



# Mapeo del ecosistema de las MIPYME lideradas por mujeres en Honduras

Octubre 2024

**Autores:**

André Cazor  
María Paula Gerardino  
Cristina Parilli  
Paula Castillo Vera  
Patricia Yañez-Pagans

# Mapeo del ecosistema de las MIPYME lideradas por mujeres en Honduras

Catalogación en la fuente proporcionada por la  
Biblioteca Felipe Herrera del  
Banco Interamericano de Desarrollo

Mapeo del ecosistema de las MIPYME lideradas por mujeres en Honduras / André Cazor, Maria Paula Gerardino, Cristina Parilli, Paula Castillo Vera, Patricia Yáñez-Pagans.

p. cm. — (Monografía del BID ; 1241)

Incluye referencias bibliográficas.

**1.** Women entrepreneurs-Honduras. **2.** Women-owned business enterprises-Honduras. **3.** Small business-Honduras. **I.** Cazor, André. **II.** Gerardino, Maria. **III.** Parilli, Cristina. **IV.** Castillo Vera, Paula. **V.** Yáñez Pagans, Patricia. **VI.** Banco Interamericano de Desarrollo. Oficina de Planificación Estratégica y Efectividad en el Desarrollo. **VII.** BID Invest. **VIII.** Serie.

IDB-MG-1241

**Palabras clave:** Mujeres empresarias, micro, pequeña, y mediana empresa (MIPYME), ecosistema empresarial

**Código(s) JEL:** L26, J16.

Copyright © 2024 Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons CC BY 3.0 IGO (<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/legalcode>). Se deberá cumplir los términos y condiciones señalados en el enlace URL y otorgar el respectivo reconocimiento al BID.

En alcance a la sección 8 de la licencia indicada, cualquier mediación relacionada con disputas que surjan bajo esta licencia será llevada a cabo de conformidad con el Reglamento de Mediación de la OMPI. Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil (CNUDMI). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones que forman parte integral de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta obra son exclusivamente de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del BID, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.



**Diseño:** Greta Design

**Fotos:** Shutterstock

## Acerca de este informe

Este estudio se enmarca en la colaboración del Grupo BID y la Women Entrepreneurs Finance Initiative (We-Fi), iniciativa que busca apoyar a PYME lideradas por mujeres a aumentar su acceso a productos financieros, capacitación, redes de apoyo y proveerles oportunidades para enlazarse con mercados. En este sentido, el mapeo incluyó la recolección y revisión de datos de diversas fuentes, así como entrevistas con los principales actores del ecosistema nacional de MIPYME y con mujeres empresarias, con el fin de identificar y caracterizar a las MIPYME lideradas por mujeres. Se espera que los resultados de este diagnóstico contribuyan a llenar la brecha de información en torno a las MIPYME lideradas por mujeres del país y a guiar el diseño e implementación de intervenciones efectivas que logren apoyarlas en su crecimiento sostenido y aumentar su impacto en Honduras.

## Acerca de BID

El Banco Interamericano de Desarrollo tiene como misión mejorar vidas. Fundado en 1959, el BID es una de las principales fuentes de financiamiento a largo plazo para el desarrollo económico, social e institucional de América Latina y el Caribe. El BID también realiza proyectos de investigación de vanguardia y ofrece asesoría sobre políticas, asistencia técnica y capacitación a clientes públicos y privados en toda la región. [Accede a nuestro tour virtual.](#)

## Acerca de BID Invest

BID Invest, miembro del Grupo del Banco Interamericano de Desarrollo, es un banco multilateral de desarrollo comprometido a promover el desarrollo económico de sus países miembros en América Latina y el Caribe a través del sector privado. BID Invest financia empresas y proyectos sostenibles para lograr resultados financieros y maximizar el desarrollo económico, social y ambiental de la región. Con una cartera de US\$21 mil millones en activos bajo administración y 394 clientes en 25 países, BID Invest ofrece soluciones financieras innovadoras y servicios de asesoría que satisfacen las necesidades de sus clientes en una variedad de industrias.

## **Acerca de We-Fi**

La Iniciativa de Financiamiento para Mujeres Emprendedoras (We-Fi por sus siglas en inglés) tiene como objetivo desbloquear financiamiento para empresas dirigidas o propiedad de mujeres (PYME Mujer) en países en desarrollo. Los socios de We-Fi incluyen 14 gobiernos donantes, seis bancos multilaterales de desarrollo como socios implementadores y muchas otras partes interesadas del sector público y privado de alrededor del mundo.

## **Agradecimientos**

Este informe fue preparado con el apoyo de Vida Bobic. Los datos fueron recolectados por la empresa consultora Fundes. Se agradece la información compartida por parte de las siguientes organizaciones: SENPRENDE, Grupo Terra, Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP), Junior Achievement, Voces Vitales, REDMICROH y las Cámaras de Comercio e Industrias de: Puerto Cortés, Atlántida, Progreso, Morazán, Cortés, Santa Cruz de Yojoa, La Paz y Villanueva. Agradecemos también a los actores entrevistados que nos proporcionaron información cualitativa valiosa que enriqueció el informe (listados en el Anexo B. del documento). Asimismo, agradecemos los valiosos comentarios de Isabel Berdeja, Nidia Hidalgo y Norah Sullivan.

# ÍNDICE

<b>1. Introducción</b>	<b>5</b>
<b>2. Ecosistema MIPYME de Honduras</b>	<b>9</b>
<b>3. Análisis cuantitativo de MIPYME lideradas por mujeres</b>	<b>14</b>
I. Proceso de recolección de datos	15
II. Estadística descriptiva	17
III. Análisis	21
(1). Región Geográfica	21
(2). Rubro Económico	23
(3). Formalidad	26
(4). Localización de MIPYME lideradas por mujeres y características socioeconómicas	29
A. Pobreza	29
B. Seguridad	31
C. Ruralidad	32
<b>4. Evidencia cualitativa: Necesidades de las empresas lideradas por mujeres en Honduras</b>	<b>35</b>
I. Diagnóstico	36
II. Recomendaciones	44
<b>5. Conclusiones</b>	<b>49</b>
<b>6. Referencias</b>	<b>52</b>
<b>7. Anexos</b>	<b>58</b>
A. Lista de actores relevantes del ecosistema MIPYME de Honduras	59
B. Lista de actores entrevistados	64

01

INTRODUCCIÓN



Honduras es uno de los países más pobres del hemisferio occidental, con un PIB per cápita de \$2.816 (IMF, 2021)<sup>1</sup>. Casi la mitad de la población hondureña vive bajo la línea nacional de pobreza con diferencias significativas entre las áreas rurales (70% viviendo en pobreza) y urbanas (33%) (Banco Mundial, 2021a). Problemas estructurales tales como la debilidad institucional, la alta informalidad, la dependencia en el sector primario como la agricultura, y la extrema violencia son los principales determinantes de los altos niveles de pobreza y representan algunos de los obstáculos claves para su desarrollo (Hernández Ore, Sousa, y López, 2016). En años recientes, el consumo doméstico e inversión han sido los principales propulsores del crecimiento del PIB en el país. Sin embargo, la agricultura todavía representa un 11% del PIB (Banco Mundial, 2021b) y representa un 29% del empleo a nivel nacional (Banco Mundial, 2019a). Mas aún, el sector agrícola y agroindustrial (por ejemplo, las industrias de azúcar, banana y café) representaron alrededor del 70% de las exportaciones del país en 2021 (Banco Central de Honduras, 2021).



La difícil situación económica y social que enfrenta Honduras es exacerbada para el caso de las mujeres. Ellas tienen significativamente menos probabilidad de estar económicamente activas en comparación con los hombres, fenómeno que se refleja en el ratio de 0.61 mujeres por hombre en la fuerza laboral (Banco Mundial, 2019b) y, aquellas que trabajan, son más probables de obtener un empleo en sectores de baja productividad relativo a los hombres empleados. Además, la tasa de informalidad laboral para mujeres en Honduras es del 81% (OIT, 2023), lo que acentúa aún más los desafíos que enfrentan en el mercado laboral. En este sentido, las mujeres tienen una mayor probabilidad de estar en situación de pobreza y de ser económicamente dependientes de otra persona. La CEPAL (2019) revela que un 44% de las mujeres de Honduras dependen financieramente de otra persona.

<sup>1</sup> Este nivel de PIB per cápita (en dólares americanos actuales) ranquea a Honduras solo detrás de Haití y Nicaragua como los países con el más bajo ingreso por persona en América Latina y el Caribe (IMF, 2020).

<sup>2</sup> De acuerdo a la base de datos del Banco Mundial, el promedio de homicidios (intencionales por cada 100.000 habitantes) en América Latina y el Caribe es 22 mientras que en Honduras es 36.

Por otro lado, una preocupación importante en Honduras es la violencia, que, a pesar de una reciente disminución, permanece alta y significativamente por encima del promedio de la región<sup>2</sup>.

El país registra una de las tasas de feminicidios más alta de América Latina con 6,2 por 100.000 mujeres, alrededor de dos veces más alto que el segundo país ranqueado en la región, el cual es El Salvador, con 3,3 por 100.000 (CEPAL, 2018).

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME) son un pilar importante en la economía de Honduras pues aportan el 50% del PIB y emplean alrededor del 70% de la fuerza laboral (IFC, 2022). Además, de acuerdo con el Índice de Emprendimiento Global (GEI), Honduras ocupa el puesto 107 de emprendedurismo a nivel mundial. Este índice destaca especialmente la fortaleza de Honduras en el ámbito de la innovación de producto, reflejando su capacidad para desarrollar nuevos productos e integrar nuevas tecnologías. En términos económicos, si bien no existen datos administrativos que evidencien la proporción de MIPYME lideradas por mujeres en relación al total de MIPYME en Honduras, la Encuesta de Empresas del Banco Mundial de 2016 a nivel nacional, sugiere que en el 35% de las PYME, las mujeres tienen una participación de propiedad del 50% o más, mientras que solo el 24% de las PYME tienen a una mujer en la alta gerencia (Banco Mundial, 2016). Adicionalmente, existe una superposición significativa entre la propiedad y la administración de mujeres, ya que solo el 8% de las empresas que son propiedad de hombres tienen una gerente mujer (Banco Mundial, 2016). Esta baja proporción de mujeres en cargos gerenciales se produce también a nivel global pues según la Encuesta de Empresas del Banco Mundial, solo el 18% de empresas cuentan con una gerente mujer. Este resultado puede explicarse por diversos factores como los sesgos asociados al género, tal como un mayor cuestionamiento a las decisiones tomadas por gerentes mujeres o que se insinúe que no cuentan con suficiente calificación para el puesto (McKinsey & Company, 2022). Aunque en la Encuesta de Empresas se encuentran datos relevantes de las PYME en Honduras, existe una brecha importante en relación con información sobre las microempresas del país, las cuales representan potencialmente una porción significativa del tejido productivo y que, dadas las dificultades que presentan las mujeres al liderar negocios, puede que tengan una presencia más alta de mujeres liderando dichos negocios en comparación con el grupo de las PYME. En este sentido, un reporte global encuentra que más de 26% de empresas con gerente mujer son pequeñas, mientras que este porcentaje disminuye a 20% en medianas empresas y a un 16% en empresas grandes, por lo que la proporción de empresas con gerente mujer se reduce a medida que crecen en tamaño (ILO, 2019).

Los desafíos existentes para la economía nacional en general, así como para las MIPYME en particular, se han visto exacerbados por la crisis relacionada con la pandemia de COVID-19. Existe evidencia que sugiere que alrededor del 80% de las MIPYME en Honduras han experimentado una caída significativa en las ventas, mientras que casi la mitad de las grandes empresas describen la misma situación (Universidad Autónoma de Honduras, 2020). También es visible una brecha de género en esta problemática, ya que el análisis<sup>3</sup> sostiene que las empresas dirigidas o de propiedad de mujeres reportan mayores consecuencias negativas por la pandemia, 56% no pudieron continuar operando y solamente 23% registró ventas, frente al 56% y 33%, respectivamente, en el caso de las empresas lideradas por hombres.

Con esto en mente, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y BID Invest, el brazo de inversión en el sector privado del Grupo BID, han realizado un ejercicio de mapeo de las MIPYME lideradas por mujeres en Honduras. Este estudio se enmarca en la colaboración del Grupo BID y la Women Entrepreneurs Finance Initiative (We-Fi), iniciativa que busca apoyar a PYME lideradas por mujeres a aumentar su acceso a productos financieros, capacitación, redes de apoyo y proveerles oportunidades para enlazarse con mercados nacionales e internacionales. En este sentido, el ejercicio de mapeo incluyó la recolección y revisión de datos de diversas fuentes con el fin de identificar y caracterizar a las MIPYME lideradas por mujeres. Asimismo, se realizó un diagnóstico cualitativo que incluye entrevistas con los principales actores del ecosistema nacional de MIPYME y con mujeres que lideran sus propios negocios, esto con el objetivo de identificar los principales desafíos que enfrentan dichos negocios y sus potenciales oportunidades de crecimiento. Este diagnóstico sobre las MIPYME lideradas por mujeres contribuye a complementar<sup>4</sup> la información financiera desagregada por sexo, la cual es reportada por los proveedores de servicios financieros bajo la iniciativa de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS) de Honduras.

El presente estudio resulta de especial relevancia considerando la brecha de información que existe en torno a las MIPYME del país y, en particular, aquellas lideradas por mujeres, buscando así empezar a entender sus dinámicas y realidades. Llenar esta brecha de datos no solo es crucial para entender mejor estos negocios, sino que también permite una toma de decisiones más informada y efectiva. Por ejemplo, los resultados de este diagnóstico podrían ayudar a los bancos a expandir y ajustar mejor sus productos financieros para las MIPYME lideradas por mujeres y apoyar a los formuladores de políticas en el diseño de programas de soporte más efectivos. Con ello, se espera que los resultados de este diagnóstico contribuyan a guiar el diseño e implementación de intervenciones efectivas que logren apoyar a las MIPYME lideradas por mujeres en su crecimiento sostenido y aumentar su impacto en el desarrollo de Honduras.

La Sección 2 de este documento describe el ecosistema MIPYME de Honduras destacando la interacción entre los diferentes actores. En la Sección 3 se presenta un análisis cuantitativo de las MIPYME lideradas por mujeres a partir de distintas fuentes de datos. La Sección 4 describe la evidencia cualitativa sobre las necesidades de las empresas lideradas por mujeres, basado en entrevistas a diferentes actores del ecosistema emprendedor hondureño y a empresarias del país. Por último, la Sección 5 discute los hallazgos y próximos pasos para fortalecer este ejercicio.

---

<sup>3</sup> Encuesta realizada en mayo del 2020 de las empresas de Honduras a nivel nacional para recolectar datos específicos sobre resiliencia empresarial a la crisis provocada por el COVID-19. Publicada por la Universidad Autónoma de Honduras, 2020.

<sup>4</sup> En contraste con la disponibilidad de datos del lado de la oferta, los datos de la demanda sobre personas y empresas son limitados (Data2X, 2022).

02

ECOSISTEMA  
MIPYME DE  
HONDURAS

Para explicar la dinámica del ecosistema de MIPYME en Honduras, es importante separar las diversas instituciones que existen en el país según su tipo de apoyo a las MIPYME y a las MIPYME lideradas o propiedad de mujeres. En este sentido, el ecosistema se puede dividir en:

- (I) Instituciones públicas especializadas en las MIPYME.
- (II) Alianzas Público-Privadas (APP) y asociaciones gremiales para la ejecución de proyectos de apoyo a las MIPYME.
- (III) Instituciones financieras que facilitan acceso a productos y servicios financieros a las MIPYME.
- (IV) Organizaciones públicas y privadas con programas de apoyo a MIPYME y, en particular, a MIPYME lideradas por mujeres.
- (V) Academia y agencias de desarrollo internacional con programas de apoyo a la creación y desarrollo de las MIPYME.

Entre las instituciones públicas especializadas en las MIPYME, el ente rector es el Servicio Nacional de Emprendimiento y Pequeños Negocios (SENPRENDE), el cual es la institución responsable de coordinar las políticas públicas dedicadas a las MIPYME y brindar servicios de formalización, asistencia técnica, asistencia financiera y oportunidades de mercado para los emprendedores a nivel nacional. Como ente rector principal del sector MIPYME en Honduras, los proyectos desarrollados por otras entidades referentes al tema se trabajan en conjunto o con vínculo a lo que establezca SENPRENDE como agenda nacional. Además, esta institución debe articular con el Instituto Nacional de Estadística las estadísticas relacionadas con las MIPYME, así como con las demás entidades de gobierno que ejecuten programas dedicados a estas. SENPRENDE es también el vínculo con entes regionales como el Sistema de Integración Centroamericana (SICA) y con su organismo adscrito, el Centro Regional de Promoción de la MIPYME (CENPROMYPE), quienes promueven alianzas público-privadas (APP) y el modelo de los Centros de Desarrollo Empresarial para las MIPYME (CDE-MIPYME).



Con relación a las APP, se destacan los 14 CDE-MIPYME que brindan asistencia técnica, inteligencia de mercado y formación a las MIPYME en las regiones donde se encuentran establecidos. A su vez, aunque no de manera especializada en MIPYME, el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP), la Federación de Cámaras (Fedecámaras) y las cámaras regionales de comercio también están en frecuente coordinación con el Instituto Nacional de Formación y los CDE-MIPYME para el desarrollo de las capacidades técnicas de sus afiliados MIPYME. En particular, destaca la Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa, la cual ha desarrollado programas para MIPYME y MIPYME lideradas por mujeres tales como Honduras Emprende y Modelo Integral de Servicios Empresariales (MISE). Adicionalmente, la Cámara de Comercio e Industria de Cortés ha desarrollado la iniciativa del Bazar del Sábado<sup>5</sup>, y, por su parte, la RED MICROH agrupa a MIPYME e impulsa proyectos relacionados con microfinanzas. Se identificaron también asociaciones gremiales en sectores particulares de la economía que poseen iniciativas para la articulación de las MIPYME, de las cuales destaca AMPROCAL, asociación que facilita el financiamiento e insumos para la producción a MIPYME lideradas por mujeres productoras de café y sus derivados.

