 12.17% son de Cuota Fija y las restantes 6.54% de contribución del 1%.

Lo que confirma, que la proliferación de la actividad emprendedora temprana es baja con un 25.81% (Dato obtenido de la suma de los emprendimientos nacientes y nuevos que han sido registrados en la tabla 5). En comparación al 74.2%, que representan a las empresas establecidas (Actividad Emprendedora Total) de las cuales el 64.54% son de Cuota Fija y el 9.66% de Contribución de 1%. Datos que vinculan la veracidad del análisis externo, con los resultados numéricos obtenidos, así mismo se puede concluir que del total de empresas legalmente inscritas el 80.05%(empresas nacientes, nuevas, establecidas) pertenecen al régimen de cuota fija.

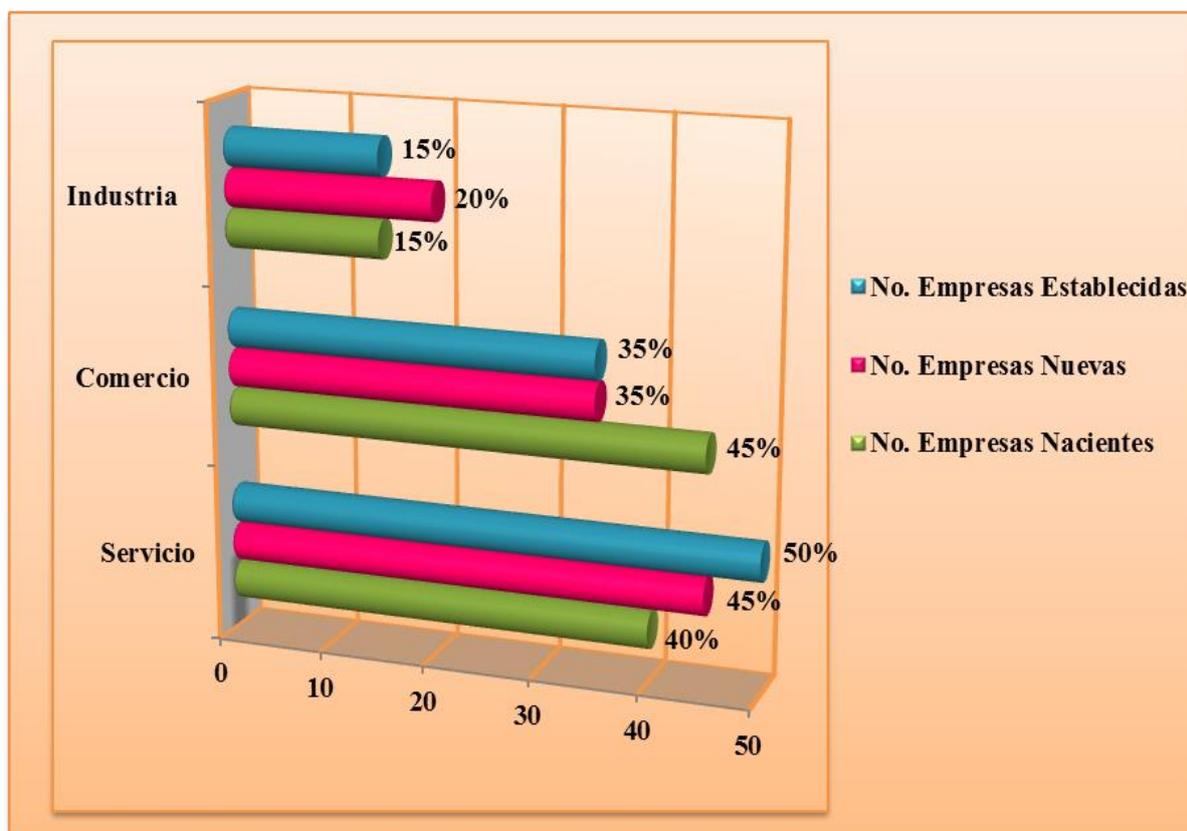
**Gráfico 2: Actividad económica de las MIPYMES inscritas.**



**Fuente: Elaboración Propia**

Según la gráfica expuesta, se puede notar que el 45% de las empresas dedican su actividad empresarial a la prestación de diversos servicios entre ellos podemos citar los servicios de transporte, servicios profesionales, no profesionales entre otros, por otra parte un representativo 35% de las empresas se dedican al comercio, es decir, a la compra-venta de productos terminados con el fin de satisfacer las necesidades que tuviesen los clientes y consumidores finales. Sin embargo no se puede obviar el restante 20% de las empresas que se dedican a la transformación de materias primas al dedicarse a la industria.

**Gráfico 3: Clasificación y actividad económica de las MIPYMES inscritas.**



**Fuente: Elaboración Propia**

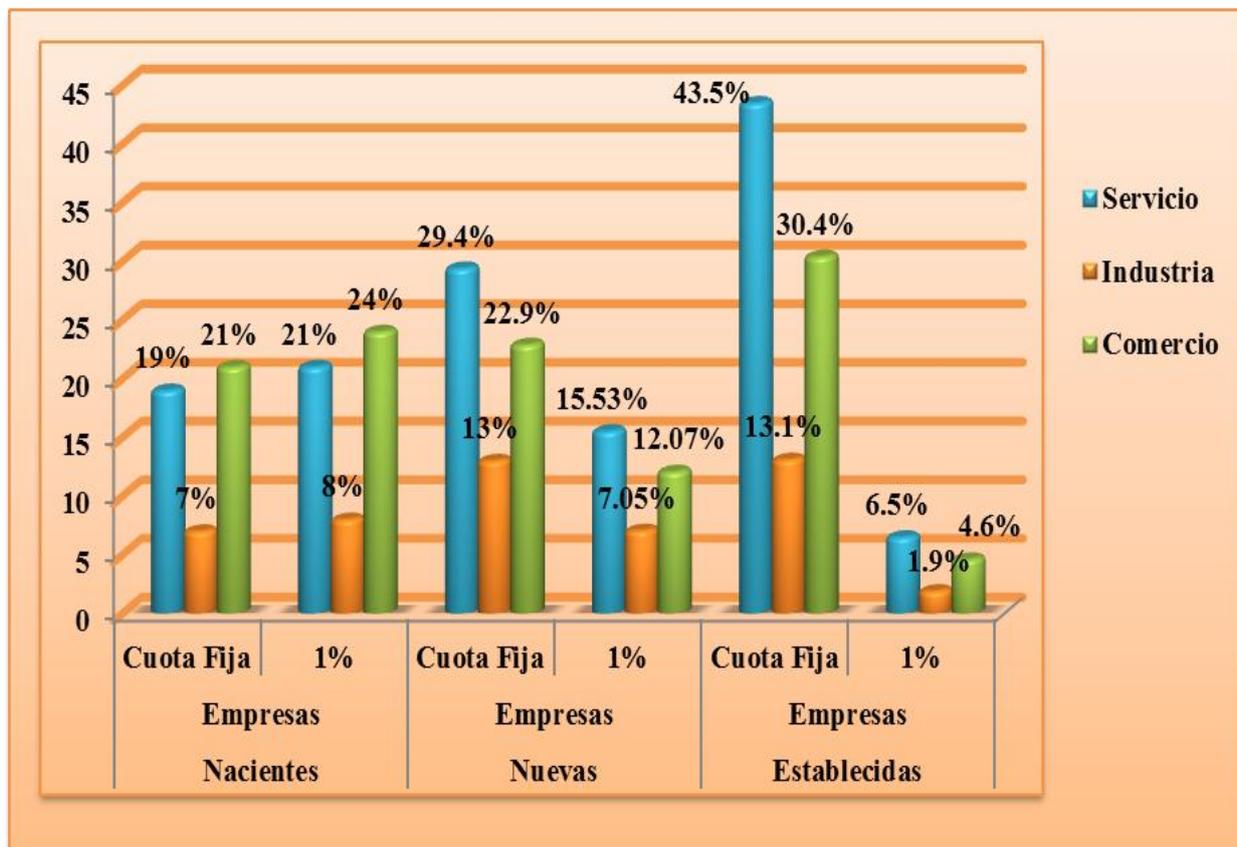
El presente gráfico, describe los porcentajes de las distintas empresas en las diferentes actividades económicas, en el caso de las empresas nacientes predomina con un 45% las entidades dedicadas al comercio, un 40% se inclina por la prestación de servicios y un 15% a la industria. En cuanto a las empresas nuevas el 45% de ellas se dedican al sector servicio, el 35% al comercio y el restante 20% a la industria. Para el caso de las empresas establecidas el panorama es que el 50% de ellas se dedican a la prestación de servicios, un 35% al comercio y un 15% a la industria.

Según los datos anteriores se puede discernir que los empresarios al iniciar sus negocios (empresas nacientes) se inclinan por las actividades comerciales puesto que la compra-venta de productos es una de las actividades más fáciles de realizar ya que según algunos empresarios basta con el carisma del vendedor para captar clientes para convertirse en una actividad rentable. Puesto que aseveraban que para dedicarse a prestar servicios o a la industria necesitaban de gran cantidad de dinero y máquinas especializadas para desarrollar dichas actividades de la mejor forma.

En el caso de los dueños de las empresas nuevas, los resultados evidencian que se inclinan a la prestación de servicios aseverando que servicios de transporte como los taxis aportaban mejores ganancias, dejando en segundo plano al comercio y en un tercero la industria.

Para los empresarios de entes establecidos, los resultados evidencian la gran cantidad de entes que se dedican a la prestación de servicios en este caso de transporte por la presencia de un sin número de cooperativas, no obviando la presencia de entes dedicadas al comercio y la industria respectivamente.

**Gráfico 4: Actividad económica, régimen y clasificación de las MIPYMES inscritas.**



Fuente: Elaboración Propia

Este gráfico, muestra el comportamiento del tipo empresa en cuanto a la actividad económica y régimen de la misma, se puede observar que el 47% de las empresas nacientes forman parte del régimen de cuota fija, de las cuales el 19% se dedica a brindar servicios, 7% a la industria y el 21% al comercio, el restante 53% que pertenece al régimen de contribución del 1% se fragmenta en un 21% que se dedica al sector servicio, 8% a la industria y el 24% al comercio.

El 100% de las empresas nuevas se desglosa el 65.3% que pertenece al régimen de cuota fija de las cuales el 13% se dedica a actividades de industria, el 22.9% al comercio y un 29.4% a la prestación de servicios así mismo el restante 34.7% de contribución del 1% presenta un 15.53% de entes que se dedican a la actividad de servicio, un 12.07% al comercio y un 7.05% a la industria.

Finalmente los entes establecidos se dividen en un 87% aquellos entes que aportan una cuota fija de ellas se desprende un significativo 43.5% de empresas que se dedican a brindar servicios, el 30.4% que se dedica a actividades comerciales y un 13.1% que trabaja con la industria. El restante 13% contribuyentes del 1% se divide en un 6.5% que se dedica al servicio, 4.6% al comercio y el 1.9% a actividades industriales.

Como se puede observar, la mayoría de las empresas legalmente inscritas sean éstas nacientes, nuevas o establecidas pertenecen al régimen de cuota fija lo que confirma lo expuesto en el gráfico 1.

Teniendo en cuenta la actividad económica, el sector servicio seguido del comercio son las actividades económicas que más desarrollan dichas empresas. Dejando un poco relegado la actividad industrial por los altos costos de la mano de obra calificada, tecnificación, maquinaria y grandes volúmenes de dinero que conlleva la ejecución de dicha actividad para su correcta desempeño. La industria en sus diferentes dimensiones tiende a estar más concentrada en microempresas de índole familiar no inscritas legalmente. Los bajos niveles de actividad industrial reflejan la poca capacidad de innovación y exportación de productos nacionales.

**Objetivo 2: Tasa de actividad emprendedora temprana y actividad emprendedora total del 2013.**

La Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), mide el porcentaje de participación de las empresas en edad temprana (no mayor a 42 meses), sobre la población. Por otro lado la Tasa Emprendedora Total, se designa como el número de empresas establecidas (mayor a 42 meses), entre la población activa (GEM, 2010). Dando como resultado:

**Tabla 6: Distribución de la muestra de MIPYMES.**

Estratos	Muestra
Nacientes	25
Nuevas	67
Establecidas	262
<b>Total</b>	<b>354</b>

**TEA temprana**  
 $25+67=92$   
**MIPYMES < a 42 meses**

Fuente: Elaboración Propia

$$\text{TEA Temprana} = \frac{\text{Empresas < 42 meses}}{\text{Total de la población activa}} \times 100$$

$$\text{TEA Temprana} = 92 / 354 \times 100 = 25.9 = 26\%$$

$$\text{TEA Total} = \frac{\text{Empresas >42 meses}}{\text{Total de la población activa}} \times 100$$

$$\text{TEA Total} = 262 / 354 \times 100 = 74.1 = 74\%$$

El resultado anterior demuestra que para el año 2013, apenas un aproximado del 26% de las empresas corresponden a emprendimientos nacientes y nuevos, lo que denota que de cada 100 empresas legalmente inscritas y en funcionamiento sólo 26 se puede considerar que están en edad joven con poco tiempo de actividad en el mercado que operan, es decir, que tienen menos de 42 meses en funcionamiento.

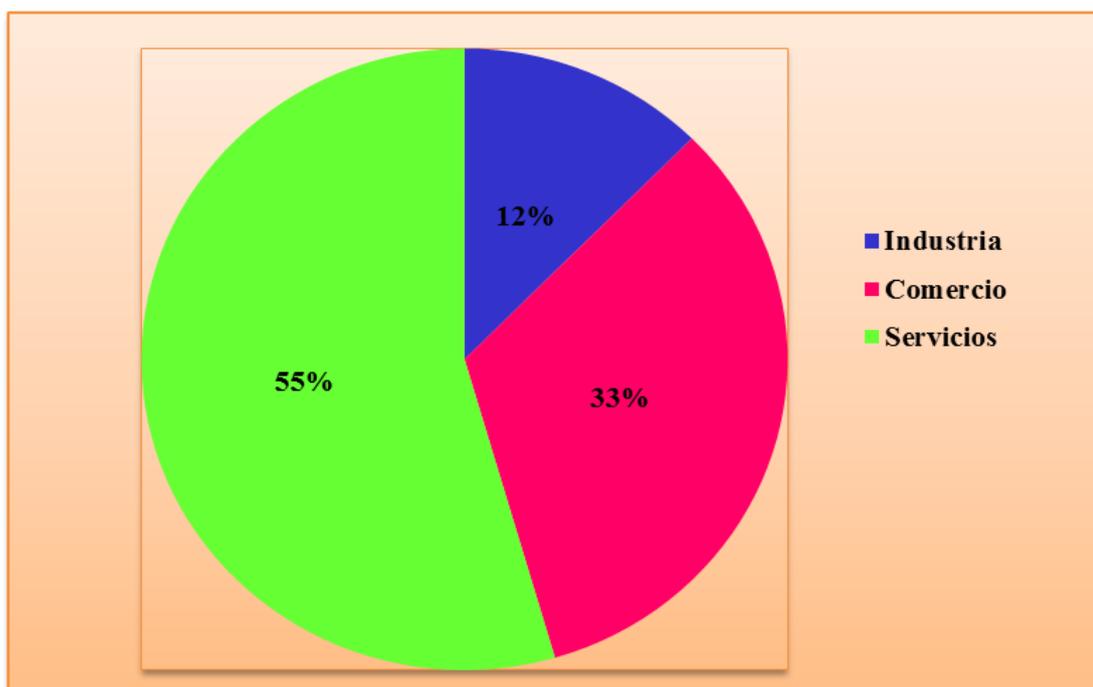
Mientras el restante 74% representa aquellas empresas con experiencia en el mercado, dicho resultado expresa que para el año 2013 no fueron suficientes los esfuerzos para promover los emprendimientos.

El reto está en aumentar la TEA para este año 2014, puesto que si se aumentase la actividad empresarial esta se verá dinamizada en muy poco tiempo, ya que contará no sólo con empresas fuertes en cuanto a capital obtenido o el tiempo de batallar en el mercado local, sino por empresas que incursionan en el mismo con ideas y estrategias novedosas de gran provecho no sólo para los propietarios de las organizaciones, sino para la proyección social y económica del Municipio.

Cabe señalar, que el aumento de la TEA temprana debe ir en consonancia con la demanda y principalmente en emprendimientos de calidad, que induzca la formalización empresarial y no emprendimiento empíricos que finalmente declinen en el transcurso del tiempo.

