



IIES
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
ECONÓMICAS Y SOCIALES

Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales

IIES

Análisis de Resiliencia Empresarial COVID-19

Honduras: Región Centro Occidente

PIEF

Programa de Investigaciones en Economía y Finanzas



UNAH-CURC
CENTRO DE INVESTIGACIONES REGIONALES
DEL CENTRO



CON EL
APOYO DE



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMERICA

Proyecto
TRANSFORMANDO
SISTEMAS DE MERCADO

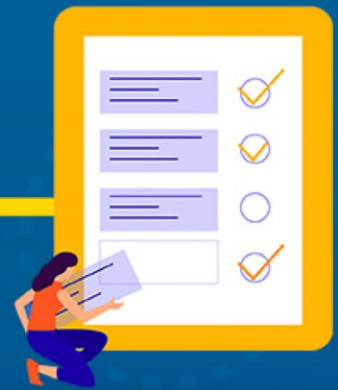


¡fortaleciendo tu empresa!



UNAH-CURC
CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL
DEL CENTRO

Análisis de Resiliencia Empresarial COVID-19



Fecha de publicación
16 de julio 2020

Descargo de responsabilidad: este documento es posible gracias al apoyo del pueblo estadounidense a través de La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). La opinión de los autores expresada en esta publicación no refleja necesariamente las opiniones de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional o el gobierno de los Estados Unidos.



PRESENTACIÓN

La investigación Análisis de resiliencia empresarial COVID-19 inicialmente se inició en el contexto Nacional que surgió como una iniciativa de trabajo entre la Federación de Cámaras de Comercio e Industrias de Honduras (FEDECAMARA), la Cámara Nacional de Turismo de Honduras (CANATURH), el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP), La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) a través del Proyecto Transformando Sistemas de Mercado (TSM) en coordinación con la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) por medio del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES).

Desde la aparición de los primeros casos confirmados por Covid-19 en el país, el gobierno de Honduras tomó la decisión de regular por días y horarios estratégicos la movilidad de la población implicando la paralización temporal de la mayor parte de negocios familiares, micro, medianas y grandes empresas, esto con el fin de evitar la aglomeración de personas y hacer efectivas las medidas de bioseguridad adoptadas por la población en general. Como consecuencia, las empresas de diferentes sectores de la actividad económica nacional se han visto en la necesidad de buscar soluciones para enfrentar las consecuencias de la epidemia, esta búsqueda requiere capacidades a diferentes escalas o niveles de los sistemas de mercado del país y determinando así su nivel de resiliencia.

El objetivo de la investigación es comprender el impacto y las respuestas de las empresas hondureñas en la **Región Centro Occidental** (comprendida, para este estudio, por los departamentos de Comayagua, La Paz e Intibucá) para mitigar, adaptarse y recuperarse de la crisis de COVID-19, a partir de la recolección de datos primarios y desde un enfoque científico para dar respuestas específicas y coherentes con la realidad.

La alianza institucional encargada de la investigación ha sido oportuna para el estudio de fenómenos económicos sumamente complejos del sector empresarial del país. Debido a que los conocimientos teóricos y las aplicaciones metodológicas adoptadas se vieron fortalecidos por la experiencia y conocimiento del contexto empresarial de tal forma que los resultados de este estudio contribuirán con la construcción de soluciones en busca de la reactivación económica y reforzamiento empresarial.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	8
I. ANTECEDENTES	9
a. Contexto Mundial	9
b. CONTEXTO NACIONAL	9
II. MARCO REFERENCIAL	11
III. METODOLOGÍA	13
a. Alcance.....	13
b. Población y muestra	13
c. Recolección de datos.....	13
IV. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN: PRIMER LEVANTAMIENTO	14
a. Caracterización	14
Comportamiento de las ventas y actividades productivas de las empresas durante el mes de marzo de 2020	14
Financiamiento de las empresas durante la crisis sanitaria	16
Cambios en el modelo de negocios del sector empresarial	18
Choques o perturbaciones externas de las empresas durante la crisis sanitaria y capacidades de resiliencia del sector empresarial.....	20
Comportamiento variables empleo	22
V. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN: SEGUNDO LEVANTAMIENTO	24
a. Caracterización y Comparación	24
Comparación: Comportamiento de las ventas, operatividad y medidas de bioseguridad durante el mes de marzo y mayo.....	24
Comportamiento en las ventas y financiamiento de las empresas durante la crisis sanitaria.....	26
Perspectivas ante choques o perturbaciones externas y adaptaciones al modelo de negocios durante la crisis sanitaria	29

VI. PRINCIPALES HALLAZGOS	33
Medidas de Bioseguridad implementadas por las empresas	33
Principales medidas gubernamentales utilizadas por las empresas.....	36
Principales acciones empresariales.....	37
Confianza en la gestión financiera	40
Confianza en la recuperación de las empresas por actividad económica	41
VII. CONCLUSIONES	42
VIII. BIBLIOGRAFÍA	44
IX. CRÉDITOS	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Acciones empresariales por actividad económica.....	39
---	----

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Actividades productivas representadas en la muestra	14
Ilustración 2 Ingresos por ventas por tamaño de empresa	15
Ilustración 3 Porcentaje de disminución en las ventas marzo	16
Ilustración 4 Necesidad de crédito de las empresas para recuperarse del COVID-19	17
Ilustración 5 Tipo de financiamiento de las empresas	17
Ilustración 6 Estrategias para cambiar el modelo de negocio en las empresas hondureñas	18
Ilustración 7 Medidas adoptadas ante la crisis provocada por el COVID-19	19
Ilustración 8 Efectos del corto y mediano plazo provocados por el COVID-19.....	20
Ilustración 9 Confianza para recuperarse de los efectos del COVID-19	21
Ilustración 10 Exposición a otros choques externos antes del COVID-19	21
Ilustración 11 Composición de la fuerza laboral según tipo de contrato antes de la crisis del COVID19.....	22
Ilustración 12 Porcentaje de empresas según el tipo de contrato de empleo	23
Ilustración 13 Empresas que han acordado reducir los horarios de trabajo de sus empleados	23
Ilustración 14 Porcentaje del personal suspendido o despedido	24
Ilustración 15 Comportamiento en la inactividad de las ventas	25

Ilustración 16 Implementación de medidas de bioseguridad para operar debido a las restricciones por el COVID-19	25
Ilustración 17 Situación de operatividad de las empresas.....	26
Ilustración 18 Comportamiento del estado de las ventas	27
Ilustración 19 Empresas medidas de alivio financiero gubernamental	27
Ilustración 20 Empresas con necesidad de financiamiento	28
Ilustración 21 Empresas con necesidad de financiamiento según actividad económica	29
Ilustración 22 Porcentaje de empresas que experimentaron algún choque en mayo	29
Ilustración 23 Clasificación de choques externos que han experimentado.....	30
Ilustración 24 Porcentaje de empresas capacitando	31
Ilustración 25 Perspectiva sobre el comportamiento de las empresas antes de cerrar	31
Ilustración 26 Medidas Implementadas por tamaño de empresa	33
Ilustración 27 Medidas Implementadas por actividad económica	34
Ilustración 28 Barreras para implementar las medidas de bioseguridad por tamaño de empresas	35
Ilustración 29 Barreras para implementar las medidas de bioseguridad por actividad económica	36
Ilustración 30 Medidas gubernamentales utilizadas por tamaño de empresa.....	37
Ilustración 31 Acciones empresariales por tamaño de las empresas	38
Ilustración 32 Confianza en Gestión Financiera por tamaño de la empresa	40
Ilustración 33 Confianza en recuperarse por actividad económica	41

SIGLAS

BCH	Banco Central de Honduras
BCIE	Banco Centroamericano de Integración Económica
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
COVID-19	Coronavirus disease 2019
FMI	Fondo Monetario Internacional
IIES	Instituto de Investigación Económicas y Sociales
OMC	Organización Mundial del Comercio
PIB	Producto Interno Bruto
TSM	Transformando Sistemas de Mercado
UNAH	Universidad Nacional Autónoma Honduras
VA	Valor Agregado

ACRÓNIMOS

CANATURH	Cámara Nacional de Turismo de Honduras
COHEP	Consejo Hondureño de la Empresa Privada
FEDECAMARA	Federación de Cámaras de Comercio e Industrias de Honduras
MIPYMES	Micro, Pequeñas y Medianas Empresas
SECMCA	Secretaría Ejecutiva Consejo Monetario Centroamericano
USAID	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional

INTRODUCCIÓN

El presente documento expone los principales resultados del estudio y **análisis de resiliencia empresarial COVID-19 en la Región Centro Occidental**, que tiene como base información de micros, pequeñas, medianas y grandes empresas de los departamentos de Comayagua, La Paz e Intibucá recolectada a través de las Cámaras de Comercio e Industria de la región y otras organizaciones empresariales como FEDECAMARA, CANATURH y COHEP. Antes, en el segundo apartado se resume el actual contexto mundial y nacional ante la crisis sanitaria desde la óptica de la OCDE, CEPAL, FMI y BID, permitiendo observar las principales conclusiones y recomendaciones de dichos organismos hacia los diferentes países en general.

Seguidamente, se expone el tercer apartado que muestra el marco referencial de la investigación que permite observar las bases teóricas y prácticas de la resiliencia empresarial ante choques externos a través de definiciones básicas y acciones concretas de diferentes organismos y países ante la crisis sanitaria mundial, lo que permite brindar una explicación adecuada de los resultados obtenidos. Asimismo, en el cuarto apartado se explica la metodología que permite brindar procesos que garanticen la confiabilidad de la información, ya que se define el alcance de investigación, la población y muestra de estudio y el proceso de recolección de información.

Del quinto al séptimo apartado se muestran los principales resultados obtenidos de la recolección de información, mostrando en primera instancia el análisis descriptivo, donde se expone el comportamiento de las ventas, suspensión de empleos, cantidad de empleados por tipo de contrato, finanzas de las empresas, confianza empresarial ante el actual entorno de mercado, acceso a financiamiento, efectos a corto y mediano plazo ante la crisis del COVID-19, y las principales estrategias para modificar su modelo de negocios que las empresas están implementando para adaptarse y afrontar dicha crisis.

El octavo apartado muestra las principales conclusiones y recomendaciones que derivaron de los resultados obtenidos a nivel nacional y de la región centro occidental. Finalmente, se cuenta con las referencias bibliográficas de soporte teórico.

I. ANTECEDENTES

a. Contexto Mundial

Según la Organización Mundial del Comercio (OMC, 2020), en el segundo trimestre del año, el comercio mundial presentó una caída del 18.5%, sin embargo, considerando la magnitud de efectos negativos que ha provocado la pandemia del COVID-19, la disminución en el comercio pudo ser más pronunciada. Previamente, la organización estimó un escenario optimista con una contracción en el comercio mundial igual a 13%, y en un caso pesimista una disminución de 32% al terminar el año 2020, siendo consideradas las medidas de reactivación que algunos países han comenzado a implementar, las cuales en algunos casos han disminuido el impacto en la producción y el comercio local.

En este mismo sentido, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2020), expone que las actividades económicas en algunos países han disminuido entre 20% y 30%, por lo cual, las autoridades de cada país han implementado medidas innovadoras para amortiguar daños en trabajadores y empresas, sin embargo, aunque algunos sectores logren crecer o mantenerse, la economía en general se encontrara débil por un tiempo.

De igual manera, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2020), comenta que para Latinoamérica la crisis llega en un momento de debilidad, haciendo referencia en el PIB per cápita de la región con un deterioro mayor a 0.5% anual, durante los años 2014 a 2019. La región cuenta con poco margen de acción luego de la desaceleración económica en los últimos años, conociendo la magnitud de la pandemia este organismo considera que las acciones que empleen los gobiernos tendrán un alcance limitado.

Por lo anterior, el BID estima que la actividad del sector de servicios puede ser la más afectada incluyendo el comercio, restaurantes, hoteles y el sector transporte. Adicionalmente, comenta que los países con limitado espacio fiscal y con una infraestructura de salud débil en un corto plazo no cuenten con opciones para seguir apoyando a estos sectores y en general pueden llevar a pérdidas permanentes de empleo.

b. Contexto Nacional

En concordancia con la economía hondureña el informe realizado por el Banco Central de Honduras (BCH, 2020) sobre el comportamiento de la actividad económica en el primer trimestre del 2020, muestra una contracción en el Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE) del 1.3%, caída que no se observaba desde la crisis económica vivida en Honduras

en el 2009. Dicha caída es consecuencia de las medidas adoptadas por el Gobierno de Honduras para evitar la propagación de la pandemia COVID-19.

Es importante recalcar, que el directorio del BCH, aprobó el Programa Monetario 2020-2021, donde se adoptan las medidas de políticas monetarias para mitigar el impacto en la economía nacional que provocará el COVID-19, estableciendo disposiciones con el fin de permitir al sistema financiero disponer de liquidez para hacer frente a las necesidades de los hondureños ante la volatilidad e incertidumbre que existe en el país. Por su parte, el Fondo Monetario Internacional (FMI 2020), suscitó que se esperan choques externos significativos en el país, pese al entorno económico complejo en el 2019 donde se habían esforzado por mantener la estabilidad macroeconómica, la inversión y el gasto social.

Finalmente, suponiendo un escenario similar al de 2009, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2020), considera que, desde una perspectiva negativa, los sectores productivos mayormente afectados serán turismo, transporte, comercio y demás servicios ofrecidos en la actividad productiva del país. El BID en semejanza con el BCH, esperan que la producción y comercialización de productos nacionales mejoren y muestran un comportamiento favorable para la economía hondureña.

II. MARCO REFERENCIAL

El objetivo de este apartado es presentar estudios vinculados a la temática sobre resiliencia empresarial ante la crisis del COVID-19. Para empezar, se aborda el concepto de resiliencia como un proceso que permite que diversos individuos se desarrollen con normalidad y armonía con su entorno, pese de encontrarse en un contexto desfavorable y derivado socioculturalmente, siendo una perspectiva dinámica, interactiva y global del desarrollo humano y de procesos ligados a la salud mental y adaptación social. Permitiendo de esta manera, incrementar la fortaleza de las personas y sus posibilidades de realizar cambios positivos, abriendo ventanas de optimismo y confianza en las posibilidades de adaptación y mejora continua del ser humano (Uriarte Arciniega, 2005).