Con respecto a instituciones financieras que ofrecen acceso a productos y servicios financieros a las MIPYME, como banca de segundo piso, se cuenta con el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) y, a nivel público nacional, con el Banco Hondureño para la Producción y la Vivienda (BANHPROVI). Por otro lado, también existen bancos comerciales que apoyan la inclusión financiera de las MIPYME, tal como FICOHSA, con su proyecto de Banca Emprendedor y el programa “De mi Tierra”, Citi Group y BAC. Estos últimos, ofrecen además programas exclusivos para MIPYME lideradas por mujeres, tal como el programa Mujer Acelera de BAC y los programas de capacitación de Citi en coordinación con la organización enfocada en mujeres, Voces Vitales. Asimismo, la Cooperativa de Ahorro y Crédito ELGA (Coopelga) y el Banco Lafise<sup>6</sup> ofrecen programas de servicios no financieros para la PYME mujer.

Con relación a organizaciones privadas con programas de apoyo a MIPYME, se destacan organizaciones como Elcatex, Grupo Terra y Walmart, que buscan apoyar la inserción de las MIPYME en las cadenas de valor, SUBA LA, que apoya su inclusión digital, y FUNDES, WeConnect, Swiss Contact, Technoserve, OXFAM, Chepaimasul e Inter-American Achievement, las cuales tienen distintos programas de apoyo de más amplia envergadura. En torno a las instituciones públicas y organizaciones privadas que poseen programas de apoyo específicos para las MIPYME lideradas por mujeres, las principales instituciones públicas relacionadas con el tema son Ciudad Mujer<sup>7</sup> y el Instituto Nacional de la Mujer<sup>8</sup>, que luego se convirtió en Secretaría de Asuntos de la Mujer, que funciona como ente rector de las políticas de igualdad de género. Además, existen organizaciones privadas, incluyendo algunas previamente mencionadas, que también ejecutan proyectos con enfoque de género para las MIPYME. Se destacan Voces Vitales, que ha atendido a más de 2.000 mujeres hondureñas con sus programas de apoyo enfocados a capacitaciones, networking, mentoría, entre otros, y Walmart, con su programa de empoderamiento femenino “Una Mano para Crecer”<sup>9</sup>.

Por último, la academia y las agencias de desarrollo internacional también ofrecen apoyo para la promoción, creación y desarrollo de las MIPYME en Honduras. Por su lado, el apoyo de la academia a las MIPYME nacionales se encuentra representado por la Universidad Tecnológica de Honduras, la Universidad Autónoma de Honduras y la Universidad Técnica de Honduras quienes buscan impulsar el espíritu emprendedor al

<sup>5</sup> Es una plataforma de exposición y venta para los emprendedores.

<sup>6</sup> Para mayor información: <https://www.lafise.com/pyyme/index.html>

<sup>7</sup> Brinda servicios integrados y de calidad para mujeres de bajos ingresos (salud, prevención de la violencia, capacitación empresarial. También cuenta con la iniciativa INNOVAMUJER HONDURAS, financiada por el BID con fondos del We-Fi, que ofrece servicios de capacitación y asistencia técnica empresarial a las PYME liderada/en propiedad de mujeres.

<sup>8</sup> Tiene como función formular, desarrollar, promover y coordinar la ejecución y el seguimiento de las Políticas Nacionales de la Mujer.

<sup>9</sup> Programa que impulsa el desarrollo de fabricantes (Pymes) manufactureros, con especial atención en el empoderamiento económico de la mujer.



incluir clases de generación de empresas en sus planes de estudio y prestan servicios de apoyo técnico a emprendimientos a través de programas para certificación de empresas. Con relación a las agencias de desarrollo internacional, se destacan la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) y la Agencia de Cooperación Alemana para el Desarrollo (GIZ). USAID ha implementado una iniciativa centrada en aumentar la competitividad, resiliencia, y la inclusión de los sistemas de mercado nacionales, mientras que GIZ ha implementado un programa para mejorar la competitividad de las MIPYME. Por su parte, bancos de desarrollo como el Grupo BID y el Banco Mundial también poseen programas de apoyo a MIPYME lideradas por mujeres, de los cuales se destaca “*Creciendo Juntas en las Américas*”<sup>10</sup> y la iniciativa We-Fi, en la cual se encuentra enmarcado el presente mapeo y que busca apoyar a las MIPYME lideradas por mujeres en el país en su acceso a financiamiento y a mercados. A través de la iniciativa We-Fi, el brazo del sector privado del Grupo BID, BID Invest, ha financiado a la empresa textil hondureña, Elcatex<sup>11</sup>, y ha desarrollado un programa de compras inclusivas con el objetivo de aumentar la participación de MIPYME lideradas por mujeres en su cadena de valor. Además, la Organización de Estados Americanos (OEA) ha lanzado una iniciativa para facilitar el acceso de las MIPYME al comercio electrónico, el cual estiman que podría beneficiar a cerca de 15.000 emprendedores.

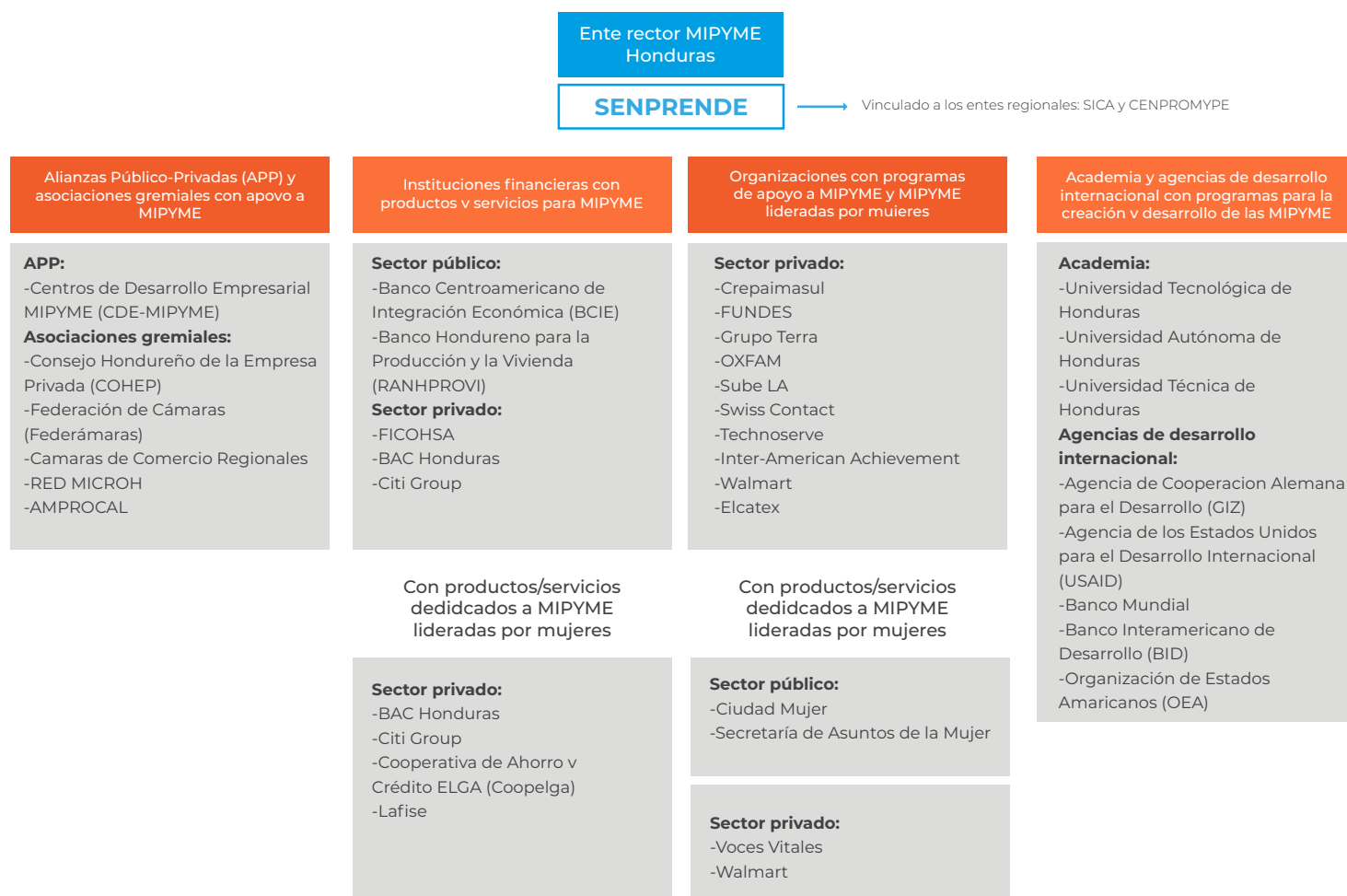
Realizar un análisis exhaustivo del ecosistema MIPYME en Honduras resulta de especial importancia considerando la falta de información sistematizada sobre los programas de apoyo existentes y las organizaciones que articulan a las MIPYME en el país, lo cual dificulta el diseño efectivo de iniciativas de apoyo y la identificación de aliados para la captura de información y para la implementación e identificación de beneficiarios.

<sup>10</sup> El programa tiene como objetivos principales: transformación digital, potenciar internacionalización de las empresas y acceso a financiamiento.

<sup>11</sup> Se puede encontrar más detalle del programa en el siguiente link: <https://idbinvest.org/en/news-media/idb-invest-supports-grupo-elcatex-bolstering-textile-sector-value-chain-honduras>

Con el objetivo de ilustrar lo descrito anteriormente, la *Figura 1* presenta el Mapa del Ecosistema MIPYME de Honduras y en el que se puede apreciar cómo se dividen cada uno de los tipos de actores. De acuerdo a la estructura que presenta el Ecosistema MIPYME, se tiene que el principal eje central es SENPRENDE, pues es la institución encargada de brindar los lineamientos en políticas públicas enfocadas al desarrollo de las MIPYME y es el que articula a los organismos a nivel regional los cuales al mismo tiempo se conectan con el sector privado por medio de la promoción de alianzas público-privadas. Asimismo, organismos gremiales como las cámaras de comercio, son relevantes en canalizar aspectos más específicos de las localidades. Respecto a programas de apoyo orientados a mujeres líderes de MIPYME, se ven esfuerzos tanto por la esfera pública como por la privada. Sin embargo, estas iniciativas son de menor escala. Para ahondar en la descripción de cada actor, en el Anexo A. se presenta la lista que describe a los actores dependiendo de la naturaleza de la organización. Es importante tomar en cuenta que esta lista de instituciones y organizaciones no es exhaustiva y se puede continuar expandiendo como parte de una extensión del presente mapeo.

**Figura 1:** Mapa del Ecosistema MIPYME de Honduras



# 03

ANÁLISIS  
CUANTITATIVO  
DE MIPYME  
LIDERADAS  
POR MUJERES



Esta sección se centra en realizar un análisis cuantitativo para caracterizar a las MIPYME lideradas por mujeres que operan en Honduras. Para esto, se consolidó información recolectada por 15 organizaciones. Adicionalmente, se utilizan datos públicos, secundarios y administrativos, sobre variables socioeconómicas para facilitar el entendimiento de la relación entre características de las MIPYME lideradas por mujeres y dichas variables. Por otro lado, se realiza un ejercicio comparativo entre la muestra obtenida de las 15 organizaciones y la información levantada por la Encuesta de PYME del Banco Mundial en el año 2016.

Esta sección se estructura de la siguiente manera: en la Sección 3.I se describe el proceso de recolección de datos de la muestra usada para el análisis; la Sección 3.II presenta datos descriptivos de cada una de las variables; y la Sección 3.III presenta el análisis de datos al relacionar las diferentes variables de interés.

## I. Proceso de recolección de datos

La recolección de información se realizó a partir de una consulta<sup>12</sup> a 15 organizaciones con el objetivo de construir una base de datos robusta que contenga la mayor cantidad de información posible sobre las MIPYME lideradas por mujeres en Honduras. Como resultado de este proceso, se obtuvieron datos para 37.680<sup>13</sup> empresas únicas de las cuales 17.380 se encuentran lideradas por mujeres.

La *Tabla 1* describe el año del levantamiento de los datos y el número de empresas a partir de las bases de cada organización. Es importante tomar en cuenta que la mayor cantidad de información de empresas proviene de SENPRENDE (55% del total de empresas identificadas), luego de la CC Puerto Cortés (14%) y de la CC Atlántida (11%). En general, los datos están relativamente actualizados con excepción de la información provista por el COHEP, cuyos datos fueron levantados antes del 2020.

<sup>12</sup> La solicitud de datos fue realizada por el Grupo BID y facilitada por la firma consultora FUNDES.

<sup>13</sup> Resultado obtenido después de realizar una limpieza de duplicados.

De la base de datos completa, el 95.3% de la información de las empresas fue recopilada a partir del año 2020. Es importante destacar que, a pesar de la antigüedad de algunos datos, las tendencias observadas en la información más reciente son consistentes con las de los años anteriores a 2020.

**Tabla 1:** Datos recolectados por los proveedores

Nombre del Proveedor	Año del Levantamiento del dato	Número Empresas
SENPRENDE	2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2022	21.004
Cámara Puerto Cortes	2022	5.209
Cámara Atlántida	2022	4.096
Cámara Progreso	2022	1.652
Grupo Terra	2021	1.478
Cámara Morazán	2022	920
Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP)	2013	912
Cámara de Comercio e Industrias de Cortes	2020	713
Junior Achievement	2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2020 y 2021	451
Fundes Latinoamérica	2013, 2014, 2015, 2016, 2019 y 2021	397
Cámara Santa Cruz de Yojoa	2022	299
Cámara La Paz	2022	231
Cámara Villanueva	2022	188
Voces Vitales	2020	136
RED MICROH	2020	85

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.

Adicionalmente, en la Sección 3.III, se considera la Encuesta de Empresas del Banco Mundial de 2016 para comparar dicha muestra con la información recolectada por las organizaciones consultadas en términos de zona geográfica, rubro y formalidad para las PYME<sup>14</sup>. También, para entender la distribución de empresas por región, se recolectó información pública sobre pobreza, seguridad y ruralidad por departamento. La información sobre pobreza<sup>15</sup> fue recolectada a partir del estudio realizado por el Centro Nacional de Información Del Sector Social (CENISS, 2020), mientras que los datos sobre seguridad fueron obtenidos de la Secretaría de Seguridad Policía Nacional (SEPOL, 2020) y la tasa ruralidad fue recolectada a través del Instituto Nacional de Estadística (INE, Proyecciones de Población 2020).

<sup>14</sup> Para el análisis comparativo se utiliza la definición de tipo de empresa de la Corporación Financiera Internacional (IFC) y We-Fi, en la que se considera que una empresa es liderada por mujeres si:

- Opción 1:  $\geq 51\%$  de la empresa es propiedad de una mujer o de mujeres; o

- Opción 2:  $\geq 20\%$  de la empresa es propiedad de una mujer o de mujeres; y tiene  $\geq 1$  mujer como CEO/COO (Presidente/Vicepresidente); and  $\geq 30\%$  del directorio este compuesto por mujeres, en caso de existir directorio.

Bajo esta definición, la Encuesta de Empresas del Banco Mundial contiene 93 PYMES lideradas por mujeres de un total de 332 PYMES (28%).

<sup>15</sup> La tasa de pobreza fue calculada en base a información sobre tasa de pobreza por hogares en cada departamento.

## II. Estadística descriptiva

Las empresas identificadas se agrupan en seis regiones geográficas de Honduras, que representan los 18 departamentos del país (N=36.246)<sup>16</sup>, las cuales son descritas en la *Tabla 2*. Es necesario enfatizar que la muestra no es representativa del país, sino de los datos obtenidos de las diversas organizaciones, entre ellas cámaras de comercio.

Se desprende que, en términos absolutos, las empresas de la muestra se ubican mayormente en la región noroccidental (35,9%), nororiental (19,7%), occidental (15,1%) y centro oriental (12,9%), respectivamente, mientras que en la zona sur (6,7%) es donde se encuentra una menor cantidad de empresas. Respecto a las empresas lideradas por mujeres, se observa una mayor concentración en la región noroccidental (37,5%), occidental (17,2%) y nororiental (13,7%), mientras que la zona sur es la que tiene menor concentración empresarial (9,2%). Referirse a la *Figura 2*, Panel A, para visualizar la localización de las empresas de la muestra completa y Panel B para la muestra de empresas lideradas por mujeres.

**Figura 2:** Mapa de localización de empresas



<sup>16</sup> Información sobre región geográfica pudo ser obtenida para 36.246 de las 37.680 empresas totales de la muestra.

## B) Empresas lideradas por mujeres



**Notas:** El pin de color rojo identifica la capital Tegucigalpa.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.

Ajustando por población de la zona, la región noroccidental y nororiental es donde se encuentra una mayor cantidad de empresas, sumando 231 empresas por cada 100.000 habitantes en conjunto, mientras que la zona sur es donde se encuentran menos, en términos per cápita. En cuanto a las empresas lideradas por mujeres, la concentración de empresas se enfoca en la región noroccidental, igual que en la muestra completa, y en la occidental, sumando 101 empresas por cada 100.000 habitantes en conjunto.