Una vez calculada la tasa de actividad emprendedora temprana es importante analizar algunos aspectos sobre la muestra en estudio:

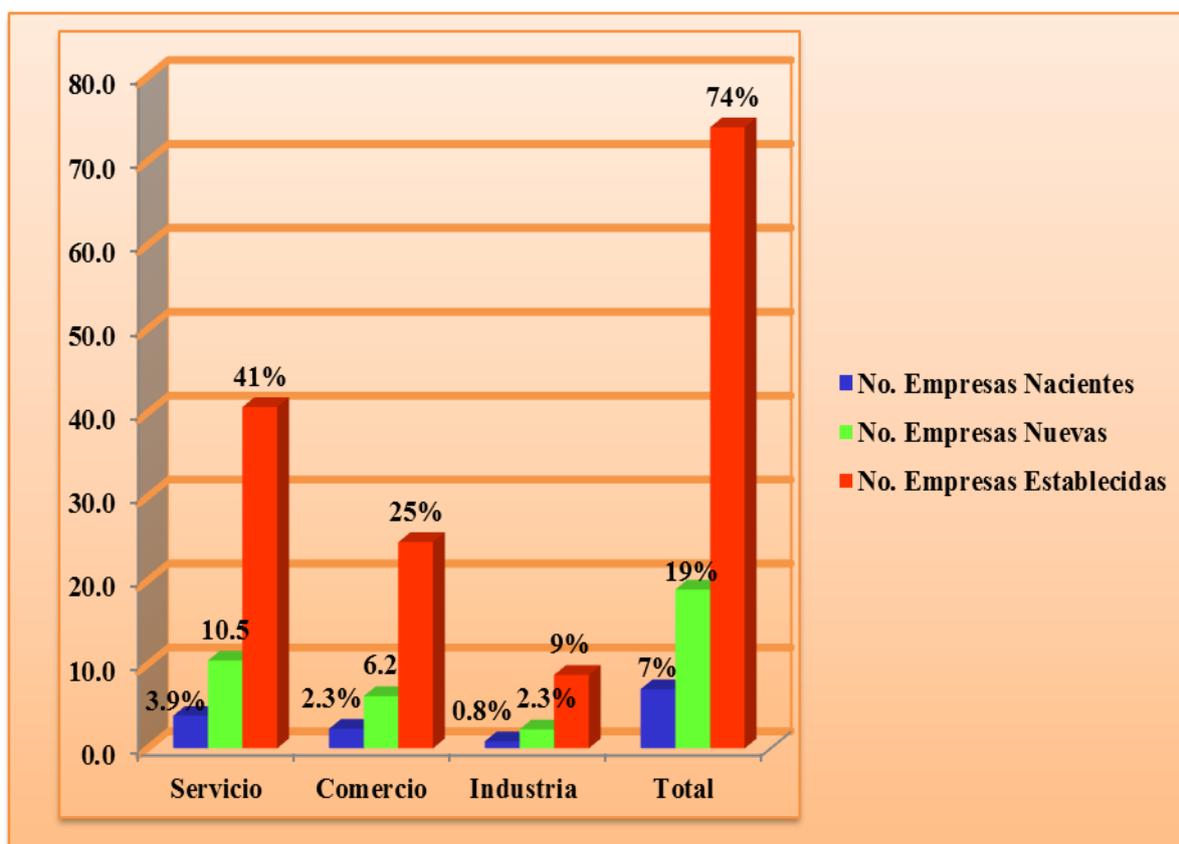
**Gráfico 5: Actividad económica de la muestra de las MIPYMES en estudio.**



**Fuente: Elaboración Propia**

El presente gráfico, demuestra el comportamiento que tiene la muestra de estudio en cuanto a la pertenencia a las distintas actividades económicas. Se observa claramente la tendencia de las empresas en ofertar distintos servicios, las cuales conforman el 55%, seguido de un 33% de entes que se dedican al comercio y un 12% a la industria, este resultado fortalece la correcta delimitación de la muestra de estudio, puesto que se tomó la cantidad de empresas representativas de cada sector económico a las que se dedica el total de empresas legalmente inscritas.

**Gráfico 6: Actividad económica y clasificación de la muestra de las MIPYMES en estudio.**

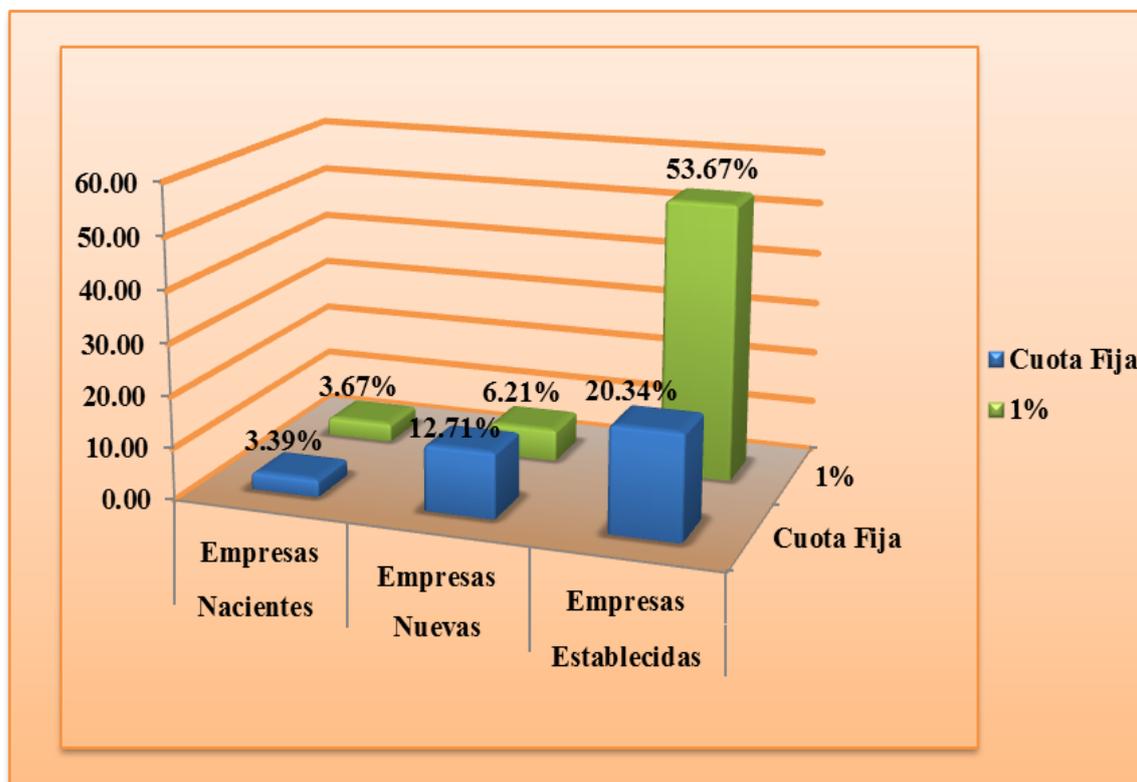


Fuente: Elaboración Propia

Los resultados presentados en el gráfico denotan que del 7% de empresa nacientes pertenecientes a dicha muestra de estudio un 3.9% de ellas se dedica a brindar servicios, el 2.3% a actividades comerciales y un 0.8% a la industria. Por otro lado el 6.2% de las entes que pertenecen a emprendimientos nuevos se dedican al comercio, el 10.5% a brindar servicios y un modesto pero importante 2.3% a la industria, por su parte los emprendimientos establecidos que conforman el 74% de las empresas en estudio presenta el 41% de ellas que se dedican al sector servicio, 25% al comercio y un 9% al sector industrial.

Es necesario destacar que así como predominan las empresas que se dedican a ofertar servicios y compra-venta de productos sean éstas entes nacientes, nuevas o establecidas, no se puede descuidar el sector industria, ya que si se les da a los futuros empresarios el apoyo necesario pueden hacer crecer este sector en proporciones iguales o mayores a las actividades antes mencionadas.

**Gráfico 7: Régimen y clasificación de la muestra de las MIPYMES en estudio.**



**Fuente: Elaboración Propia**

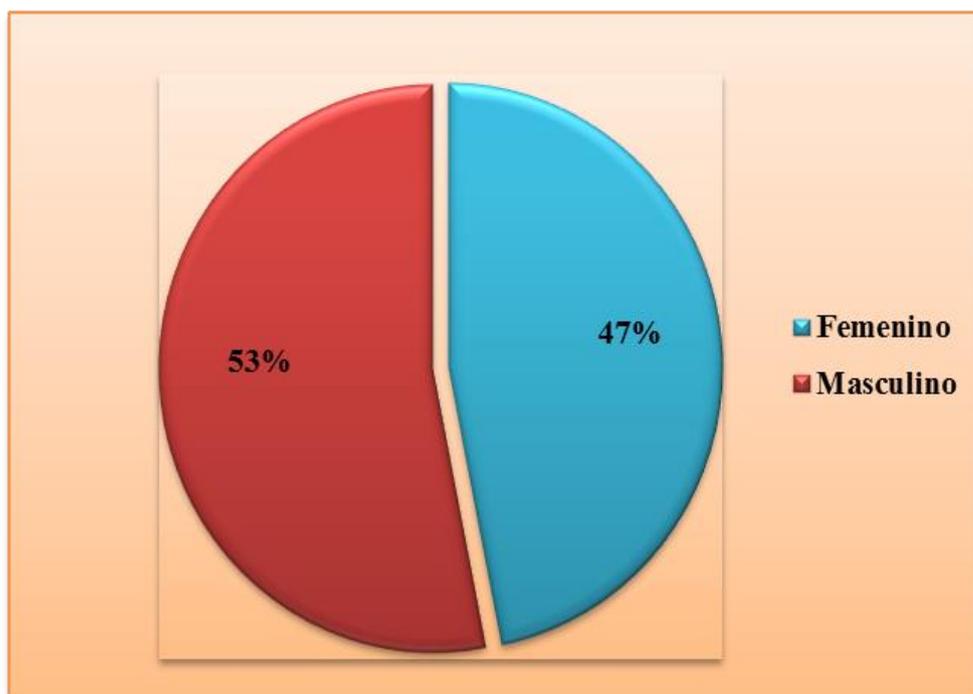
El gráfico 7 presenta el tipo de régimen según la clasificación de las empresas, en él se puede observar que el 53.67% de las empresas establecidas pertenecen al régimen de contribución del 1%, las empresas nuevas y nacientes que se encuentran en el mismo régimen son el 6.21% y 3.67% respectivamente. En cuanto al régimen de cuota fija el 3.39% pertenecen a las empresas nacientes, el 12.71% a las nuevas y el 20.34% son establecidas.

Se puede observar que la mayor proporción de empresas pertenecen al régimen del 1% y a las empresas establecidas, datos con los que se puede discernir que la mayoría de empresas legalmente inscritas tiene más de 42 meses en actividad es decir que son empresas ya establecidas que en su mayoría se dedican a brindar servicios en este caso de transporte.

**Objetivo 3: Factores empresariales que inciden en la actividad emprendedora temprana y total de las empresas contribuyentes del Municipio de León.**

**1- Factores que inciden en el Empresario.**

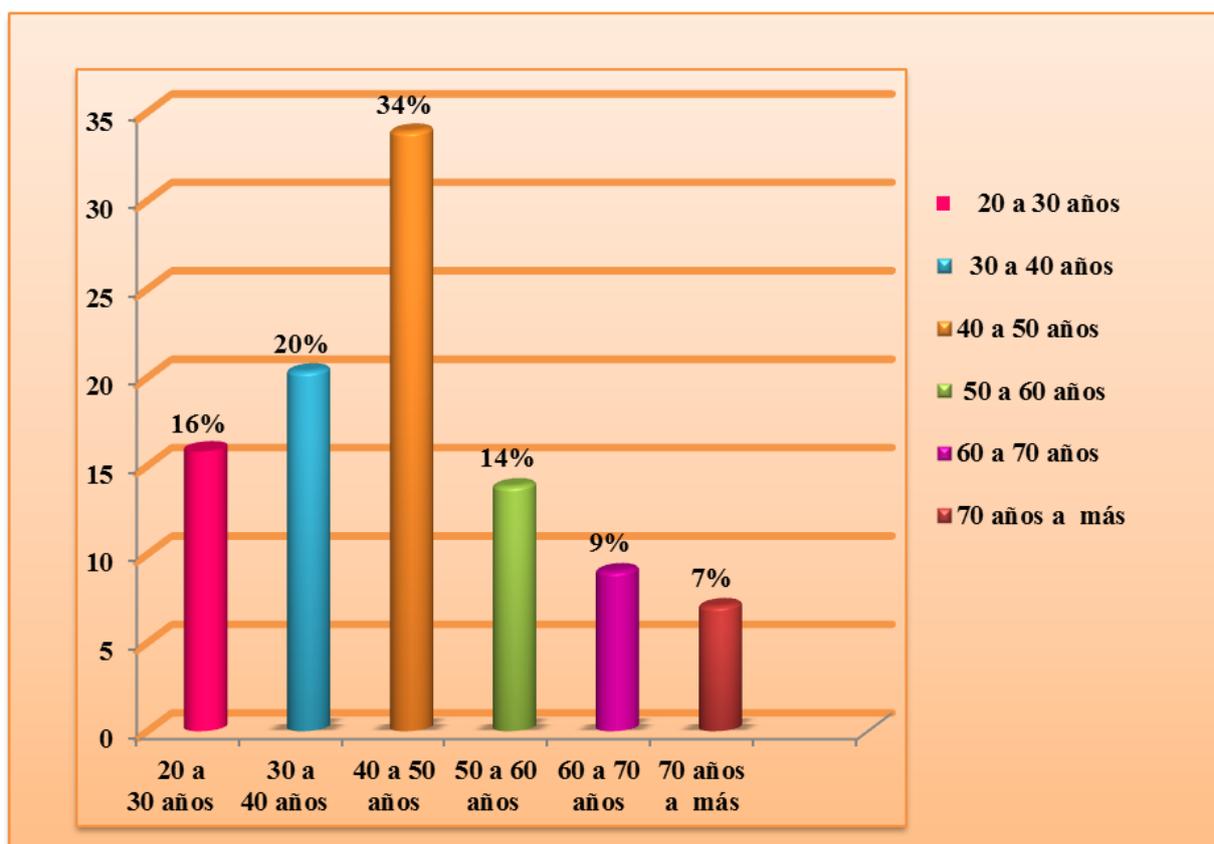
**Gráfico 8: Sexo.**



**Fuente: Elaboración Propia**

Este gráfico denota, que el 53% de los empresarios encuestados pertenecen al género masculino y un no muy alejado 47% al género femenino, lo que expresa que en estos últimos años ha habido una mayor incursión de mujeres en el plano empresarial local, reduciendo cada vez más el tabú que las empresarias mujeres no están en la capacidad de estar al frente de sus propios negocios, siendo este hallazgo muy positivo para el cultivo y propagación de la equidad de género tanto en el ámbito social como empresarial.

Gráfico 9: Conjuntos de edades.

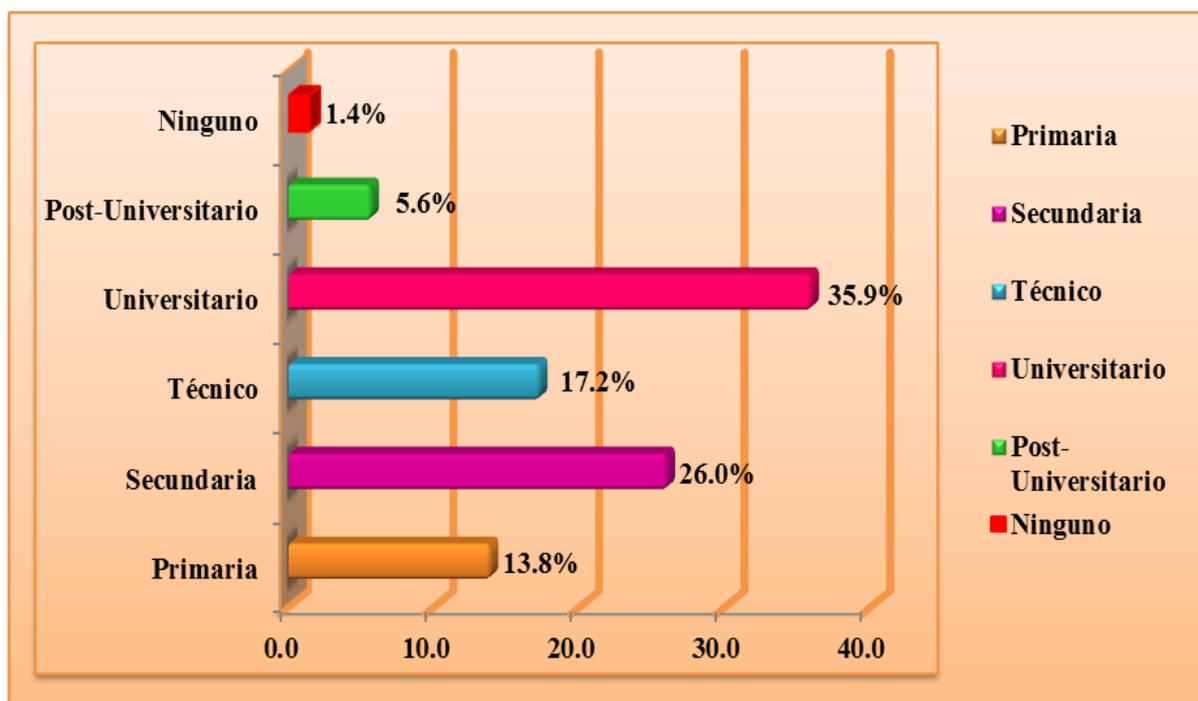


Fuente: Elaboración Propia

El presente gráfico expresa que de la muestra de 354 empresarios en la que se centró el estudio, un representativo 34% de encuestado se encuentra en un grupo de edades entre los 40 a 50 años, con un 20% y 16% edades entre los 30 a 40 años y 20 a 30 años respectivamente, con una media de 59 años. Siendo estos empresarios relativamente jóvenes, en comparación al restante 9% y 7% que se encuentran en el rango de edad de 60 a 70 y de 70 años a más.

Es importante resaltar, que de los grupos de edades más representativos inicia con una edad de 20 años con lo que se puede discernir que hay un espíritu empresarial joven que puede estar siendo sembrado y desarrollado en las universidades, o en el seno del núcleo familiar siendo éste un indicador efectivo para las perspectivas de proyección profesional, económico y social de sí mismos y del departamento.