Además, resulta interesante el concepto de resiliencia empresarial, el cual se concibe como una condición para el desarrollo sostenible de las empresas y sus cadenas de suministros, que se puede unir a una fuente de ventaja competitiva, siendo, de igual manera, un elemento clave para desarrollar un plan estratégico capaz de producir resultados que sean mejores que los competidores menos resilientes, es así, como la resiliencia empresarial crea una ventaja competitiva ya que permite gestionar adversidades internas y externas, volviendo a las empresas capaces de enfrentarlas, sobreponerlas y aprendiendo de ellas para fortalecerse a futuro (Sanchis & Poler, 2014).

Dada la propagación del COVID-19, los gobiernos y empresas decidieron parar operaciones con el propósito de frenar la línea de contagios, razón por la cual las empresas en todo el mundo se enfrentan al reto de una adaptación rápida e inevitable en sus procesos productivos. Por lo tanto, es necesario, contar con empresas resilientes, capaces de adaptar y superar la crisis ya que es importante establecer una coordinación de todos los sectores de la economía para priorizar políticas capaces de abordar la actual crisis social y de salud a la que se enfrenta el mundo (CEPAL, 2020).

En esta misma línea, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2020) visualiza los principales problemas macroeconómicos que trae la pandemia al mundo y al sector empresarial, ya que indican que el virus tendrá un impacto en el crecimiento de la economía de China, y por lo tanto, en los precios de los productos básicos, afectando directamente a las exportaciones de la región de América Latina con China, ya que el comercio entre ambas partes se incrementó exponencialmente en los últimos dieciocho (18) años. Dichos problemas macroeconómicos hacen énfasis en que la economía latinoamericana tiene como norma la volatilidad, ya que las trayectorias de desarrollo de sus países no son lineales y esta volatilidad pondrá a prueba la resiliencia a nivel mundial, es decir, la capacidad de volver al camino predeterminado de desarrollo en el menor tiempo

posible después de este shock, observando al COVID-19 como una oportunidad para que América Latina haga un llamado a la resiliencia.

En cuanto a las medidas de política pública, la OCDE (2020) apuesta por: apoyar al sector sanitario y a su personal, a los sectores más castigados y a sus trabajadores; elevar la inversión pública a fin de acelerar la recuperación tras la crisis; asimismo, a coordinar acciones internacionales para proteger la salud e ingresos de los más vulnerables, amortiguando el shock a través de una disminución de las cargas fiscales y financieras, y por condiciones de trabajo flexibles.

Ante esta situación el Centro Internacional de Política Económica para el Desarrollo Sostenible de la Universidad Nacional de Costa Rica (CINPE-UNA, 2020) proporcionó lineamientos de política económica que pueden ayudar a contrarrestar de forma concreta el impacto del COVID-19 en dicho país, sugiriendo como medidas para el sector empresarial el establecimiento de un Plan de Salvamento para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) para que hagan frente a sus costos; desarrollar una política agro-productiva y de seguridad alimentaria de carácter nacional, garantizando así mercados estables a pequeños y medianos productores agropecuarios; implementación de cadenas cortas durante y después de la emergencia nacional que permitan acercar al productor con el consumidor en espacios locales;

De igual manera, establecer moratoria de un año a créditos hipotecarios y reducción de las tasas de interés; robustecer los mecanismos de defensa comercial para fomentar economías rurales; regulación económica a través de control de precios en el sector de medicinas, construcción, bancarios, entre otros, para mantener precios justos; mantener el teletrabajo; impulsar el turismo con publicidad una vez la pandemia permita continuar con las actividades productivas, estableciendo precios diferenciados entre nacionales y extranjeros para fomentar también el turismo interno, entre otras.

En el caso concreto de Honduras las medidas que se han propuesto para contener los riesgos en el sector empresarial son: la readecuación de deudas para sectores como el turismo, el congelamiento de financiamiento de las MYPYMES en sectores como el comercio, la agricultura, entre otros; para el sector agropecuario se incluyen bonos de solidaridad productiva a pequeños productores para que puedan tener acceso a insumos agrícolas, y la instrucción de que este sector pueda operar normalmente sin restricciones para comercializar los alimentos en el país; y finalmente, se han postergado los pagos de impuestos, así como descuentos por pronto pago de impuestos (BID, 2020).

III. METODOLOGÍA

a. Alcance

De acuerdo con la naturaleza de la investigación, ésta tuvo un enfoque cuantitativo, no experimental de corte transversal y descriptiva, que permitió mostrar la realidad tal como se presenta en una situación espaciotemporal en la que se describe el fenómeno sin introducir modificaciones (Rojas Cairampoma, 2015).

b. Población y muestra

Debido a que no se cuenta con un marco muestral adecuado que contemple con un universo total de las empresas en el país, para fines de este proceso de muestreo fue necesario el uso de los registros de la Cámara de Comercio e Industria de Comayagua (CCICOM), lo cual sirvió de base para dicha recolección.

En ese sentido, para el primer levantamiento se recopiló información de 190 empresas distribuidas en los departamentos de Comayagua, Intibucá y La Paz, dedicadas a la producción de bienes y servicios de 17 actividades económicas. Para el segundo levantamiento se llegó a 166 empresas distribuidas en los departamentos, dedicadas a la producción de bienes y servicios de 15 actividades económicas.

c. Recolección de datos

La recolección de los datos para el primer levantamiento se hizo durante la tercera semana de la cuarentena, del 30 de marzo al 5 de abril de 2020; el segundo, en la semana del 7 al 17 de mayo de 2020, ambos mediante una encuesta móvil de las empresas a nivel nacional para recolectar datos sobre la resiliencia empresarial a la crisis provocada por el coronavirus. Para ello se aplicó una encuesta en línea con el apoyo de las cámaras de comercio, el cuestionario resultante se diseñó tomando en cuenta teorías sobre la resiliencia y algunos indicadores del sistema de mercado en Honduras. La muestra está compuesta por 190 empresas en el primero levantamiento y 166 en el segundo.

IV. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN: PRIMER LEVANTAMIENTO

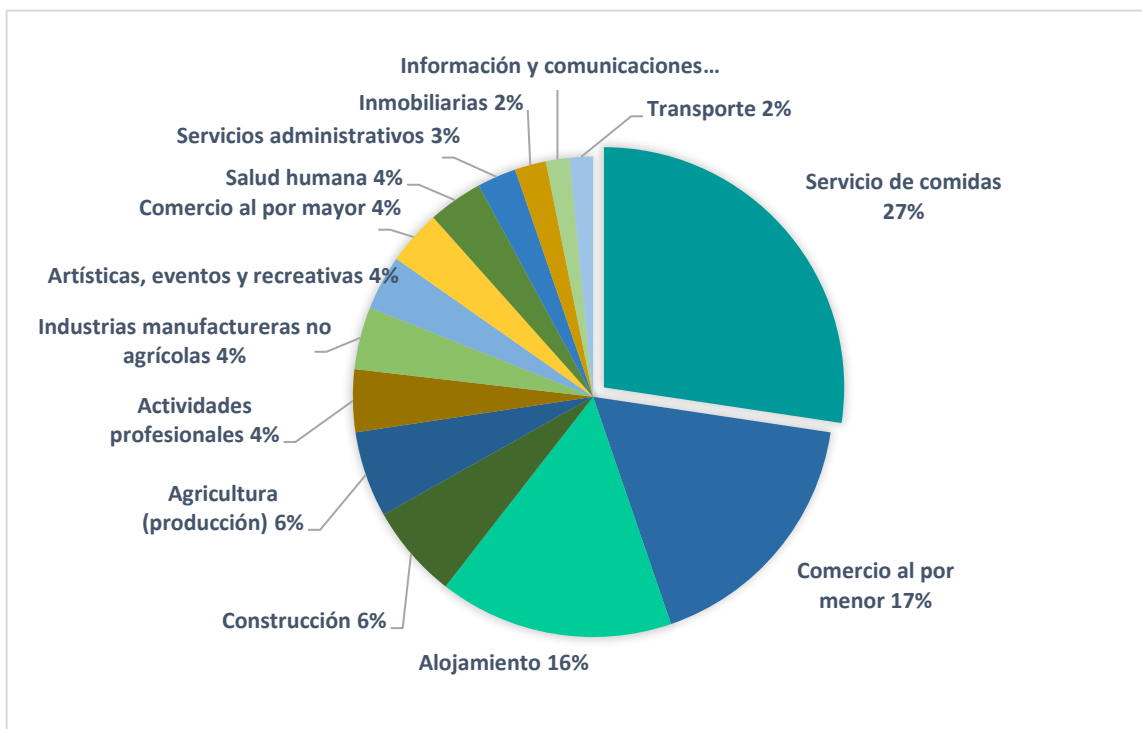
a. Caracterización

Comportamiento de las ventas y actividades productivas de las empresas durante el mes de marzo de 2020

Con el propósito de determinar el comportamiento en las ventas y actividades productivas, se realizó un análisis de catorce (14) sectores diferentes en la región centro occidente del país durante el mes de marzo de 2020, de los cuales se puede observar una relevante participación en los servicios de comida (27%), comercio al por menor (17%) y alojamiento (16%). Con relación a la construcción y agricultura representan por igual (8%), asimismo, para las actividades profesionales, industrias manufacturas no agrícolas, artísticas; eventos y recreativas, comercio al por mayor y salud humana (4%), servicios administrativos (3%). Finalmente, con una proporción de 2% se encuentran las actividades relacionadas a inmobiliarias, transporte e información y comunicaciones.

Ilustración 1 Actividades productivas representadas en la muestra

marzo n=190; año = 2020



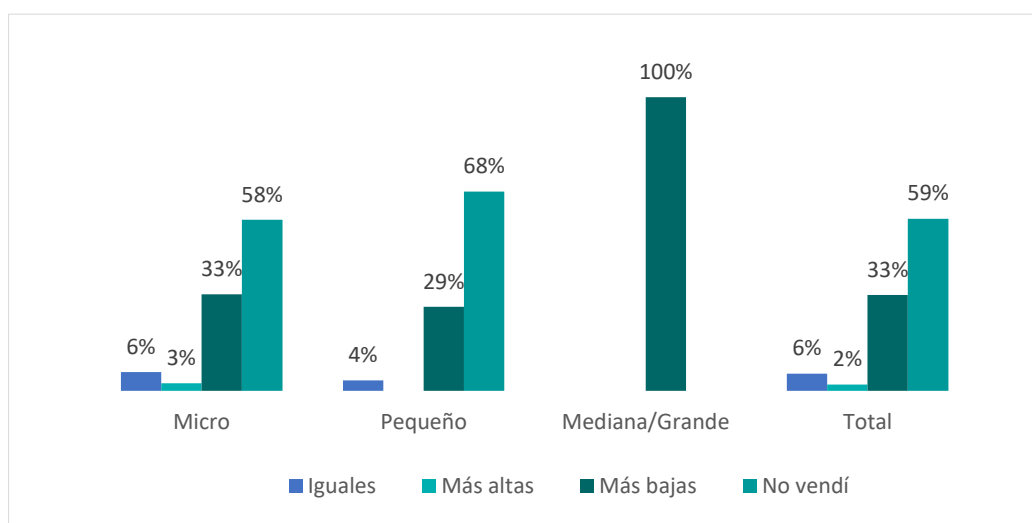
Fuente: Elaboración propia

El siguiente punto indica el comportamiento de los ingresos por ventas que obtuvieron las empresas durante el mes de marzo, en tal sentido, el 59% mencionó no haber obtenido ventas o ingresos durante la crisis. En cambio, el 33% manifestó haber tenido, pero más bajas, y el 6% indicó que el comportamiento de sus ingresos fue estable, sin embargo, un 2% señaló un aumento en el total de sus ventas.

La ilustración 2 indica que seis de cada diez microempresas (58%) no obtuvieron ventas o ingresos en las semanas posteriores al inicio de la crisis. Y en el mismo sentido, se identificó que, a pesar de mantener operaciones, el 33% de las microempresas reflejaron menores ventas e ingresos en el mismo período. Además, se observa que el 6% mantuvo sus ventas sin cambios ni variaciones, en contraste, un pequeño grupo (3%) logró obtener beneficios más altos durante la crisis actual.

En esta misma línea, se observó que siete de cada diez pequeñas empresas (68%) no obtuvieron ingresos por ventas durante el inicio de la crisis sanitaria. También se refleja que el 29% reportaron tener ventas bajas, un 4% resaltó mantener un comportamiento igual en sus ventas y en este caso ninguna empresa reportó tener un incremento en sus ingresos. A diferencia de las empresas medianas y grandes, quienes registraron en su totalidad tener ventas más bajas y por ende una disminución en sus ingresos percibidos.

Ilustración 2 Ingresos por ventas por tamaño de empresa
marzo n= 190; año = 2020



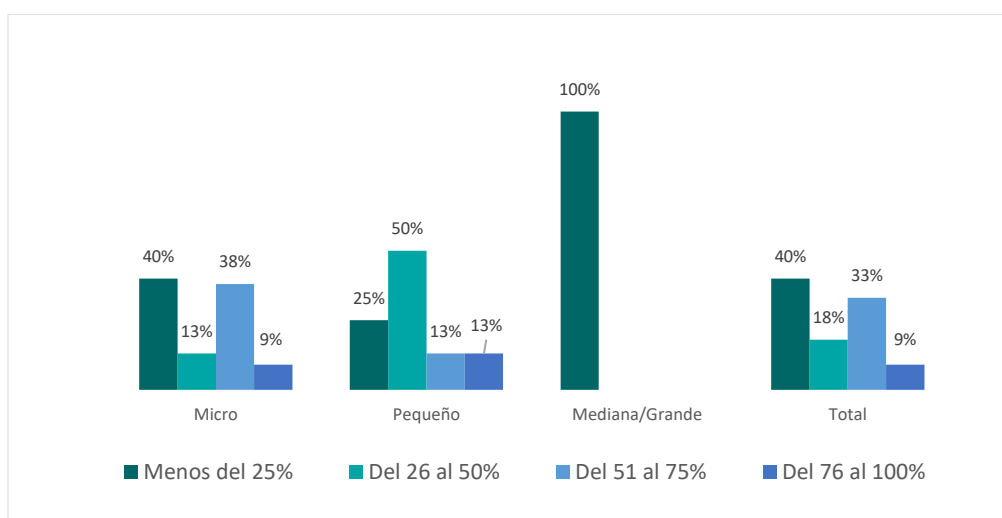
Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, en la Ilustración 3 se puede observar el porcentaje de disminución de las ventas en la zona centro occidente del país, el 40% de las microempresas mostraron una disminución significativa en sus ingresos menor al 25%, de igual forma el 38% señalaron que

la disminución fue entre 51% a 75%, no obstante, un 9% del total las microempresas registraron disminución en sus ingresos entre el 75% y 100% del total de sus ventas.