**Tabla 2:** Porcentaje de empresas lideradas por mujeres en las regiones geográficas de Honduras.

Región	Departamentos	Población (2020)	Empresas lideradas por mujeres			Muestra completa		
			Empresas	% Empresas del total de la muestra	Empresas por cada 100.000 habitantes	Empresas	% Empresas del total de la muestra	Empresas por cada 100.000 habitantes
Centro Occidental	Comayagua, Intibucá y La Paz	974.071	1.854	5,1	21,3	3.478	9,6	39,9
Centro Oriental	El Paraíso, Francisco Morazán y Olancho	2.588.877	1.764	4,9	20,2	4.681	12,9	53,7
Occidental	Copán, Lempira y Ocotepeque	882.371	2.767	7,6	31,7	5.486	15,1	62,9
Noroccidental	Cortés, Santa Bárbara y Yoro	2.691.776	6.032	16,6	69,2	13.013	35,9	149,3
Nororiental	Atlántida, Colón, Gracias a Dios e Isla de la Bahía	946.069	2.199	6,1	25,2	7.147	19,7	82,0
Sur	Choluteca y Valle	634.132	1.477	4,1	16,9	2.441	6,7	28,0

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.

Con respecto a las características de las empresas lideradas por mujeres de la muestra, en promedio, estas tienen alrededor de 8 años de antigüedad al momento de levantarse la información ( $\sigma^{17} = 7,9$  y  $N = 558$ )<sup>18</sup> y un 66% reporta estar formalizada ( $N=302$ )<sup>19</sup>.

En términos del tamaño de las empresas<sup>20</sup>, se encuentra que, en promedio, las empresas tienen alrededor de tres empleados ( $\sigma = 4,2$  y  $N=790$ ). En la *Tabla 3* se muestra cómo alrededor del 90% de las empresas lideradas por mujeres de la muestra son microempresas. Adicionalmente, para cada una de estas categorías, el número de empleados promedio se encuentra más cercano al mínimo del rango de dicha categoría. Así, para microempresas de entre 0 a 4 empleados, el promedio de empleados es alrededor de 2; para aquellas entre 5 a 10 empleados, el promedio es alrededor de 5,8; para las pequeñas empresas el promedio es 15,5; y para las medianas es de alrededor de 51 empleados.



**Tabla 3:** Distribución de empresas lideradas por mujeres según su tamaño

Tipo de empresa	% del total de de empresas	Número de empleados promedio
Microempresa (0-4 Empleados)	80,6	2,0
Microempresa (5-9 Empleados)	8,9	5,8
Pequeña Empresa (10-49 Empleados)	9,0	15,5
Mediana Empresa (50-149 Empleados)	1,3	51
Empresa Grande (Más de 149 Empleados)	0,1	-

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.

En términos del sector económico ( $N=15.085$ ), se encuentra que el 27,9% pertenece al rubro comercio (por ejemplo: venta de productos mayoristas y minoristas), 26,3% a servicios (por ejemplo: restaurantes, salones de belleza), 13,3% manufactura, 12,7% agroindustria, 10,4% abarrotes, 7% turismo y 2,3% a otros rubros que no pudieron ser agrupados a partir de la información recopilada.

<sup>17</sup> Desviación estándar.

<sup>18</sup> Años de actividad económica de la empresa al día de levantamiento del dato.

<sup>19</sup> Se define que una empresa esta formalizada si reporta tener personalidad jurídica.

<sup>20</sup> Según el Decreto 135-2008 de Honduras, una microempresa tiene un máximo de 10 empleados, la pequeña empresa tiene de 11 a 50 empleados y la empresa mediana de 51 a 150 empleados.

**Tabla 4:** Estadísticas descriptivas de empresas lideradas por mujeres para otras variables relevantes

Variables	Número de respuestas recibidas	Promedio
Edad	493	39 años
Estado civil soltera	107	51%
Posee la dueña educación terciaria finalizada	112	41%
Posee computadora	58	63%
Posee teléfono inteligente	88	96%
Años de Experiencia en el Rubro	117	6,8 años
Empresa recibió capital extranjero	8	10%
Empresa importa productos	95	0,6%
Empresa exporta productos	76	0,5%
Rangos de Venta Mensual de la Empresa	135	Menor a 10.000.00 HNL <sup>21</sup>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.

Adicionalmente, se cuenta con información limitada de otras variables de interés. A continuación, se presentan como referencia los estadísticos de estas variables, pero es difícil extraer conclusiones de estos dado que las muestras son significativamente pequeñas para estos casos. De acuerdo a la *Tabla 4*, se puede concluir que:

- En cuanto a características sociodemográficas de las empresarias, se presenta que la edad promedio es de 39 años, el 51% indicó estar soltera, el 41% cuenta con educación terciaria finalizada<sup>22</sup>, un 63% posee al menos una computadora y 96% cuenta con teléfono inteligente.
- En cuanto al perfil de la empresaria, en promedio, para aquellas con información disponible, la experiencia en la actividad o rubro de su empresa es de alrededor de 6,8 años.
- Sobre el perfil de la empresa, un número limitado de empresas reportaron si recibieron o no capital del extranjero, y si exportan o importan sus productos. De las respuestas, se refleja que un 10% reportó haber recibido capital del extranjero, un 0,6% reportó que importa productos para su negocio y un 0,5% que exporta sus productos. Además, se cuenta con los rangos del monto de venta mensuales de algunas empresas. El 48% de empresas reportaron un rango de venta mensual menor a \$10.000 HNL, que equivale a aproximadamente US\$404 mensuales.

<sup>21</sup> Rango de valor que más se repite en la muestra.

<sup>22</sup> Corresponde a educación superior finalizada, ya sea universitaria o técnico profesional.

De este análisis descriptivo, y de acuerdo con las variables con las que se cuenta más información, se concluye que la mayoría de las MIPYME lideradas por mujeres se localizan en la zona noroccidental y occidental de Honduras, que son en su mayoría empresas muy pequeñas de menos de 5 empleados, y que pertenecen, en su mayoría, al rubro comercio y servicios. Con información más limitada, también se desprende que las empresarias reportan no haber recibido capital ni comercializan sus productos en el extranjero. Lo cual demanda esfuerzos por recolectar datos de manera sistemática sobre estas y demás variables de interés que permitan entender las características detalladas de las MIPYME lideradas por mujeres en Honduras.

### III. Análisis

En esta sección analizamos los datos de los proveedores y de las fuentes externas para entender mejor cuál es la dinámica del ecosistema emprendedor de las mujeres en Honduras. Para ello, se relacionaron diferentes variables de interés que nos permitan tener una mejor perspectiva del ecosistema.

#### (1) Región Geográfica

Con respecto a la región geográfica y tipo de empresa, en nuestra muestra, las empresas lideradas por mujeres de menor tamaño se encuentran usualmente más alejadas de la capital. La *Figura 3* muestra la localización de las empresas lideradas por mujeres separando aquellas con menos de 5 empleados de aquellas con más empleados<sup>23</sup>.

**Figura 3:** Mapa de localización de empresas lideradas por mujeres por tipo de empresa

##### i) Empresas con 0-4 empleados



##### ii) Empresas con más de 4 empleados



**Notas:** El pin rojo representa la ubicación de la capital Tegucigalpa.

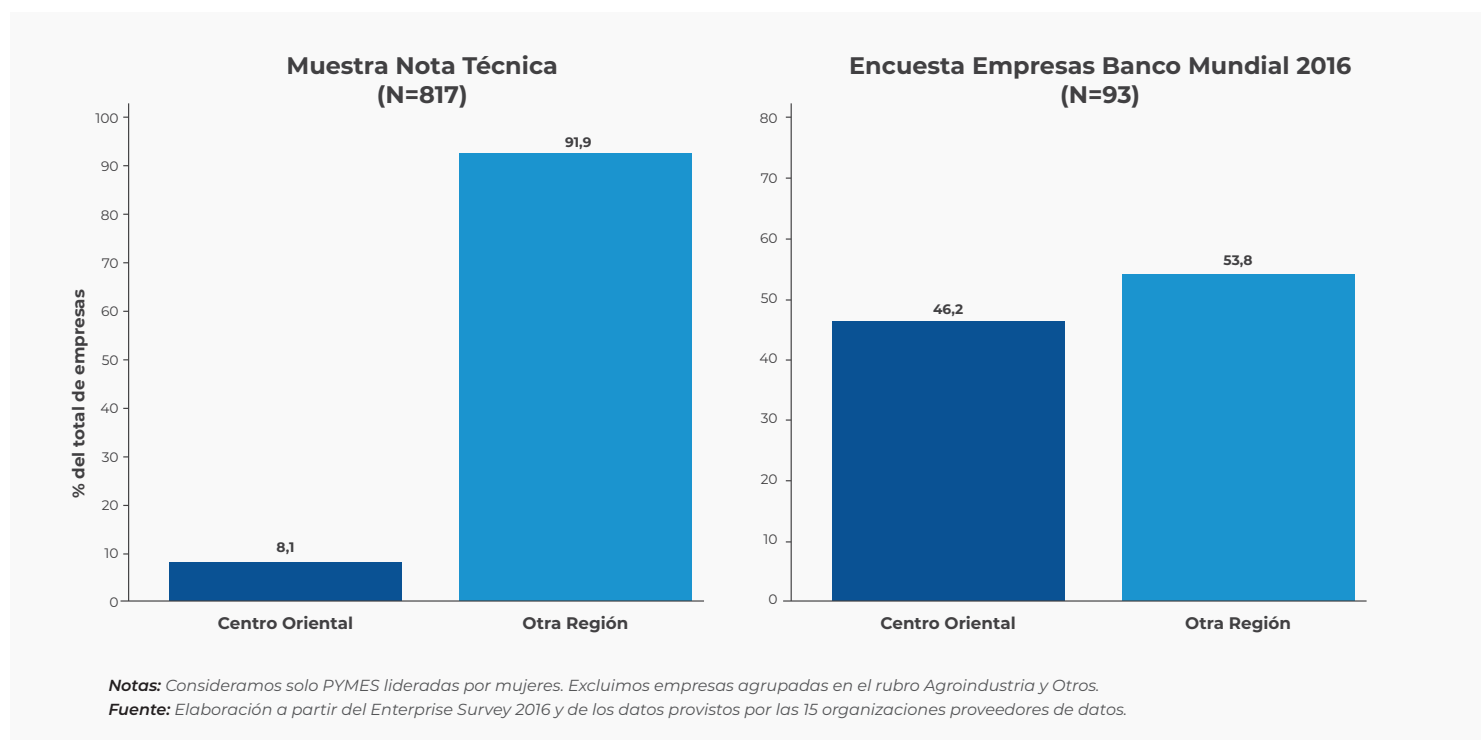
**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.

Por la gran cantidad de microempresas chicas (0 a 4 empleados), la *Figura 3* muestra algunas diferencias a lo expuesto en la *Figura 2*. En términos absolutos, la mayor cantidad de microempresas chicas se localizan en las zonas noroccidental, occidental y centro occidental del país, mientras que en la zona sur se encuentran menos empresas. Como muestra la *Tabla 2*, la zona noroccidental es la más poblada del país, y presenta una tasa de pobreza de 26,2% (CENISS, 2020). Por otro lado, la zona occidental cuenta con la mayor tasa de pobreza del país con más del 60% viviendo en dicha condición (CENISS, 2020).

<sup>23</sup> Esta segmentación sigue el criterio establecido por WeFi para la categoría de "Very Small Enterprises" que son aquellas entre 5 y 9 empleados.

Con respecto a la capital, Tegucigalpa, no se identificaron muchas empresas chicas relativo a las otras zonas del país. En cambio, para microempresas más grandes (5 a 9 empleados) y PYMES, la *Figura 3* muestra que cerca de la capital es donde se localizan más empresas de ese tamaño (región sur).

**Figura 4:** Comparación por región geográfica entre la muestra de PYME lideradas por mujeres de la presente nota técnica y la Encuesta de Empresas Banco Mundial del 2016<sup>24</sup>.



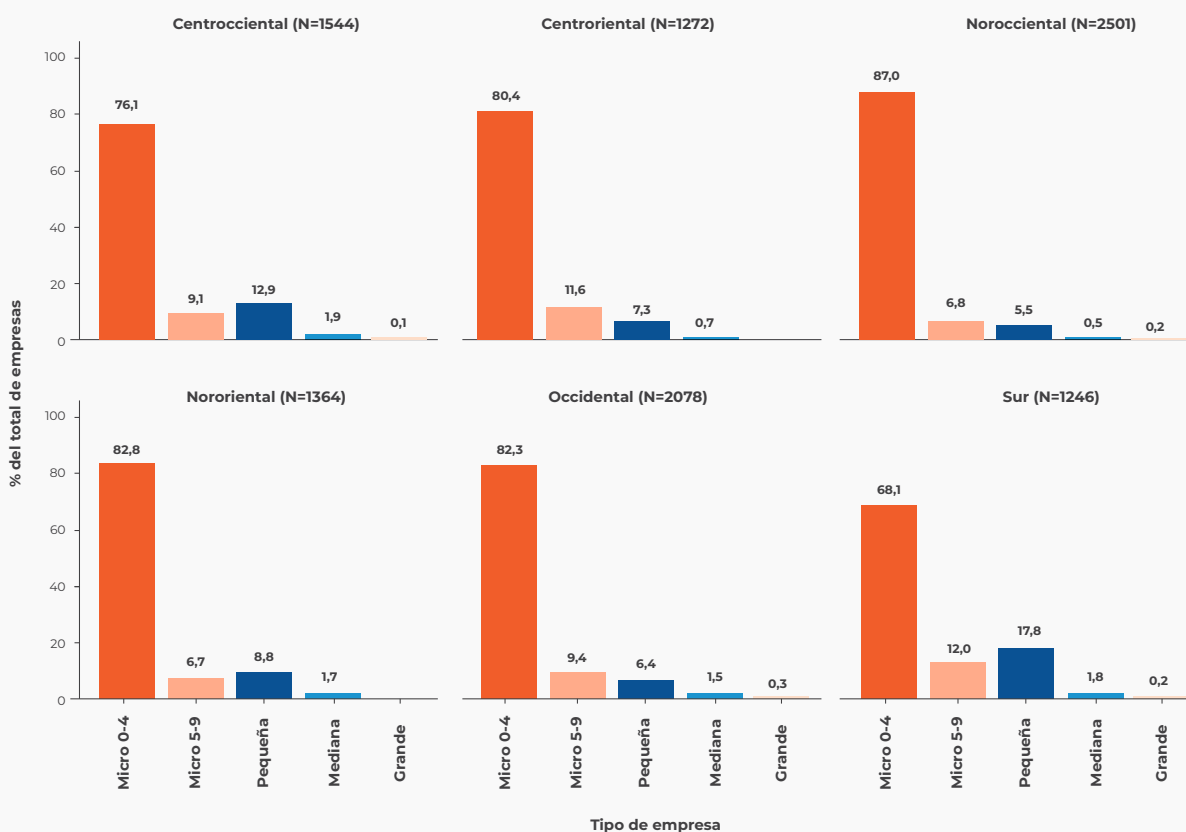
En la *Figura 4* se compara la región geográfica entre nuestra muestra, generada por las 15 organizaciones que proveyeron información y la muestra de la Encuesta de Empresas del Banco Mundial de 2016. Se compara la región geográfica centro oriental versus el resto puesto que la capital, Tegucigalpa, pertenece a dicha región. Además, para que la comparación sea consistente, en la muestra de la nota técnica, se incluyen solo a empresas PYME y se excluyen a las del rubro agroindustria, ya que la encuesta del Banco Mundial no contiene empresas de dicho rubro. A su vez, se excluyen a PYMES categorizadas en “otros” sectores, por la dificultad de agruparlos en un rubro en específico.

De esta manera, la *Figura 4* señala que el 8,1% de PYMES de la muestra de la nota técnica están localizadas en la zona centro oriental (donde se localiza la capital Tegucigalpa). En cambio, la encuesta de empresas del Banco Mundial para Honduras de 2016 muestra que el 46,2% de PYMES lideradas por mujeres están localizadas en dicha zona<sup>25</sup>. Es posible que esta diferencia entre ambas muestras se deba a la naturaleza de la recolección de los datos. Tal como ha descrito en secciones anteriores, la muestra de empresas lideradas por mujeres de la presente nota técnica no puede ser considerada como representativa de todo el país ya que refleja los esfuerzos de recolección de datos y la naturaleza de las actividades de las organizaciones que proveyeron dicha información, lo cual sugiere que no están concentradas en la capital del país.

<sup>24</sup> La comparación de PYMES entre nuestra muestra y la Encuesta del Banco Mundial, se realiza tomando en cuenta la clasificación de tamaño de empresa definido en este documento (Pequeña: 10 a 49 empleados, Mediana: 50 a 149 empleados).

<sup>25</sup> La distribución geográfica de empresas de la muestra completa de la encuesta del Banco Mundial, es decir, incluyendo PYMES lideradas por hombres, es bastante similar (48,5% del total de PYMES están en la región centro oriental).

**Figura 5:** Tipo de empresa por región geográfica en la muestra de empresas lideradas por mujeres de la presente nota técnica.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.