**Gráfico 10: Nivel de estudios completados.**



Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al nivel de estudios completados por parte de los empresarios, es llamativo observar que un 35.9% de ellos tienen una formación universitaria, y de éste se desprende un 5.6% que ha complementado dicha formación con otra especialización. Dicho resultado se puede analizar desde dos puntos de vista:

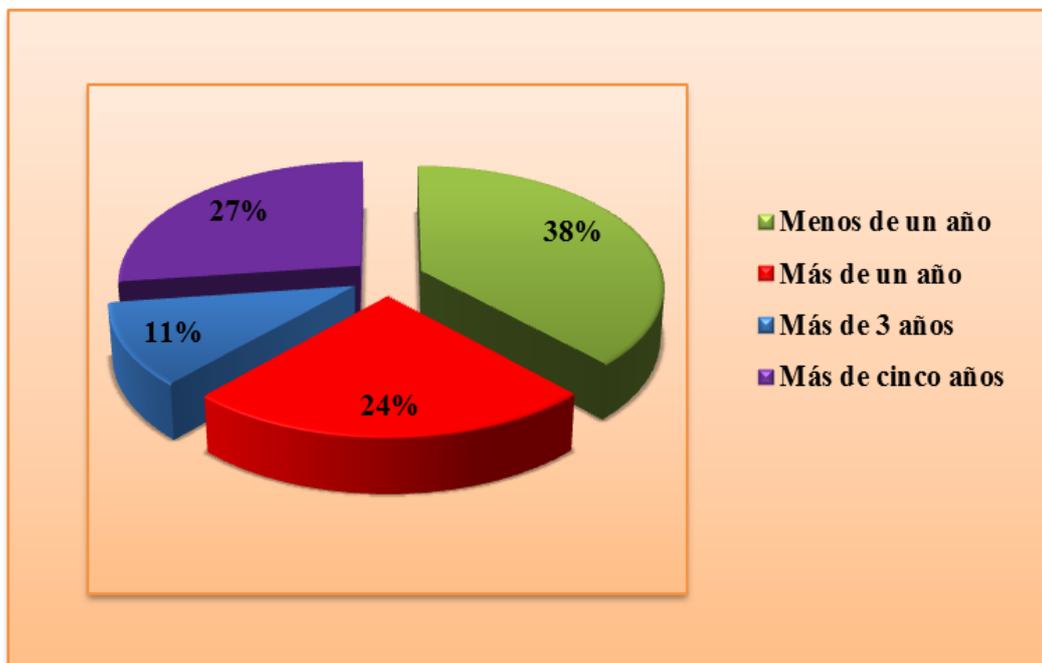
- 1- Los egresados de las universidades culminan sus estudios de pregrado, con la decisión de ser sus propios jefes y apoyar a la sociedad con la creación de empleos colaborando así con la disminución de la tasa de desempleo local, de esta forma mejoran las condiciones de vida de ellos mismo y de sus colaboradores.
2. El mercado laboral no oferta las suficientes oportunidades que demandan los egresados. Este comportamiento del mercado los impulsa a tomar la dedición de crear negocios propios que produzca ganancias que satisfagan las necesidades que presenten.

Así mismo, no puede pasar por desapercibido el 17.2% que representa la cantidad de empresarios que poseen una formación técnica, ya que hoy en día el Gobierno Central y El Consejo Superior de la Empresa Privada (COSEP), han recalcado la importancia que la formación técnica tiene para la creación y obtención de empleos en el país.

No obstante no se puede desconocer el 1.4 %, 13.8% y el 26% que representan la cantidad de emprendedores que no poseen ninguna formación o como mínimo han alcanzado cursar la primaria y secundaria respectivamente. Dichos datos evidencian uno de los mayores obstáculos que tiene el desarrollo de la actividad emprendedora en el Municipio, puesto que si los emprendedores tienen poca o nula formación el declive de estas empresas está más próximo que la madurez y establecimiento de los mismos.

Este indicador es muy importante para las autoridades locales y por aquellos organismos que centran sus esfuerzos en dar el apoyo que necesitan las MIPYMES para su correcto funcionamiento. Con este resultado se evidencia los bajos niveles de emprendimiento dinámico e innovadores, cuyo factor es negativo este puede estar incidiendo en una mala administración del negocio.

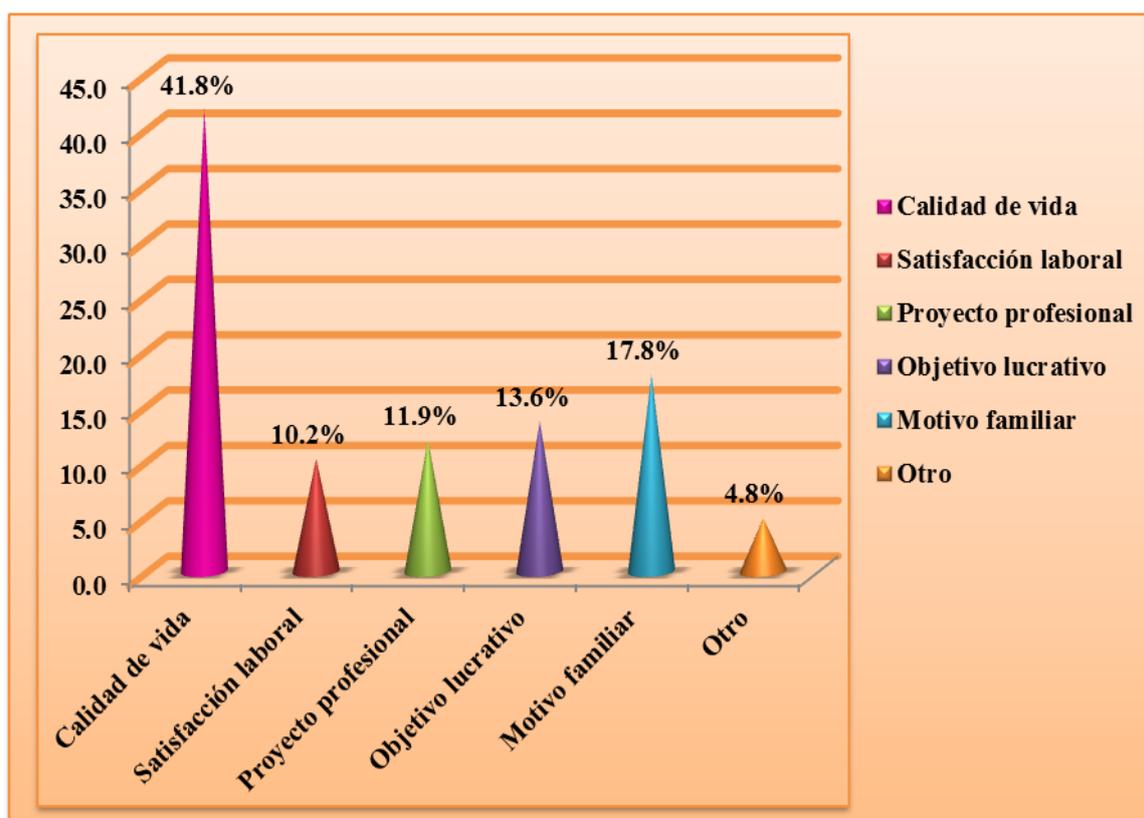
**Gráfico 11: Tiempo transcurrido en decidir crear la empresa.**



**Fuente:** Elaboración Propia

El presente gráfico muestra el tiempo que transcurrió desde que los empresarios tuvieron la idea de crear su negocio hasta la puesta en marcha del mismo; lo interesante es que un 38% decide entrar en el plano empresarial local en menos de un año, el 24% en más de un año, el 11% más de tres años y un 27% más de cinco años. Esta diferencia en el tiempo de puesta en marcha de los emprendimientos, está relacionado con los factores que indujeron a la construcción de los mismos, tales como: el grado de necesidad u oportunidad que experimentaban los empresarios en el instante de concebir la idea y la decisión de crear sus empresas.

Gráfico 12: Principal motivo personal para decidirse a ser empresario.



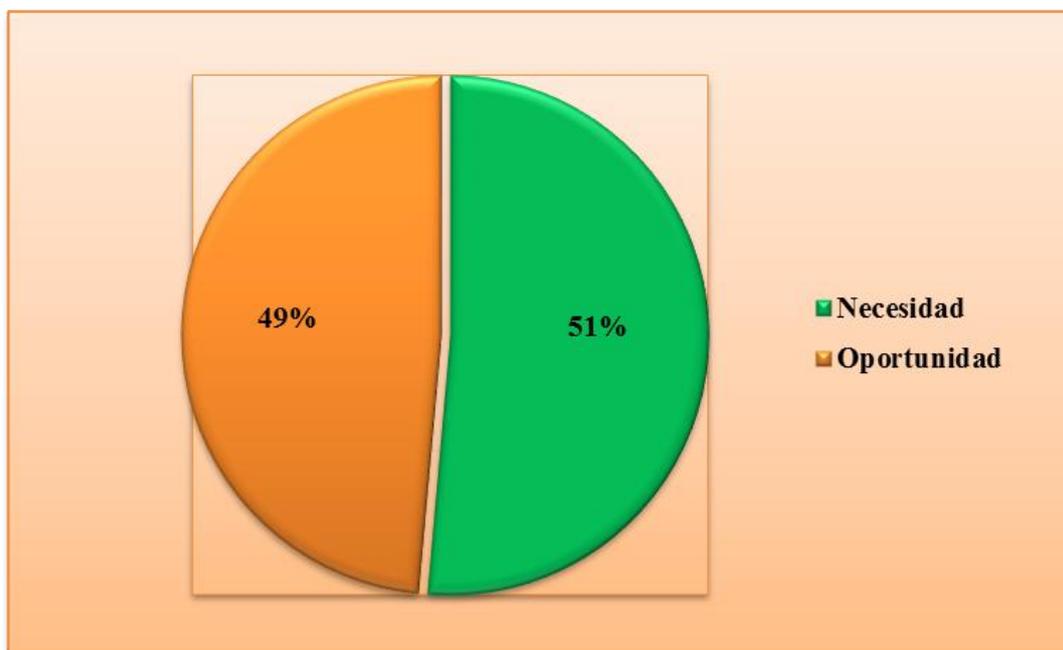
Fuente: Elaboración Propia

El gráfico 12 muestra los factores que determinan los motivos por los que los empresarios tomaron la iniciativa de crear sus entidades. El factor sobresaliente en la que la mayoría de los encuestados estuvieron de acuerdo con un 41.8% fue que crearon sus empresas en pro del mejoramiento de su calidad de vida, un 17.8% aseveraron que tomaron la decisión gracias al apoyo y motivación de sus familiares, el 13.6% fueron impulsados por un objetivo lucrativo, el 11.9% y 10.2% decidieron crear sus negocios persiguiendo una proyección profesional y satisfacción laboral respectivamente; estos últimos dos datos evidencian que los empresarios potenciales se encuentran en aras de ser motivados por sus satisfacciones profesionales dejando en estos casos en un segundo plano el objetivo lucrativo.

Se evidencia un 60% de empresarios que persiguen una condición de subsistencia o sustento económico, menor a un 40% que por factores laborales o económicos identifican oportunidades de negocio. Por tanto, se pudiera decir se acepta la hipótesis de que la TEA está determinada por las aspiraciones del empresario para mejorar su calidad de vida<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Calidad de vida para el empresario, se resume en lograr un bienestar individual que se optimice en el plano psicológico, social y económico, así como su integridad biológica y la de sus familias.

**Gráfico 13: Principal motivo por el que decidieron crear sus empresas.**

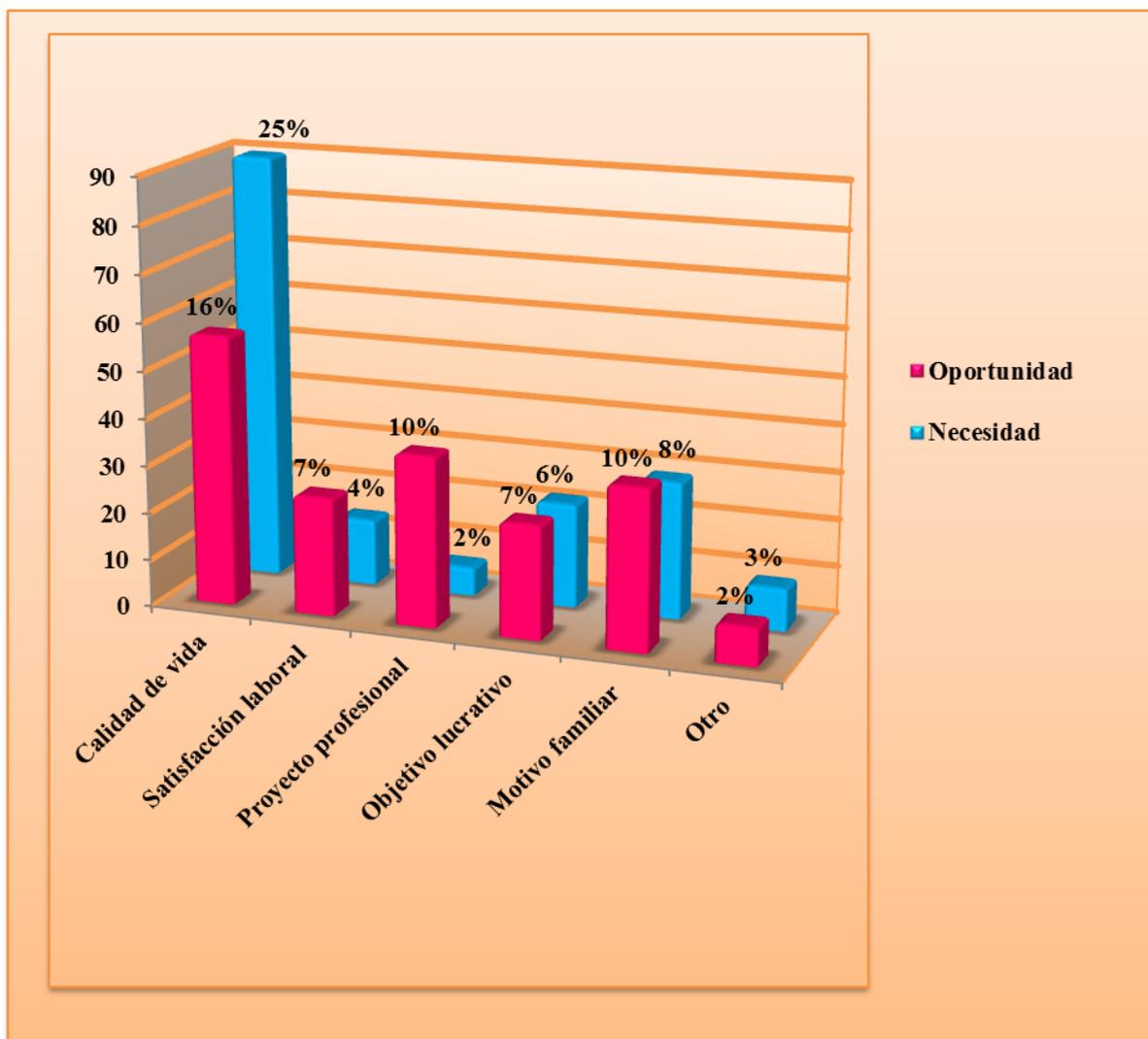


**Fuente: Elaboración Propia**

El gráfico muestra un resultado alentador puesto que el 49% de los empresarios expresaron que para la creación de sus negocios fueron motivados por distintas oportunidades que se les presentaron, lo que permite constatar que los esfuerzos realizados por el gobierno local y los distintos organismos que han venido trabajando con el sector MIPYME han calado en los empresarios y han accedido a ser ayudados, orientados por el personal capacitado de dichos entes.

Por otro lado no se puede menospreciar el restante 51% de empresarios que están siendo motivados por la necesidad, lo que conlleva a que los proyectos, planes, programas que están siendo desarrollados para proyectar la actividad empresarial local deben de seguir llevándose a cabo, así también se puede concebir la idea de crear nuevas iniciativas que brinden nuevas, mayores y mejores oportunidades a los empresarios de este sector, de esta manera se estaría trabajando en pro del aumento de la tasa de actividad emprendedora temprana municipal un efecto equitativo a los esfuerzos que se están proyectando. El contexto emprendedor parece oportuno, pero siguen prevaleciendo dificultades en el mismo. El desempleo y los bajos niveles de educación conllevan a altas tasas de emprendedores por necesidad.

**Gráfico 14: Contingencia entre el Principal motivo personal por el que decidió dedicarse a ser empresario \* Principal motivo por el que decidió crear su empresa.**



**Fuente: Elaboración Propia**

Según los resultados obtenidos representados en esta gráfica se puntualiza, que un importante 25% de los empresarios encuestados estuvieron de acuerdo en mencionar que el motivo personal que los llevo a la creación de sus empresas fue el mejoramiento de la calidad de vida impulsada por la necesidad, mientras un 16% se encontraron impulsados por la oportunidad.

En cuanto al factor de la proyección profesional motivados por la oportunidad, esta aseveración sólo se encuentra respaldada por sólo un 10% de los encuestados, mientras el 2% están motivados por la necesidad.

En cambio el restante 47% de los encuestados expusieron, que el 11% de ellos fueron motivados por la búsqueda de satisfacción profesional de los cuales el 7% fue guiado por la oportunidad y el restante 3% por la necesidad.