No obstante, la mitad (50%) de las pequeñas empresas mostró una disminución entre el 26% y 50% en sus ventas, de igual manera, alrededor del 25% indicó una reducción menor al 25%. Cabe señalar que del 25% restante del total de las pequeñas empresas, la mitad (13%) mostraron reducciones entre el 51% al 75% y del 76% al 100%. No obstante, la totalidad de las empresas de tamaño medianas y grandes identificaron una reducción menor al 25% de sus ventas totales durante las semanas posteriores al inicio de la crisis.

Ilustración 3 Porcentaje de disminución en las ventas
marzo n= 190; año = 2020

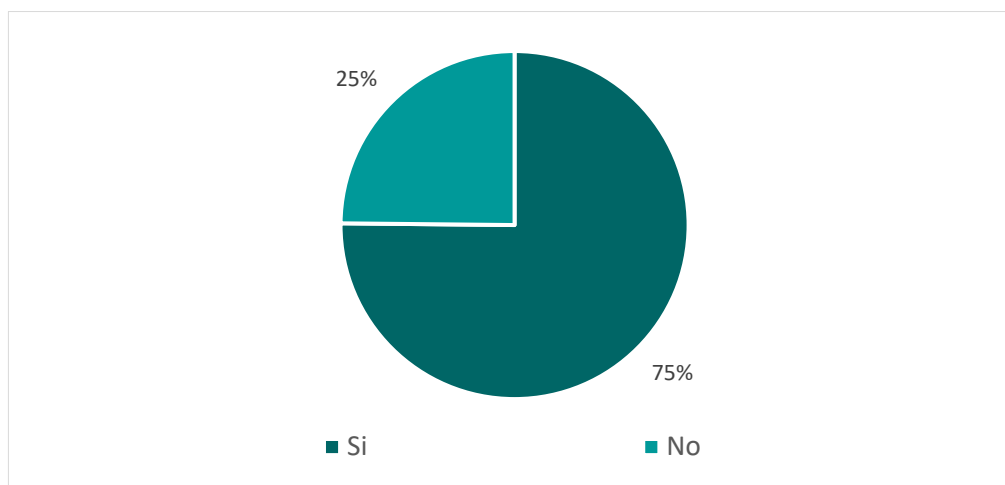


Fuente: Elaboración propia

Financiamiento de las empresas durante la crisis sanitaria

Debido a las disminuciones de ingresos por ventas, siete de cada diez empresas (75%) aseguraron estar en búsqueda de créditos o préstamos para ayudar a sus empresas a recuperarse del choque provocado por el COVID-19, siendo la necesidad de crédito promedio de las empresas en la región centro occidental de 543 mil lempiras.

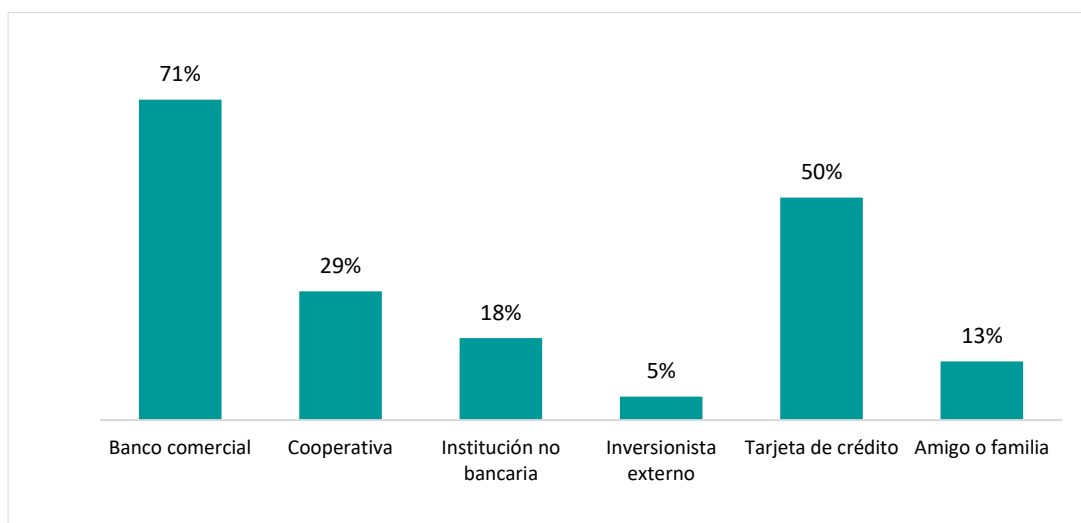
Ilustración 4 Necesidad de crédito de las empresas para recuperarse del COVID-19
marzo n= 190; año = 2020



Fuente: Elaboración propia

Junto con ello, en la Ilustración 5 se muestra el tipo de financiamiento con el que cuentan las empresas de la región centro occidente. De forma precisa, el 71% de las empresas obtiene su financiamiento a través de bancos comerciales, el 50% de las empresas utiliza la tarjeta de crédito como fuente de financiamiento, un 29% lo obtiene a través de las cooperativas, un 18% a través de las instituciones no bancarias mencionando cajas rurales, administradores de fondos de pensión, entre otros. Es importante mencionar que el 13% de las empresas indica que se financian por medio de un amigo o familiar.

Ilustración 5 Tipo de financiamiento de las empresas
marzo n= 214; año = 2020



Fuente: Elaboración propia

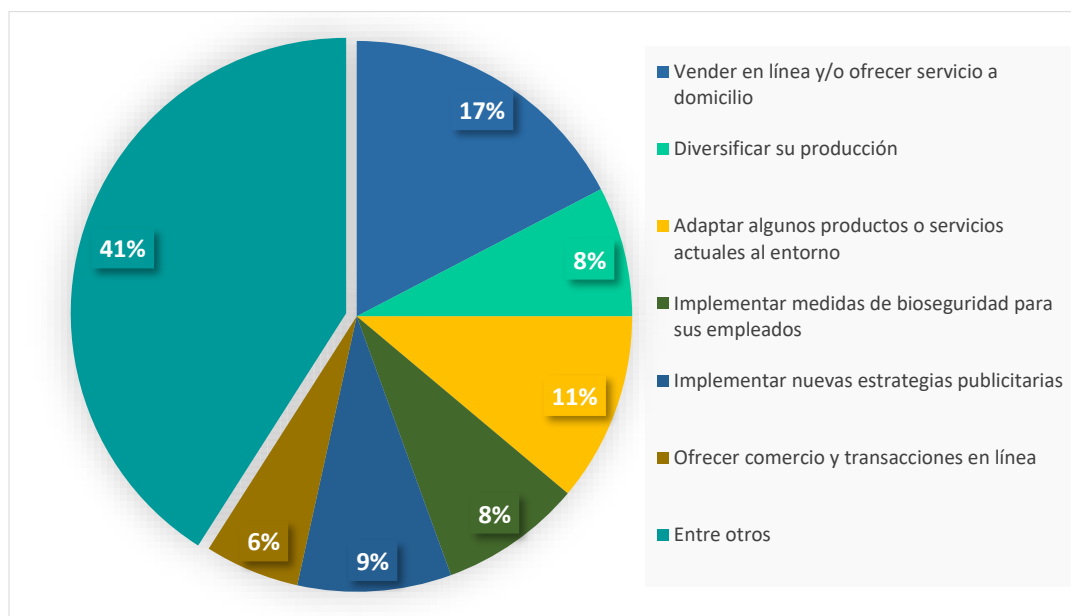
Cambios en el modelo de negocios del sector empresarial

Como se ha mencionado anteriormente, las empresas se han visto afectadas de forma negativa tanto en el ingreso como en el acceso al crédito para financiamiento, como consecuencia, las empresas han optado por nuevos modelos de negocio que les permitan obtener ingresos y evitar el cierre total de la empresa. Estas medidas se basan tanto en el uso de equipos de protección sanitaria para las empresas y su personal, además de indicar a los consumidores la necesidad del distanciamiento social y uso personal de equipo de bioseguridad, tales medidas han sido empleadas de forma estratégica para detener el nivel de contagio de la zona centro occidente del país, y a su vez, ayudar a frenar la curva de contagios a nivel nacional.

En tal sentido, el 17% de las empresas consideran colocar sus productos a través de internet y ofrecerlos haciendo uso del servicio a domicilio, facilitando a su vez la distribución de sus productos. De igual forma, un 11% consideró como estrategia la adaptación de los productos de acuerdo con el entorno, mientras que un 8% de las empresas opta por una diversificación de su producción y el 9% pensó en implementar nuevas estrategias publicitarias (Ilustración 6).

El 8% de las empresas de la región centro occidente consideró que implementar las medidas correctas de bioseguridad para sus empleados ayudará a mejorar las ventas e ingresos en diferentes negocios y empresas.

Ilustración 6 Estrategias para cambiar el modelo de negocio en las empresas hondureñas
marzo n= 185; año = 2020

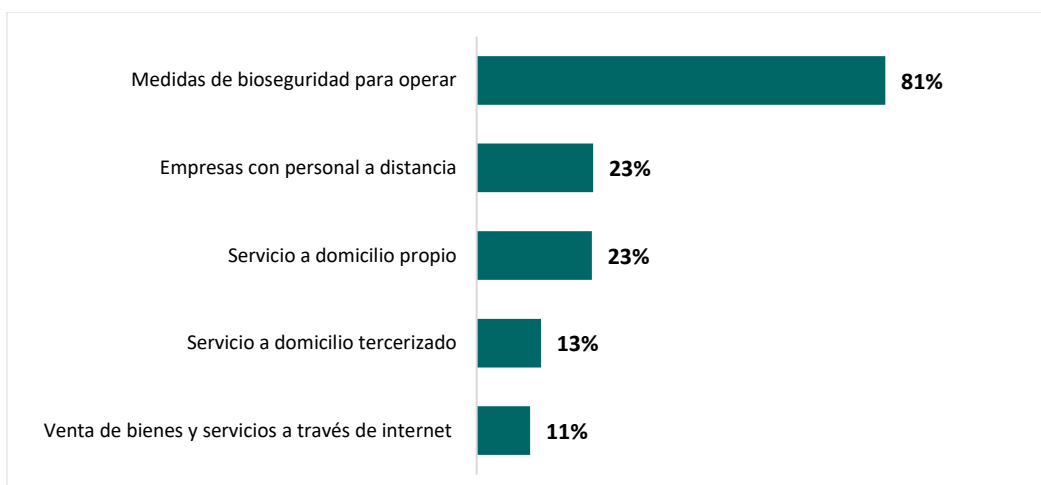


Fuente: Elaboración propia

Finalmente, un 41% de las empresas mencionó que fortalecer las habilidades tecnológicas dentro de la empresa, cambios en el orden y programación, ofrecer descuentos u ofertas en los productos, cambiar a teletrabajo a sus empleados y habilitar nuevos centros de distribución y puntos de venta modificará el modelo actual de producción y comercialización de bienes y servicios, favoreciendo a las empresas significativamente.

En tal sentido la Ilustración 7 muestra las principales medidas aplicadas durante el periodo de crisis, destacando que ocho de cada diez empresas (81%) ha dispuesto el uso del equipo de bioseguridad para proteger a sus empleados y clientes del contagio del COVID-19. De igual manera, el 23% de las empresas cuenta con personal trabajando a distancia mediante la técnica de teletrabajo y al menos dos de cada diez empresas (23%) implementan el uso de servicio a domicilio.

Ilustración 7 Medidas adoptadas ante la crisis provocada por el COVID-19
marzo n= 190; año = 2020

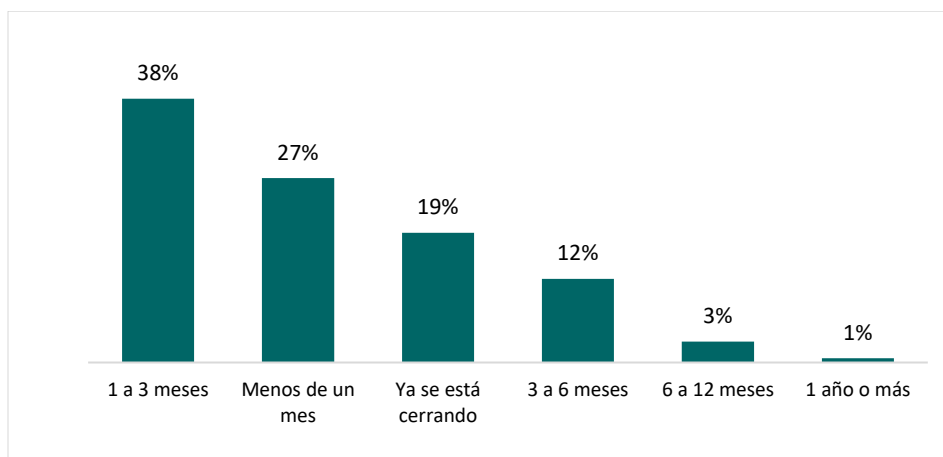


Fuente: Elaboración propia

Cabe reconocer el esfuerzo y dedicación que han mostrado las micro, pequeñas y medianas empresas durante la situación actual, debido a que distintos sectores productivos han adoptado nuevas técnicas y mecanismos para salvaguardar la salud de sus empleados, y a su vez, la de sus clientes. Por lo tanto, es de relevancia conocer la confianza del empresario ante los posibles escenarios a futuro sobre el comportamiento del mercado durante el periodo del desarrollo de la pandemia y los efectos que tendrá sobre el comercio, el empleo y el ingreso en general.

Tomando en consideración todo lo señalado anteriormente, al menos tres de cada diez empresas (38%) esperan continuar operando de 1 a 3 meses, mientras que el 27% considera que solo podrá operar menos de un mes, por el contrario, el 19% de las empresas está cerrando sus operaciones.