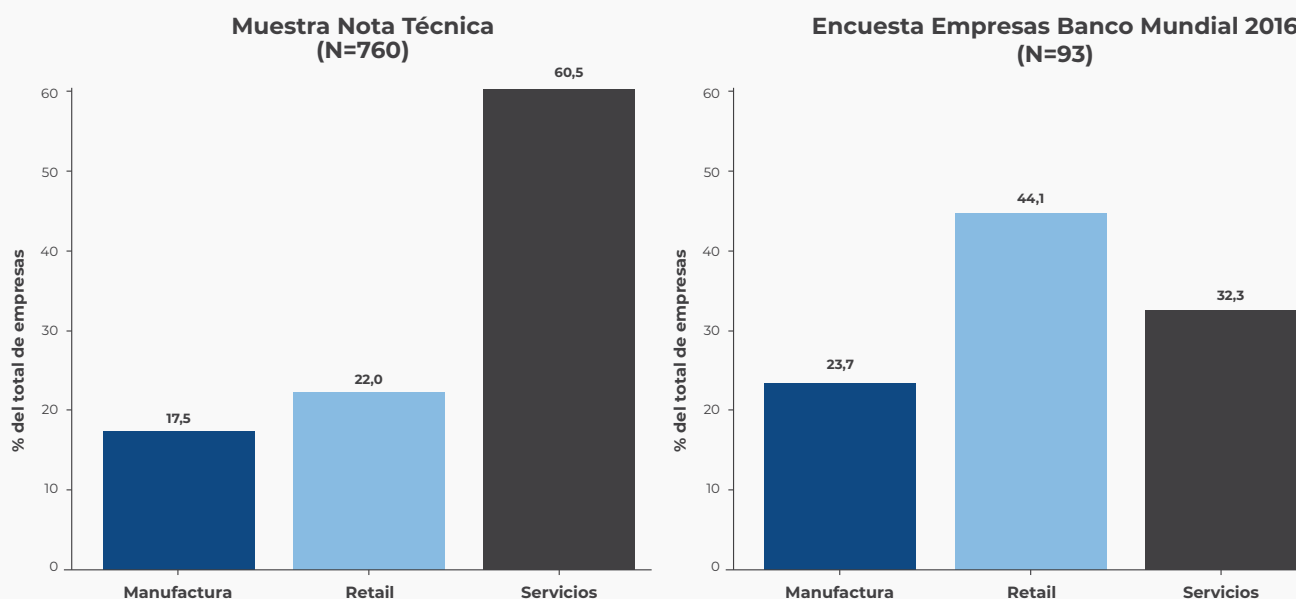
Relativo a su región geográfica, la *Figura 5* muestra la proporción de empresas de acuerdo con su tamaño para cada una de las 6 regiones geográficas del país en nuestra muestra. Se encuentra que hay una mayor proporción de microempresas grandes y PYMES en las zonas sur (29,8%) y centro occidental (22%), seguido por la región centro oriental (18,9%) y occidental (15,8%). La región noroccidental es donde predominantemente se encuentran menos empresas de ese tamaño (12,3%).

## (2) Rubro Económico

Ahora bien, respecto al rubro, la *Figura 6* compara el rubro de las PYMES lideradas por mujeres en la muestra de la nota técnica con la de la Encuesta de Empresas del Banco Mundial de 2016. Para hacer comparable ambas muestras, en la nota técnica se agrupó las categorías de turismo y servicios en la categoría “*Servicios*”, y a comercio y abarrotes en la categoría “*Retail*”, siguiendo las categorías ya existentes en la Encuesta de Empresas. Adicionalmente, se consideran los mismos criterios de exclusión mencionados en el punto (III.1)<sup>26</sup>.

<sup>26</sup> Para que la comparación sea consistente, se excluyen a PYMES del rubro agroindustria, ya que la encuesta del Banco Mundial no contiene empresas de dicho rubro. A su vez, se excluyen a PYMES categorizadas en “otros” sectores, por la dificultad de agruparlos en un rubro en específico.

**Figura 6:** Comparación por rubro entre la muestra de la nota técnica y Encuesta de Empresas del Banco Mundial del 2016, para empresas lideradas por mujeres

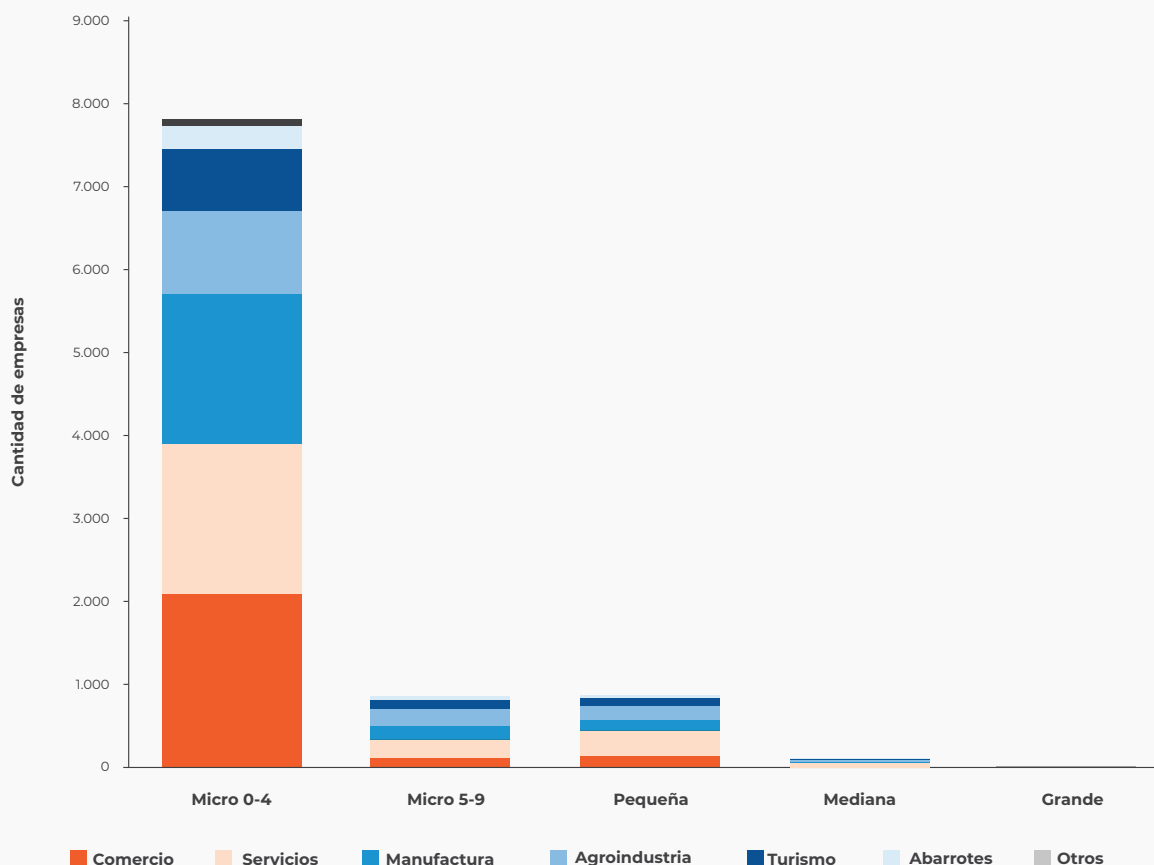


**Nota:** Consideramos solo PYMES lideradas por mujeres, Excluimos empresas agrupadas en el rubro Agroindustria y Otros.

**Fuente:** Elaboración propia a partir del Enterprise Survey 2016 y de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.

La Figura 6 muestra que la distribución de PYME por rubro entre ambas muestras es muy distinta, excepto para el sector manufactura, que representaría cerca del 20% de PYMES en ambos casos. Retail es el rubro predominante de las PYMES lideradas por mujeres en la encuesta del Banco Mundial con un 44,1% del total. Por otro lado, el sector servicios es el rubro predominante de la muestra de la nota técnica con un 60,5%. Sin embargo, al enfocarnos solo en los datos de la encuesta del Banco Mundial, es importante notar que estos porcentajes cambian si se incluyen datos de la muestra completa, que considera tanto a empresas lideradas por mujeres como por hombres. Para la muestra completa, el sector retail tiene una participación de 35,8% en comparación con la muestra de empresas lideradas solo por mujeres (44,1%). Esto sugiere una mayor participación de las mujeres en retail que en otros sectores. Para manufactura, la participación en la muestra total es de 27,1% en comparación al 23,7% de la muestra solo para mujeres, lo que indica una menor presencia de mujeres en este sector en comparación con los hombres. De la misma forma, en el sector servicios, la participación de la muestra total asciende a 37,1% mientras que en empresas lideradas por mujeres es de 32,3%, lo que refleja una participación menor respecto a las lideradas por hombres.

**Figura 7:** Tamaño de empresa por rubro en la muestra de la nota técnica, para empresas lideradas por mujeres



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.

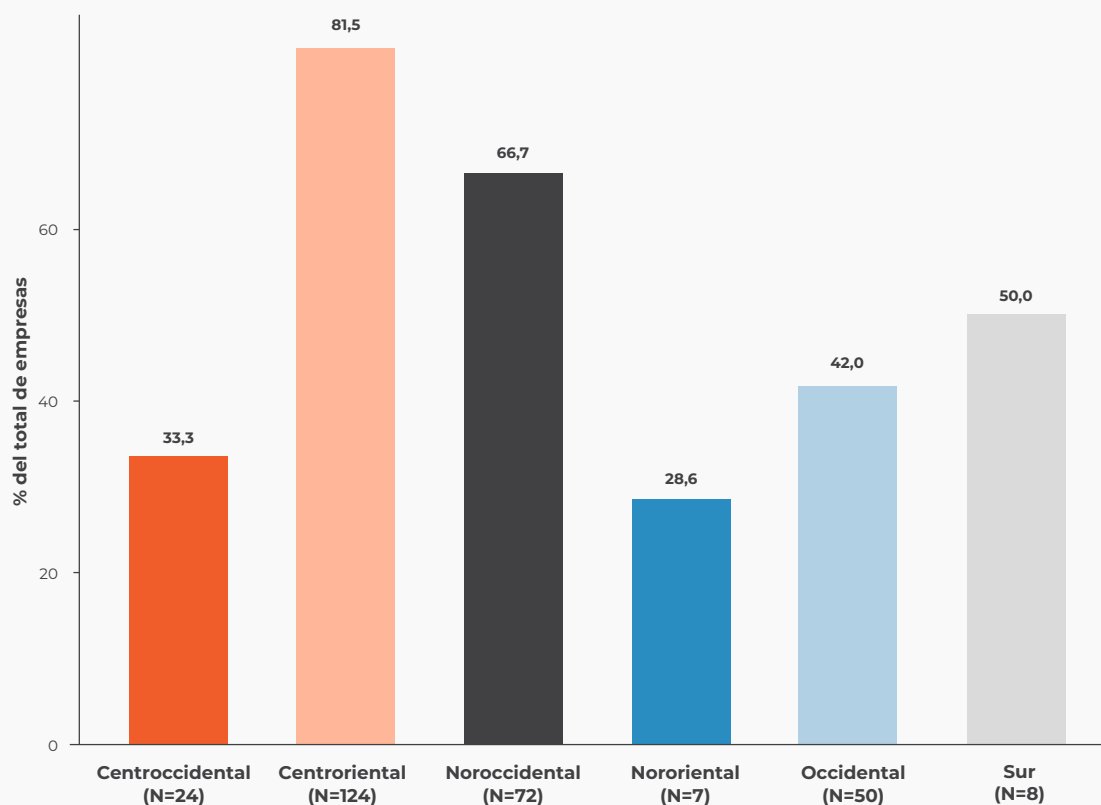
La Figura 7 ilustra la distribución de empresas por tamaño en principales rubros económicos según los datos de nuestra muestra. En términos de rubro, el sector Comercio destaca por tener la mayor concentración de las microempresas más pequeñas (definidas como aquellas con 0-4 empleados), representando el 87,9% de las empresas en ese sector. De manera similar, el sector de Abarrotes también muestra una predominancia de microempresas pequeñas, constituyendo el 85,4% de su total. En contraste, Servicios lidera en empresas con más de 4 empleados (24,2%), seguido del sector Agroindustria (24%) y Otro (22%).



### (3) Formalidad

La *Figura 8* muestra la tasa de formalidad por región geográfica, es decir, la proporción de empresas que reportaron tener personalidad jurídica en nuestra muestra. Cabe señalar que solo 302 empresarias respondieron sobre la formalidad de su empresa. De las cuales, un 66,2% reporta ser formal. Teniendo en cuenta la restricción del tamaño de la muestra, se observa que, las regiones centro oriental, noroccidental y sur son las que reportan mayor formalidad.

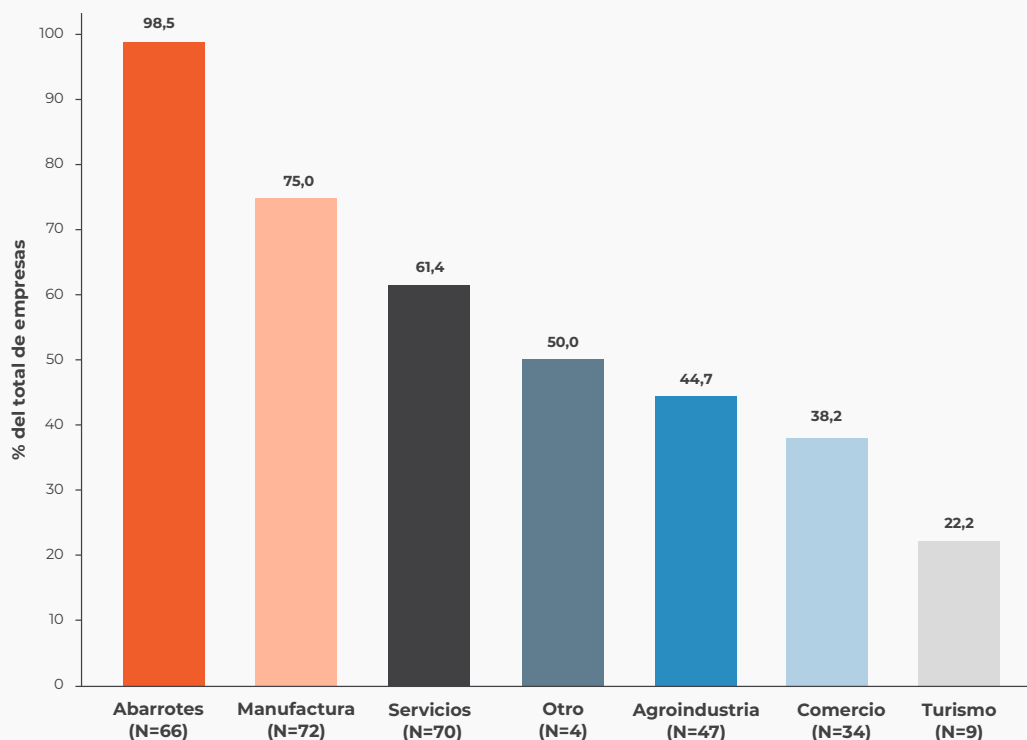
**Figura 8:** Formalidad de empresas lideradas por mujeres por región geográfica en la muestra de la nota técnica



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.

Con respecto al sector económico, la *Figura 9* nos indica que en el rubro de abarrotes una alta proporción de empresas son formales (98,5%), le sigue el rubro manufactura con un 75% y servicios con un 61,4%. Por otro lado, el sector turismo presenta una menor proporción de empresas formales con solo un 22,2% reportando tener personalidad jurídica. De nuevo, es importante señalar que estas cifras no deben ser tomadas como representativas ya que el número de empresas que reportaron información sobre su estatus de formalidad es limitado, solo el 5% de la muestra total reportó dicha información.

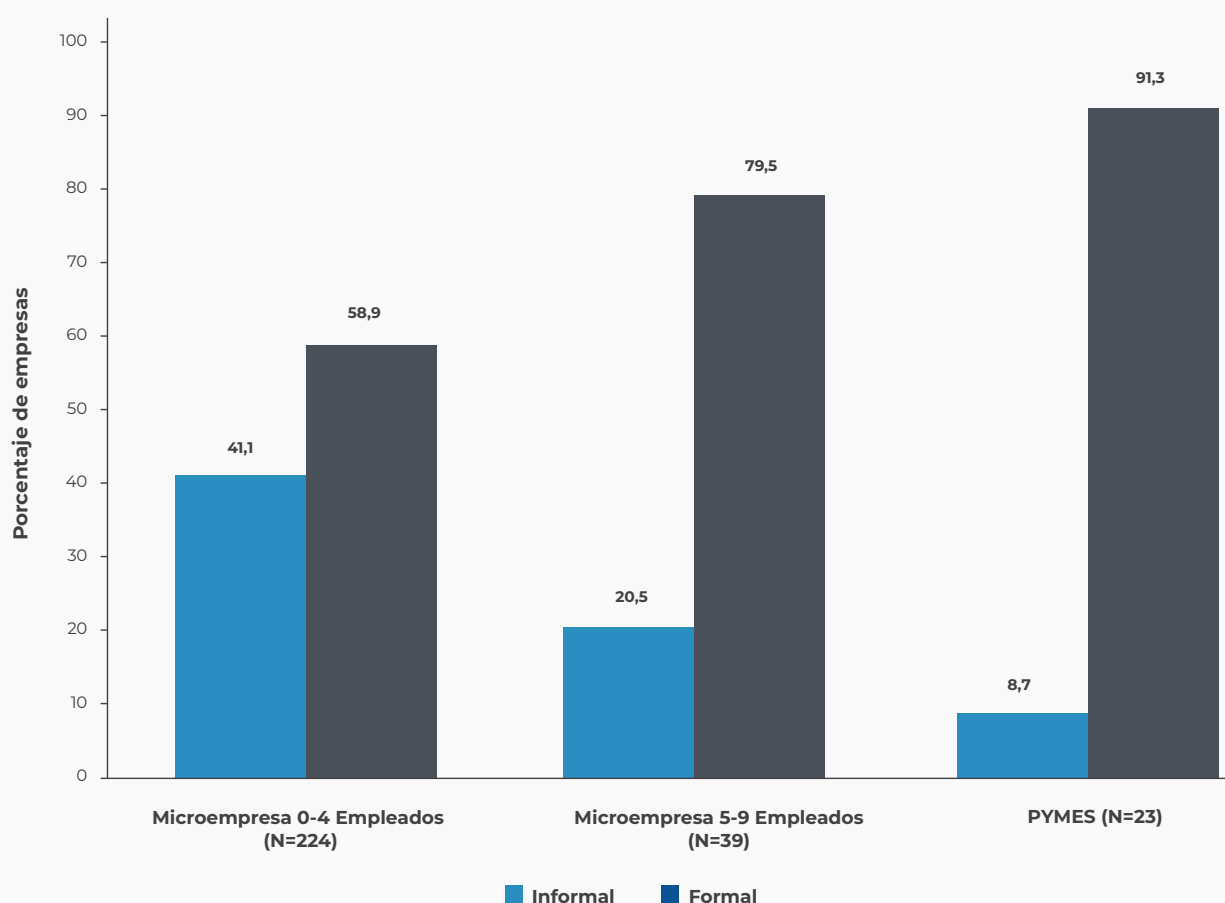
**Figura 9:** Formalidad de empresas lideradas por mujeres por rubro en la muestra de la nota técnica



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.