En cambio un 13% de los mismos, aseveraron que se motivaron para alcanzar un objetivo lucrativo, de los cuales el 7% fue promovido por la oportunidad y el restante 6% por la necesidad. Por otro lado, el 18% para crear sus empresas fue estimulado por la familia de los cuales el 10% fue inducido por la oportunidad y el restante 8% por la necesidad.

Para completar el 100% de los datos procesados un 5% puntualizó que tenía otros motivos que los llevó a la creación de sus empresas, de los cuales 2% fueron inducidos por la oportunidad y el restante 3% por la necesidad.

Así mismo el gráfico anterior relaciona las variables que determinan si la tasa de la actividad emprendedora temprana es mayor o igual o, es menor a la tasa de actividad emprendedora total por lo que se utilizó la prueba de la  $\chi^2$  o  $J^2$  ( $X^2$ ) de Pearson, para proceder a contrastar dichas suposiciones, el cálculo de dicho estadístico se realizó de la siguiente forma:

**Paso 1: Enunciar las Hipótesis.**

**H<sub>0</sub>:** La tasa de actividad emprendedora es mayor o igual a la tasa de actividad emprendedora total, cuando el factor determinante es la proyección profesional del empresario motivada por la oportunidad.

**H<sub>a</sub>:** La tasa de actividad emprendedora temprana es menor a la tasa de actividad emprendedora total, cuando el factor determinante es la calidad de vida del empresario motivada por la necesidad.

**Paso 2: Determinar el valor de  $\alpha$ , es cual es  $\alpha = 0.05$  (95% de confianza).**

**Paso 3: Determinar los valores observados ( $O_{ij}$ ) de las variables de estudio (Esta tabla evidencia los resultados observados en el Gráfico 14: Contingencia entre el Principal motivo personal por el que decidió dedicarse a ser empresario \* Principal motivo por el que decidió crear su empresa).**

**Teniendo en cuenta que: i representa a las filas y j representa a las columnas**

**Tabla 21: Valores Observados de la Chi<sup>2</sup>**

Principal motivo personal por el que decidió dedicarse a ser empresario	Principal motivo por el que decidió crear su empresa		
	Frecuencia		
Frecuencia	Oportunidad	Necesidad	Total
Calidad de vida	57	90	147
Satisfacción laboral	25	14	39
Proyecto profesional	36	6	42
Objetivo lucrativo	24	22	46
Motivo familiar	34	29	63
Otro	8	9	17
<b>Total</b>	<b>184</b>	<b>170</b>	<b>354</b>

Fuente: Datos obtenidos del gráfico 14.

**Paso 4: Determinar los valores esperados (E<sub>ij</sub>) para ello se utiliza la misma tabla del procedimiento anterior y la siguiente fórmula:**

$$E_{ij} = \text{Total de la fila } i\text{-ésima} * \text{Total de la columna } i\text{-ésima} / \text{Total global}$$

**Tabla 22: Valores Esperados de la Chi<sup>2</sup>**

Principal motivo personal por el que decidió dedicarse a ser empresario	Principal motivo por el que decidió crear su empresa		
	Frecuencia		
Frecuencia	Oportunidad	Necesidad	Total
Calidad de vida	76.41	70.59	147
Satisfacción laboral	20.27	18.73	39
Proyecto profesional	21.83	20.17	42
Objetivo lucrativo	23.91	22.09	46
Motivo familiar	32.75	30.25	63
Otro	8.84	8.16	17
<b>Total</b>	<b>184</b>	<b>170</b>	<b>354</b>

Fuente: Elaboración Propia a partir de la fórmula antes planteada.

**Paso 5:** Calcular los valores de la  $X^2$ , para cada una de las frecuencias (ij).

$$X^2 = \sum \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

En donde:

$\sum$  = La sumatoria

$O_{ij}$  = Valores Observados

$E_{ij}$  = Valores Esperados

**Tabla 23:** Valores del Cálculo de la  $\chi^2$

Principal motivo personal por el que decidió dedicarse a ser empresario	Principal motivo por el que decidió crear su empresa		
	Frecuencia		
Frecuencia	Oportunidad	Necesidad	Total
Calidad de vida	4.9	5.3	10.3
Satisfacción laboral	1.1	1.2	2.3
Proyecto profesional	9.2	10.0	19.2
Objetivo lucrativo	0.0	0.0	0
Motivo familiar	0.0	0.1	0.1
Otro	0.1	0.1	0.16
<b>Total</b>	<b>15.4</b>	<b>16.6</b>	<b>32.0</b>

$X^2$

Fuente: Elaboración Propia a partir de la utilización de la fórmula en el programa Excel.

**Paso 6:** Determinar los grados de libertad (K).

$$K = (\# \text{ filas } (i) - 1) * (\# \text{ columnas } (j) - 1)$$

$$K = (6-1) * (2-1)$$

$$K = 5 * 1 = 5$$

**Paso 7: Encontrar en la tabla  $X^2$   $\alpha$ , y los valores críticos para la Chi cuadrado.**

$$X^2_{0.05, 5} = 11.07$$

**Paso 8: Decisión.**

**Si  $X^2 > X^2_{\alpha}$ , y Se rechaza la  $H_0$**

**32 > 11.07 Se rechaza la  $H_0$**

Este resultado evidencia que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, dado que la TEA temprana es menor a la TEA total.

Ello confirma que la tasa de natalidad empresarial es menor a la propia tasa de supervivencia de empresas. Denotada por el poco dinamismo, miedo al fracaso o bien el poco fomento para la creación de nuevas empresas. Otro de los aspectos que confirma la  $H_a$ , es que el factor determinante de la actividad emprendedora del municipio de León es la calidad de vida del empresario, motivados principalmente por la necesidad. Los emprendedores crean sus empresas para mejorar la calidad de vida en el plano principalmente económico y familiar, como una forma de subsistencia frente a las pocas opciones y oportunidades laborales.

Por su parte la hipótesis nula se rechaza, ya que la TEA temprana es mayor o igual a la TEA total. Aunque los proyectos profesionales, satisfacción laboral, objetivo lucrativo, motivo familiar, entre otros, sean factores determinantes de la actividad emprendedora, no son los que en mayor medida determinan dicha actividad. Es evidente que los empresarios no se ven motivados por la oportunidad para crear empresas, y pese al desarrollo empresarial existente, las oportunidades son limitadas e insuficientes para dichos empresarios. Además confirma lo expuesto en los gráficos 12 y 13 que dejaban por sentado que el motivo por el cual crear sus negocios era para mejorar la calidad de vida (resultado del gráfico 12) y por necesidad (resultado del gráfico 13) respectivamente.

Para corroborar dicha pronóstico se recurrió a realizar la prueba en el programa estadístico SPSS dando como resultado lo siguiente:

**Tabla 24: Resumen del procesamiento de los casos SPSS.**

Variables	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
<b>Principal motivo personal por el que decidió dedicarse a ser empresario * Principal motivo por el que decidió crear su empresa</b>	352	99.4%	2	.6%	354	100.0%

Fuente: Programa SPSS

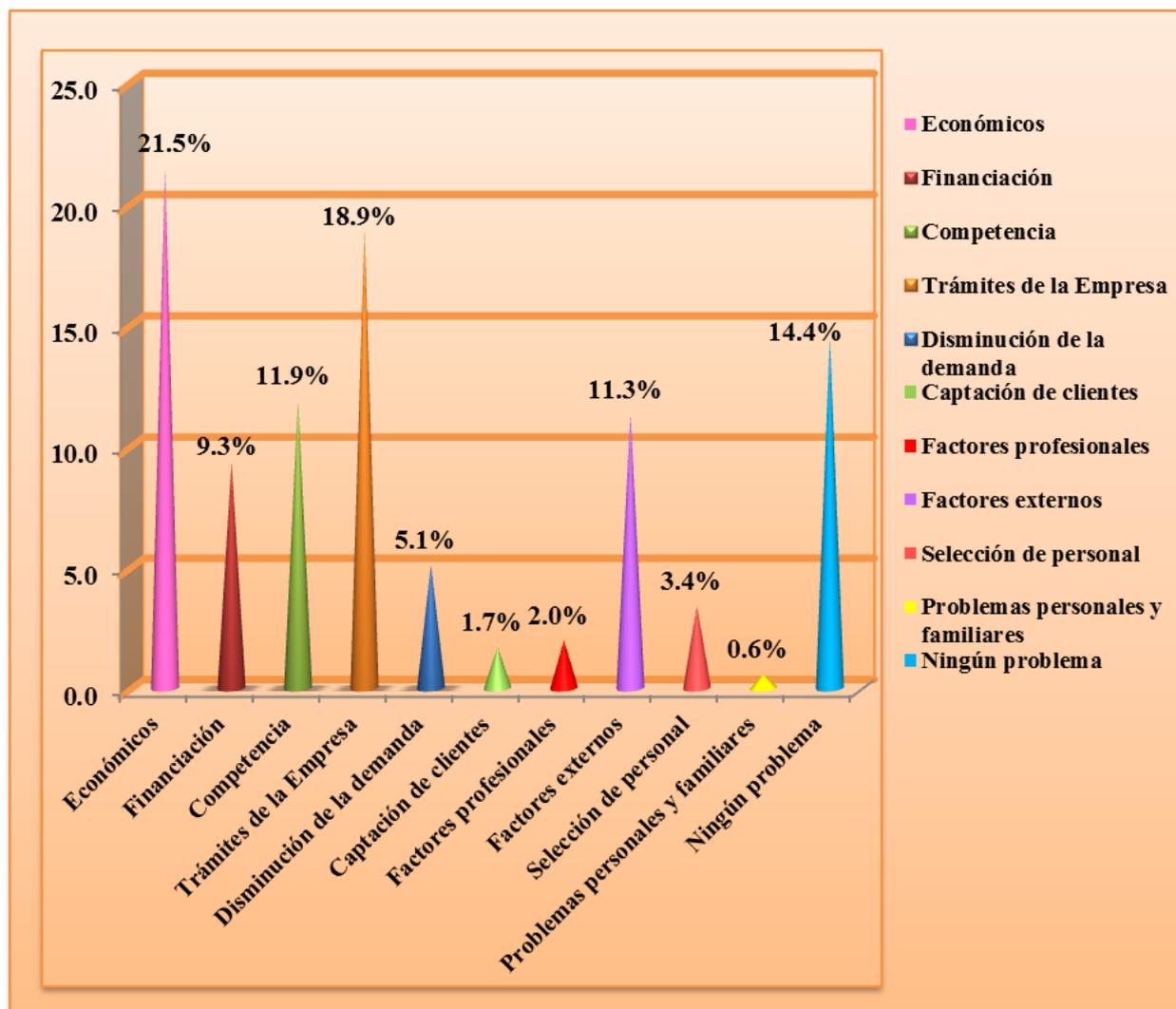
**Tabla 25: Pruebas de chi-cuadrado SPSS.**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	<b>32.248<sup>a</sup></b>	<b>10</b>	<b>.000</b>
<b>Razón de verosimilitudes</b>	<b>34.974</b>	<b>10</b>	<b>.000</b>
<b>Asociación lineal por lineal</b>	<b>5.317</b>	<b>1</b>	<b>.021</b>
<b>N de casos válidos</b>	<b>352</b>		
<b>a. 6 casillas (33.3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es .05.</b>			

Fuente: Programa SPSS

Como se puede observar el valor de la  $X^2$  con solo el faltante de dos datos en la sábana que proceso el SPSS, es igual al que se calculó utilizando las fórmulas y pasos señalados con anterioridad. Lo que evidencia que de igual forma no se acepta la hipótesis nula puesto que este resultado es mayor al chi cuadrado crítico observado en la tabla de los valores críticos para dicho estadístico, dando paso a reconocer a la hipótesis alternativa que enunciaba que la tasa de actividad emprendedora temprana es menor a la tasa de actividad emprendedora total, cuando el factor determinante es la calidad de vida del empresario motivada por la necesidad.

**Gráfico 15: Principal problema con el que se ha enfrentado para crear su empresa.**



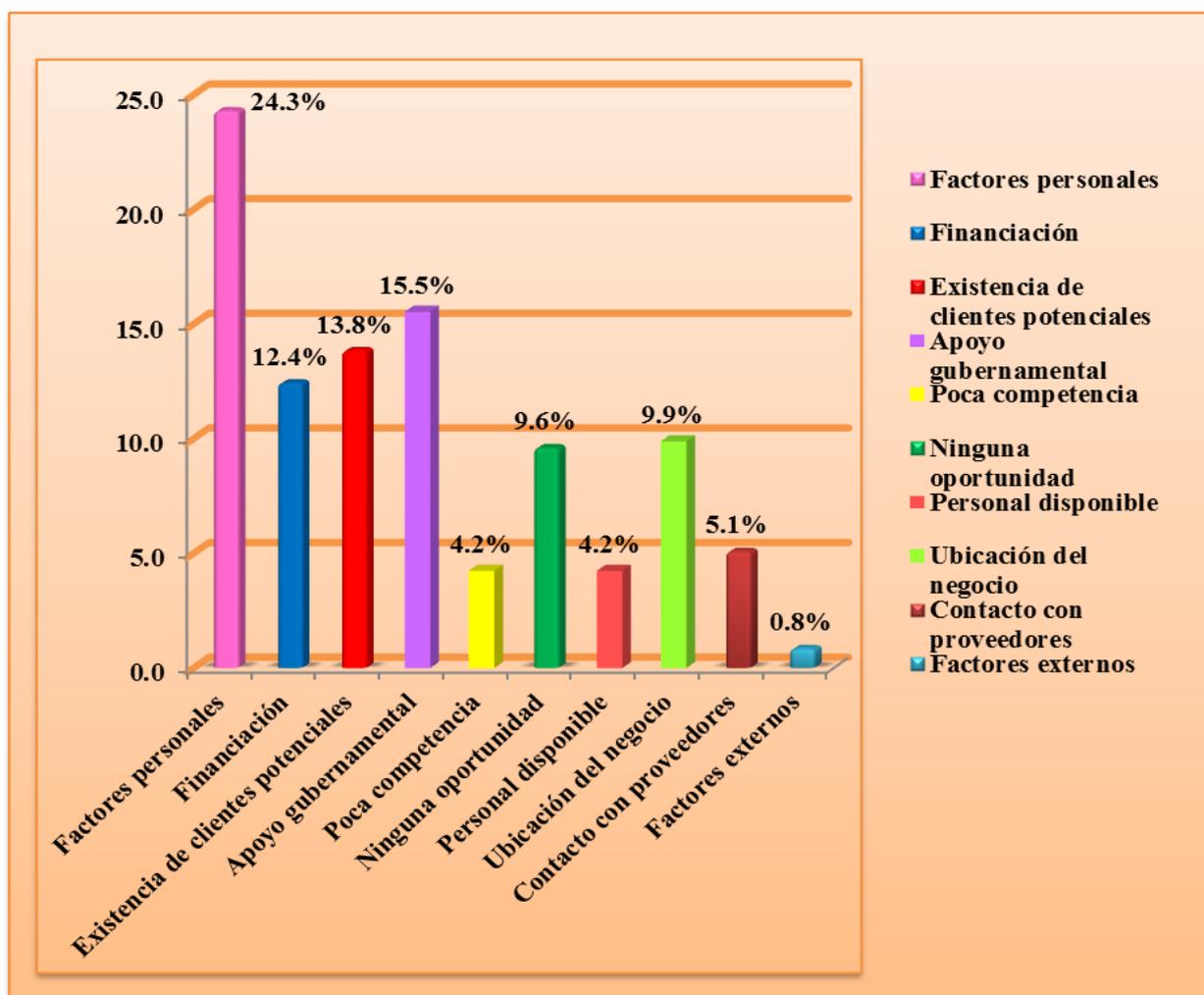
Fuente: Elaboración Propia.

El gráfico 15 muestra los problemas a los que se enfrentaron los encuestados al momento de crear sus empresas, entre el sin número de dificultades expresadas las más sobresalientes fueron: con un 21.5% problemas económicos, con 18.9% dificultades en la legalización de las empresas (Trámites y permisos para su funcionamiento), con el 11.3% a factores externos tales como: el mercado, clientela, apoyo de las entidades competentes, entre otros.

En cuanto a la competencia y la financiación estas problemáticas fueron valoradas con un 11.9% y 9.3% respectivamente, otros inconvenientes fueron: disminución de la demanda con 5.1%, selección del personal 3.4%, factores profesionales 2%, captación de clientes 1.7% y problemas personales y familiares con un 0.6%.

Cabe señalar que del 100% de los empresarios en estudio, un representativo 14.4% de los mismos aseveraron que no atravesaron ningún problema al momento de crear sus empresas ya que recurrieron a capacitaciones, talleres, charlas, entre otros herramientas impulsados por entidades como el VEM, ya que al capitalizar dicha preparación los guío en la creación de sus empresas sin ninguna contrariedad que hiciere cambiar la determinación que poseían en poner en marcha sus negocios.

**Gráfico 16: Principal oportunidad que ha gozado para crear su empresa.**



Fuente: Elaboración Propia.