Ilustración 8 Efectos del corto y mediano plazo provocados por el COVID-19
marzo n= 190; año = 2020



Fuente: Elaboración propia

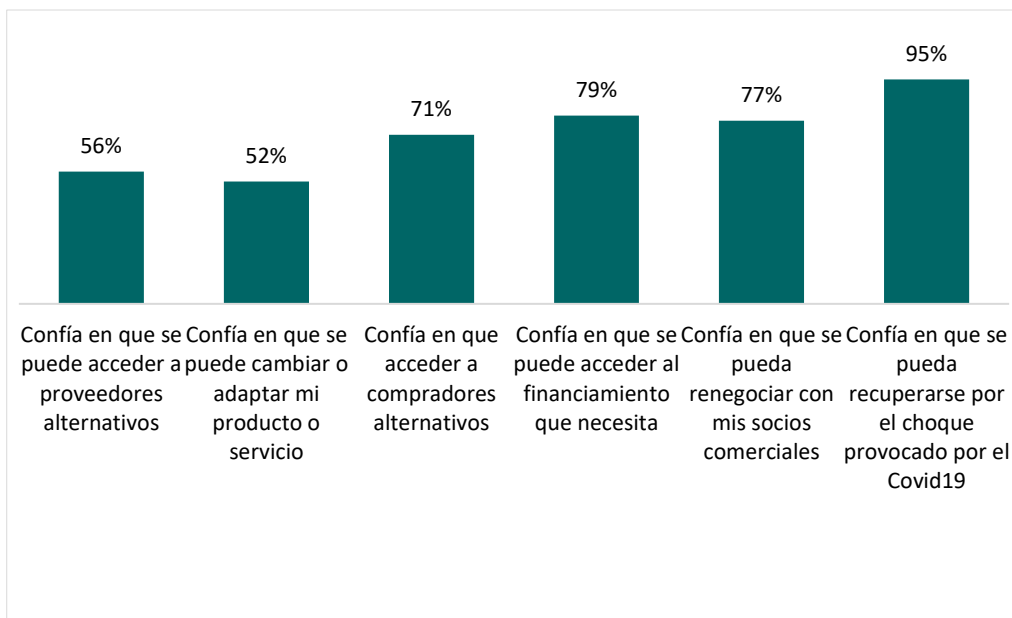
Debido al cierre temporal de las empresas, se muestra una poca proporción que podrían continuar sus operaciones por más de 3 meses representando un 16% del total, el 12% de las empresas señalaron una continuación de sus operaciones entre 3 a 6 meses, mientras que un 3% señaló mantener sus operaciones entre 6 a 12 meses, y solamente el 1% identificó seguir manteniendo sus operaciones durante un año o más, esto puede estar atribuido al cambio en sus estrategias de modelo de negocio.

Choques o perturbaciones externas de las empresas durante la crisis sanitaria y capacidades de resiliencia del sector empresarial

De esta manera, resulta de importancia conocer si existen desde la perspectiva empresarial otros factores o choques externos que afectan a su entorno económico y productivo. En este sentido, al menos nueve de cada diez empresas (95%) considera que se recuperará del choque provocado por la crisis actual, sin embargo, la mitad de las empresas (52%) muestra confianza en poder realizar un cambio en el producto, sin embargo, un 71% tiene la confianza de acceder a compradores alternativos ya sea producto de un mejoramiento de nuevas estrategias publicitarias o el cambio a la forma de comercio digital para hacer frente ante el choque provocado por el COVID-19.

Ilustración 9 Confianza para recuperarse de los efectos del COVID-19

marzo n= 190; año = 2020

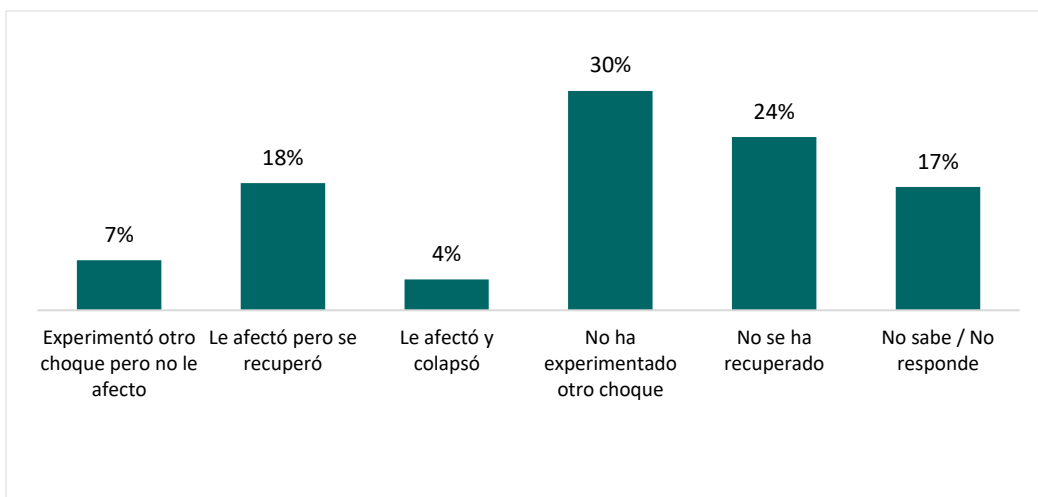


Fuente: Elaboración propia

Otro aspecto considerado para reforzar la confianza en recuperarse de la crisis provocada por el COVID-19 es la exposición y recuperación de las empresas de la región ante choques externos diferentes al COVID-19 y los efectos que produjo.

Ilustración 10 Exposición a otros choques externos antes del COVID-19

marzo n= 190; año = 2020



Fuente: Elaboración propia

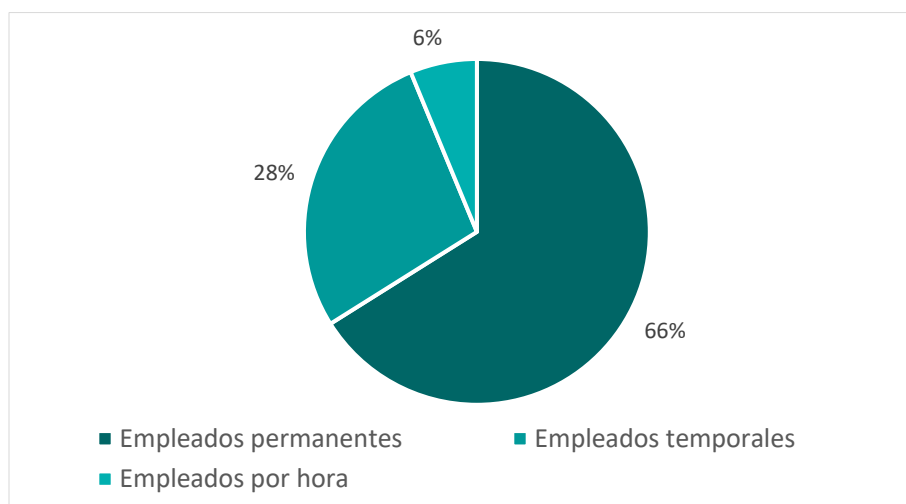
Con relación a lo antes mencionado, la Ilustración 10 muestra que el 7% de las empresas de la región centro occidental experimentaron algún choque antes de la crisis provocada por el COVID-19 manifestando que no le afectó, evidenciando el alto grado de exposición a choques externos de las empresas en la región. Cabe destacar que dos de cada diez empresas (18%) aseguran haberse recuperado de los otros choques externos y que apenas un 4% de las empresas aseguran que les afectó y colapsaron; sin embargo, al menos dos de cada diez empresas (24%) también aseguraron no haberse recuperado aún de los otros choques externos.

Comportamiento variables empleo

La actual crisis ha tenido efectos negativos tanto en el ingreso de las empresas como también en el de sus empleados y operadores, por lo cual es importante conocer el impacto que ha generado el COVID-19 en el mercado laboral. La Ilustración 11, muestra la conformación de la fuerza laboral en las empresas de la región centro occidente según su tipo de contrato, así se puede apreciar que el 66% tenía un contrato permanente antes de la llegada del COVID-19, mientras que las personas con contratos temporales representaban un 28% y los empleados por hora un 6%.

Ilustración 11 Composición de la fuerza laboral según tipo de contrato antes de la crisis del COVID19

marzo n= 190; año = 2020

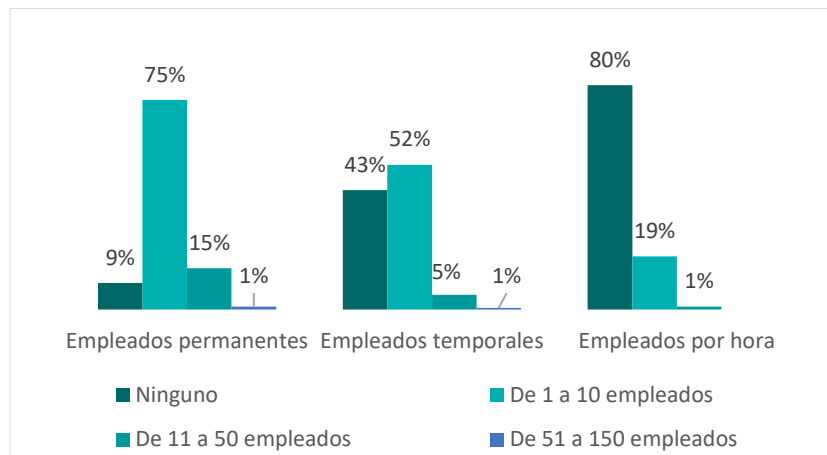


Fuente: Elaboración propia

Asimismo, se puede observar de manera específica la distribución del número de empleados según el tipo de contrato que las personas poseen con la empresa, se puede apreciar que un 75% de las empresas cuentan con 1 a 10 empleados de forma permanente, mientras el 1% de las empresas cuentan con un número de 51 a 150 empleados

permanentes, el 52% de las empresas cuentan con 1 a 10 empleados de forma temporal, y cabe resaltar que el 80% de las empresas no cuentan con empleados por hora.

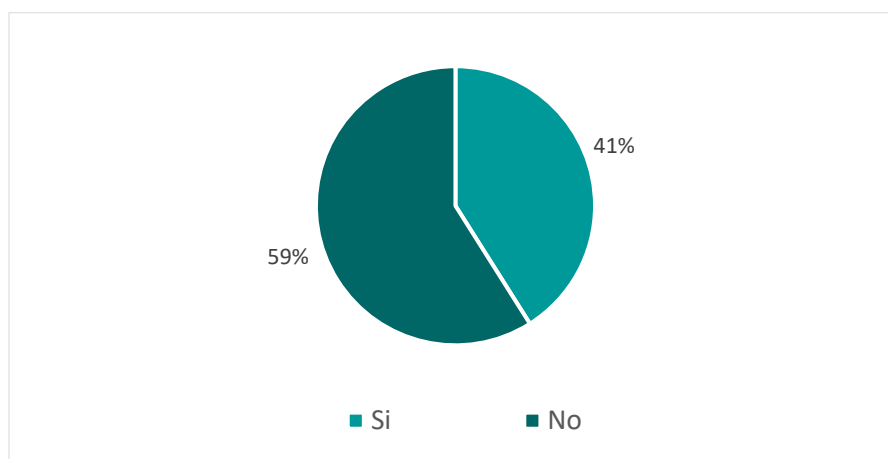
Ilustración 12 Porcentaje de empresas según el tipo de contrato de empleo
marzo n= 190; año = 2020



Fuente: Elaboración propia

Además, una de las acciones presentadas en el área laboral por parte de las empresas que no pueden hacer frente al pago de su planilla, es llegar a un acuerdo con sus colaboradores, aplicando una reducción en el horario laboral registrando un impacto negativo en cada uno de los hogares, en consecuencia, al menos seis de cada diez de las empresas de la región centro occidente (59%) se ha visto en la necesidad de una adaptación de horarios y reducción de la jornada laboral.

Ilustración 13 Empresas que han acordado reducir los horarios de trabajo de sus empleados.
marzo n= 190; año = 2020



Fuente: Elaboración propia

V. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN: SEGUNDO LEVANTAMIENTO

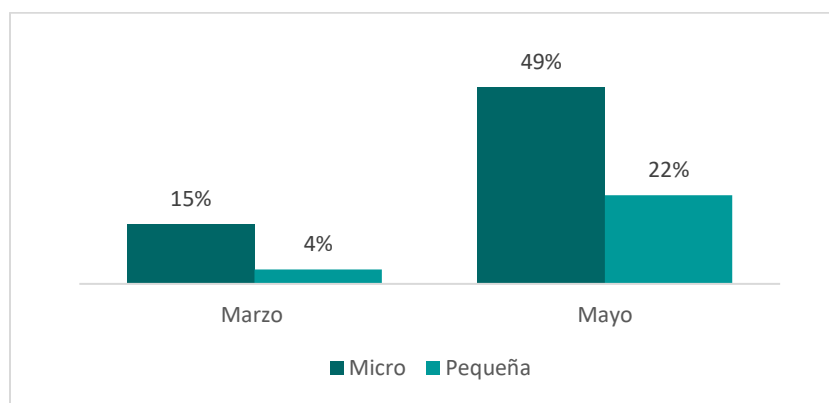
a. Caracterización y Comparación

Comparación: Comportamiento de las ventas, operatividad y medidas de bioseguridad durante el mes de marzo y mayo

La crisis ha afectado el comportamiento productivo de las empresas de forma progresiva, como uno de sus diferentes resultados, se observa que durante el mes de marzo una de cada diez microempresas se vio en la obligación de suspender o despedir a su personal. No obstante, en tan solo un mes de diferencia, los resultados indican que cinco de cada diez microempresas han despedido o suspendido los contratos laborales de sus trabajadores durante el mes de mayo.

Respecto a las pequeñas empresas, estas indican que durante el mes de marzo a penas el 3.6% identificó suspensiones o despidos laborales, no obstante, durante el mes de mayo al menos dos de cada diez empresa efectuaron la suspensión temporal o despido de sus trabajadores.

Ilustración 14 Porcentaje del personal suspendido o despedido
marzo n=2,447; mayo n=1,340; año = 2020

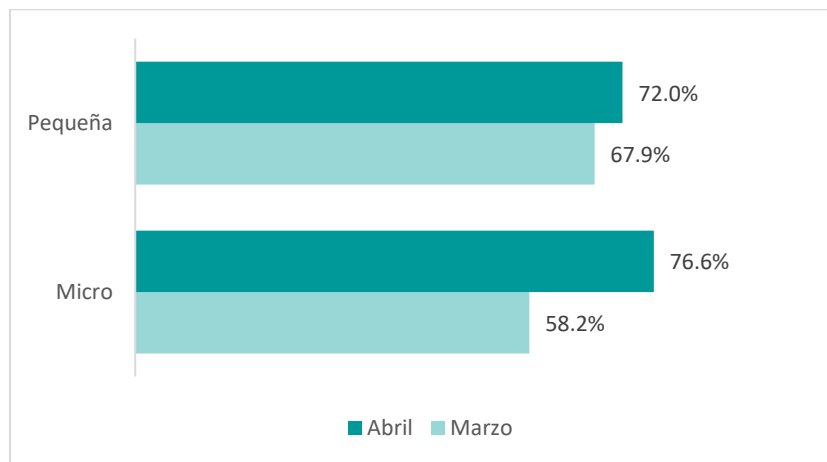


Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, el comportamiento en las ventas de las empresas de la región centro occidental han mantenido resultados negativos en ambos meses. De manera específica, durante el mes de marzo, el 67.9% de las pequeñas empresas no obtuvo ventas, posteriormente, se observa que al menos siete de cada diez pequeñas empresas (72%) no registraron ventas en el mes de abril (Ilustración 15).