La *Figura 10* indica que, en nuestra muestra de empresas que reportaron estatus de formalidad, el 41,1% de las microempresas chicas son informales<sup>27</sup> y el 20,5% para el caso de microempresas grandes. Con respecto a las PYMES, solo el 8,7% es informal. Lo cual indica que la formalidad aumenta a medida que las empresas son más grandes.

**Figura 10:** Formalidad de empresas lideradas por mujeres por tipo de empresa en la muestra de la nota técnica



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.

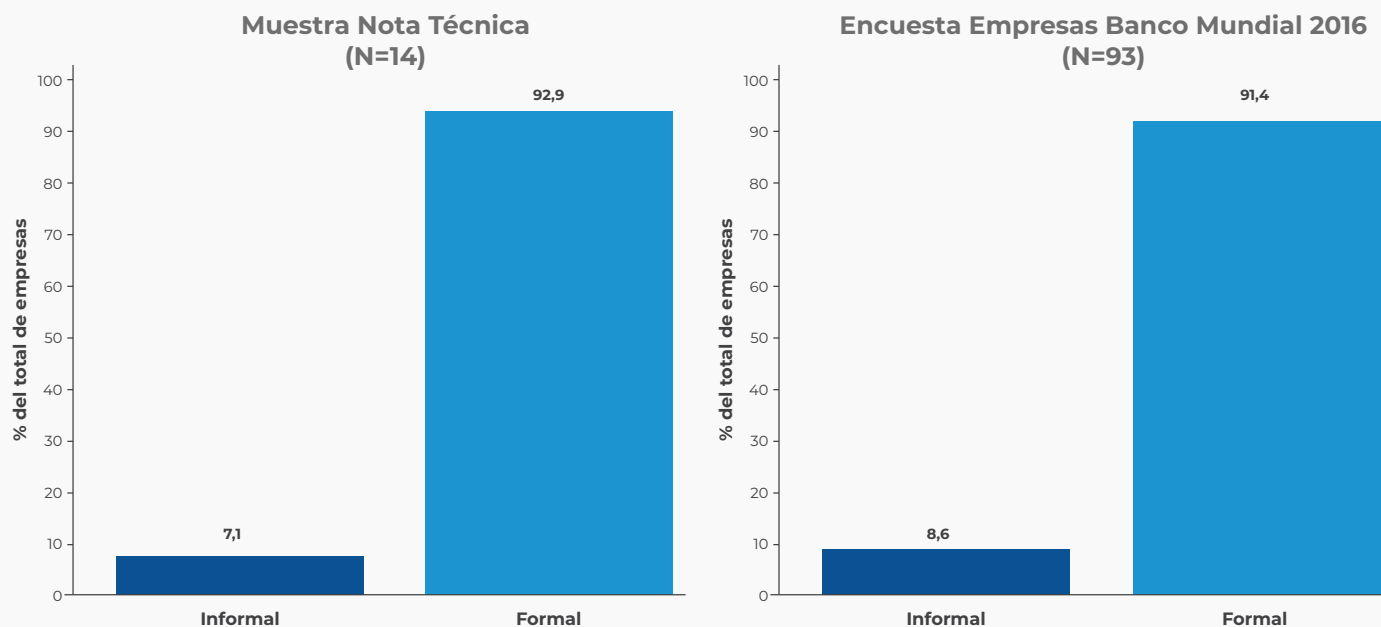
Siguiendo los mismos criterios de exclusión definidos en el punto (III.1)<sup>28</sup>, la *Figura 11* compara la formalidad de las PYMES lideradas por mujeres en la muestra de la nota técnica con la de la Encuesta de Empresas del Banco Mundial. En nuestra muestra, se observa que el 92,9% del total de las PYMES reporta ser formal. Lo cual se asimila a la encuesta del Banco Mundial, en donde el 91,4% reporta ser formal.

Ahora bien, la formalidad de las PYMES de la muestra completa de la Encuesta de Empresas del Banco Mundial, es decir, incluyendo PYMES lideradas por hombres, es inferior (85,5% del total de PYMES son formales). Por lo que, de acuerdo con la muestra del Banco Mundial, las PYMES lideradas por mujeres son relativamente más formales que aquellas lideradas por hombres (91,4% vs. 83,3%).

<sup>27</sup> Según un informe de la OIT (2020), entre las principales razones por las que las microempresas en Honduras a menudo optan por mantenerse informales es porque los impuestos son muy altos. Además, existe una opinión generalizada de que si los gobiernos fueran honestos, muchos negocios elegirían la formalidad. Asimismo, se señala que los trámites de registro son muy complejos.

<sup>28</sup> Para que la comparación sea consistente, se excluyen a PYMES del rubro agroindustria, ya que la Encuesta de Empresas del Banco Mundial no contiene empresas de dicho rubro. A su vez, se excluyen a PYMES categorizadas en "otros" sectores, por la dificultad de agruparlos en un rubro en específico.

**Figura 11:** Comparación por formalidad entre la muestra de la nota técnica y Encuesta de Empresas Banco Mundial del 2016, para empresas lideradas por mujeres



**Notas:** Consideramos solo PYMES lideradas por mujeres. Excluimos empresas agrupadas en el rubro Agroindustria y Otros  
**Fuente:** Elaboración propia a partir del Enterprise Survey 2016 y de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.

#### (4) Localización de MIPYME lideradas por mujeres y características socioeconómicas

##### A. Pobreza

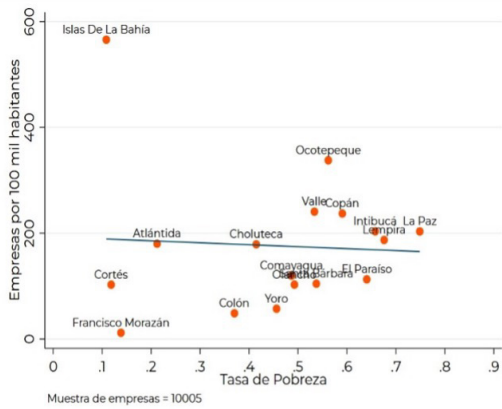
Para entender mejor al ecosistema de MIPYME, se relaciona la tasa de pobreza por departamento/región geográfica con la cantidad de empresas reportadas en la muestra en dicha zona. La *Figura 12 Panel A* muestra una tendencia ligeramente negativa entre tasa de pobreza y la cantidad de empresas por departamento. Sin embargo, la tendencia se vuelve ligeramente positiva en el caso de empresas grandes. En general, al analizar la relación entre tasa de pobreza y la cantidad de empresas totales de las que se tiene información sobre su tamaño, el resultado indicaría que existen más empresas lideradas por mujeres en departamentos que tienen menos pobreza. Sin embargo, al aislar el análisis solo para las empresas grandes, se produce un resultado contraintuitivo que indicaría que las empresas más grandes se encuentran en departamentos con mayor pobreza, lo cual podría explicarse por el rubro en el que se desempeñan las mismas (ver *Figura 12 Panel B*).

Por otro lado, cuando se relaciona la tasa de pobreza por regiones, se observa una tendencia claramente positiva entre pobreza y cantidad de empresas. Una interpretación de este resultado es que muchas empresas en Honduras podrían surgir debido a la necesidad y a escasas oportunidades en el mercado laboral convencional, por lo que esto sugeriría que el ecosistema micro emprendedor de las mujeres es principalmente de subsistencia. Al mismo tiempo, la *Figura 13* sugiere que la mayor cantidad de empresas grandes de la muestra pertenecen al rubro de servicios y agroindustria<sup>29</sup>, los cuales serían más intensivos en mano de obra y, por ende, implicaría empresas de mayor tamaño.

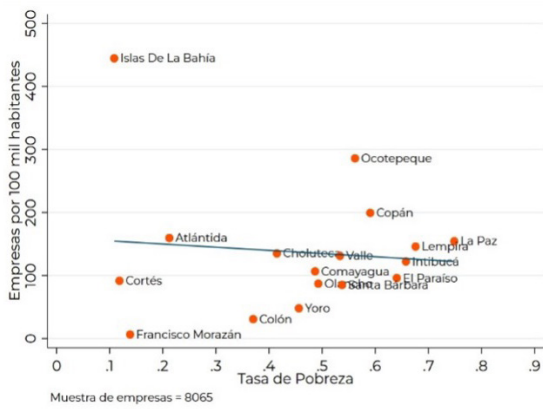
Figura 12: Relaciones entre tasa de pobreza y cantidad de empresas lideradas por mujeres

A) Por departamento

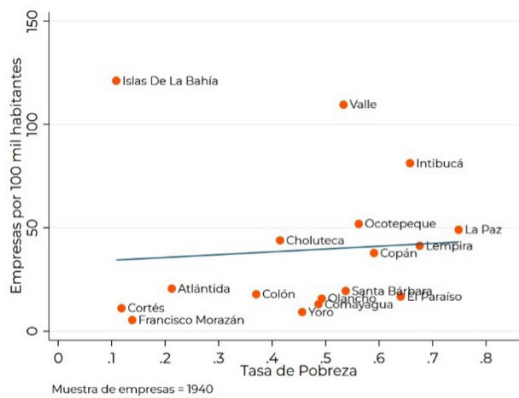
i) Relación entre total de empresas y pobreza



ii) Relación entre empresas de 0 a 4 empleados y pobreza

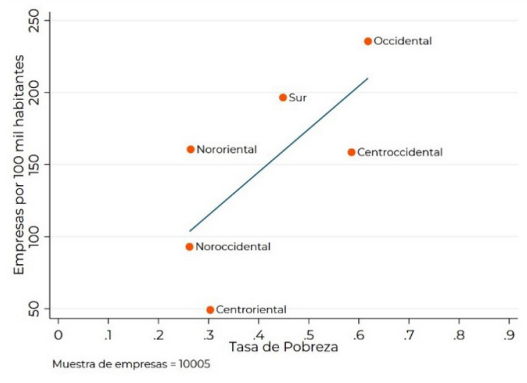


iii) Relación entre empresas con más de 4 empleados y pobreza

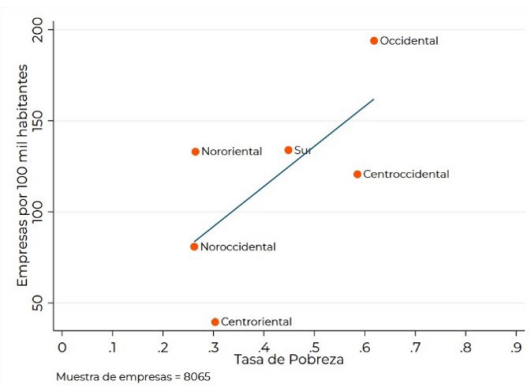


B) Por región geográfica

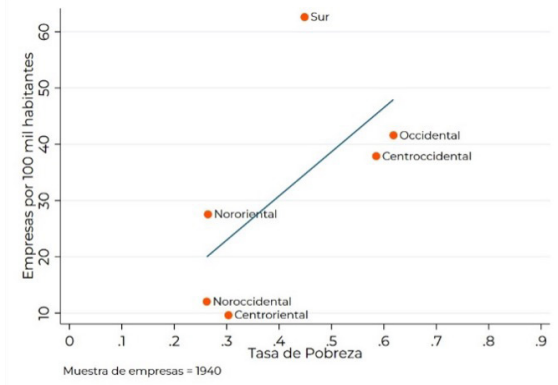
i) Relación entre total de empresas y pobreza



ii) Relación entre empresas de 0 a 4 empleados y pobreza



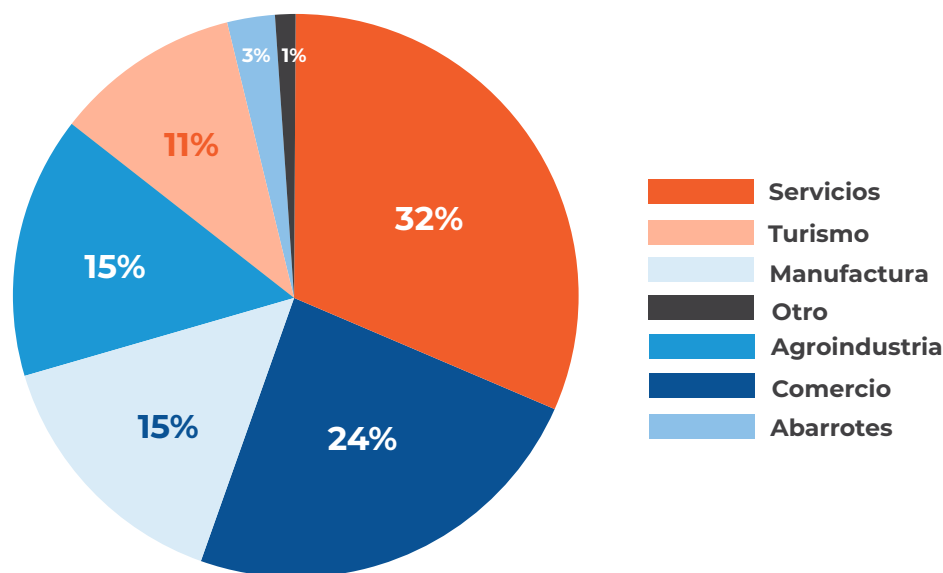
iii) Relación entre empresas con más de 4 empleados y pobreza



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.

<sup>29</sup> El sector agroindustria incluye sectores como el agrícola y ganadero que son intensivos en mano de obra.

**Figura 13:** Rubro de empresas lideradas por mujeres con más 4 de empleados



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.

## B. Seguridad

Un problema latente en Honduras es la seguridad personal, lo cual podría impactar de manera negativa el ecosistema emprendedor de las mujeres. La *Figura 14*, Panel A, nos refleja esta situación. En general, los departamentos con mayores índices de violencia tienen una menor cantidad de empresas reportadas<sup>30</sup> por los proveedores luego de ajustar por su población. Al mismo tiempo, estos departamentos tienen una menor tasa de formalidad de sus empresas en promedio. No obstante, la tendencia se vuelve positiva cuando se analiza el índice de violencia y empresas al agruparlas por región geográfica (ver *Figura 14* Panel B). Dada la naturaleza de nuestra muestra, es complejo extraer una conclusión que respalde este resultado, sin embargo, esta tendencia puede sugerir que las empresas se adaptan a la violencia que surge dentro de sus entornos operativos (Greenbaum y Tita, 2004) teniendo en cuenta que Honduras presenta uno de los índices más altos de violencia en el mundo (Ulku y Zaourak, 2021). Por otro lado, en términos de antigüedad de la empresa, se observa una ligera tendencia negativa al analizarlo por departamentos, la cual se vuelve mucho más notoria cuando se analiza por zona geográfica. Este resultado indicaría que las empresas tienden a mantenerse operativas menos años en regiones con mayores índices de violencia. Es importante recalcar que las relaciones entre el índice de violencia, formalidad, y años de antigüedad se basan en una muestra limitada y no representativa de empresas.

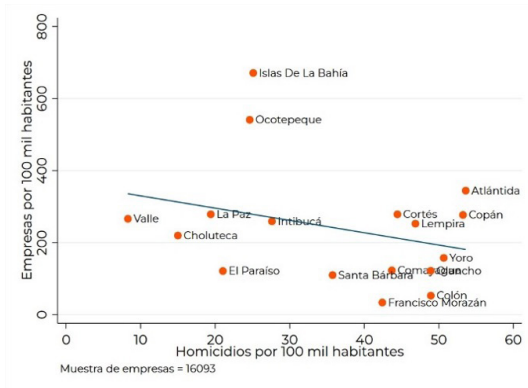
De nuestra muestra, estos resultados indicarían que la seguridad tiene un impacto importante en el crecimiento del ecosistema emprendedor de las mujeres.

<sup>30</sup> Es importante considerar que la muestra de datos no es representativa de todo el país. Por ello, es posible que factores regionales, como la alta incidencia de violencia en la capital, no estén siendo adecuadamente reflejados en nuestros datos.