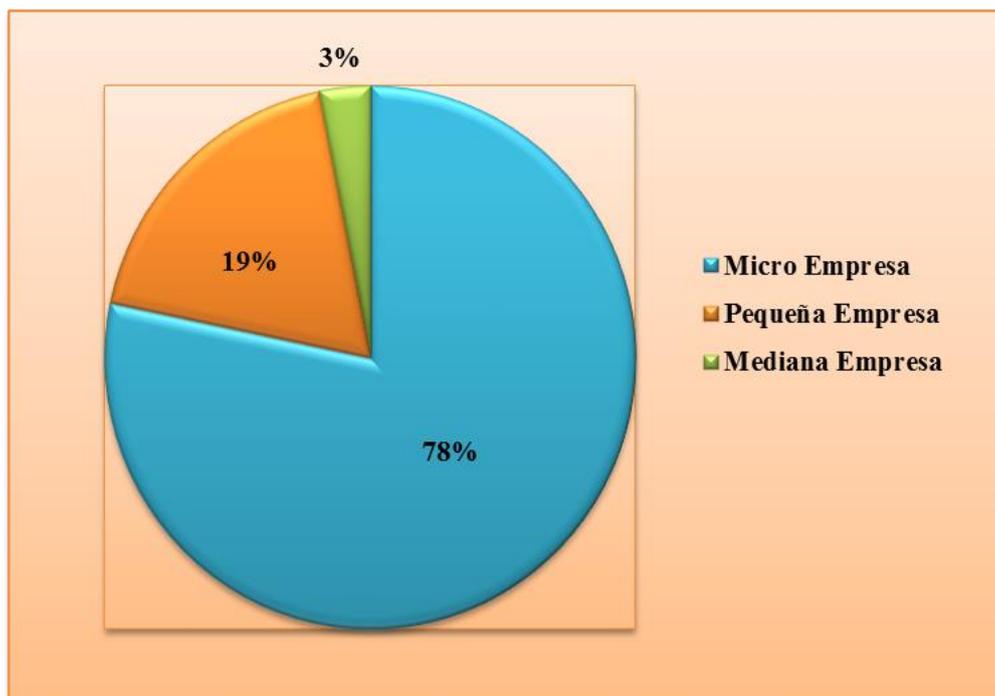
Éste gráfico recopila las principales oportunidades que tuvieron los empresarios al crear sus negocios, es gratificante observar que tanto los factores personales y el apoyo gubernamental son las dos oportunidades mejor señaladas con un 24.3% y 15.5% respectivamente, esto evidencia que la familia y el entusiasmo del propio empresario para crear sus empresas han sido determinantes así mismo muestra que los esfuerzos realizados por la comuna leonesa están dando resultados positivos en cuanto al fomento de la actividad emprendedora.

Este logro se contrasta con un 9.6 % que expresó que no tuvo ninguna oportunidad, ya que aseveraron no conocer ningún organismo o proyectos que las brindase. Con este resultado se debe mejorar la publicidad de los entes encargados de fomentar la actividad emprendedora, para que los potenciales emprendedores tengan conocimiento de los mismos y los aprovechen.

Por otro lado la existencia de clientes potenciales con el 13.8%, financiación 12.4% y la ubicación del negocio 9.9% son otras oportunidades con la que contaron los empresario. Así mismo en ellas figuran el contacto con los proveedores 5.1%, factores externos 0.8% y la poca competencia y personal disponible con el 4.2%

## 2- Factores que inciden en la Empresa.

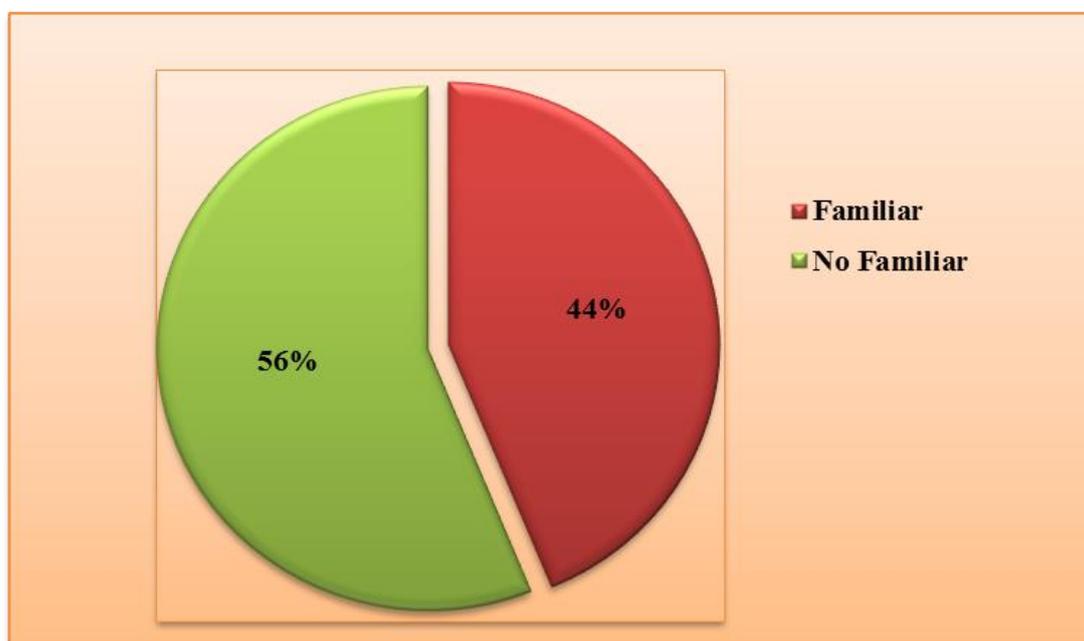
**Gráfico 17: Tamaño de la empresa.**



**Fuente: Elaboración Propia.**

El gráfico 17 muestra la clasificación de las empresas siendo el 78% de las mismas micro empresas, el 19% pequeñas empresa y el 3% mediana empresa. Este resultado evidencia que la mayoría de la empresas son micro lo que dificulta su crecimiento rápidamente ya que están afectadas con un sin número de problemáticas, también muestra la dificultad de las mismas para desempeñarse en un sector industrial que necesita de grandes volúmenes de dinero, personal y tecnología mermando de esta forma la exportación de productos propios de la localidad.

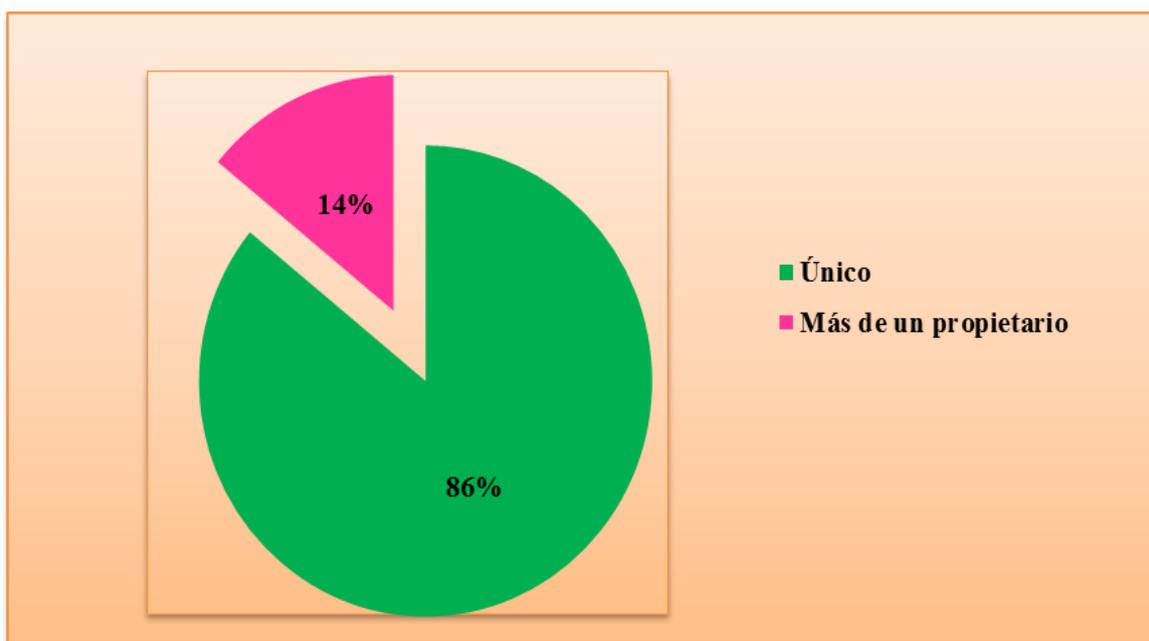
**Gráfico 18: Estructura Familiar.**



**Fuente: Elaboración Propia.**

Éste gráfico define la composición o la estructura que poseen las empresas, un 56% expresa que su empresa no posee una estructura familiar, sin embargo, el restante 44% enfatiza en que posee una estructura familiar y que les ha ayudado en cierta forma a emprender sus negocios ya que incluyendo a la familia logran luchar en una misma dirección y consiguen un objetivo común con más fortaleza.

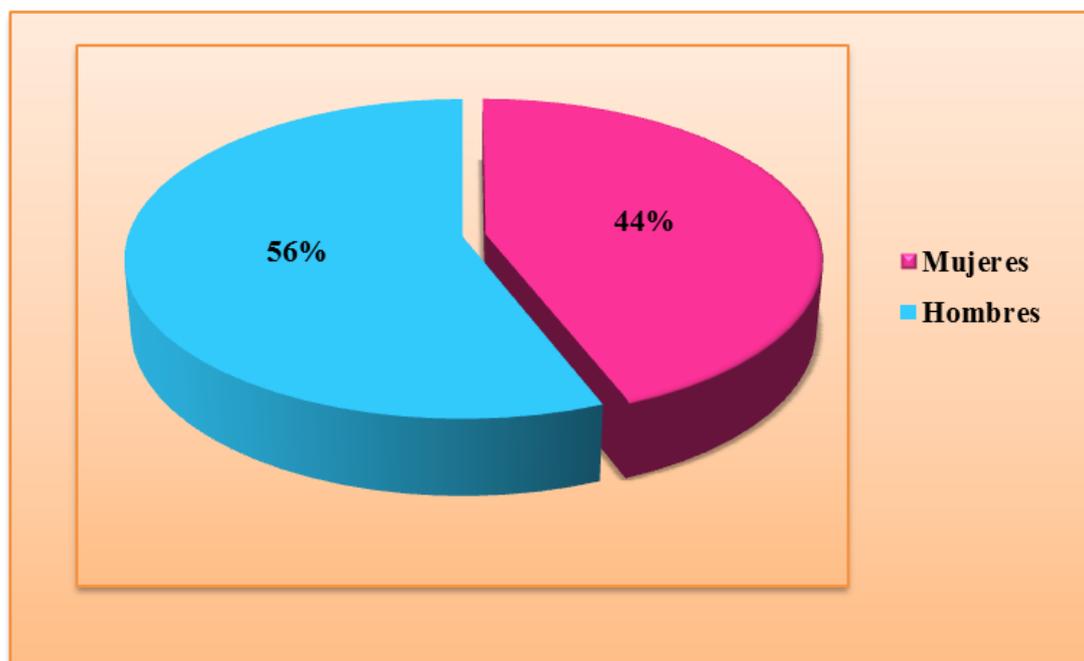
**Gráfico 19: Número de propietarios.**



**Fuente: Elaboración Propia.**

El presente gráfico demuestra los porcentajes de empresas que poseen uno o más de un dueño, el resultado que se desprende del gráfico es abrumador, el 86% de los encuestados son los propietarios de sus negocios ya que expresaban que tener una sociedad es incómodo y tiende a crear problemas, dado que las visiones sobre el negocio son diferentes y estas frenarían el progreso del mismo. Por su parte el restante 14% enfatiza que sus negocios están dirigidos por más de un propietario y eso les ayuda a tener más recursos tanto económicos, humanos y materiales para trabajar y proyectar su negocio.

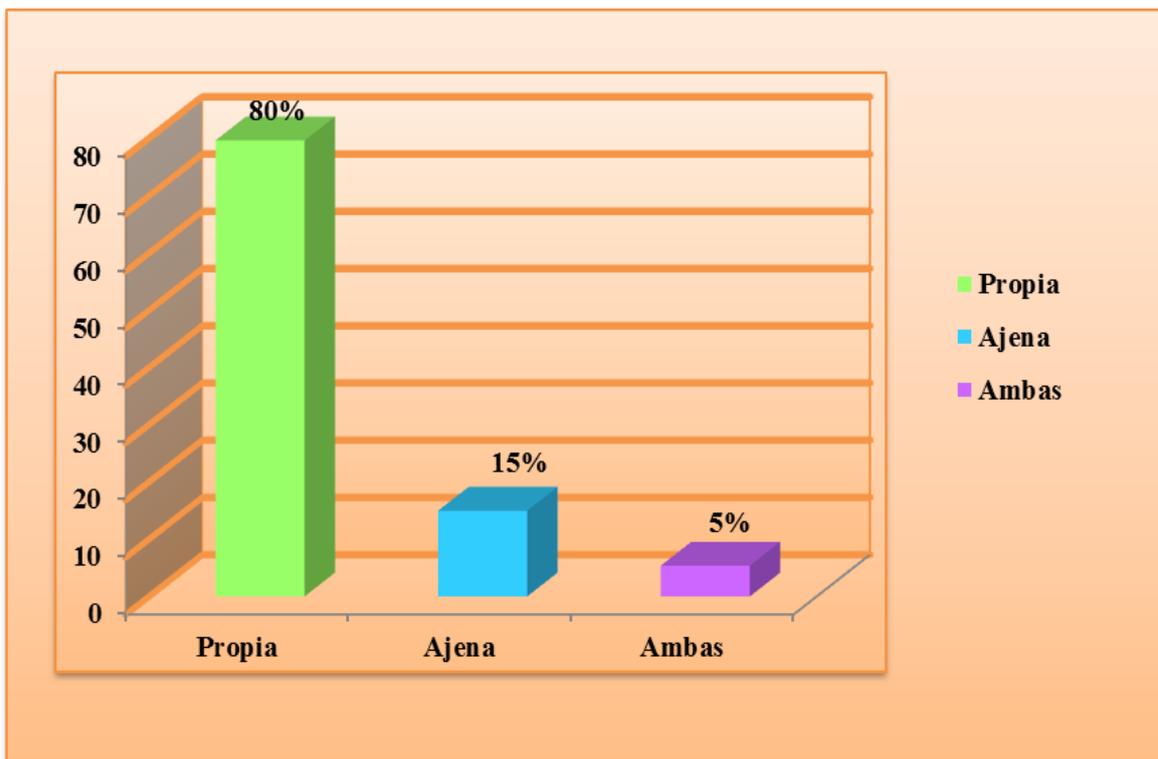
**Gráfico 20: Cantidad de empleados según su género.**



**Fuente: Elaboración Propia.**

El gráfico 20 demuestra la cantidad de empleados de acuerdo al género, del 100% de empresarios encuestados el 56% pertenece a empleados del género masculino y un representativo 44% al género femenino dicho resultado evidencia la importancia que ha cobrado el género femenino en la actividad empresarial, puesto que ha logrado vencer el estigma de que la mujer solo está preparada para las labores del hogar en este instante se demuestra que la mujer está capacitada para realizar cualquier tarea que le sea asignada.

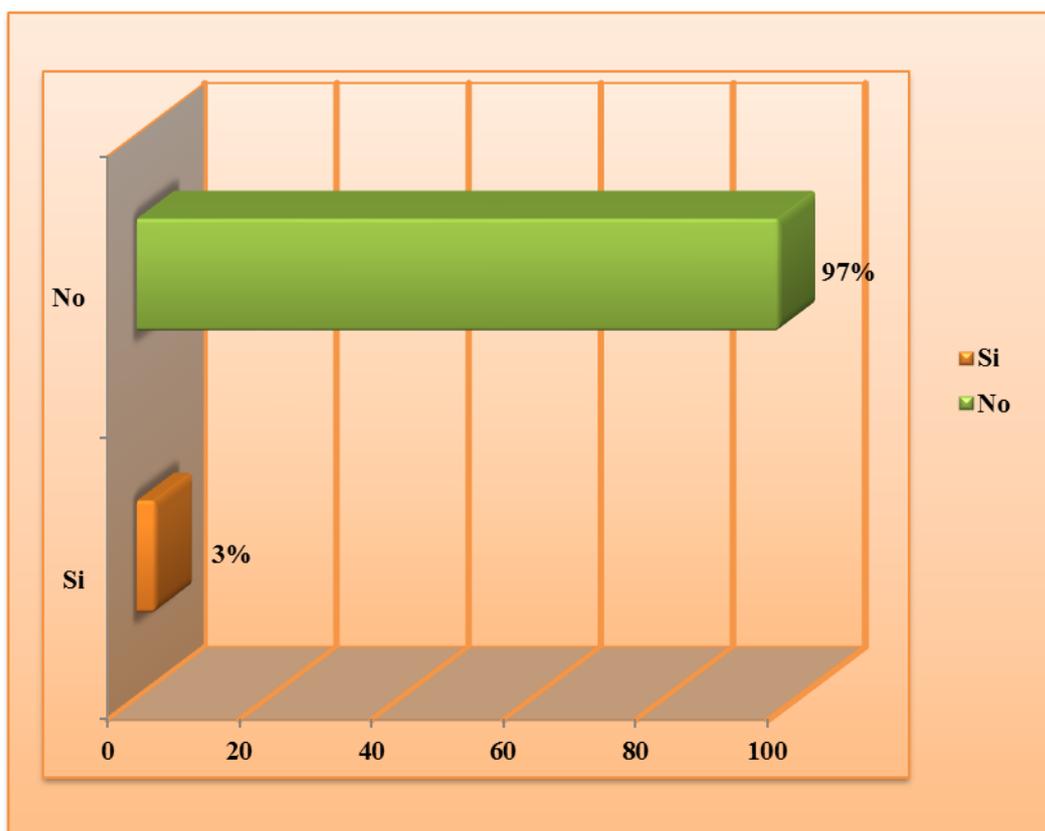
**Gráfico 21: Tipo de financiación al momento de constituirse.**



Fuente: Elaboración Propia.