En el mismo sentido, se logra observar que el 58.2% de las microempresas no registró ventas durante el mes de marzo, y durante el mes de abril siete de cada diez microempresas indicaron no haber generado ingresos por ventas como resultado de la crisis actual.

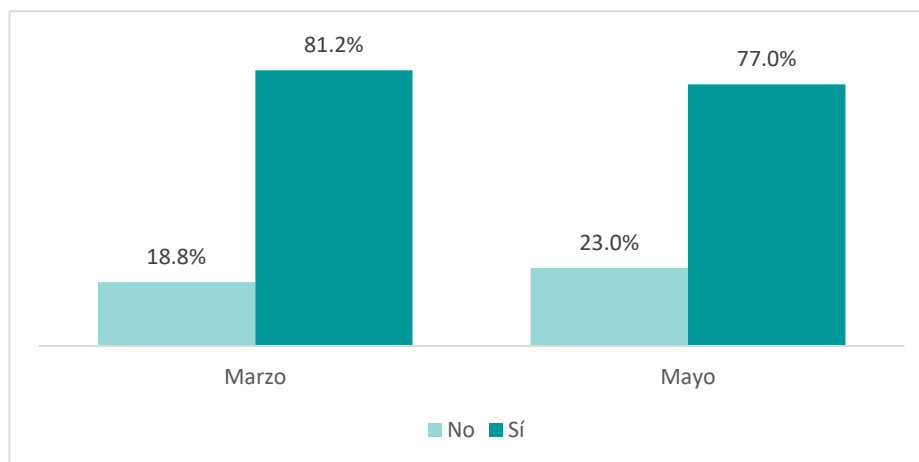
Ilustración 15 Comportamiento en la inactividad de las ventas
marzo n=111; abril n=126; año = 2020



Fuente: Elaboración propia

En relación con lo anterior, es preciso mencionar que las empresas no existen diferencias significativas respecto al uso de medidas de bioseguridad dentro de las empresas, considerando que en promedio el 79.1% de las empresas confirman haber utilizado equipos de seguridad y productos de limpieza con el fin de reactivar las operaciones y alejarse de la posibilidad de un cierre temporal o definitivo (Ilustración 16).

Ilustración 16 Implementación de medidas de bioseguridad para operar debido a las restricciones por el COVID-19
marzo n=165; mayo n=122; año = 2020



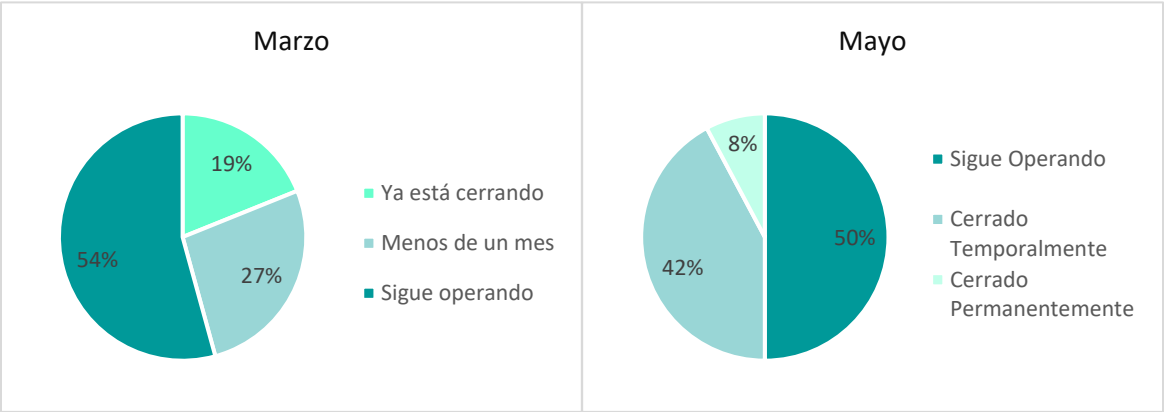
Fuente: Elaboración propia

En síntesis, se logra observar que cinco de cada diez empresas (54%) mantenía sus operaciones en el mes de marzo, el 27% consideró que la situación actual los obligaría a cerrar en menos de un mes y al menos el 19% indicó haber cerrado sus operaciones.

Por otro lado, los resultados de mayo muestran que cuatro de cada diez empresas (42%) han decidido cerrar de forma temporal, el 8% expresó que sus empresas habían cerrado y en concordancia, el 50% de las empresas siguió operando.

Ilustración 17 Situación de operatividad de las empresas

marzo n=164; mayo n=154; año = 2020

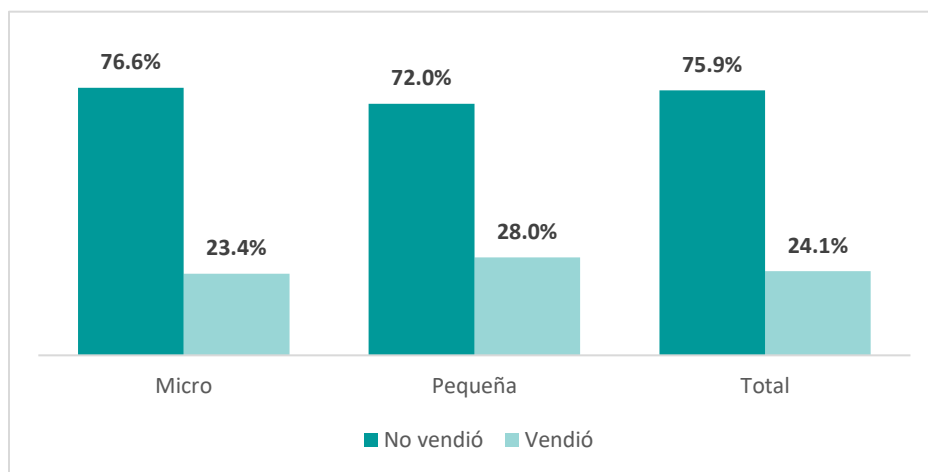


Fuente: Elaboración propia

Comportamiento en las ventas y financiamiento de las empresas durante la crisis sanitaria
 El siguiente apartado aborda el comportamiento en el estado de ventas de las empresas ubicadas en la región centro occidental del país, como se mencionó anteriormente, las empresas han observado disminución de sus ingresos en el mes de marzo, no obstante, los resultados indican que siete de cada diez microempresas (76.6%) no obtuvieron ventas en el mes de mayo, similar a los resultados de la pequeña empresa, donde el 72% identificó no haber vendido sus productos, en contraste, apenas el 24.1% de las empresas identificó ventas durante el mes de mayo.

Ilustración 18 Comportamiento del estado de las ventas

n = 166; año = 2020

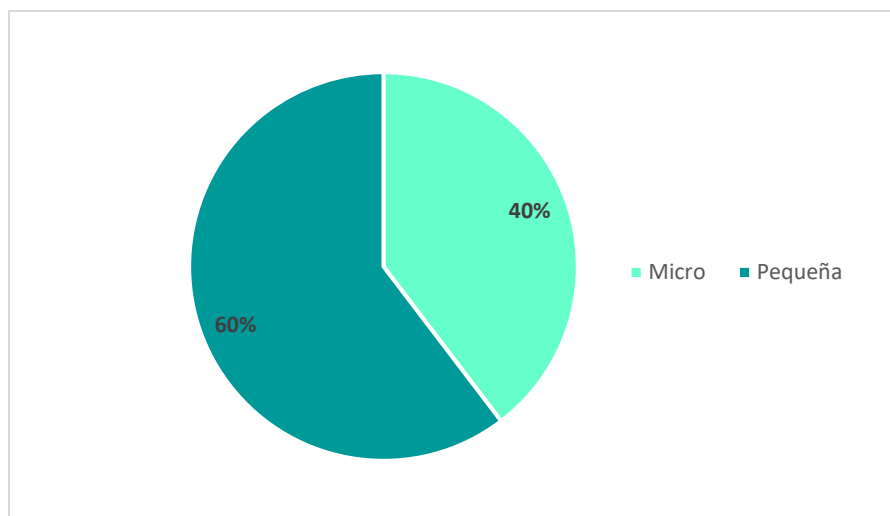


Fuente: Elaboración propia

Por consiguiente, seis de cada diez pequeñas empresas (60%) indicaron haber aplicado a medidas de alivio financiero con el gobierno debido a los efectos negativos que les ha dejado la crisis actual, y en contraste, cuatro de cada diez microempresas indicaron la misma necesidad de alivio financiero.

Ilustración 19 Empresas medidas de alivio financiero gubernamental

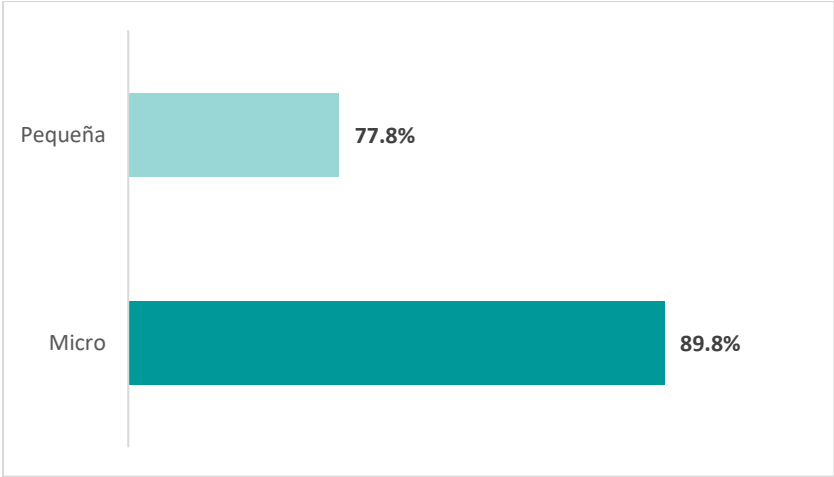
n = 129; año = 2020



Fuente: Elaboración propia

No obstante, las empresas han identificado la necesidad de buscar financiamiento en otros sectores, tanto institucionales, préstamos bancarios e inclusive préstamos a familiares y amigos. En tal sentido, siete de cada diez pequeñas empresas (77.8%) indicaron la necesidad de encontrar nuevas fuentes de financiamiento, y en el mismo sentido nueve de cada diez microempresas (89.8%) indicaron la misma necesidad.

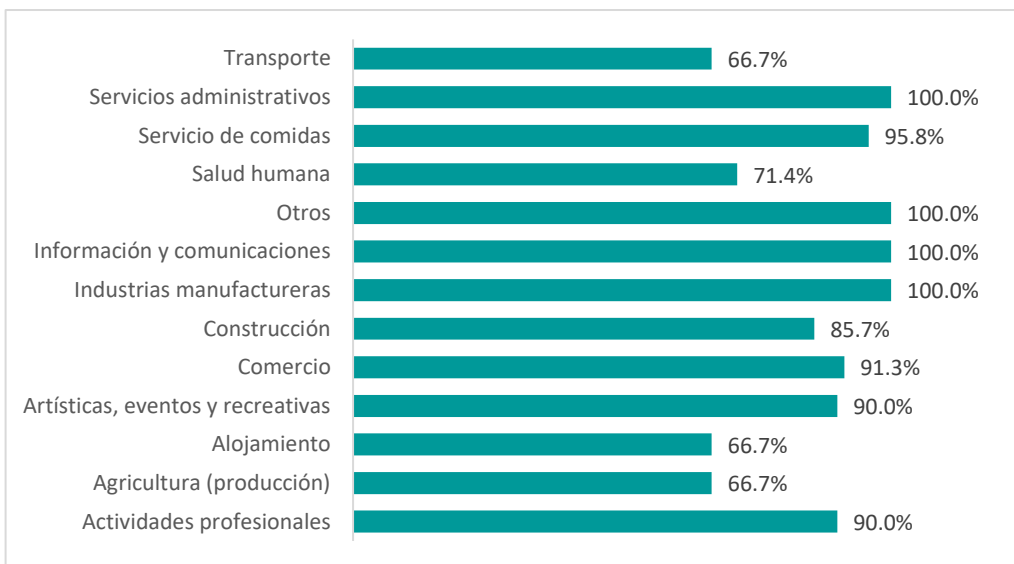
Ilustración 20 Empresas con necesidad de financiamiento
n = 129; año = 2020



Fuente: Elaboración propia

Es preciso mencionar que todas las empresas que se dedican a los servicios administrativos, comunicaciones e industrias manufactureras de la región centro occidental han buscado fuentes de financiamiento debido a la pérdida económica generada por la crisis actual (Ilustración 21). También se observa que nueve de cada diez empresas (91%) dedicadas al comercio (compra y venta de productos) necesitan financiamiento para sobrellevar la crisis, este patrón por falta de financiamiento se observa también en las empresas dedicadas al servicio de comidas (95.8%), alojamiento (66.7%) y transporte (66.7%).

Ilustración 21 Empresas con necesidad de financiamiento según actividad económica
n = 116; año = 2020

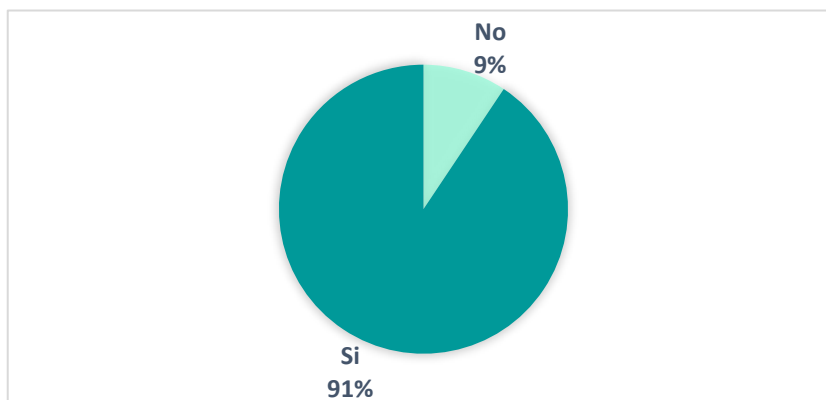


Fuente: Elaboración propia

Perspectivas ante choques o perturbaciones externas y adaptaciones al modelo de negocios durante la crisis sanitaria

La crisis sanitaria ha afectado los modelos de producción y comercialización de las empresas, la Ilustración 22 indica que nueve de cada diez empresas (91%) experimentó algún choque económico durante el mes de mayo, sin embargo, el 9% de las empresas indicó no verse afectada durante el mismo mes.