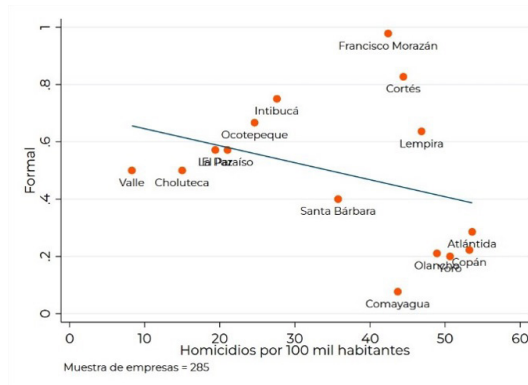
**Figura 14:** Relaciones entre violencia versus cantidad de empresas lideradas por mujeres, formalidad y años de antigüedad

**A) Por departamento**

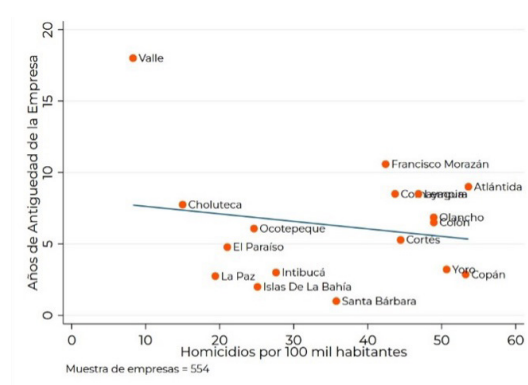
**i) Relación entre cantidad de empresas y violencia**



**ii) Relación entre formalidad y violencia**

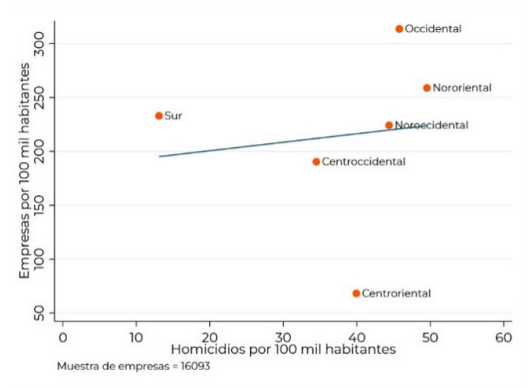


**iii) Relación entre años de antigüedad y violencia**

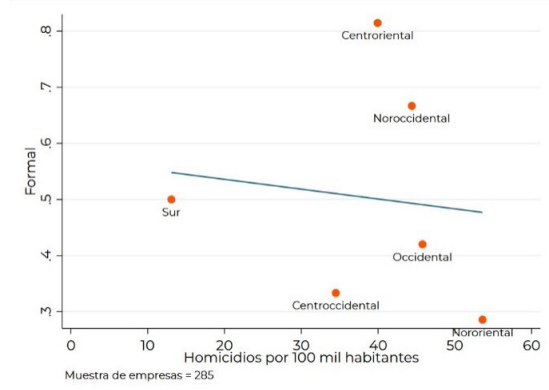


**B) Por región geográfica**

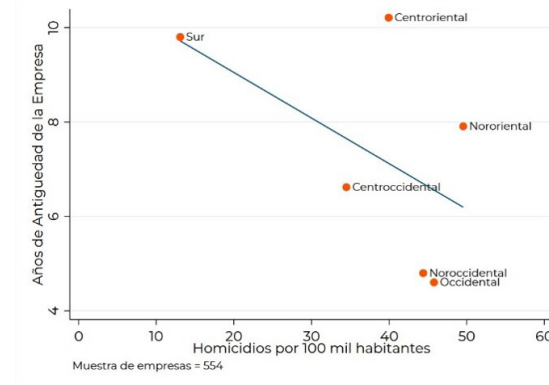
**i) Relación entre cantidad de empresas y violencia**



**ii) Relación entre formalidad y violencia**



**iii) Relación entre años de antigüedad y violencia**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.



### C. Ruralidad

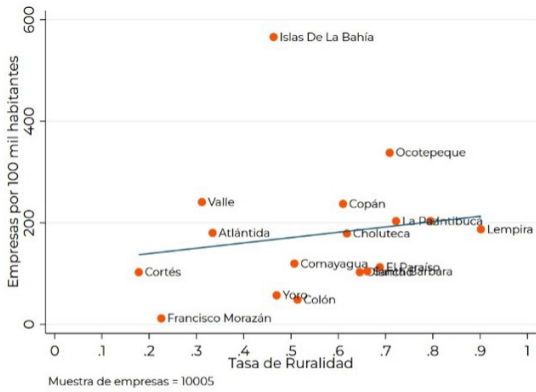
La ruralidad es otro factor que podría impactar en el crecimiento del ecosistema emprendedor en Honduras y que podría particularmente afectar a las mujeres. Tomando en cuenta la muestra de empresas lideradas por mujeres de las que se tiene información por tamaño de empresa, la *Figura 15 Panel A* muestra una tendencia positiva entre los departamentos con mayores tasas de ruralidad y la cantidad de empresas existentes. Al desagregar por empresas de menor y mayor tamaño, se observa la misma tendencia positiva. Dicho resultado es incluso más evidente después de agrupar por región geográfica.

Una posible interpretación podría ser similar a la relación con tasa de pobreza, es decir, el crecimiento de empresas en Honduras surge por razones de necesidad, ya que la escasa demanda laboral de mujeres en zonas rurales las forzaría a generar emprendimientos de subsistencia. Como en el caso de pobreza, en zonas con mayor ruralidad hay más presencia de empresas grandes y aparentemente está relacionado con el rubro de la empresa: Servicios y Agroindustria (*Figura 13*). De esta forma, el resultado de la *Figura 15 Panel Aiii*) y Panel Biii), se podría derivar también de la naturaleza de la industria i.e. agroindustria, ya que dicho rubro requeriría de más empleados para sus actividades, pero no necesariamente implicaría generación de empleo de alta calidad y remuneración.

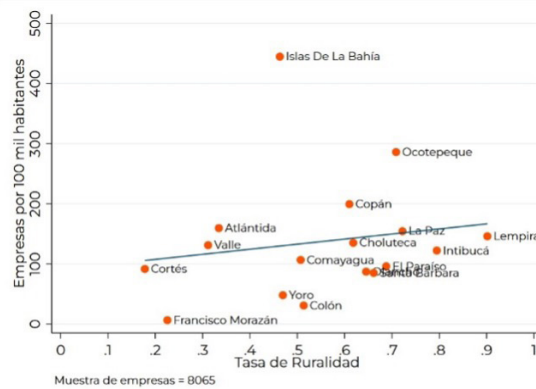
Figura 15: Tasa de ruralidad y cantidad de empresas lideradas por mujeres

A) Por departamento

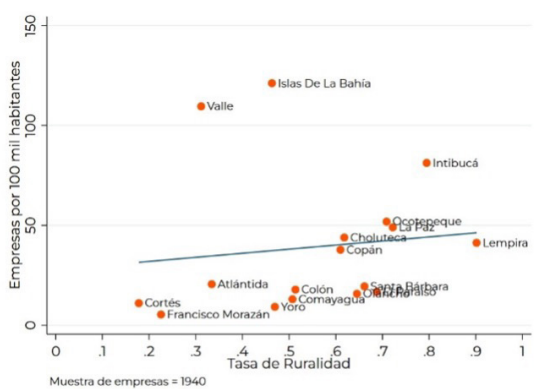
i) Relación entre total de empresas y ruralidad



ii) Relación entre empresas con 0 a 4 empleados y ruralidad

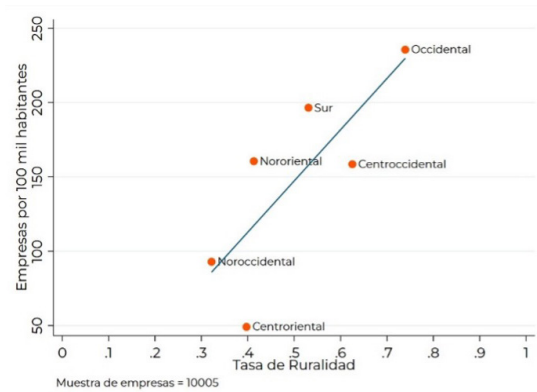


iii) Relación entre empresas con más de 4 empleados y ruralidad

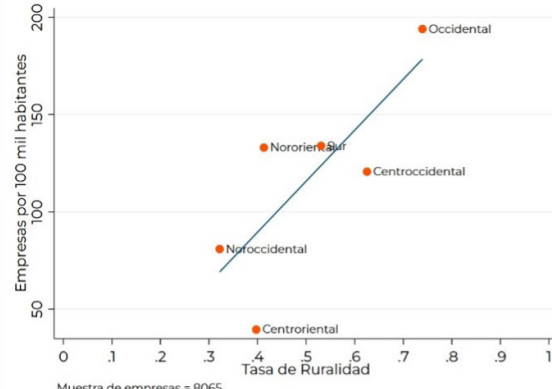


B) Por región geográfica

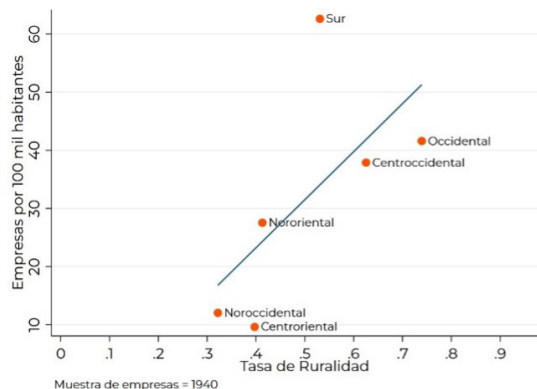
i) Relación entre total de empresas y ruralidad



ii) Relación entre empresas con 0 a 4 empleados y ruralidad



iii) Relación entre empresas con más de 4 empleados y ruralidad



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos provistos por las 15 organizaciones proveedoras de datos.

# 04

**EVIDENCIA  
CUALITATIVA:  
NECESIDADES  
DE LAS  
EMPRESAS  
LIDERADAS  
POR MUJERES  
EN HONDURAS**



Para comprender con más profundidad las necesidades de las mujeres empresarias, se realizaron entrevistas a 21 actores del ecosistema emprendedor de Honduras y 5 empresarias líderes de negocio. Los actores del ecosistema que fueron entrevistados son descritos en el Anexo B. Del total de entrevistas, en 13 casos el principal entrevistado fue mujer y en 8 fue un hombre.

## I. Diagnóstico

Del total de actores del ecosistema entrevistados, incluyendo las empresarias, 20 de los 26 (77%) entrevistados señala que hay necesidades de las MIPYME lideradas por mujeres que son significativamente mayores que para aquellas lideradas por hombres en algunos ámbitos específicos. Estas mayores necesidades se destacan más cuando el entrevistado es una mujer, específicamente, 84% indicaron este fenómeno cuando se entrevistó a una mujer y 57% cuando el entrevistado era hombre.

Las principales necesidades detectadas a partir de las entrevistas y que se perciben como exacerbadas en los emprendimientos liderados por mujeres son: la falta de asesoría técnica, el acceso a financiamiento y garantías, reducida asociatividad y encadenamientos, falta de apoyo en digitalización y tecnología, y mayor exposición a problemas de seguridad, los cuales se desarrollan con más detalle en esta sección. La *Tabla 5* muestra el número de veces que fueron mencionadas estas necesidades en las entrevistas.


**Tabla 5:** Número de menciones en las entrevistas por tipo de necesidad

Necesidad	Menciones actores del ecosistema (21 entrevistas)	Menciones mujeres líderes de negocio (5 entrevistas)	Total menciones (26 entrevistas)
Asesoría técnica	15 (71,4%)	4 (80%)	19 (73,1%)
Financiamiento	14 (66,7%)	4 (80%)	18 (69,2%)
Asociatividad y encadenamientos	13 (61,9%)	4 (80%)	17 (65,4%)
Digitalización y tecnología	10 (47,6%)	0 (0%)	10 (38,4%)
Problemas de seguridad (extorsión)	6 (28,6%)	0 (0%)	6 (23,1%)

## Asesoría técnica

Las mujeres históricamente han tenido menores oportunidades que los hombres para acceder a posiciones empresariales de impacto en los países de la región y en particular en Honduras (Banco Mundial, 2010). La falta de oportunidades han probablemente generado brechas de conocimiento entre hombres y mujeres. Dicha realidad podría dificultar a las empresarias a generar un buen plan de negocio, realizar estudios de mercado, constituir legalmente la empresa, entre otros aspectos relevantes para el éxito de un negocio. Por esto, el 73,1% de los entrevistados menciona que es extremadamente necesario proveer asesorías técnicas que se adecuen al perfil de las empresarias hondureñas.

Un problema adicional, que es mencionado en las entrevistas, es el tiempo dedicado a las empresas, debido a que las mujeres tienden a tener responsabilidades familiares que les impiden acceder a todas las oportunidades de asesoría técnica existentes. De acuerdo a We Effect (2021), las mujeres realizan al menos 2,5 de veces más trabajo de cuidado del hogar que los hombres. Por esto, durante las entrevistas se destaca que muchas mujeres están imposibilitadas de participar en los cursos de capacitación por las responsabilidades en el hogar y dado que generalmente son programados en la mañana. En consecuencia, se necesita adaptar los horarios y los tiempos a las necesidades de las mujeres. Adicionalmente, algunas Cámaras de Comercio mencionaron que es escasa la cantidad de salas cunas o jardines infantiles donde se puedan apoyar las mujeres, por lo que la tasa de participación de mujeres en capacitaciones y mentorías suele ser baja. Un informe realizado el año 2017 por el Equipo de Monitoreo Independiente de Honduras (EMIH), Red de Sindicatos de la Maquila (RSM-H) y Red de Solidaridad de la Maquila (RSM) destaca que la ausencia de centros de cuidado infantil (CCI) para las hijas y los hijos de las mujeres madres trabajadoras en Honduras es un problema social y que, a su vez, representa una barrera de género para que las mujeres se incorporen plenamente al trabajo y continúen su camino profesional sin interrupciones relevantes.

A photograph of a woman with dark hair, wearing a patterned short-sleeved shirt and a green apron, smiling slightly. She is standing in a grocery store with shelves of various products in the background. A white text box is overlaid on the left side of the image.

*De acuerdo al BID (2021) la participación de mujeres en empresas de menos de 20 empleados es de casi un 35%, en empresas entre 20 y 100 empleados es de 20% y en empresas con más de 100 empleados es de solo 5%.*

Más aún, en un par de entrevistas se destaca que a nivel de microempresas las mujeres tienen incluso una mayor participación en este segmento que los hombres. Sin embargo, a nivel PYME la situación se revierte y hay mayor participación de los hombres. De acuerdo al BID (2021) la participación de mujeres en empresas de menos de 20 empleados es de casi un 35%, en empresas entre 20 y 100 empleados es de 20% y en empresas con más de 100 empleados es de solo 5%. Lo cual refleja que la cantidad de empresas dirigidas por mujeres se reduce a medida que el tamaño de la empresa crece. Esto se alinea a las conclusiones del análisis cuantitativo en torno a la necesidad de las mujeres de crear emprendimientos de subsistencia, lo cuales suelen ser microempresas. Además, es posible que una de las causas por las que dichas empresas no crecen sería la falta de asesoría técnica que se adapte a las necesidades de las mujeres hondureñas, en particular, tomando en cuenta la carga doméstica que a menudo recae sobre ellas, lo que limita aún más su capacidad para dedicar tiempo y recursos al desarrollo de sus emprendimientos.

Adicionalmente, se menciona durante las entrevistas la importancia de realizar asistencia técnica personalizada y que se combine con acompañamiento, preocupación por la salud emocional y promoción de una mayor autoestima empresarial. Según un informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sobre el espíritu empresarial femenino en 62 países (incluyendo 11 países latinoamericanos), solo el 29% de las mujeres en el mundo se consideran a sí mismas capaces de iniciar con éxito un negocio, en comparación con el 42% de los hombres (GEM, 2017). De acuerdo con este informe, sobre la base de prejuicios psicológicos, educativos y sociales, la falta de autoconfianza es un gran obstáculo para aumentar el espíritu empresarial entre las mujeres, cuya actividad empresarial, medido en la cantidad de empresarios nacientes, sigue siendo un 5% menor que la de los hombres. Esta problemática no sólo es específica a la región. En Europa, el 86% de las empresarias francesas y el 63% de las empresarias alemanas mencionan la autocensura y la falta de confianza como obstáculos (Women Initiative Foundation, 2018). Dicha situación parece paradójica a causa de que las mujeres empresarias en Europa tienen, en promedio, un 22% más alto nivel de años de escolaridad que sus homólogos masculinos (GEM, 2017).

Con respecto a este tema, una de las empresarias líderes entrevistada señala que la falta de confianza en el producto que comercializan impide el crecimiento del negocio de las mujeres empresarias. Desde su experiencia, las mujeres no valoran el producto que venden, y por lo tanto afecta su poder de negociación. Algunas entrevistadas creen que una de las razones de este fenómeno son los estándares sociales habituales en el país y con los que crecen las mujeres durante su vida.

Adicionalmente, actores del ecosistema que operan en sectores rurales indican que existen mujeres empresarias con alto potencial, pero que se encuentran aisladas tecnológicamente y no reciben asistencia técnica apropiada para impulsar sus negocios. En este sentido, es necesario una estrategia diferenciadora para incluirlas.

De las empresarias líderes de negocio que fueron entrevistadas, 3 de las 5 reportaron que contaron con apoyo familiar y/o experiencia familiar previa trabajando en el sector de su negocio, lo cual les ayudó para poder constituirse legalmente, y no necesitar asistencia técnica. Dichas empresarias reportan que también cuentan con el apoyo de un hombre para todo lo relativo a la obtención de permisos, pago de impuestos, entre otros, por lo que potencialmente no son representativas de la mujer hondureña que requiere realizar dichos procesos por sí sola. A pesar de eso, un par de entrevistadas mencionaron que falta un apoyo institucionalizado especializado para las mujeres que logren reducir las brechas de conocimiento. Sobre todo, mencionan como temas clave el proceso de constitución de empresas, temas financieros y de asociatividad entre mujeres empresarias.