Según este gráfico un 80% de los empresarios encuestados expresa que al momento de constituirse lo hicieron con su propio dinero, esto corrobora por qué el gran porcentaje de las empresas son micro ya que sus dueños no contaban con mayores ingresos para crear una de mayor tamaño. Por su parte el 15% de los mismos lo hicieron con financiamiento ajeno a ellos y el restante 5% fusionaron su dinero con el ajeno para crear sus emprendimientos.

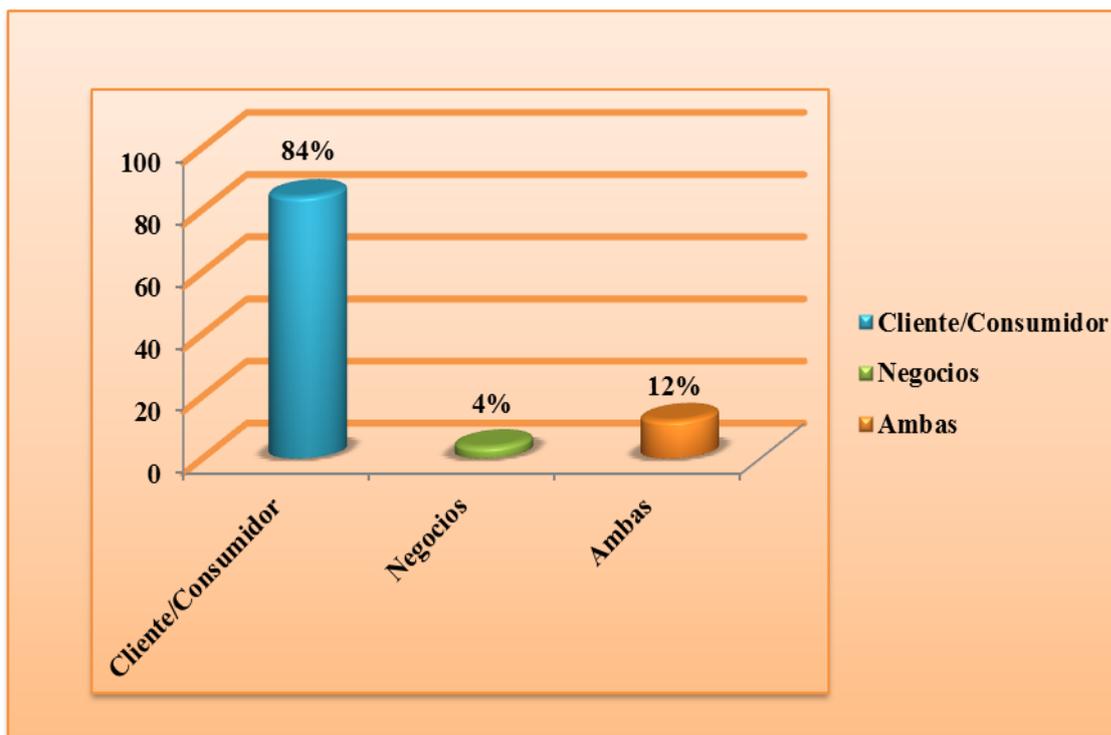
**Gráfico 22: Exporta.**



**Fuente: Elaboración Propia.**

El presente gráfico determina que el 97% de las empresas no exportan sus productos y un 3% si lo hacían. Entre las razones que exponían sobre el por qué no exportaban sus productos estaban: que sus empresas se dedicaban al sector servicio o comercio y no a la industria puesto que si tuvieran los recursos y herramientas necesarias exportarían para poner en alto el nombre del Municipio y del país a nivel internacional.

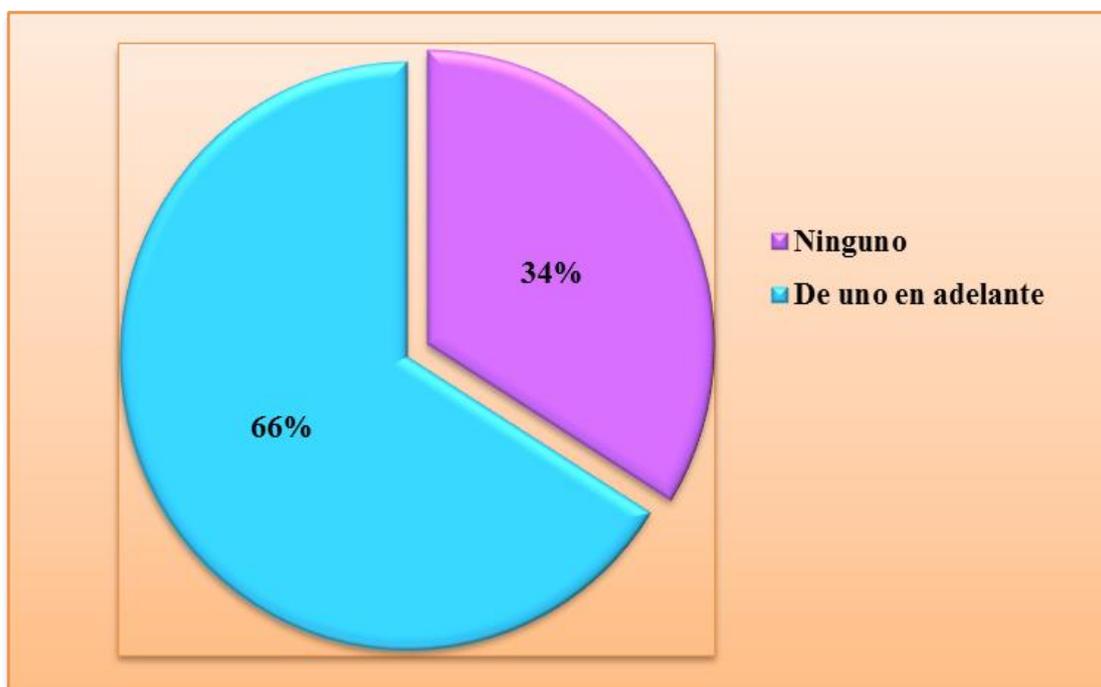
**Gráfico 23: Tipo de cliente.**



Fuente: Elaboración Propia.

El presente gráfico refleja el tipo de cliente al que destinan sus productos o servicios los empresarios, el 84% de ellos destinan sus productos y servicios a sus clientes o consumidores directamente. Mientras el 4% tiene por clientes a otros negocios llámense estos pulperías, misceláneas, entre otros el restante 12% posee ambos tipos de clientes acaparando así el mercado y logrando que sus productos o servicios se conozcan más.

**Gráfico 24: Número de empleos generados desde su constitución.**



**Fuente: Elaboración Propia.**

El gráfico 24 por su parte muestra la cantidad de empleos que han sido generados por la constitución de las distintas empresas, es grato observar que el 66% de la misma genera más de un empleo, es acá donde se nota la importancia que tiene el sector MIPYME en la generación de empleos y disminución de la tasa de desempleo local y un 34% expreso que no ha generado ningún empleo, resultado que se debe cambiar analizando la empresa para encontrar los motivos que lo frena a generar empleo una vez identificadas las problemáticas los entes especializados en el fomento del desarrollo del sector iniciarían su trabajo y potenciarían dichas empresas.

**2.1- Factores determinantes que inciden en el Empresario y la Empresa según los resultados antes expuestos.**

**Tabla 36: Factores determinantes que inciden en el Empresario.**

Factores determinantes	Diferencias significativas	¿En qué medida determina la actividad emprendedora dicho factor?
<b>EMPRESARIO</b>		
<b>Sexo</b>	Hay diferencias entre los resultados. Los hombres son más emprendedores que las mujeres.	Es determinante en poco aporte. Tanto hombres como mujeres pueden desarrollar una actividad emprendedora. Pero son los hombres los que determinan más la dinámica empresarial.
<b>Edad</b>	Hay diferencias entre los resultados. La mayoría de encuestados se encuentra en un rango de edad de 40-50 años.	Es determinante en gran aporte. Ya que para el fomento de la actividad emprendedora temprana los empresarios potenciales deben de poseer edades en rangos de 20-30 años, ya que la juventud e ideas novedosas son factores que inciden directamente en la concepción de la actividad emprendedora temprana.
<b>Nivel de estudios</b>	Hay diferencias significativas entre los resultados. Ya que la mayor parte de los emprendedores tienen bajo nivel educativo.	Es determinante en gran aporte, ya que a mayor nivel de estudios mayor éxito empresarial.

<p><b>Motivo personal para dedicarse a ser empresario</b></p>	<p>La diferencia es relevante. Dado que los motivos personales por el que se dedicaron a ser empresarios fueron diversos, pero la mayoría manifestó que se motivaron para mejorar su calidad de vida y la de sus familiares.</p>	<p>Es determinante en gran aporte, ya que todos los factores son determinantes, pero la calidad de vida es la que impulsa en gran medida a los empresarios a crear sus emprendimientos.</p>
<p><b>Principal motivo por el que decidió ser empresario</b></p>	<p>La diferencia es significativa. Dado que se observó desigualdades entre el número de empresarios que se motivaron por la necesidad que viven, y las oportunidades que les brindasen los distintos entes especializados en la proyección de la actividad emprendedora temprana.</p>	<p>Es determinante en gran aporte, ya que si la mayoría de empresarios han sido motivados por la necesidad que presentasen, los esfuerzos de los distintos entes encargados de la creación, cultivo y desarrollo de la actividad emprendedora temprana no están dando los resultados esperados. Ya que no todos los empresarios han tenido acceso a las mismas oportunidades y esto provoca que la actividad emprendedora temprana sea mermada.</p>
<p><b>Principal problema con el que se ha enfrentado para crear su empresa</b></p>	<p>Las diferencias son significativas. Ya que se enfrentaron a un sin número de problemas.</p>	<p>Esta premisa es determinante en gran aporte, dado que exterioriza las principales amenazas como: la legalización, problemas de financiación, entre otros a los que están expuestos los empresarios y ponen en riesgo los emprendimientos potenciales.</p>

Fuente: Elaboración propia, a partir del análisis de los resultados procesados en la base de datos del SPSS.

**Tabla 37: Factores determinantes que inciden en la Empresa.**

Factores determinantes	Diferencias significativas	¿En qué medida determina la actividad emprendedora dicho factor?
<b>EMPRESA</b>		
<b>Tamaño de la empresa</b>	Se presentan grandes diferencias significativas. Las empresas más emprendedoras son las microempresas.	Es determinante en gran aporte. Ya que se tiene por experiencias que las empresas de menores tamaños no superan las expectativas de vida y escasamente se convierten con el tiempo en empresas sólidas.
<b>Estructura familiar</b>	La diferencia es significativa, dado que las estructuras empresariales varían en familiar o no familiares.	El aporte es poco. Ya que no importa como estén estructuradas las empresas, si no que éstas puedan salir adelante generando utilidades y permaneciendo en el mercado.
<b>Empleados según genero</b>	La diferencia es significativa. Dado que hay más hombres que mujeres laborando.	Esta premisa es de poco aporte. El hecho de que existan más hombres que mujeres laborando no significa que estos tengan más capacidades, este hallazgo en la actualidad está quedando desfasado puesto que hoy en día hombres y mujeres pueden desarrollarse en las mismas actividades.

<p><b>Tipo de financiación al momento de constituirse</b></p>	<p>Existen diferencias significativas. Ya que el capital al momento de constituirse fue financiado o propio.</p>	<p>Esta premisa es de gran aporte. Ya que en dependencia del capital que posea el empresario o el que lograra financiarse tienen la opción de poner o no en marcha su negocio.</p>
<p><b>Exporta</b></p>	<p>La diferencia fue significativa. Ya que las empresas no prestan la estructura para fabricar en grandes cantidades sus productos para ser exportados.</p>	<p>Es determinante en gran aporte. Dado que los empresarios no tienen la capacidad económica, para adquirir la maquinaria necesaria para fabricar y exportar ningún producto frenando así la posibilidad de dar a conocer sus productos más allá de las fronteras del Municipio, enfrascándose sólo a la comercialización de sus bienes en sus localidades.</p>
<p><b>Tipo de cliente</b></p>	<p>Existe una gran diferencia. Dado que los clientes/ consumidor son los generadores de ganancias para las empresas.</p>	<p>Es de gran aporte. Ya que ratifica lo disminuido que se encuentran los factores productivos en las empresas, para poder abastecer a otros negocios con los productos que dichos emprendimientos fabricasen ya que de ser así pudieran obtener utilidades más significativas.</p>

Fuente: Elaboración propia, a partir del análisis de los resultados procesados en la base de datos del SPSS.

### 3-Análisis de confiabilidad (Alfa de Cronbach)

Hernández, Fernández y Baptista (2006) mencionan que la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales.

El análisis de confiabilidad se realizó con la aplicación de la medida de consistencia interna: Coeficiente Alfa de Cronbach, y se obtuvieron los siguientes resultados para el instrumento aplicado, el cual consta de dos partes una dedicada a recolectar características del empresario y otra enfocada en rasgos importantes de su empresa:

**Tabla 38: Estadístico Alfa de Cronbach**

<b>Alfa de Cronbach</b>	
<b>Empresario</b>	<b>Empresa</b>
<b>0.921</b>	<b>0.901</b>

**Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de estadístico de fiabilidad Alfa de Cronbach en el programa SPSS.**

En la tabla 38 se observa los coeficientes obtenidos, los cuales indican según Hernández Sampieri (2006), una excelente fiabilidad para el instrumento puesto que entre más cercano a 1 se encuentre el coeficiente más confiable será, resultando para la parte del instrumento que corresponde al empresario un 92.1% de fiabilidad y para el que corresponde a la empresa el 90.1%.

## **XI – CONCLUSIONES**

De acuerdo a los objetivos que se plantearon en esta investigación y los resultados obtenidos se puede concluir:

Al describir la situación de la actividad emprendedora temprana y total del municipio, fue evidente puntualizar una serie de aspectos negativos que atentan a la proyección de la misma, por ejemplo: la falta de capacitación, apoyo económico, inestabilidad política, poco acceso a la tecnología, competencia, entre otras; Sin embargo, se pudo percibir aspectos positivos como: la presencia de un espíritu de superación, empeño laboral, por parte de los empresarios cualidades que de ser explotadas de la forma adecuada dicha actividad emprendedora puede emerger en las mejores condiciones. Así mismo se pudo examinar que la mayoría de las empresas legalmente inscritas pertenecen a un régimen de cuota fija y en cuanto a la actividad económica predomina el sector servicio seguido del comercio y la industria respectivamente.

Se logró constatar que de las 4,495 MIPYMES legalmente inscritas un 25.81% de dichas empresas lo integran empresas nacientes y nuevas que en comparación al restante 74.2% de empresas establecidas, comprueba que la propagación de la actividad emprendedora temprana es baja. Este indicador resulta importante para todas las entidades interesadas en el aumento de dicha actividad, tomando en cuenta dichos resultados para ajustar los planes, programas dedicados al fomento de la actividad emprendedora temprana local; así mismo esta moción puede ser apoyada por las diferentes universidades que fungen sus actividades dentro de la ciudad, para forjar en sus alumnos la importancia de crear empresas que produzcan recursos que suelen ser invertidos en el mismo municipio aportando al desarrollo económico y social de la localidad.

La tasa de actividad emprendedora temprana y actividad emprendedora total del 2013, por su parte mostró que para el año 2013, apenas un aproximado del 26% de las empresas corresponden a emprendimientos tempranos, lo que estima que de cada 100 empresas legalmente inscritas sólo 26 se puede considerar que están en edad joven con poco tiempo de actividad en el mercado que operan, es decir, que tienen menos de 42 meses en funcionamiento.

Lo que evidencia poca cantidad de empresas que emergieron durante el año 2013. Para los próximos años se deben centrar los esfuerzos en aumentar la cantidad de emprendimientos tempranos, tomando en cuenta los determinantes que merman dicha actividad y los motivos que tienen estos empresarios para decidir entrar en el mercado local; todo esto vendrá a aportar a los esfuerzos de la comuna en pro del desarrollo local.

Al identificar los factores empresariales que inciden en la actividad emprendedora y empresarial de las empresas contribuyentes del Municipio de León, se pudo constatar que tan sólo un 6% difiere entre el número de empresarios hombres y mujeres además que del 100% de los mismo el 56% prefiere emplear a hombre y un 44% a mujeres estos datos son importantes ya que se deben recalcar puesto que la participación de la mujer en el plano empresarial ha cobrado una vital importancia; así mismo se logró identificar que uno de los problemas que más ha incidido en los empresarios y que frena el desarrollo de los emprendimientos es la poca o nula formación académica, además de problemas económicos y lentitud en el proceso de legalización de las mismas, siendo estos factores los determinantes para identificar el tiempo que los empresarios invirtieron en poner en marcha sus empresas, puesto que entre menos sea su formación y recursos menores son las oportunidades para poner en marcha de una forma eficiente y eficaz sus negocios.

No obstante no se puede obviar el representativo 35.9% y el 17.2% de empresarios que poseen un título universitario y formación técnica, que por distintas razones como la necesidad u oportunidad decidieron realizar sus emprendimientos.

En cuanto a los factores personales que originaron las ideas de crear empresas, se pudo discernir con este mismo dato la validez de la hipótesis alternativa de investigación, puesto que al corroborarlo con la prueba estadística de la Chi<sup>2</sup> se comprobó que se rechaza la hipótesis nula. Siendo esta la que destacaba que la TEA temprana es mayor o igual a la tasa empresarial total cuando los factores determinantes que motivaron a los empresarios para la consecución de sus empresas era la proyección profesional impulsada por la oportunidad.