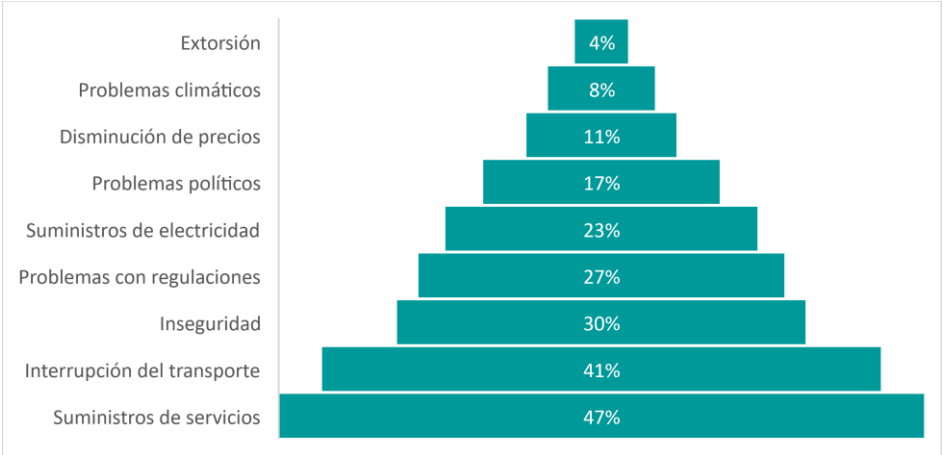
Ilustración 22 Porcentaje de empresas que experimentaron algún choque en mayo
n = 128; año = 2020



Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, la estructura o sistema de mercado conformado por las empresas de la región centro oriental ya se ha visto afectada por otros choques no vinculados con la crisis actual, de manera específica, al menos cuatro de cada diez empresas (47%) se han visto afectadas por los escasos de suministros de servicios públicos.

Ilustración 23 Clasificación de choques externos que han experimentado en mayo de 2020
 n = 128; año = 2020

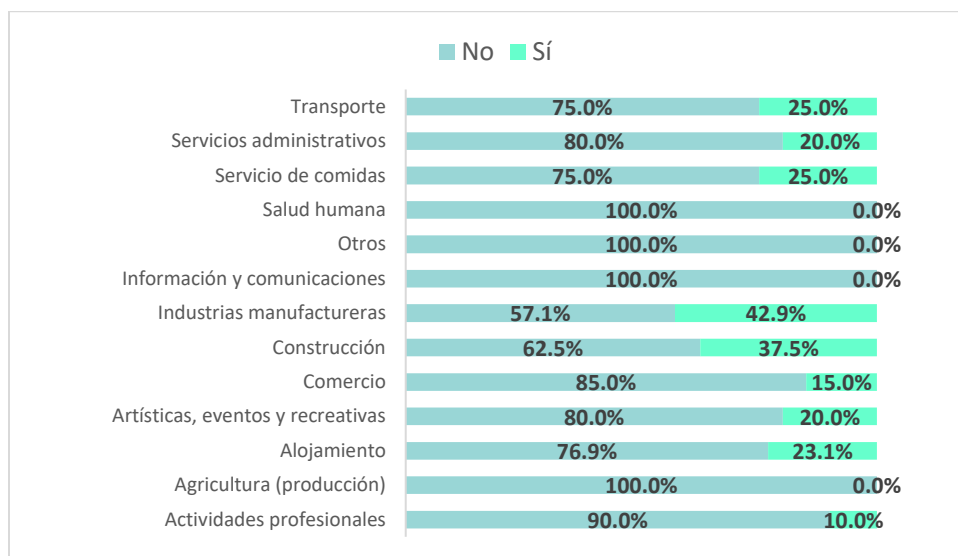


Fuente: Elaboración propia

Al menos cuatro de cada diez empresas (41%) han identificado ser afectadas por la interrupción del transporte, el 30% considera haber sido afectada por la inseguridad de la región y al menos el 23% indicó choques vinculados con la disminución de los precios del mercado, problemas climáticos y extorsión (Ilustración 23).

Debido a que la mayoría de las empresas se han visto afectadas por choques internos y externos, la Ilustración 24 muestra que cuatro de cada diez empresas (42.9%) han iniciado los procesos de capacitación a sus empleados en el mes de mayo con el fin de mejorar la eficiencia y modificar su modelo de producción actual. En el mismo sentido, tres de cada diez empresas (37.5%) también iniciaron los procesos de capacitación hacia el personal.

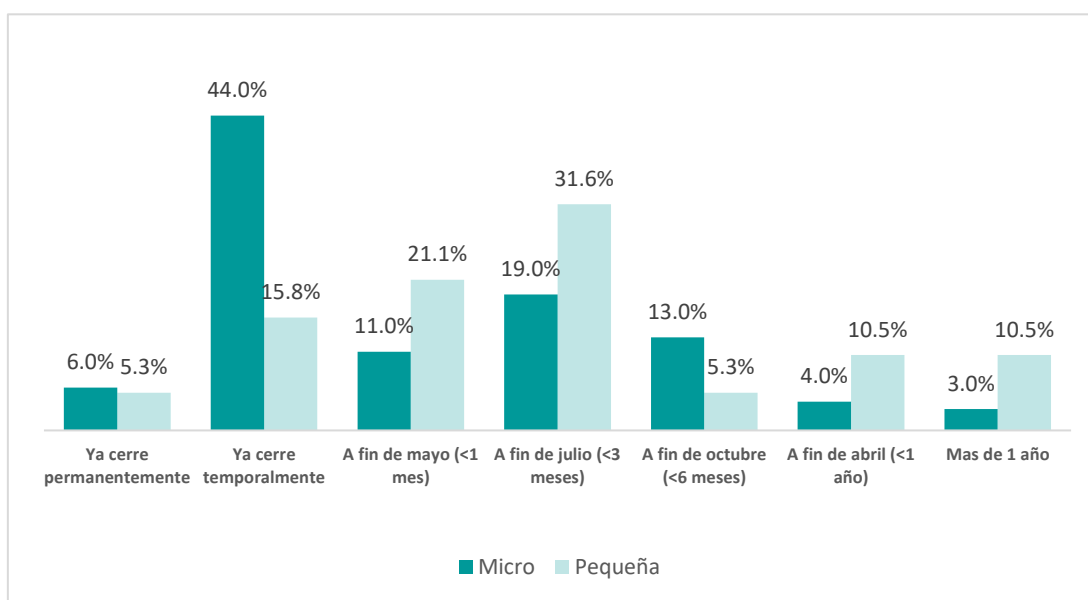
Ilustración 24 Porcentaje de empresas capacitando en mayo
n = 116; año = 2020



Fuente: Elaboración propia

No obstante, las empresas indican que en la mayoría de los sectores económicos existe una limitada capacidad de formación al personal durante el mes de mayo. Y en sectores como el de comunicaciones, salud humana y agricultura no han realizado capacitaciones.

Ilustración 25 Perspectiva sobre el comportamiento de las empresas antes de cerrar sus operaciones
n = 119; año = 2020



Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, la perspectiva a futuro no es alentadora, cuatro de cada diez microempresas (44%) indicaron haber cerrado temporalmente en el mes de mayo debido a los percances de la crisis sanitaria y las regulaciones que afectan la elaboración y venta de los productos, y en concordancia el 15.8% de las pequeñas empresas también aseguran haber cerrado temporalmente.

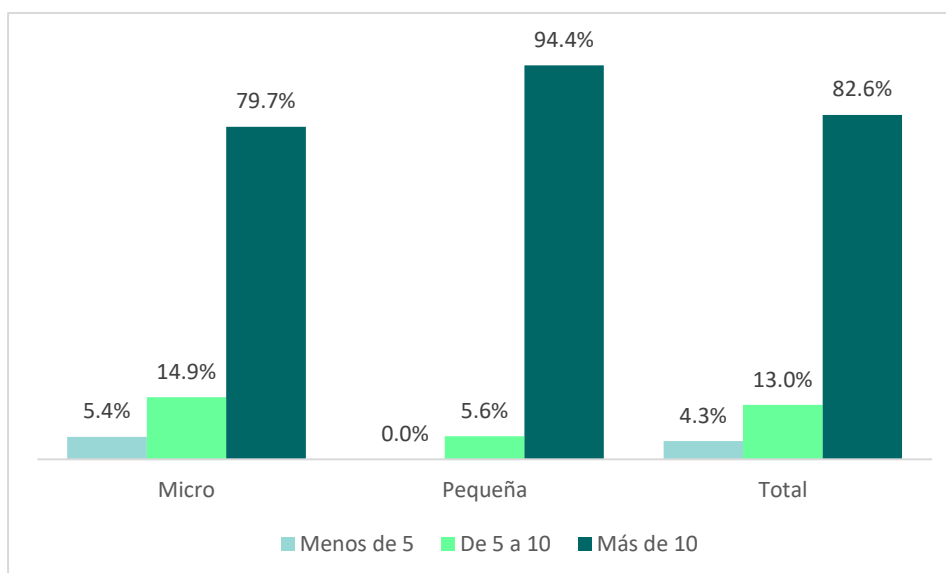
Finalmente, tanto el 19% de las microempresas como el 31.6% de las pequeñas empresas consideran que podrán sobrevivir a la crisis durante tres meses más. Al menos una de cada diez microempresas (13%) considera que pueden operar durante seis meses más, sin embargo, durante el mes de mayo un promedio de 5.6% de las empresas indicaron haber cerrado permanentemente.

VI. PRINCIPALES HALLAZGOS

Medidas de Bioseguridad implementadas por las empresas

En el siguiente apartado se abordan los cruces realizados entre distintas variables, con el fin de analizar el comportamiento de las empresas y su accionar durante el mes de mayo 2020 ante la crisis sanitaria provocada por el COVID-19. Inicialmente, se distingue la cantidad de medidas de bioseguridad implementadas por las empresas de la región centro occidental, donde, ocho de cada diez empresas (82.6%), en la región centro occidental de país aplican más de diez medidas de bioseguridad y una de cada diez empresas están aplicando de cinco a diez medidas (13%).

Ilustración 26 Medidas Implementadas por tamaño de empresa



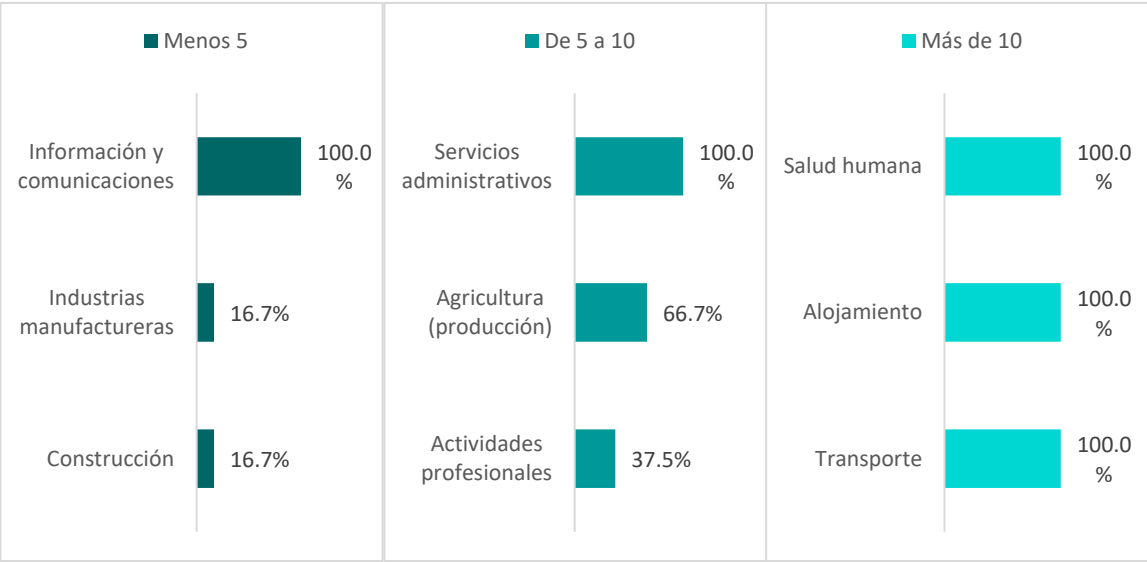
Fuente: Elaboración propia

En relación con el número de medidas aplicadas por tamaño de las empresas, las microempresas en la región, en su mayoría han implementado más de diez medidas (79.7%), seguidamente un 14.9% ha implementado de cinco a diez medidas y una baja proporción de empresas han implementado menos de cinco medidas (5.4%). Así mismo, las pequeñas empresas que exponen implementar más de diez medidas de bioseguridad son un 94.4%, y no más de un 5.6% afirman aplicar entre cinco o diez medidas (Ilustración 26).

Hay que mencionar, además, el número de medidas adoptadas por las empresas según la actividad económica a la que se dedican. Tal es el caso, de las empresas que pertenecen al sector de información y comunicaciones, las cuales aplican menos de 5 medidas de bioseguridad, de forma similar un 16.7% de las empresas del sector de la industria manufacturera y un 16.7% del sector construcción manifiestan aplicar un mismo rango de

medidas. Algo semejante ocurre con los sectores de servicios administrativos, agricultura y actividades profesionales, los cuales aplican de 5 a 10 medidas. Cabe destacar que las empresas que se desempeñan en el área de salud humana, alojamiento y transporte en su totalidad aplican más de 10 de bioseguridad para la prevención de la transmisión del COVID-19.