## Acceso a financiamiento

Los entrevistados del sector financiero señalan que los criterios para acceder a financiamiento son estándar y, según su percepción, consideran que no existe discriminación por género en el proceso de acceder a un préstamo, por lo que destacan que la mayoría de los bancos del país no solicitan información sobre el género a los individuos o empresas que aplican por créditos. En contraste, reportan que los requisitos claves que los bancos exigen es que la empresa aplicante tenga al menos dos años de constitución, estar formalizados, contar con historial crediticio, referencias comerciales, garantías o aval, permisos gubernamentales de operación, y permisos específicos según el rubro del negocio.

Sin embargo, de acuerdo a Chioda, Higgins and Gertler (2018), que el acceso a crédito sea neutral al género (*“gender-blind”*) no representa una solución efectiva para evitar la discriminación, ya que eso puede ser fácilmente deducido a partir de otras variables que están correlacionadas con el género. En asociación con un banco comercial en la República Dominicana, los investigadores realizaron dos estudios que incluían a 20,000 personas de bajos ingresos, la mitad de ellas mujeres. En el primer estudio, los investigadores utilizaron los historiales de pago de préstamos y el género de las personas para diseñar un único modelo de aprendizaje automático para predecir la solvencia. En el segundo estudio, los investigadores diseñaron un modelo con solo los datos de pago de préstamos de las mujeres. Se menciona que un elemento para incorporar en cualquier modelo es que las mujeres tienden a mostrar tasas de morosidad menores a los hombres, por lo que darle un peso importante a esta variable favorecería el acceso a crédito a muchas mujeres. Ellos encuentran que el 93% de las mujeres obtiene más crédito en un modelo que separa por género y considera características tales como morosidad con respecto a un modelo *gender-blind*. Los autores concluyen que la mejor manera de reducir la discriminación es reintroducir características de género en los modelos de puntaje crediticio.

Galli et al. (2019) testean la existencia de sesgos de género en la obtención de créditos de PYMES lideradas por mujeres en Europa. Se encuentra que las empresas lideradas por mujeres son más propensas que sus contrapartes masculinas a abstenerse de solicitar préstamos. Ahora bien, considerando las mujeres que sí solicitan préstamos no parece existir discriminación por parte del prestamista. Sin embargo, en periodos de alto crecimiento económico, la probabilidad de rechazo del préstamo solicitado por mujeres empresarias es mayor en comparación a los hombres, lo cual indicaría signos de discriminación por parte del prestamista. Respecto a la potencial discriminación por parte del prestamista, Montoya et al. (2020) analizan solicitudes de créditos de consumo para Chile y evidencian que las solicitudes de préstamos presentadas por mujeres tienen 18.3% menos probabilidad de ser aprobadas en comparación con las solicitudes de los hombres. Un mecanismo que explica este resultado es el prejuicio contra las mujeres por parte de los ejecutivos hombres.

Adicionalmente, los entrevistados indican que la banca nacional no tiene un mecanismo de asignación de puntaje de crédito que responda al perfil de la mujer hondureña. Empresas lideradas por hombres tienen mayores probabilidades para cumplir con todos los requisitos. Por un tema cultural, los hombres son propietarios de los activos en los hogares. Al mismo tiempo, los hombres suelen tener un mayor conocimiento sobre los temas legales para formalizarse y obtener los permisos de operación. Por estas razones, la MIPYME lideradas por mujeres presentan dificultades para acceder a financiamiento con tasas razonables para sus negocios.

Más aún, para el acceso a financiamiento de créditos (no microcréditos), un requisito fundamental es tener garantías o aval. En Honduras, el patrimonio del hogar pertenece generalmente a algún hombre de la

familia. De acuerdo con datos de la CEPAL (2019a), 43,5% de las mujeres en Honduras no tiene ingresos propios comparado con un 16,5% para el caso de los hombres. Estas diferencias son incluso más exacerbadas en sectores rurales, donde un 54,2% de las mujeres no reciben ingresos propios con respecto a un 16,5% en el caso de los hombres (CEPAL, 2019b). Más aún, solo el 33,6% de los hogares en Honduras tenían una jefa de hogar mujer en el año 2012 (INE, 2016). En cuanto a la propiedad de tierras, entre el 2011 y 2020, solo el 37% de los títulos de propiedad emitidos por el Instituto Nacional Agrario fueron otorgados a mujeres. No obstante, la brecha sería mayor aún pues estos títulos de propiedad representan únicamente el 27% de las áreas tituladas.

De acuerdo con lo señalado por algunos entrevistados, el dueño del patrimonio del hogar no apoya a la mujer a la hora de emprender un negocio, debido a una visión machista de la sociedad sobre los roles de las mujeres. Por lo tanto, la falta de garantías para acceder a créditos en sus negocios genera que la mujer solo pueda acceder a préstamos como persona natural con tasas muy altas o a microcréditos, lo cual impide el crecimiento del negocio. De esta manera, algunas de las consecuencias de la falta de propiedad o acceso a garantías es la informalidad, una baja rentabilidad del negocio, y por consiguiente baja sobrevivencia del negocio<sup>31</sup>.

En el caso de las empresarias entrevistadas, la mayoría de ellas contó con capital propio gracias a sus familias para empezar a operar su negocio, por lo que no necesitaron acceder a financiamiento bancario. Por lo que, dicha situación podría demostrar que la sostenibilidad empresarial de la mujer líder de negocio estaría condicionada por sus condiciones previas dada las dificultades para acceder a crédito.

## Asociatividad y encadenamientos

Una necesidad adicional que es destacada en las entrevistas es el de asociatividad entre diferentes actores. Por ejemplo, entre empresas lideradas por mujeres donde pudieran compartir experiencias o con empresas anclas. Una de las líderes de negocio señala que, a excepción de limitadas instancias, no hay ferias que permitan promocionar productos y compartir con otros empresarios.

De acuerdo con Tokman (2021), existen múltiples ventajas que se derivan de la actuación asociada de las microempresas. En primer lugar, sostiene que la organización de estas unidades productivas, definida en tanto espacio de convocatoria y como herramienta de acción, permite potenciar las capacidades de sus integrantes y transformar la voluntad colectiva en acción conjunta en los mercados y en la sociedad. En segundo lugar, la asociatividad de los microempresarios permitiría fortalecer la identidad propia del sector microempresarial, a partir de aquellos factores que unen a sus integrantes entre sí y los diferencian de otros actores, entre los cuales tienen prioridad la defensa, protección y permanencia de la estabilidad laboral de su actividad. En tercer lugar, a través de una organización las microempresas pueden incidir de manera conjunta en los mercados. La concertación y concentración de sus decisiones y acciones les facilita alcanzar mejores condiciones con sus proveedores de bienes y servicios, recursos financieros, tecnología, capacitación y otros.

Lopez-Acevedo y Tan (2011) señalan que en países en desarrollo se encuentran ganancias de generar redes entre empresas en resultados intermedios tales como adopción de nuevas tecnologías, en mejoras del recurso humano y/o prácticas de negocio. Por ejemplo, en Chile, PROFO es un organismo que genera redes de negocio.

<sup>31</sup> La alta tasa de interés que deben pagar aquellas mujeres que no tienen garantías puede generar que su negocio se vuelva insostenible en el tiempo, por lo que afecta en la sobrevivencia del negocio.



Luego de controlar por varias características, se encuentra que pertenecer a esta red genera que las empresas aumenten sus ventas en otros mercados. Por su parte, Benavente y Crespi (2003) estudiaron los efectos de la participación en PROFO a principios de los noventa. El estudio arrojó dos resultados principales. Primero, la participación en PROFO se asoció con mejoras en administración, planificación y mercadeo, mayor capacitación gerencial y de trabajadores, y mayor acceso a fondos para tecnología y asistencia técnica. En segundo lugar, la participación se asoció con ganancias en el crecimiento de la productividad total de los factores (PTF).

Con respecto a generar encadenamientos, algunos entrevistados indican que existen barreras culturales que impide que las empresas lideradas por mujeres puedan generar redes con empresas anclas. En muchas de las empresas medianas y grandes, los directorios están conformados en su mayoría por hombres, quienes podrían tener sesgos subconscientes que impiden generar encadenamientos con micro y pequeñas empresas lideradas por mujeres. Sin embargo, un par de actores entrevistados indican que no es solo un tema cultural, sino que también las mujeres necesitan capacitarse en términos de habilidades de negociación para que los procesos de encadenamientos sean exitosos, aunque dicha percepción puede estar sujeta a su vez a los potenciales sesgos de género de los propios actores.

De acuerdo con las entrevistas a las empresarias y a pesar de su relativo éxito, estas manifiestan que les ha costado generar encadenamientos con empresas más grandes del país. Por ejemplo, la líder de una de las empresas entrevistadas considera que hay mucha competencia en su rubro (café) y que es un rubro liderado principalmente por hombres, por lo que puede ser difícil para una mujer competir en ese sector.

Algunos entrevistados mencionan que hace falta voluntad de las empresas grandes para generar encadenamientos con las MIPYME. No hay confianza de que empresas pequeñas puedan cubrir las necesidades de producción de la empresa grande. Y es probable que esto sea incluso más complicado para empresas lideradas por mujeres a causa de las dificultades mencionadas en los puntos anteriores y sesgos de género de los directivos de empresas grandes que son mayoritariamente hombres.

El Banco Mundial (2015) indica que las PYME lideradas por mujeres enfrentan dificultades para generar encadenamientos por una serie de barreras financieras y no financieras. Con respecto a las barreras financieras, el informe señala que las PYME lideradas por mujeres son generalmente de baja rentabilidad con activos y capital limitados, lo cual inhibe la participación de las mujeres en las cadenas productivas. Por otro lado, las barreras no financieras como las sociales, culturales y legales, también dificultan la capacidad de insertarse en las cadenas de valor. En muchos lugares del mundo, las normas sociales y los valores culturales limitan la participación de las mujeres en la sociedad y las economías formales. Las barreras socioculturales y legales continúan excluyendo o inhibiendo el acceso de las mujeres a la educación formal, las finanzas, la formación profesional y los derechos de propiedad. Esto, a su vez, limita su educación financiera y su capacidad para capitalizar oportunidades para insertarse en cadenas de valor (Esteves, 2011; IFC, 2014).

## Digitalización y tecnología

A pesar de la evidencia que indica los efectos beneficiosos del empoderamiento de las mujeres a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), el acceso y el uso de las TIC y las tecnologías digitales tienden a rezagarse en comparación con los hombres. Algunos entrevistados afirman que las mujeres presentan mayores barreras para adaptar sus negocios a la digitalización. De hecho, uno de los entrevistados menciona que percibe que las mujeres suelen ser más cautelosas al momento de incorporar la digitalización en sus procesos. Datos previos indican que la brecha digital de género es persistente y tiende a profundizarse con el tiempo (ITU, 2016). Por ejemplo, la brecha de género entre usuarios de Internet de todo el mundo aumentó del 11% en 2013 al 17% en 2019. Es decir, el porcentaje de hombres con Internet es 17% mayor al porcentaje de mujeres usuarias de Internet. Dicha brecha se acentúa en países en desarrollo en donde pasa del 16% en 2013 al 23% en el 2019. En Honduras, la brecha es mayor pues los hombres usan internet 20.4 puntos porcentuales más que las mujeres (García et al. 2021).

La encuesta de empresas de seguimiento COVID-19 realizada por el Banco Mundial en Honduras muestra que, para las empresas donde el manager y/o propietario de la empresa es mujer, solo el 38,1% comenzó o incrementó las ventas en línea de su negocio durante el 2020. En cambio, en el caso de empresas lideradas por hombres, dicho porcentaje se incrementa a 49,4%. Similarmente, la proporción de las ventas de empresas lideradas por mujeres que son obtenidas en línea es de 12,1% versus 17,3% en el caso de empresas lideradas por hombres. Esta tendencia se refleja a nivel individual, donde solo el 3.6% de las mujeres en Honduras realizan transacciones comerciales en línea, en contraste con el 8.6% de los hombres (DataReportal, 2021).

Sicat et al. (2020) señala que las mujeres empresarias enfrentan desafíos para acceder a servicios de apoyo que permitan hacer crecer sus negocios tales como acceso a redes, capacitaciones, financiamiento, entre otras. De esta manera, las tecnologías digitales tales como e-commerce, tienen el potencial de acercar a las mujeres productoras y comerciantes a los mercados, ofrecer a las consumidoras una mayor variedad de productos a costos más bajos y facilitar las cosas a las mujeres empresarias en términos de financiamiento.

Sin embargo, incluso las mujeres empresarias que deciden vender en línea, enfrentan dificultades debido a sesgos de los



consumidores. Krichel y Regev (2016) demostraron que las empresas lideradas por mujeres que venden en línea obtienen menores ganancias al vender el mismo producto que aquellas lideradas por hombres. En particular, los autores analizan datos de las transacciones en eBay entre 2009 y 2012, y encuentran que las mujeres vendedoras recibieron un menor número de ofertas y precios finales más bajos que los hombres que vendían exactamente el mismo producto. En particular, las empresas lideradas por mujeres obtienen, en promedio, un 80% de lo que recibe una empresa liderada por un hombre al vender exactamente el mismo producto nuevo. Los investigadores describen que existen sesgos por parte del consumidor, ya que ellos estarían dispuestos a pagar menos cuando se conoce el género del vendedor. Por lo tanto, un problema adicional, podría ser cultural, ya que el comprador tiene sesgos que genera discriminación contra empresas de mujeres que venden en línea.

## Seguridad

En varias entrevistas se menciona que la extorsión y el cobro del “impuesto de guerra” es un problema latente que impide el crecimiento de las MIPYME tanto para hombres como para mujeres (sobre todo en el norte de Honduras). Sin embargo, los entrevistados señalan que en mujeres es incluso más exacerbado, ya que tienen mayores niveles de vulnerabilidad y menor capacidad de generar una respuesta a este problema.

El impuesto de guerra es el pago que organizaciones criminales y grupos de pandillas exigen a los ciudadanos o empresas para poder financiar sus actividades delictivas. Este delito pone en riesgo la sobrevivencia de muchas microempresas. En general, en las entrevistas las mujeres empresarias perciben que se encuentran más susceptibles a extorsiones y robos en comparación a los hombres. Esta evidencia cualitativa va en línea con un reciente estudio del BID en el que mujeres empresarias de PYME en Honduras reportaron que la extorsión por parte del crimen organizado es un problema generalizado y nocivo que limita y desincentiva el crecimiento de los negocios propiedad de mujeres (De Filippo et al. 2022). Además, las mujeres enfrentan desafíos adicionales debido a la violencia basada en género, incluyendo la violencia doméstica y el acoso por parte de sus proveedores, clientes y otros actores del mercado, lo que agrava aún más las dificultades para sus negocios (De Filippo et al. 2022).

De acuerdo a datos de la encuesta de Demoscopia, se indica que la tasa de victimización<sup>32</sup> en Honduras ronda el 38%, similar al 36% de victimización de acuerdo a Lagos y Dammert (2012). La tasa de homicidios por habitantes también es la más alta de la región alcanzando una tasa de homicidios de 82,1 por 100.000 habitantes, mientras que el promedio de América Latina es de 24,6 (Lagos y Dammert, 2012).

Jaitman (2017) indica que los costos de la delincuencia se pueden clasificar en tres categorías diferentes: (1) Costos sociales del crimen, que incluyen los costos de la victimización; (2) Costos incurridos por el sector privado, que incluyen el gasto de las empresas en la prevención del delito; y (3) Costos incurridos por el gobierno, que incluye el gasto público en el sistema judicial, la prestación de servicios policiales y la administración de prisiones. En particular, con respecto al punto (2), estimaciones de la Encuesta de Clima de Negocios y Desempeño Empresarial detectan que el gasto de las empresas para prevención del crimen en Honduras es de 2% del PIB, que es el mayor en América Latina y casi 2 veces mayor al promedio regional.

La violencia impide el crecimiento de los negocios, y también podría afectar la sobrevivencia de las empresas. Mazhar y Rehman (2019) estudian el impacto entre el crecimiento de las empresas en Pakistán y medidas de violencia a nivel local. Los resultados sugieren que empresas recién fundadas experimentan 45% menos crecimiento en empleo cada año cuando episodios de terrorismo surgen en la zona. Para empresas con más antigüedad es de un 31% de menor crecimiento.

Evidencia de Brasil, Colombia, Jamaica y una muestra de economías emergentes en Europa y el sudeste asiático

<sup>32</sup> Si el encuestado o algún pariente del mismo ha sido asaltado, agredido o víctima de un delito en los últimos doce meses (Latinobarómetro, 2016).

sugieren que el crimen y la violencia representan costos importantes para las empresas, reducen la inversión, dificultan la creación de empleo, aumentan los costos a través de gastos en seguridad privada y disminuyen las horas de operación (Gaviria y Vélez, 2002; Banco Mundial, 2003; Krkoska y Robeck, 2006; Investment Climate Survey del Banco Mundial, 2003).

## II. Recomendaciones

Considerando los elementos mencionados en la sección anterior, algunas recomendaciones se desprenden a partir de las entrevistas realizadas, datos secundarios y la literatura.

### Acceso a financiamiento

Para cubrir la necesidad de financiamiento y el acceso a garantías, algunos entrevistados sugieren impulsar fondos de garantías que pudieran ayudar a las mujeres a acceder a préstamos. Ciudad Mujer ha estado elaborando programas que incorporan este punto como un eje prioritario. El fondo de garantía permitiría otorgar garantía estatal para respaldar las deudas de las MIPYME.