Dando paso a la hipótesis alternativa, que decía que la TEA era menor a la tasa de actividad empresarial total cuando los factores que la determinaban era el mejoramiento de la calidad de vida promovida por la necesidad, lo opuesto que enunciaba la hipótesis nula.

La satisfacción profesional, objetivo lucrativo y otros motivos representan factores de menor influencia en la decisión de crear empresas por los que no son determinantes en cuanto a mayor o menor rango obtenga la TEA sobre la actividad empresarial total.

En cuanto al sector económico y tamaño de las empresas se pudo constatar que la mayoría de estas son micro empresas creadas en un 80% de financiamiento propio del empresario he ahí donde se puede constatar el tamaño de las mismas, estas se enfocan en la prestación de diversos servicios hacia la comunidad, en segundo lugar se encuentra el comercio, y en menor porcentaje el sector industria.

Lo que refleja la falta de apoyo en cuanto a la obtención de recursos financieros, humanos y de maquinaria especializada que detone la fabricación de productos locales, frenando así la exportación de los mismos, en cuanto al manejo de las empresas estos concurren en expresar que son los únicos propietarios de sus negocios que prefieren operar bajo una estructura no familiar dirigiéndose a clientes/ consumidores directamente que tratar con negocios, lo sobresaliente es que unísonamente concordaron en que si bien sus empresas son micro han logrado generar más de un empleo a lo largo del tiempo que tienen en manejar sus empresas, así mismo el instrumento con el cual se recolectaron los datos analizados en dicho trabajo obtuvo un coeficiente de fiabilidad para la parte que corresponde al empresario un 92.1% de fiabilidad y para el que corresponde a la empresa el 90.1%, resultados positivos que dan credibilidad y confiabilidad al estudio en su totalidad.

De forma general de acuerdo a los resultados obtenidos por el presente estudio, se puede discernir que se está sembrando la semilla de la actividad emprendedora temprana local por ello se deben de intensificar el apoyo por parte de los entes interesados para procurar el desarrollo y dinamismo que traen consigo los emprendimientos.

## **XII – RECOMENDACIONES**

### **A la Alcaldía Municipal.**

1. Continuar y apoyar las actividades que está desarrollando el VEM.
2. Poner en práctica, dar seguimiento y procurar los mejores resultados en los programas que el Ministerio de la Economía Familiar, Ministerio de Fomento Industria y Comercio y otros entes interesados en el desarrollo de las MIPYMES y desarrollo del emprendimiento.
3. Actualizar la base de datos de los empresarios inscritos, y emitir diagnósticos anuales que reflejen el perfil empresarial local. Se sugiere apoyarse en las universidades como fuente de conocimiento.

### **Al VEM y Organismos de Apoyo a las MIPYMES como el CONAMIPYME.**

1. Ofertar capacitaciones centradas en temas como:

- ✚ Contabilidad.
- ✚ Control del negocio.
- ✚ Formas de invertir.
- ✚ Diversificación de productos.
- ✚ Atención al cliente.
- ✚ MICROSOFT.
- ✚ Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC's).

2. Realizar una campaña publicitaria para que los demás empresarios que no conozcan de la iniciativa emprendedora se involucren en ella y se animen a formar parte del proyecto que impulsa el VEM.

### **A la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-León).**

1. Seguir impulsando el programa de emprendedores que ha venido desarrollando año con año de la mano de sus estudiantes.
2. Dotar de conocimientos a los estudiantes para que estén capacitados al momento de realizar sus proyectos y así mejorar la calidad de su educación.

3. Realizar la feria de emprendedores con otras universidades para promover la competencia en los estudiantes y de esta manera formar profesionales exitosos.
4. Considerar y analizar dicho estudio para reestructurar las distintas iniciativas que promueve la facultad en pro del desarrollo del emprendimiento.
5. Proporcionar dicho estudio para representar la base de futuras investigaciones sobre el tema.

## **FUENTES BIBLIOHEMEROGRÁFICAS Y ELECTRÓNICAS**

- Castro. L (2000) “Incubadora de empresas”, [En red] Disponible en <http://www.leonmunicipio.com/incubacioacuten-de-empresas.html>, (Consultado el 15 de Enero del 2014, 7:20 pm).
- Castro. L (2000), “Proyectos Locales”, [En red] Disponible en [http://www.proyectolocal.org/proyectos\\_detalle.php?proyecto\\_id=79&tipo\\_id=Coope raci%EF%BF%BDn&pais](http://www.proyectolocal.org/proyectos_detalle.php?proyecto_id=79&tipo_id=Coope raci%EF%BF%BDn&pais), (Consultado el 28 de Febrero del 2014, 5:00 pm).
- Centro de Emprendedurismo de Miami Ohio (2013),”Emprendedurismo” [En red] Disponible en <http://www.universidad de colorado.com>, (Consultado el 15 de Enero del 2014,8:30 pm).
- COSEP (2010) “Emprendimientos Dinámicos”, COSEP-Cámara de Comercio de Nicaragua-BID-Fondo Multilateral de Inversión/Miembros del BID. [En red] Disponible en <http://www.emprendimientos.org.ni/>, (Consultado el 20 de Enero del 2014, 6:00 pm).
- Diccionario de la lengua española (22.ª Edición), Real Academia Española, (2001), “Empresa”, [En red] Disponible en <http://lema.rae.es/drae/?val=empresa>, (Consultado el 27 De Enero del 2014, 5:00 pm).
- Diccionario de la lengua española (22.ª Edición), Real Academia Española, (2001),”Emprendimiento”[En red] Disponible en <http://lema.rae.es/drae/?val=emprendimiento>, (Consultado el 17 De Enero del 2014, 5:00 pm).
- GEM (2000), “Presentacion y patrocinio del GEM”. [En red] Disponible en <http://gem.uab.cat/es/que-es-el-gem>, (Consultado el 30 de Noviembre del 2013, 9:00 pm).
- GEM, (2000), “Informe del GEM”, [En red] Disponible en <http://gem.fundacionxavierdesalas.com/Mis%20archivos/Informes/GEM2011.pdf> (Consultado el 12 de Enero del 2014, 4:30 pm).
- GEM (2000) “Clasificación de las empresas según el GEM”, [En red] Disponible en <http://prezi.com/ekwvtssfooji/empresa-naciente/> (Consultado el 24 de Enero del 2014, 6:00 pm).

- GEM, (2010), “Informe del GEM”, [En red] Disponible en <http://www.gem-globe.com/Mis%20archivos/Informes/GEM2010.pdf>, (consultado el 12 de Enero del 2014, 5:30 pm).
- GEM, (2011), “Informe del GEM”, [En red] Disponible en <http://www.gem-globe.com/Mis%20archivos/Informes/GEM2010.pdf>, (consultado el 12 de Enero del 2014, 4:45 pm).
- GEM, (2012), “Informe del GEM”, [En red] Disponible en <http://www.um.es/emprendedores/documentos/2012-13/informe-gem2012.pdf>, (consultado el 14 de Enero del 2014, 4:30 pm).
- GEM, (2013), “Informe del GEM”, [En red] Disponible en <http://www.gem-globe.com/Mis%20archivos/Informes/GEM2013.pdf>, (consultado el 15 de Enero del 2014, 4:30 pm).
- Hernández Sampieri, R. Collado Fernández, Carlos Lucio; Baptista, P. México (2005) *Metodología en la Investigación* 5ª edición McGraw-Hill / Interamericana de México.
- James (1999), “Tasa de Actividad Emprendedora Temprana”, [En red] Disponible en <http://www.manuales.com/manual-de/tasa-de-actividad-emprendedora-tea> (Consultado el 12 de Enero del 2014, 6:45 pm).
- Johnson. J (1999) “Orígenes del emprendedor” [En red] Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Emprendedor>, (Consultado el 25 de Enero del 2014, 7:20 pm).
- Koontz, H. (2009). “*Administración. Una perspectiva Global*”, 11ª. Edición, McGrawHill, México.
- Lacayo, P. (2010), “MYPYME en Nicaragua”, [En red] Disponible en <http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=tAiiiPSFGWQ%3D&tabid=499&language=es-NI>, (consultado el 27 de Octubre del 2013, 5:30 pm).
- Ley No. 645, Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Ley MIPYME). [En red] Disponible en <http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf>, (Consultado el 25 de Febrero del 2014, 8:20 pm).

Ley No. 40, Ley de Municipios. [En red] Disponible en <http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf>, (Consultado el 18 de Enero del 2014, 9:20 pm).

Pallares, Z. Romero, D y Herrera, M. (2005). “*Hacer Empresas, Un reto*”, 4ta edición, Fondo Editorial Nueva Esperanza, pág. 41.

Romero (1987) Definición de empresas, [En red] Disponible en <http://definicion.de/empresa/>, (Consultado el 24 de Enero del 2014, 6:00 pm).

Soto,L. (2008)“*Los Mandamientos del Emprendedor en busca del Éxito*”, [En red] Disponible en [http://encubadora.intel.net/articulo\\_001.htm](http://encubadora.intel.net/articulo_001.htm) (Consultado el 12 de Diciembre del 2013, 2:45 pm).

Vivero de Empresas Municipal (2014),”Generalidades sobre el Vivero de Empresas” [En red] Disponible en <http://www.leonmunicipio.com/incubacioacuten-de-empresas.html>, (Consultado el 23 de Enero del 2014, 6:30 pm).

Zaghi, M. (2013), “Blog del emprendedor”, [En red] Disponible en <http://www.mzaghi.com/2013/07/28/por-que-le-cuesta-tanto-a-un-emprendedor-consolidar-su-negocio/>, (consultado el 13 de Noviembre del 2013, 6:30 pm).

# ANEXOS



## *Anexo 1: Encuesta a empresarios.*



Estimados empresarios, somos alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-León, y estamos realizando una investigación que tiene como objetivo central del mismo: Indagar sobre las características de usted como empresario (Emprendedor) y las de su empresa.

Los datos recopilados mediante este instrumento serán utilizados para fines meramente investigativos ya que serán de utilidad para la realización de nuestra tesis de pregrado, para ello le solicitamos que conteste con la mayor sinceridad y objetividad posible.

### **I.- Caracterización del Empresario:**

**1. Edad:** 20 a 30 años \_\_\_\_  
30 a 40 años \_\_\_\_  
40 a 50 años \_\_\_\_  
50 a 60 años \_\_\_\_  
60 a 70 años \_\_\_\_  
70 años a más \_\_\_\_

**2. Género:** F \_\_\_\_ M \_\_\_\_

**3. Profesión:** \_\_\_\_\_

**4. Lugar de nacimiento** \_\_\_\_\_

#### **5. Nivel de estudios:**

Primaria Completada \_\_\_\_ Primaria no Completada \_\_\_\_

Secundaria Completada \_\_\_\_ Secundaria no Completada \_\_\_\_

Técnico \_\_\_\_

Universitario Completado \_\_\_\_ Universitario no Completado \_\_\_\_

Licenciado \_\_\_\_

Post-Universitario (Máster/Doctorado) \_\_\_\_

Ninguno \_\_\_\_

**6. Idiomas:** Castellano \_\_\_\_ Bilingüe \_\_\_\_ Otros \_\_\_\_

**7. ¿Cuánto tiempo transcurrió desde que decidió crear su empresa?**

- Menos de un año \_\_\_\_\_  
Más de un año \_\_\_\_\_  
Más de 3 años \_\_\_\_\_  
Más de cinco años \_\_\_\_\_

**8. Principal motivo personal por el que decidió dedicarse a ser empresario:**

- Calidad de vida \_\_\_\_\_  
Satisfacción laboral \_\_\_\_\_  
Proyecto profesional \_\_\_\_\_  
Objetivo lucrativo \_\_\_\_\_  
Motivo familiar \_\_\_\_\_  
Otro \_\_\_\_\_

**9. Principal motivo por el que decidió crear su empresa:**

- Oportunidad \_\_\_\_\_  
Necesidad \_\_\_\_\_

**10. Principal problema con el que se ha enfrentado para crear su empresa**

\_\_\_\_\_

**11. Principal oportunidad que ha gozado para crear su empresa**

\_\_\_\_\_

**12. Principal motivo para continuar con su empresa**

\_\_\_\_\_

**II.- Caracterización de la Empresa:**

**1. Nombre comercial** \_\_\_\_\_

**2. Rama de actividad:** \_\_\_\_\_

**3. Tamaño de la empresa:**

Micro (1-5) \_\_\_\_\_ Pequeña (6-30) \_\_\_\_\_ Mediana (31-100) \_\_\_\_\_

**4. Cantidad de empleados según género:** Mujeres \_\_\_\_\_ Hombres \_\_\_\_\_

**5. Tipo de régimen jurídico:** Contribución 1% \_\_\_\_\_ Cuota fija \_\_\_\_\_

**6. Tiempo de constitución de la empresa:** Meses \_\_\_\_\_ Años \_\_\_\_\_

**7. Estructura familiar:**

Familiar \_\_\_\_\_ (Miembros de la familia que trabajan \_\_\_\_\_) No Familiar \_\_\_\_\_

**8. Tipo de financiación al momento de constituirse:** Propia \_\_\_\_\_ Ajena \_\_\_\_\_

**9. Exporta:** Si \_\_\_\_\_ (Un producto \_\_\_\_\_ Algunos \_\_\_\_\_ Todos \_\_\_\_\_) No \_\_\_\_\_

**10. Tipo de cliente:** Cliente/consumidor \_\_\_\_\_ Negocios \_\_\_\_\_

**11. Número de propietarios:**

Único \_\_\_\_\_

Si hay más de un propietario especifique ¿Cuántos? \_\_\_\_\_

**12. Número de empleos generados desde su constitución:**

Ninguno \_\_\_\_\_ Hasta \_\_\_\_\_

**Anexo 2: Listado de empresas encuestadas.**

<b>Nombre comercial</b>	<b>Actividad</b>
Radio difusora Darío	Telecomunicaciones
CONTRASCAUL	Transporte urbano colectivo
Coop. Julio Buitrago	Transporte
Formuladora Nicaragüense S.A.(FORMUNICA)	Venta agroquímicos
Estero Atenas	Comunicación
Santísima Trinidad	Farmacia
Coop. Tulsi	Transporte
Coop. 25 de Abril	Transporte
Microbús comercial Ruta la Providencia	Transporte
PRO MUJER	Micro financiera
Huevos Barranca	Comercio
Coop. 11 de julio R.L.	Transporte
Coop. Julio Buitrago	Transporte
Abastecedora	Comercio
Importadora de Vehículos	Comercio
COOP. CONTRASCUL	Transporte
Tierna Sonrisa	Gastronomía
Transporte	Transporte
Restaurante "Cactus"	Restaurante
Cafetería "Heypo"	Cafetería
Café "La Rosita"	Cafetería
Tienda TAITA	Venta de zapatos
León Imperial	Hostal
Casa Ivana	Hostal
Fotocopia Flores	Servicio de fotocopia
Celulares Monserrat	Comercio
Librería la merced	Comercio librería
Manzoni fashion	Tienda de ropa

Armonía Music	Venta de instrumentos musicales
Flash COM	Servicio Cyber
Saras Fashion	Tienda de calzado
Suncity	Tienda de ropa
Fotocopias Chavarría	Servicio de fotocopiadora
Chilli inn	Hostal
Llamadas Heladas	Servicio de telecomunicaciones
Joyería mar de plata	Joyería
Flash	Lavandería
Sarria Sosa	Venta de licor sellado
Don churro	Panadería
Emma	Pulpería
Sacuanjoche	Restaurante
Hong Kong	Restaurante
Trueno	Tienda
Taxi individual	Transporte
I feel Nicaragua	Tour operadora
Muebles Verónica	Venta de muebles
Sonia Elena Chavarría	Venta de repuestos de autos
Tío Erick	Hospedaje
Latina Hostal	Hospedaje
Joyería García	Joyería
Felipe II	Venta de materiales de construcción
Video laser	Venta y grabaciones de videos
San Carlos	Miscelánea
La mega	Venta de ropa usada
Tienda Renny	Tienda
Taxi Individual	Transporte

Taxi individual	Transporte
Taxi individual	Transporte
Taxi individual	Transporte
Los Ángeles	Industria
Mueblería	Industria
Mueblería	Industria
Mueblería Rosa	Industria
Mueblería Lissette Rubí	Industria
Cyber Café	Servicio
El Rosario	Servicio
Taxi	Servicio
Taxi González	Servicio
Cyber Speed web	Servicio
Pulpería	Comercio
Pulpería	Comercio
JDW llantas	Comercio
Pulpería Francis	Comercio
Solinsa	Servicio
Oficinas de leyes	Servicio
El punto de la moda	Comercio
Venta de peces	Comercio
Pulpería	Comercio
Taller Eléctrico	Servicio
Cyber la Cegua	Servicio
Pizzería Antonino	Servicio
Todo en aluminio y vidrio AL-IN	Servicio
Servicio para Frenos	Servicio
Peluquería Holfran´s	Servicio
Alquiler de Sillas y Mesas La Gata	Servicio
Taller de Motos	Servicio
Cyber e Impresiones Grijalva	Servicio
Taller de Mecánica	Servicio