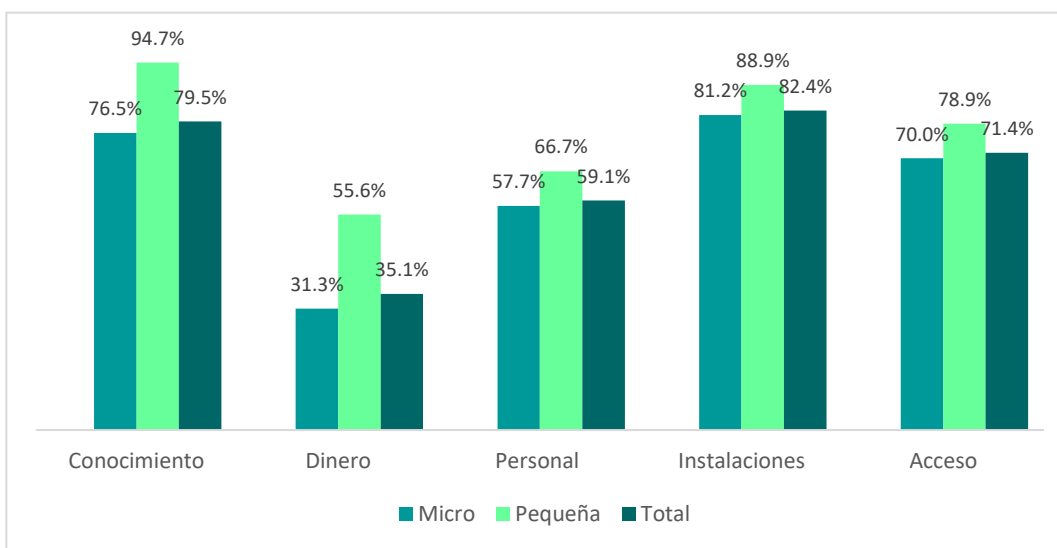
Ilustración 27 Medidas Implementadas por actividad económica



Fuente: Elaboración propia

Actualmente, las empresas han experimentado una serie de cambios que han provocado impactos en la cotidianidad de sus operaciones, esto como consecuencia de la serie de consideraciones que se deben de seguir con el fin de evitar el contagio del COVID-19. Por consiguiente, ciertas empresas han recurrido a implementar manuales de bioseguridad para retornar a sus actividades, sin embargo, algunas empresas se encuentran con limitaciones para realizar una implementación eficaz de las medidas de bioseguridad, impidiendo un ambiente seguro de trabajo.

Ilustración 28 Barreras para implementar las medidas de bioseguridad por tamaño de empresas

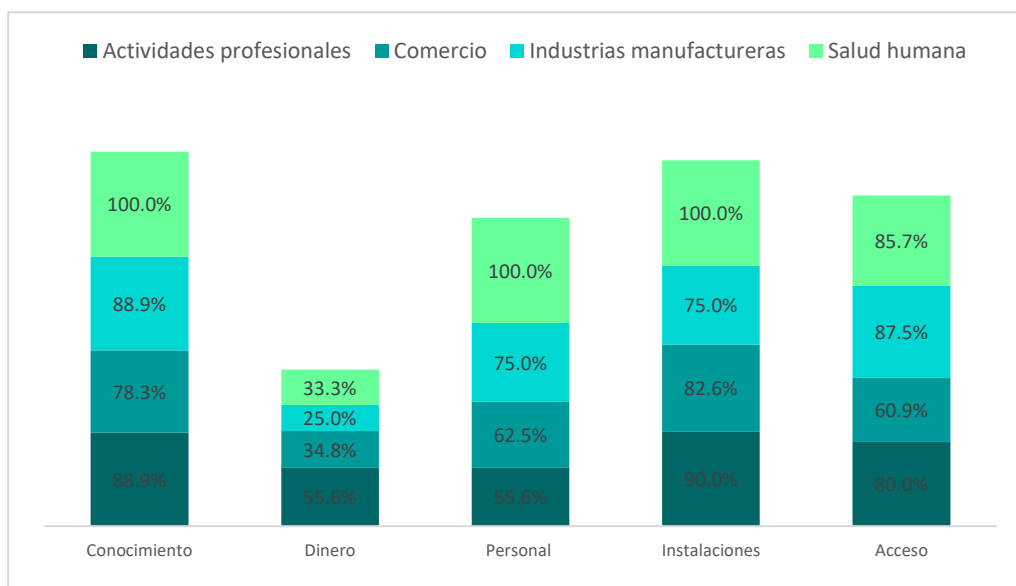


Fuente: Elaboración propia

Dado lo anterior, las empresas identificaron que una de las barreras que les impide aplicar medidas de bioseguridad dentro de sus negocios es la variable conocimiento, donde un 76.5% de las micro y un 94.5% de las pequeñas empresas coincidieron en esta misma variable. En ese mismo sentido, un 35.1% del total de empresas en la región expusieron que una de sus limitaciones para la ejecución de un manual de bioseguridad es la falta de dinero para poder adquirir todos los insumos necesarios y poder cumplir así con todas las medidas.

El 59.1% de las empresas manifiesta como barrera el personal de cada empresa al momento de una correcta implementación de las medidas de bioseguridad, de las cuales un 57.7% son microempresas y un 66.7% pequeñas empresas. De manera semejante, el 82.4% de las empresas se está enfrentando con problemas en las instalaciones de sus empresas para poder cumplir con todas las normas y protocolos establecidos, dado que se debe adecuar un lugar para el lavado y desinfección de manos, de igual forma se debe de establecer un punto de inspección para la toma de temperatura y mantener de manera permanente el acceso de todas las puertas de entrada para visitantes y clientes para evitar aglomeraciones.

Ilustración 29 Barreras para implementar las medidas de bioseguridad por actividad económica



Fuente: Elaboración propia

Finalmente, el acceso a los manuales o protocolos de bioseguridad también es una de las limitantes para la implementación de estos en las empresas, donde un 70% de las microempresas y un 78.9% de las pequeñas empresas actualmente presentan dicha barrera.

De la misma forma se identifican las barreras para la implementación de medidas de bioseguridad con base a las actividades económicas. Por consiguiente, en promedio un 89% de las empresas manifiesta que una de las barreras es la falta de conocimiento. Sin embargo, un 55.6% de las empresas dedicadas a las actividades profesionales exponen que la principal barrera a la que se enfrentan es el dinero.

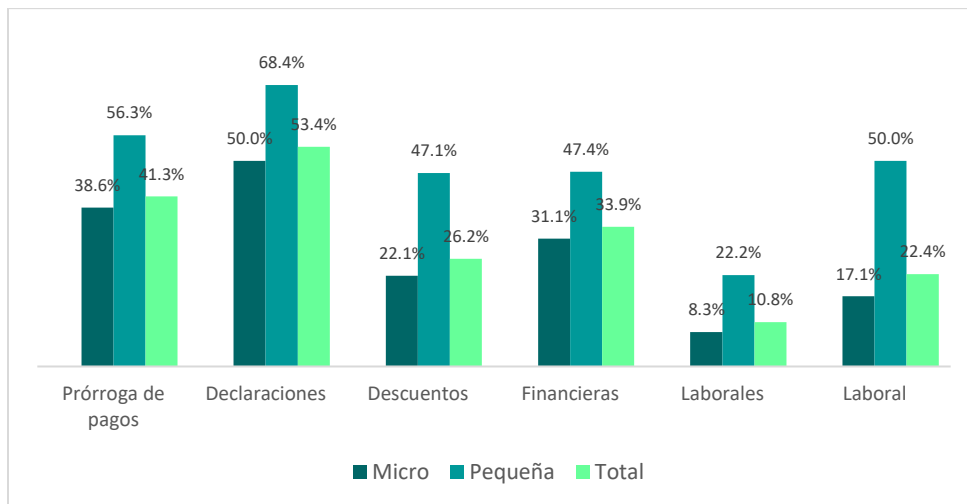
Al mismo tiempo, el sector de salud, indica que un 100% de las empresas dedicadas a este rubro se están enfrentando a barreras como el personal de salud, dificultades con la correcta adecuación de instalaciones para poder atender a quienes requieren atención médica e impedimento al acceso de los manuales y del equipo requerido para hacer frente al desarrollo de sus actividades en la actual crisis sanitaria.

Principales medidas gubernamentales utilizadas por las empresas

A continuación, se reflejan las principales medidas gubernamentales implementadas por el Gobierno que han utilizado las empresas para sobrellevar la crisis actual. Dentro de la cuales se identifica que seis de cada diez pequeñas empresas (68.4%) utilizan las declaraciones como medida de alivio, y el 50% de las microempresas expresan haber utilizado el mismo

beneficio, en promedio, el 41.3% de las empresas hicieron uso del prorrogo de pagos y al menos el 26.2% de descuentos.

Ilustración 30 Medidas gubernamentales utilizadas por tamaño de empresa
n= 103 año=2020



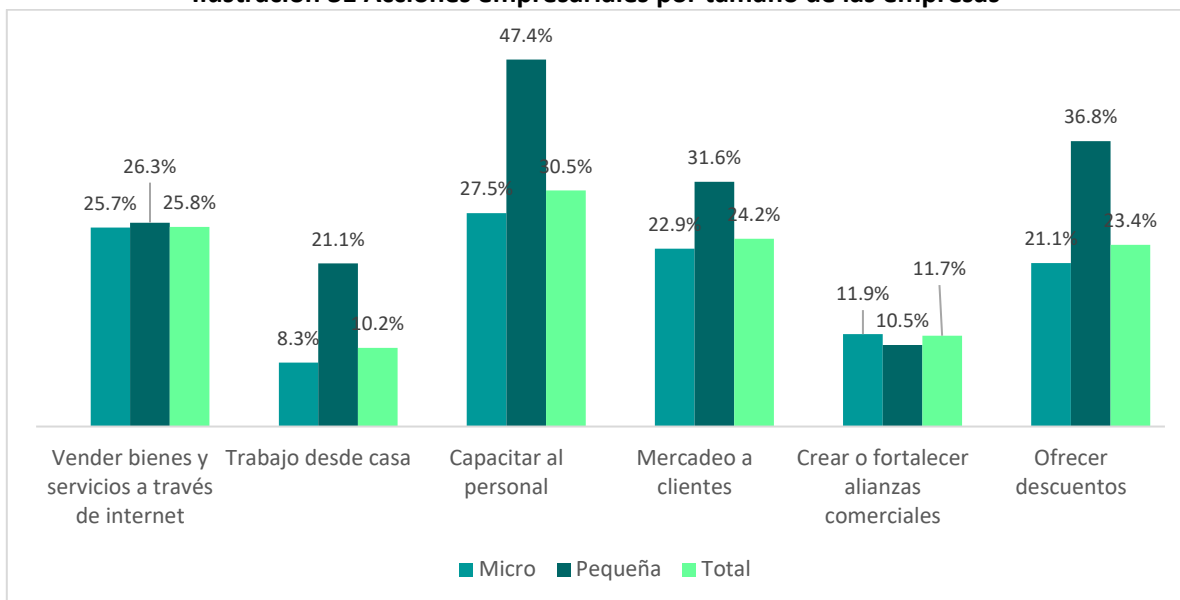
Fuente: Elaboración propia

Principales acciones empresariales

En relación con la crisis social provocada por la pandemia del COVID-19, las empresas han dejado de prestar sus servicios de manera presencial, sin embargo, se han visto obligados a introducir medidas que ayuden a mantener las operaciones activas. Por lo cual, el siguiente segmento analiza las acciones empresariales según el tamaño de las empresas.

En primera instancia, la mayor parte de las microempresas ha determinado que la mejor acción empresarial es capacitar al personal (27.5%), de igual manera han indicado implementar venta de bienes y/o servicios a través de internet (25.7%), realizar mercadeo a clientes (22.9%), ofrecer descuentos (21.1%), crear o fortalecer alianzas comerciales (11.6%) y una minoría de las microempresas realiza trabajos desde casa (8.3%).

Por otro lado, las pequeñas empresas, han decidido en mayor porcentaje adoptar la acción empresarial de capacitar el personal (47.4%), seguido de ofrecer descuentos como mejor acción empresarial (36.8%), realizando mercadeo a clientes (31.6%), y la innovación de venta de bienes y servicios a través de internet (26.3%), trabajar desde casa (21.1%), finalmente, algunas de las pequeñas empresas han adoptado la acción empresarial de crear o fortalecer alianzas comerciales (10.5%).

Ilustración 31 Acciones empresariales por tamaño de las empresas

Fuente: Elaboración propia

De manera global, las acciones empresariales más utilizadas por las empresas en la región centro occidental ha sido capacitar a su personal (30.5%), la implementación de técnicas de mercadeo a clientes (24.2%) y ofrecer descuentos de sus productos con el fin de incrementar su volumen de ventas (23.4%).

Adicionalmente, considerando las herramientas o alternativas para mantener las operaciones activas, se encuentran las acciones empresariales por actividad económica, donde se resaltan las siguientes acciones: la venta de bienes y/o servicios a través de internet, donde un 50% de las empresas del sector de actividades artísticas y de igual forma un 50% del sector de información y comunicación han expuesto que han adoptado la acción de posicionar sus productos a través de internet. Sin embargo, los sectores con actividades dedicadas a la agricultura, alojamiento, construcción y transporte manifiestan no poder hacer uso de esta herramienta.

A su vez, el teletrabajo se ha convertido en una nueva dinámica de trabajo que mediante la utilización de nuevas tecnologías de la información y comunicación permite que las actividades se realicen en un lugar alejado de las oficinas centrales o de las instalaciones de producción. En ese sentido, un 33.3% de las empresas del sector agricultura y un 66.7% de empresas dedicadas a otras actividades económicas manifiestan estar utilizando esta nueva alternativa.

Con el fin de mantener a sus empleados en calma e informados, las empresas han buscado los mecanismos para mantenerlos en constantes capacitaciones, empresas dedicadas al sector salud humana encabezan con 71.4%, seguido del sector de alojamiento y transporte con un 50% y las empresas de servicios administrativos con un 40%.

Tabla 1 Acciones empresariales por actividad económica

Actividad Económica	Venta bienes y/o servicios a través de internet	Trabajo desde casa	Capacitar al personal	Mercadeo a clientes	Crear fortalezas o alianzas comerciales	Ofrecer descuentos
Actividades profesionales	20.0%	30.0%	10.0%	30.0%	30.0%	50.0%
Agricultura (producción)	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%
Alojamiento	0.0%	7.1%	50.0%	21.4%	7.1%	0.0%
Artísticas, eventos y recreativas	50.0%	10.0%	0.0%	40.0%	20.0%	40.0%
Comercio	37.0%	3.7%	18.5%	7.4%	0.0%	11.1%
Construcción	0.0%	12.5%	37.5%	12.5%	0.0%	12.5%
Industrias manufactureras	22.2%	11.1%	33.3%	33.3%	11.1%	22.2%
Información y comunicaciones	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%
Otros	33.3%	66.7%	66.7%	33.3%	33.3%	33.3%
Salud humana	28.6%	0.0%	71.4%	14.3%	28.6%	42.9%
Servicio de comidas	34.6%	3.8%	30.8%	34.6%	11.5%	30.8%
Servicios administrativos	20.0%	20.0%	40.0%	20.0%	0.0%	20.0%
Transporte	0.0%	0.0%	50.0%	25.0%	25.0%	0.0%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la nueva orientación empresarial a la que han tornado todos los sectores económicos en la actual crisis sanitaria, las empresas se han visto en la necesidad de llevar a cabo nuevas ideas de mercadeo con sus clientes, esto con el fin de satisfacer de manera adecuada y con calidad las necesidades de los consumidores. En ese marco, un 50% de las empresas del sector de información y comunicaciones indican valerse de esta actividad, de manera semejante un 40% de las empresas dedicadas a actividades artísticas y un 33.3% de empresas de manufactura.