Delicadezas leonesas	Agroindustria
Panadería El Rosario	Industria
Pulpería	Comercio
Panadería Bambino	Industria
Pulpería	Comercio
Compra y Venta de Antigüedades	Comercio
Librería Steacy	Comercio
Variedades Richelle	Comercio
Venta de Bolsas	Comercio
Comercial Robledo	Comercio
Pulpería Frank	Comercio
Pulpería Bendición de Dios	Comercio
Mueblería Sagrada Familia	Comercio
Pulpería Ashley	Comercio
Ferretería El Chino	Comercio
Raspado Persis	Comercio
Librería Occidental	Comercio
Licorería Vílchez	Comercio
Librería sol y luna	Comercio
Muebles El Cofre	Comercio
Eskimo	Comercio
Centro Botánico Para la Salud	Comercio
Pulpería	Comercio
Distribuidora Sibelita	Comercio
Pulpería	Comercio
Claudia ropa USA	Comercio
Ronsa	Comercio
ASSA	Servicio
Gallo más Gallo	Comercio
El Verdugo	Comercio
Creaciones Ximena	Industria

Pénelas y Sirelas	Comercio
Pali (Subtiaba)	Servicio
Center City	Servicio
Pan Pa Ya	Industria
Servipro	Servicio
Tele Cable León	Servicio
Almacenes Trópigas	Comercio
Bárbaro	Servicio
El Sesteo	Servicio
Pollos Brosteados	Servicio Rosticería
Airtec	Comercio
La Nueva Broadway	Comercio
Tip Top	Servicio
Curacao (Unicomer)	Comercio
Pulpería	Comercio
Transporte	Servicio
Pulpería	Comercio
Panadería	Industria
Panadería Los Ángeles	Industria
Carpintería	Industria
Carpintería	Industria
Carpintería	Industria
Ferretería	Comercio
Mini Ferretería Millón	Comercio
Mini Ferretería	Comercio
Ferretería	Comercio
La esquina	Comercio
Ferretería Reyes	Comercio
Los cocos	Servicio
Cantina	Servicio
Bar El Chato	Servicio

Bar y Restaurante Yoli	Servicio
Carnilandia	Comercio
Plastiworld	Comercio
Pulpería Cristina	Comercio
D" cristina salón	Servicio
Celulares Monserrat	Servicio
Los pavones	Servicio
Foto estudio Pineda	Servicio
Cs celulares	Servicio
Cyber Elea	Servicio
Cyber San Judas Tadeo	Servicio
Chávez Productions	Servicio
Divino niño	Servicio
Rivera Spa	Servicio
Muscle Power	Servicio
Géminis	Servicio
Comedor El Coco	Servicio
Nueva Imagen	Servicio
Taller Metalex	Servicio
Autoestima	Servicio
Juvenil	Servicio
Panadería	Industria
Panadería Kevin	Industria
La Fraternidad	Industria
San Rafael	Industria
Jehová Jirhe	Industria
San Isidro	Industria
Tenería El Águila	Industria
Panadería El Leoncito	Industria
Enchiladas Milagro	Industria
Reparaciones Aguilar	Industria

Taller de Talabartería	Industria
Mueblería Hermanos Hidalgo	Industria
Industria Vellorín	Industria
Panadería Salamanca	Industria
Hostal Italian	Servicio
Cyber Pineda	Servicio
Publi Color	Servicio
Sala de Belleza Eros	Servicio
Fotocopia Divino Niño	Servicio
Cyber	Servicio
Comedor Lisette	Servicio
Cyber Génesis	Servicio
Fotocopiadora Arisai	Servicio
Cyber Friends	Servicio
Fotocopias ON	Servicio
Óptica Centro	Servicio
Alquiler de sillas y mesas	Servicio
Óptica Económica	Servicio
Nintendo Mariyita	Servicio
Foto Bárcenas	Servicio
Out Door Aventures	Servicio
Ronaldo Cell	Comercio
Venta de granos básicos	Comercio
Variedades Normy	Comercio
Agro veterinaria Metropolitana	Comercio
Fajas William	Industria
Confecciones industriales estela de salgado	Industria
Unique by Monique	Industria
Tortillería	Industria
Tapicería Guillen	Industria

Panadería	Industria
Trajes Reyes	Industria
Chancho Doña Lucia	Servicio
Foto Obando	Servicio
Nuevo Jardín	Comercio
Asistencia Jurídica	Servicio
Fotocopias Karen	Servicio
Foto Express	Servicio
Comedor Coquito	Servicio
Spinning	Servicio
Ropa Americana	Comercio
Individual	Servicio
Coop. Rigoberto López Pérez	Servicio
Farmacia Milagros 2	Farmacia
Taxi	Transporte (Taxi)
COTSMIL	Transporte (ruta)
Coop. Carlos Núñez	Transporte (taxi)
Taxi	Transporte Taxi
Coop. de Taxi	Transporte
Taxi	Transporte (taxi)
Taxi	Transporte
COSMULCANT, R.L	Transporte
Taxi	Transporte (Taxi)
Taxi	Transporte
Coop. Rigoberto López Pérez	Transporte
Taxi	Transporte
Taxi	Transporte
Coop. Carlos Núñez	Transporte

Pulpería	Comercio de productos
Taxi	Transporte
Taxi	Transporte
Taxi	Transporte Selectivo
Alfacel	Servicio de celulares
Confianza	Consultores
Taxi	Transporte
MEG-24	Farmacia
Farmacia López	Farmacia
Zermat	Cosméticos
AVON	Cosméticos
San Juan de León	Hospedaje
SERVICOMP	Venta de computadoras
Servicio Agropecuario Bull Grass	Servicio Agropecuario
Farmacia Metropolitana	Farmacia
Farmacia Guadalupe	Farmacia
El Calmante	Farmacia
Imprenta El Tesoro	Impresos
Hotel América	Hotelería
Castell Nica	Desarrolladora
Imprenta El Socorro	Impresos
SINSA	Decoradora
Almacenes Tropigas	Comercial
Casa McGregor	Comercial
DML Express	Envíos de Documentos
Farmacia Heidi	Farmacia
Farmacia Santa Lucía	Farmacia
Piel y Arte, S.A	Industria

Rancho Los Alpes	Hospedaje
Cooperativa TULSI	Transporte
San Martín	Farmacia
San Martín	Librería
Cooperativa 11 de Julio	Transporte
Cooperativa COTRIN	Transporte
Casa De Empeño Súper Gold	Casa de Empeño
Farmacia El Buen Pastor	Farmacia
La Favorita	Farmacia
La Casa del Perno, S.A	Ferretería
IGOSA	Servicio de impresión
Farmacia San José	Farmacia
La Favorita	Librería
Mr. Money	Casa de Empeño
Farmacia Milagros	Farmacia
Farmacia Maury	Farmacia
Farmacia El Amanecer	Farmacia
Farmacia Medalla Milagrosa	Farmacia
Farmacia Santa Martha	Farmacia
Ferretería Morales	Artículos de construcción
Farmacia Norma	Farmacia
Farmacia La Esperanza	Farmacia
Farmacia Emanuel	Farmacia
Posada del Doctor	Hospedaje
Farmacia Hernández-Delgado	Farmacia
AeroFarma	Medica
Farmacia Cuadra	Farmacia
Farmacia el Buen Pastor	Medica
Taxi LE224	Transporte
Coop. Libertad y Democracia	Transporte
Taxi le 310	Transporte

Taxi Individual	Transporte
Taxi Individual	Transporte Publico
Cooperativa Cootranscul	Transporte
Taxi Individual	Transporte
Cooperativa Rigoberto	Transporte
Taxi Individual	Transporte
Taxi Individual	Transporte
Taxi	Transporte
Taxi Individual	Transporte Publico
Taxi Individual	Transporte
Cooperativa Taxi Fe, Vida Y Esperanza	Transporte
Taxi Individual	Transporte
Taxi Individual	Transporte
Coop. Rigoberto López	Transporte
Taxi Individual	Transporte
Coop. Carlos Núñez	Transporte
Taxi Individual	Transporte
Microbús Escolar	Transporte
Coop. Once De Julio	Transporte
Taxi	Transporte
Transporte Escolar	Transporte
Taxi	Transporte
Taxi	Transporte
Taxi Individual	Transporte
Taxi Individual	Transporte
Taxi	Transporte
Taxi Individual	Transporte

Coop Rigoberto López Pérez	Transporte
Taxi individual	Transporte
Panificadora	Industria
Taller Salgado	Carpintería
Centro Express La Unión	Agencia de tanques de gas

### *Anexo 3: Tablas de resultados*

**Tabla 7: Clasificación de las MIPYMES inscritas.**

	Nacientes		Nuevas		Establecidas			
	Nº. Empresas	%	Nº. Empresas	%	Nº. Empresas	%		
<b>Cuota Fija</b>	150	3.34	547	12.17	2,901	64.54		
<b>1%</b>	173	3.85	290	6.45	434	9.66		
<b>Total</b>	323	7.19	837	18.62	3,335	74.19	4,495	100%

Fuente: Elaboración Propia.

**Tabla 8: Actividad económicas de las MIPYMES inscritas.**

Actividad económica	No. De Empresas	%
Servicio	2,023	45
Comercio	1,573	35
Industria	899	20
<b>Total</b>	<b>4,495</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**Tabla 9: Clasificación y actividad económica de las MIPYMES inscritas.**

	Nacientes		Nuevas		Establecidas			
	Nº. Empresas	%	Nº. Empresas	%	Nº. Empresas	%		
<b>Servicio</b>	129.2	40	376.65	45	1667.5	50		
<b>Comercio</b>	145.35	45	292.95	35	1167.25	35		
<b>Industria</b>	48.45	15	167.4	20	500.25	15		
<b>Total</b>	323	100	837	100	3335	100	4495	

Fuente: Elaboración Propia.

**Tabla 10: Actividad económica, régimen de las MIPYMES inscritas.**

	Empresas Nacientes				Empresas Nuevas				Empresas Establecidas				
	Cuota Fija	%	1%	%	Cuota Fija	%	1%	%	Cuota Fija	%	1%	%	
<b>Servicio</b>	60	19	69	21	246	29.4	130	15.53	1,450	43.5	217	6.5	
<b>Industria</b>	23	7	26	8	109	13	59	7.05	436	13.1	65	1.9	
<b>Comercio</b>	67	21	78	24	192	22.9	101	12.07	1,015	30.4	152	4.6	
<b>Sub-total</b>	150	46	173	54	547	65	290	35	2,901	87	434	13	
<b>Total</b>	323				837				3,335				4,495

Fuente: Elaboración Propia.

**Tabla 11: Actividad económica de la muestra de las MIPYMES en estudio.**

Actividad económica	No. De Empresas	%
<b>Industria</b>	44	12.4
<b>Comercio</b>	117	33.1
<b>Servicios</b>	193	54.5
<b>Total</b>	354	100

Fuente: Elaboración Propia.

**Tabla 12: Actividad económica y clasificación de la muestra de las MIPYMES en estudio.**

	Nº. Empresas		Nº. Empresas		Nº. Empresas		
	Nacientes	%	Nuevas	%	Establecidas	%	
<b>Servicio</b>	13.75	3.9	37	10.5	144	41	
<b>Comercio</b>	8.25	2.3	22	6.2	87	25	
<b>Industria</b>	3	0.8	8	2.3	31	9	
<b>Total</b>	25	7	67.0	19	262.0	74	354

Fuente: Elaboración Propia.

**Tabla 13: Régimen y clasificación de la muestra de las MIPYMES en estudio.**

	Nacientes		Nuevas		Establecidas			
	No. Empresas	%	No. Empresas	%	No. Empresas	%		
<b>Cuota Fija</b>	12	3.39	45	12.71	72	20.34		
<b>1%</b>	13	3.67	22	6.21	190	53.67		
<b>Total</b>	25	7.06	67	18.93	262	74.01	354	100%

Fuente: Elaboración Propia.

**Tabla 14: Sexo**

Género	Frecuencia	%
<b>Femenino</b>	166	46.9
<b>Masculino</b>	188	53.1
<b>Total</b>	354	100

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 15: Conjunto de edades**

Conjunto de edades	No. De empresarios	%
<b>20 a 30 años</b>	56	16
<b>30 a 40 años</b>	72	20
<b>40 a 50 años</b>	120	34
<b>50 a 60 años</b>	49	14
<b>60 a 70 años</b>	32	9
<b>70 años a más</b>	25	7
<b>Total</b>	354	100

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 16: Formación académica completa**

<b>Estudios Completados</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Primaria</b>	<b>49</b>	<b>13.8</b>
<b>Secundaria</b>	<b>92</b>	<b>26</b>
<b>Técnico</b>	<b>61</b>	<b>17.2</b>
<b>Universitario</b>	<b>127</b>	<b>36</b>
<b>Post-Universitario</b>	<b>20</b>	<b>5.6</b>
<b>Ninguno</b>	<b>5</b>	<b>1.4</b>
<b>Total</b>	<b>354</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 17: Tiempo transcurrido en decidirse en crear su empresa**

<b>Tiempo transcurrido en decidirse en crear su empresa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Menos de un año</b>	<b>134</b>	<b>38</b>
<b>Más de un año</b>	<b>85</b>	<b>24</b>
<b>Más de 3 años</b>	<b>39</b>	<b>11</b>
<b>Más de cinco años</b>	<b>96</b>	<b>27</b>
<b>Total</b>	<b>354</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 18: Principal motivo personal para dedicarse a ser empresario**

<b>Motivo personal para dedicarse a ser empresario</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Calidad de vida</b>	<b>148</b>	<b>41.8</b>
<b>Satisfacción laboral</b>	<b>36</b>	<b>10.2</b>
<b>Proyecto profesional</b>	<b>42</b>	<b>11.9</b>
<b>Objetivo lucrativo</b>	<b>48</b>	<b>13.6</b>
<b>Motivo familiar</b>	<b>63</b>	<b>17.8</b>
<b>Otro</b>	<b>17</b>	<b>4.8</b>
<b>Total</b>	<b>354</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 19: Principal motivo para dedicarse a ser empresario**

<b>Principal motivo para dedicarse a ser empresario</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Necesidad</b>	<b>182</b>	<b>51.4</b>
<b>Oportunidad</b>	<b>172</b>	<b>48.6</b>
<b>Total</b>	<b>354</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**Tabla 20: Contingencia entre el principal motivo personal y principal motivo por el que decidió crear su empresa**

Principal motivo personal por el que decidió dedicarse a ser empresario	Principal motivo por el que decidió crear su empresa			
	Frecuencia		%	
	Oportunidad	Necesidad	Oportunidad	Necesidad
Calidad de vida	57	90	16	25
Satisfacción laboral	25	14	7	4
Proyecto profesional	36	6	10	2
Objetivo lucrativo	24	22	7	6
Motivo familiar	34	29	10	8
Otro	8	9	2	3
<b>Sub-Total</b>	<b>184</b>	<b>170</b>	<b>52</b>	<b>48</b>
<b>Total</b>	<b>354</b>		<b>100</b>	

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 26: Principal problema con el que se ha enfrentado para crear su empresa**

Principal problema con el que se ha enfrentado para crear su empresa	Frecuencia	%
Económicos	76	21.5
Financiación	33	9.3
Competencia	42	11.9
Registro y trámites de la Empresa	67	18.9
Poca o disminución de la demanda	18	5.1
Captación de clientes	6	1.7
Factores profesionales	7	2.0
Factores externos	40	11.3
Selección de personal	12	3.4
Problemas personales y familiares	2	0.6
Ningún problema	51	14.4
<b>Total</b>	<b>354</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 27: Principal oportunidad que ha gozado para crear su empresa**

Principal oportunidad que ha gozado para crear su empresa	Frecuencia	%
Factores personales	86	24.3
Financiación	44	12.4
Existencia de clientes potenciales	49	13.8
Apoyo gubernamental	55	15.5
Poca competencia	15	4.2
Ninguna oportunidad	34	9.6
Personal disponible	15	4.2
Ubicación del negocio	35	9.9
Contacto con proveedores	18	5.1
Factores externos	3	0.8
<b>Total</b>	<b>354</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 28: Tamaño de la empresa**

<b>Empresa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Micro</b>	<b>277</b>	<b>78.2</b>
<b>Pequeña</b>	<b>66</b>	<b>18.6</b>
<b>Mediana</b>	<b>11</b>	<b>3.1</b>
<b>Total</b>	<b>354</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 29: Estructura Familiar**

<b>Estructura</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Familiar</b>	<b>155</b>	<b>43.8</b>
<b>No Familiar</b>	<b>199</b>	<b>56.2</b>
<b>Total</b>	<b>354</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tablas 30: Número de propietarios**

<b>Propietarios</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Único</b>	<b>304</b>	<b>85.9</b>
<b>Más de un propietario</b>	<b>50</b>	<b>14.1</b>
<b>Total</b>	<b>354</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 31: Cantidad de empleados según su género**

<b>Genero</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Mujeres</b>	<b>156</b>	<b>44</b>
<b>Hombres</b>	<b>198</b>	<b>56</b>
<b>Total</b>	<b>354</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 32: Tipo de financiación al momento de constituirse**

Tipo de financiación	Frecuencia	%
Propia	282	79.7
Ajena	53	15.0
Ambas	19	5.4
<b>Total</b>	<b>354</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 33: Exporta**

Exporta	Frecuencia	%
Si	10	2.8
No	344	97.2
<b>Total</b>	<b>354</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 34: Tipo de cliente**

Tipo de cliente	Frecuencia	%
Cliente/Consumidor	298	84.2
Negocios	13	3.7
Ambas	43	12.1
<b>Total</b>	<b>354</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 35: Número de empleos generados desde su constitución**

Empleos generados	Frecuencia	%
Ninguno	120	33.9
De uno en adelante	234	66.1
<b>Total</b>	<b>354</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Elaboración Propia