Asimismo, las empresas han decidido crear fortalezas o alianzas comerciales con la finalidad de alcanzar objetivos comunes y de esta forma de cooperación llegar a un crecimiento orgánico y sostenible. Dentro de las actividades económicas que resaltan en la implementación de dichas alianzas sobresalen el sector agricultura (33.3%), actividades profesionales (30%), y salud humana (28.6%).

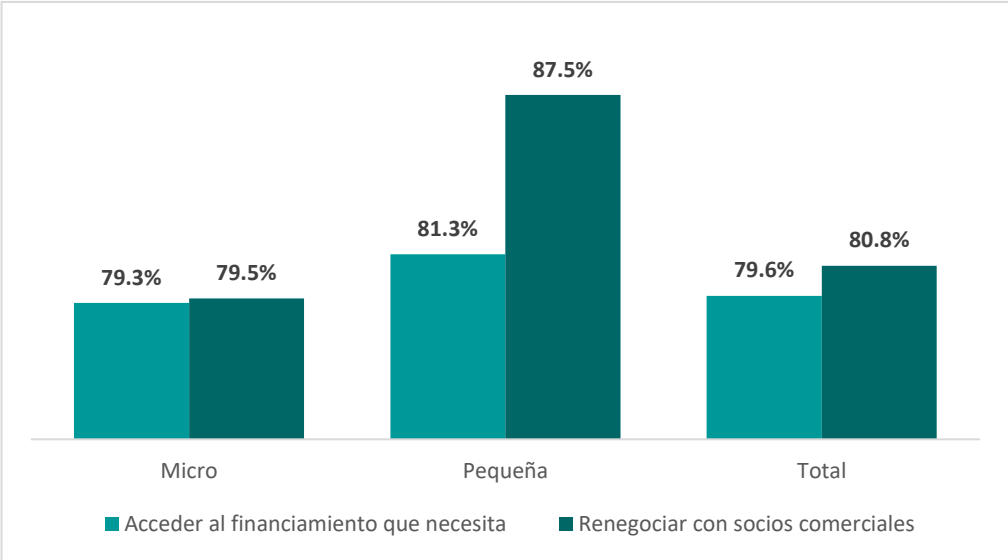
A fin de continuar con su nivel de ventas y atraer nuevos clientes, las empresas ofrecen descuentos de bienes y servicios. Tal es el caso de los sectores de actividades profesionales y de servicios de información, donde un 50% de las empresas de cada sector han decidido emplear líneas de descuentos en sus servicios, además un 40% de las empresas dedicadas a las actividades artísticas y un 30.8% de las empresas de servicios de comida se valen de esta acción durante la cuarentena.

Confianza en la gestión financiera

Cabe destacar las posibilidades de financiamiento que las empresas consideran tener para reactivar sus actividades económicas, donde un 79.6% de ellas indicó poder acceder al financiamiento que necesita y un 80.8% indicó que renegociar con socios comerciales también es una opción viable para lograr la reactivación.

En este caso, considerando el tamaño de las empresas, las microempresas de la región exponen que un 79.3% de ellas tienen la presunción de acceder al financiamiento que necesitan y un 79.5% mantienen la confianza de poder renegociar con sus socios comerciales y de esta manera continuar trabajando de manera normal y eficaz.

Ilustración 32 Confianza en Gestión Financiera por tamaño de la empresa año=2020



Fuente: Elaboración propia

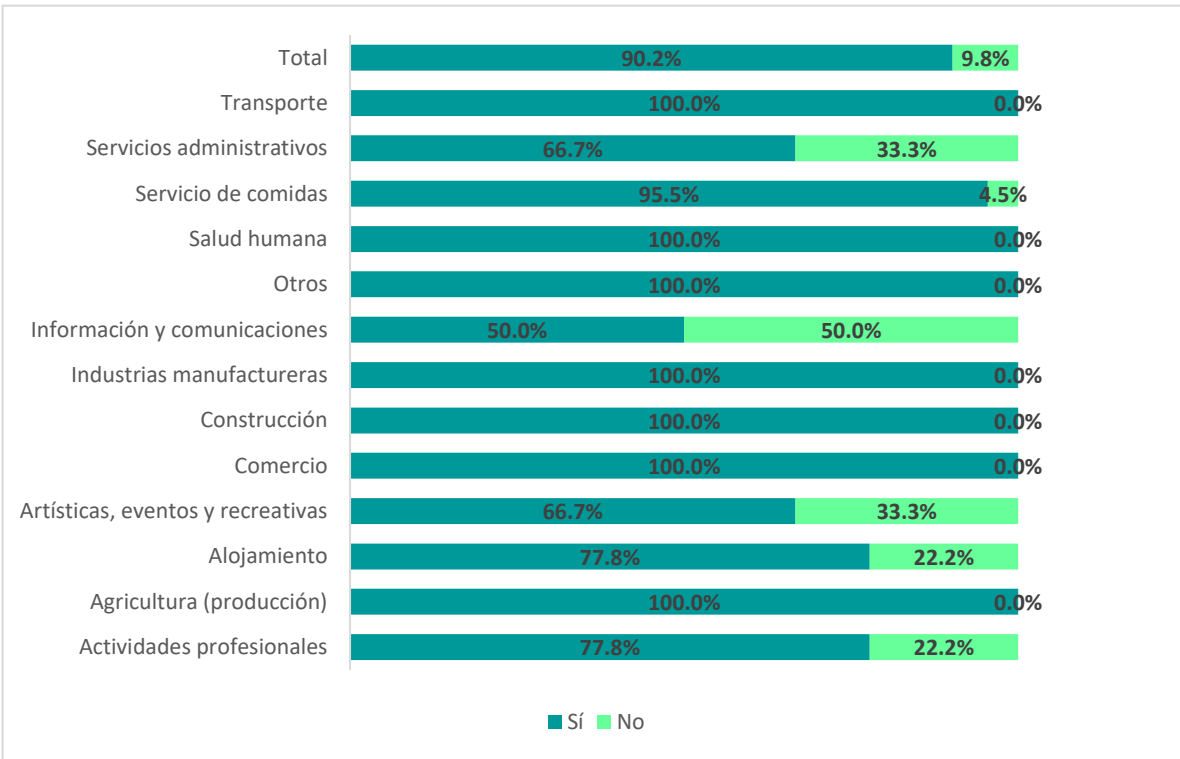
Para el caso de las pequeñas empresas, un 81.3% tiene la confianza de llegar acceder al financiamiento que necesita para poder llevar a cabo las actividades dentro de sus empresas, cumplir con obligaciones y adquirir bienes o servicios. Finalmente, un 87.5% de

las pequeñas empresas consideran poder llegar a renegociar con sus socios comerciales y realizar todo tipo de modificación que les permita el desarrollo de sus empresas.

Confianza en la recuperación de las empresas por actividad económica

Considerando la incertidumbre que enfrentan las empresas y en general, la economía del país, y tomando como referencias las medidas de confinamiento y el impacto de estas en las economías de las empresas, resulta interesante conocer el nivel de confianza en la recuperación de las empresas. Por lo que se refiere a las empresas en total, un 90.2% indicó tener optimismo para recuperarse del choque producto de la actual pandemia, por el contrario, un 9.8% de las empresas consideran que no se podrán recuperar.

Ilustración 33 Confianza en recuperarse por actividad económica
n=102 año=2020



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al nivel de confianza en recuperarse por actividad económica, las empresas dedicadas a las actividades de transporte, salud humana, industrias manufactureras, construcción y comercio indican tener convicción en un 100% de poder recuperarse luego de una reactivación en sus actividades. Cabe señalar que sectores como información y comunicaciones manifiestan que un 50% de sus empresas sostienen tener confianza y mantener optimistas en la posibilidad de recuperarse, de igual manera, un 66.7% de las empresas dedicadas a servicios administrativos y actividades artísticas.

VII. CONCLUSIONES

1. Durante marzo de 2020 seis de cada diez empresas (59%) indicaron no haber obtenido ingresos debido al escaso o limitado flujo de ventas, asimismo, un 33% del total de empresas manifestó haber sufrido disminución en las ventas. Debido a la crisis sanitaria, se implementaron medidas de distanciamiento social por lo cual el 40% de las empresas indicaron una baja entre 1% y 25% en sus ventas, de igual modo, la totalidad de la mediana o grande empresa (100%) señaló haber tenido ingresos más bajos producto de una disminución entre 1% a 25% de las ventas, en cambio, solamente el 3% de las microempresas lograron tener ingresos más altos en la región.
2. Con el fin de sobrellevar los efectos de la crisis sanitaria, un 71% de las empresas consideraron que su principal acceso hacia el crédito es mediante bancos comerciales y un 13% opta por el financiamiento a través de un amigo o familiar. Por otro lado, el limitado acceso al crédito ha provocado que las empresas inviertan esfuerzos en modificar su patrón de producción y distribución, en tal sentido, diferentes empresas hicieron uso de los servicios de venta en línea y ofrecer entregas a domicilio ya sea por parte propia (23%) o parte tercerizada (13%), cabe resaltar que un 81% de las empresas durante el mes de marzo utilizaron las medidas de bioseguridad para continuar sus operaciones. A pesar de todas las medidas adoptadas cuatro de cada diez empresas (38%) manifestó poder continuar con sus operaciones entre 1 a 3 meses.
3. Los principales hallazgos permitieron conocer aspectos importantes según el tamaño de la empresa y la actividad económica a la que se dedican, en la región centro-occidental del país durante la crisis sanitaria. Entre sus resultados se denota que ocho de cada diez microempresas y nueve de cada diez pequeñas empresas, indicaron aplicar más de 10 medidas de bioseguridad en sus centros de trabajo con el fin de crear un ambiente laboral seguro. Sin embargo, las empresas actualmente se enfrentan a barreras como la incertidumbre, escases de dinero, personal limitado, necesidades de instalaciones y acceso a servicios públicos que les impiden una correcta implementación de los manuales de bioseguridad.

4. De igual forma, se observa que las empresas recurren a medidas gubernamentales como la prórroga de pagos, declaraciones, descuentos, medidas financieras y laborales como recurso para mitigar daños a largo plazo. También, implementar acciones como ventas de bienes y/o servicios a través de internet, trabajo desde casa, capacitar al personal, mercadeo a clientes, crear o fortalecer alianzas comerciales y ofrecer descuentos con el propósito de mantener su actividad económica. Así mismo, durante el mes de mayo la mayoría de los sectores aluden poder recuperarse de los daños que provoque la pandemia, así como contar con una fuente de financiamiento o una renegociación con sus socios comerciales.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

- Banco Central de Honduras. (2020, marzo). Banco Central de Honduras - www.bch.hn. Recuperado 27 de junio de 2020, de https://www.bch.hn/comportamiento_econ.php
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2020a, abril). *¿Cómo impactará la COVID-19 al empleo? Posibles escenarios para América Latina y el Caribe*. Recuperado de https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/C%C3%B3mo_impactar%C3%A1_la_COVID-19_al_empleo_Posibles_escenarios_para_Am%C3%A9rica_Latina_y_el_Caribe.pdf
- BID. (2020). *El impacto del COVID-19 en las economías de la región*. Varias: BID.
- CEPAL. (8 de Abril de 2020). www.cepal.org. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/comunicados/covid-19-tendra-graves-efectos-la-economia-mundial-impactara-paises-america-latina>
- CINPE-UNA. (Abril de 2020). www.cinpe.una.ac.cr. Obtenido de www.cinpe.una.ac.cr
- Fondo Monetario Internacional. (2020, 1 junio). El Directorio Ejecutivo del FMI Concluye las Segundas Revisiones del Programa en el Marco de los Acuerdos Stand-By y Facilidad de Crédito Standby, y Aprueba los Aumentos de Acceso para Apoyar las Medidas de Honduras contra la Pandemia COVID-19. Recuperado 27 de junio de 2020, de <https://www.imf.org/es/News/Articles/2020/06/01/pr20230-honduras-imf-execboard-completes-2nd-rev-under-sba-scf-arrange-approves-support-covid19>.
- OCDE. (8 de Abril de 2020). www.oecd.org. Obtenido de OCDE: <http://www.oecd.org/perspectivas-economicas/marzo-2020/>
- Organización Mundial del Comercio (OMC). (2020). Comercio Mundial. Recuperado de <https://portalportuario.cl/comercio-mundial-cae-185-el-segundo-trimestre-aunque-podria-haber-sido-mucho-peor-de-acuerdo-a-omc/>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD). (2020, junio). *OECD Economic Outlook*. Recuperado de <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/0d1d1e2een.pdf?expires=1593274223&id=id&accname=guest&checksum=1AEB41D8517C578B36991827BE1E614E>
- Sanchis, R., & Poler, R. (2014). La resiliencia empresarial como ventaja competitiva. // *Congreso I+D+i Campus de Alcoi. Creando Sinergias* (págs. 25-28). Alicante: Centro de Investigación en Gestión e Ingeniería de la Producción. Obtenido de

https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/62224/Sanchis_Poler_Resiliencia_II%20Congreso%20I%2bD%2bi%20Campus%20de%20Alcoi.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Uriarte Arciniega, J. (2005). La resiliencia. Una perspectiva en psicopatología del desarrollo. *Revista de Psicodidáctica*, 10(2), 61-79. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/175/17510206.pdf>

IX. CRÉDITOS

Instituciones Colaboradoras:

Federación de Cámaras de Comercio e Industria de Honduras (FEDECAMARA)

Cámara Nacional de Turismo de Honduras (CANATURH)

Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP)

La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) a través del Proyecto Transformando Sistemas de Mercado financiado por (TMS)

Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH)

Cámaras Asociadas:

Cámara de Comercio e Industria de Comayagua (CCICOM)

Cámara de Comercio e Industria de La Paz (CCILP)

Cámara de Comercio e Industria de Siguatepeque (CCISIGUA)

Cámara de Comercio e Industrias de Marcala (CCIMAR)

Cámara de Comercio e Industrias de Intibucá (CCII)

Cámara de Comercio e Industrias de Lempira (CCIL)

Por el Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES):

Dirección:

Ricardo Matamoros

Coordinación:

Juan Umanzor

Investigadores:

Jonathan Cáceres

Andrea Sagastume

Asistentes de investigación:

Lilly May Waterhouse

Edy Gutiérrez

Gabriela Banegas

Christian Ramos

Editor:

Eduard Huete