Para aumentar la oportunidad de las mujeres para acceder a financiamiento, es importante revisar con detalle los modelos de puntaje crediticio actuales y analizar si existen posibilidades de mejorarlos para favorecer una mayor inclusión de las mujeres. Por ejemplo, como indicaron varios entrevistados, que las mujeres empresarias tienen tasas de morosidad más bajas que los hombres, por lo que la banca podría aumentar el peso que se le otorga a este elemento como uno de los criterios para la decisión de conceder un crédito. Esto ayudaría a mujeres empresarias que ya están en el sistema a acceder a más financiamiento, pero también es clave pensar en soluciones para aquellas que quedan excluidas o que buscan su primer crédito. En este contexto, es imperativo buscar soluciones alternativas de puntaje crediticio que puedan utilizar información más fácilmente disponible para mujeres empresarias.

Al respecto, un estudio de BID Invest indica que los métodos convencionales de evaluación crediticia no son adecuados para las MIPYME sin historial de crédito o garantías (Arráziz et al., 2018). En este contexto, las herramientas psicométricas que evalúan elementos de personalidad y el carácter de los solicitantes pueden ofrecer una alternativa viable para evaluar la calidad crediticia de las MIPYME lideradas por mujeres. Dicha herramienta psicométrica, construida por el Laboratorio de Finanzas para Emprendedores (EFL, por sus siglas en inglés), fue puesta a disposición para ser usada por un banco peruano con 1.909 solicitantes de préstamos de MIPYME. La herramienta EFL fue especialmente efectiva para ayudar a las MIPYME sin historial de crédito a aumentar el acceso a los préstamos sin afectar el riesgo del portafolio del banco.

Adicionalmente, es necesario contar con herramientas para medir y luego diseñar mecanismos para disminuir los sesgos implícitos de los oficiales bancarios, que afectan a las mujeres en términos de aprobación de financiamiento, recibir tasas razonables y préstamos que sean proporcionales a la necesidad de sus negocios. En primer lugar, para medir sesgos implícitos, literatura reciente indica que la mejor forma es a través un Test de Asociación Implícita (IAT por sus siglas en inglés). Este test es una herramienta informática desarrollada por psicólogos sociales (Greenwald et al., 1998) y recientemente ha sido utilizada por economistas que estudian la discriminación en el contexto del sesgo de género y raza (Rooth 2010; Glover et al. 2017; Alesina et al., 2018; Burns et al., 2019; Carlana, 2019). El IAT puede ser medido por medio de cuestionarios que permitan identificar

sesgos implícitos de los encuestados. En segundo lugar, de Burns et al. (2019), se desprende que un camino para reducir los sesgos implícitos es que el individuo reflexione sobre sus creencias al tener la posibilidad de compartir o recibir información objetiva del grupo afectado por el sesgo. Por lo tanto, se sugiere:

- (1) Identificar potenciales sesgos de género en oficiales bancarios al usar IAT;
- (2) Realizar capacitaciones para reducir dichos sesgos;
- (3) Volver a medir los sesgos con IAT para comprobar la efectividad de las capacitaciones.

Para el punto (2), se sugiere realizar capacitaciones de sesgos inconsciente (UBT por sus siglas en Inglés), el cual tiene como objetivo concientizar a las personas sobre el efecto negativo de los sesgos implícitos y así reducir el impacto de esos sesgos en su interacción con el resto. Dichas capacitaciones deben ser cuidadosamente diseñadas, pues según la evidencia disponible (Atewologun et al., 2018) la efectividad de este tipo de capacitación tiene resultados mixtos. Por lo tanto, se recomienda:

- a. Evitar sesiones de capacitación “únicas”: la capacitación debe ser un proceso continuo, que involucre múltiples sesiones y diferentes formatos.**
- b. Que la capacitación sea voluntaria, ya que la evidencia sugiere que la capacitación obligatoria puede resultar contraproducente. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la capacitación voluntaria podría solo atraer a personas que ya están comprometidas con la misma. Un estudio encontró que cuando al menos un 25% del equipo participa en este tipo de capacitaciones se generan una reducción significativa en términos de sesgos de género en el lugar de trabajo (Carnes et al., 2015), por lo que una participación de niveles mínimos de 25% por equipo podrían ser una opción viable.**
- c. Integrar la capacitación con iniciativas organizacionales más amplias que busquen reducir los sesgos en los procesos internos.**

Un ejemplo notable de éxito en la reducción de sesgos implícitos en el financiamiento es el caso de la fintech mexicana Konfío. Konfío implementó un algoritmo que evalúa a las MIPYME utilizando datos fiscales, crediticios, y otras fuentes no tradicionales, eliminando así la discreción de los oficiales de crédito. Un estudio realizado por BID Invest para estimar el efecto que un préstamo de Konfío tiene sobre las ventas de las MIPYME, encontró que las mujeres que recibieron préstamos de Konfío vieron un crecimiento en sus ventas de 41.9% dos años después de recibir el financiamiento (Arraiz, 2023). Este enfoque demuestra que, al eliminar el sesgo de género en la evaluación de crédito, se pueden crear condiciones más equitativas que beneficien a las mujeres, mejorando así el rendimiento general de sus negocios.

### Asesoría técnica

Con respecto a las asesorías técnicas, se requiere que sean específicas dependiendo del rubro y que se ajusten a las necesidades de la mujer empresaria hondureña. Las asesorías específicas para las mujeres son importantes para reducir las brechas de conocimiento empresarial y que eso permita que las mujeres sean capaces de constituir legalmente sus negocios al menor costo posible. Esto es particularmente importante para el crecimiento de sus negocios y para poder formar encadenamientos con empresas más grandes.

Además, existen otros aspectos importantes a la hora de diseñar asesorías o capacitaciones efectivas. El horario de las asesorías podrían ser también un inconveniente debido a las responsabilidades familiares que enfrentan la mayoría de las mujeres hondureñas. Por lo tanto, es importante ir generando una amplia opción de horarios para que las mujeres puedan participar. Por otro lado, Arraiz (2019) indica que las asesorías no deberían sobrecargar de información a los emprendedores, en particular en el caso de las mujeres, ya que su “*carga cognitiva*” está sobrecargada por exigencias tanto domésticas como profesionales. BID Invest y BID Lab probaron un enfoque de capacitación de negocios con microempresarios en Ecuador, en el cual impartían reglas de toma de decisión simples, o heurísticos, que requieren un mínimo esfuerzo cognitivo para aprenderse. Por ejemplo, en lugar de enseñar a los microempresarios cómo calcular los flujos de caja, se les enseñaron reglas básicas que conducen al mismo resultado: una comprensión de cómo realizar un seguimiento de su movimiento de efectivo y la capacidad de planificar de manera adecuada. Los resultados del piloto fueron muy prometedores. Los microempresarios que fueron invitados a participar en esta capacitación aumentaron sus ventas en promedio un 7% y las ganancias en un 8%, en comparación con el grupo de microempresarios que no recibieron ninguna capacitación. En particular, las mujeres adoptaron mejores prácticas en mayor proporción que los hombres y, en consecuencia, observaron mayores incrementos tanto en ventas (10%) como en ganancias (10%).



Adicionalmente, se sugiere realizar capacitaciones de acompañamiento socioemocional y autoestima empresarial con el fin de contribuir a mitigar la posible falta de confianza propia que experimentan las mujeres empresarias. Arraiz et al. (2020) estudian el impacto de las capacitaciones enfocadas en habilidades blandas para un grupo de 943 emprendedores, sobre los cuales se evidenció, en el corto plazo, un impacto positivo este tipo de capacitaciones en sus resultados de negocio. Asimismo, este tipo de capacitaciones ayudaría a que las emprendedoras tomen el riesgo de incorporar la digitalización dentro de sus procesos, para lo cual también sería necesario proveer asistencia técnica.

Dado los sesgos explícitos e implícitos de género existentes, es importante generar cambios a nivel educativo para cambiar las normas sociales en torno a la capacidad emprendedora de las mujeres. De esta manera, se buscaría lograr dos efectos: (1) que las mujeres aumenten su confianza a la hora de crear sus negocios, (2) reducir los sesgos de género en la sociedad que perjudican a las mujeres para acceder a financiamiento, tomar riesgos, generar encadenamientos, etc. Asimismo, la OECD (2010) propone que, desde el lado gubernamental, una de las estrategias recomendadas para promover el desarrollo de mujeres empresarias, sería realizar una campaña de “*role models*”. Esta medida puede tomar muchas formas, una de ellas es a través de una campaña comunicacional que se enfocaría en mostrar públicamente historias de éxito de mujeres con el fin de promover el emprendimiento como una opción y al mismo tiempo reducir los sesgos de género de la población. Adicionalmente, se pueden realizar conferencias enfocadas solo en mujeres empresarias y se pueden otorgar premios a la trayectoria.

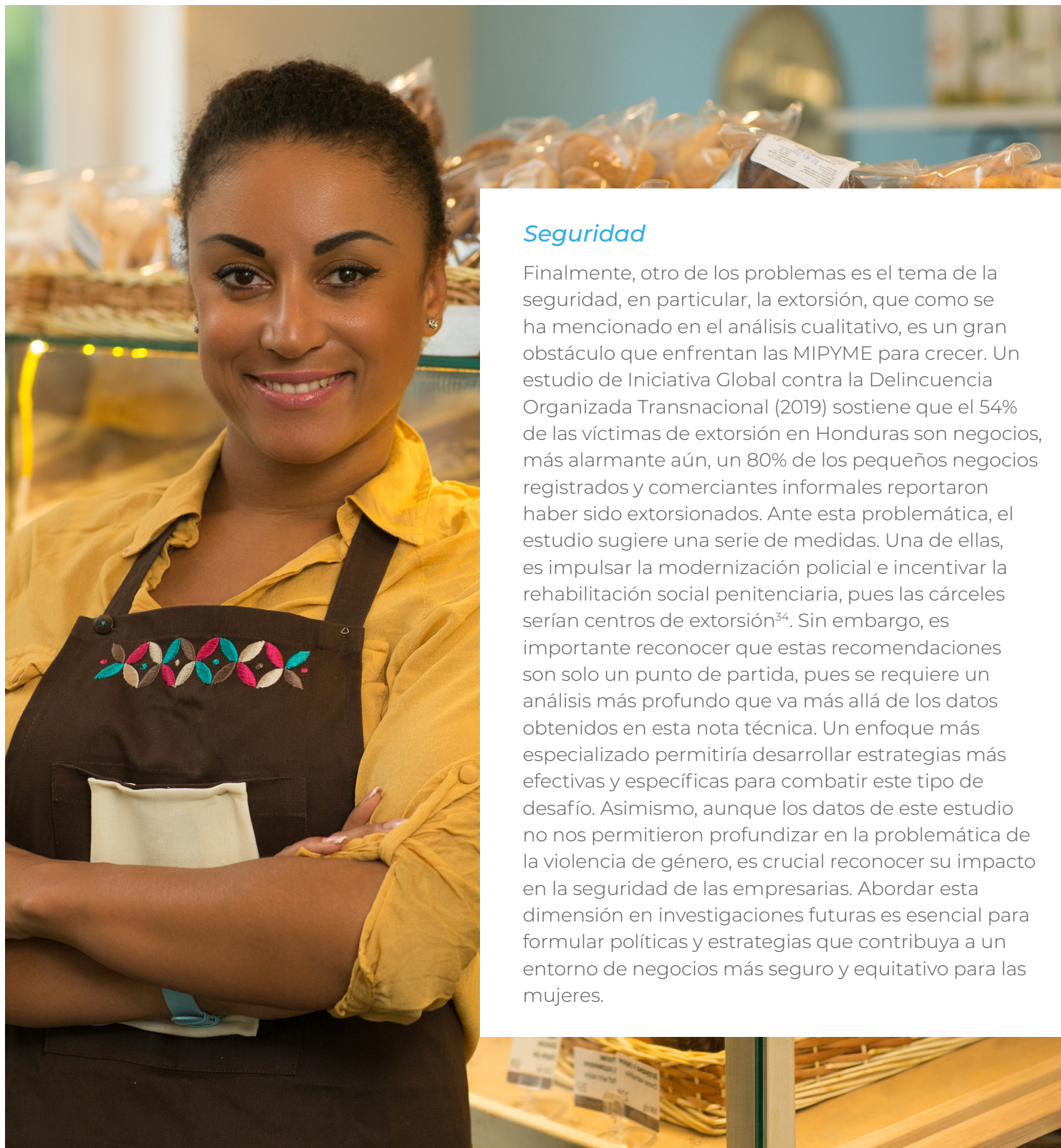
## Digitalización y tecnología

Con respecto a la digitalización y el uso de tecnologías, Sicat et al. (2020) identifican medidas adecuadas para reducir las disparidades de género. Se señala que las tecnologías digitales tienen el potencial de empoderar a las mujeres social y económicamente mediante la creación de nuevos empleos y oportunidades empresariales, la eliminación de las barreras comerciales, la mejora en el acceso a financiamiento y la optimización de sus procesos comerciales. Por ejemplo, el comercio electrónico reduce sustancialmente las barreras de entrada para las MIPYME al reducir la inversión necesaria para lanzar y operar un negocio. Las soluciones digitales que permiten eliminar la necesidad de interacciones cara a cara en el comercio pueden ayudar a reducir las dificultades a las que se enfrentan las mujeres líderes de empresas tales como las limitaciones de movilidad, la discriminación y, en algunos países, incluso la violencia como es el caso de Honduras.

## Asociatividad y encadenamientos

Con respecto a generar encadenamiento y dinamizar el ecosistema emprendedor femenino, surge también la recomendación de realizar una mayor cantidad de ferias que sirvan a las empresarias para promocionar sus productos y que gradualmente permita ir generando una mayor cantidad de relacionamiento con empresas anclas. Al mismo tiempo, empresas lideradas por mujeres de menor tamaño o experiencia podrían tener la oportunidad de aprender de aquellas empresas lideradas por mujeres que han sido capaces de desarrollar sus modelos de negocios y crecer dentro del ecosistema. Rivera (2011) estudia el caso de Empremujer en Chile, organización fundada el año 2002 y cuyo objetivo es ayudar y fortalecer las empresas de las asociadas, generar y desarrollar asociatividad, y a su vez, empoderar a la mujer micro y pequeña empresaria. Entre los principales resultados de esta organización, las socias resaltan que obtuvieron acceso a mayor información, capacitación, comercialización y sobre todo, la oportunidad de establecer lazos que generan un sentido de comunidad. El propósito de fomentar el crecimiento empresarial de los negocios de las socias constituye el objetivo principal de la asociación, establecido desde el origen de ésta, y sostenido a lo largo de sus años de existencia. Esta finalidad se evidencia en las actividades llevadas a cabo por esta agrupación, pues gran parte de ellas van dirigidas a alcanzar este fin, razón por la cual, además, sólo aceptan como miembros de la asociación a mujeres propietarias de empresas establecidas, y no aquellas que solamente tengan la intención de emprender. Tomando como ejemplo la experiencia chilena, las cámaras de comercio de Honduras, con el apoyo de los Centros de Desarrollo Empresarial para las MIPYME (CDE-MIPYME), podrían articular esfuerzos que generen un modelo de apoyo específico para las MIPYME dirigidas por mujeres en el que la asociatividad y la generación de conocimiento sean los objetivos claves del programa.

Una herramienta adicional para fomentar la asociatividad y encadenamientos productivos entre MIPYME lideradas por mujeres es el uso de incentivos basados en desempeño (PBI por sus siglas en inglés). Estos incentivos pueden motivar a las empresas a incluir más MIPYME lideradas por mujeres en sus cadenas de valor. Por ejemplo, en el proyecto Elcatex<sup>33</sup> en Honduras, BID Invest, junto con fondos del programa We-Fi, financió PBIs diseñados para incentivar a la empresa a incluir más MIPYME lideradas por mujeres en su cadena de suministro. Este incentivo financiero también contó asesorías técnicas, facilitando el logro de los objetivos establecidos. Los resultados han sido notables, Elactex aumentó el porcentaje de MIPYME lideradas por mujeres en su cadena de suministro del 5% en 2020 al 11.4% en 2022, superando el objetivo del 8% para 2022 y alcanzando la meta del 11% anticipadamente para el 2023. Más específicamente, incrementaron el número de proveedoras locales en su cadena de valor en un 152% entre 2020 y 2022 (IDB Invest, 2023).



## Seguridad

Finalmente, otro de los problemas es el tema de la seguridad, en particular, la extorsión, que como se ha mencionado en el análisis cualitativo, es un gran obstáculo que enfrentan las MIPYME para crecer. Un estudio de Iniciativa Global contra la Delincuencia Organizada Transnacional (2019) sostiene que el 54% de las víctimas de extorsión en Honduras son negocios, más alarmante aún, un 80% de los pequeños negocios registrados y comerciantes informales reportaron haber sido extorsionados. Ante esta problemática, el estudio sugiere una serie de medidas. Una de ellas, es impulsar la modernización policial e incentivar la rehabilitación social penitenciaria, pues las cárceles serían centros de extorsión<sup>34</sup>. Sin embargo, es importante reconocer que estas recomendaciones son solo un punto de partida, pues se requiere un análisis más profundo que va más allá de los datos obtenidos en esta nota técnica. Un enfoque más especializado permitiría desarrollar estrategias más efectivas y específicas para combatir este tipo de desafío. Asimismo, aunque los datos de este estudio no nos permitieron profundizar en la problemática de la violencia de género, es crucial reconocer su impacto en la seguridad de las empresarias. Abordar esta dimensión en investigaciones futuras es esencial para formular políticas y estrategias que contribuya a un entorno de negocios más seguro y equitativo para las mujeres.

<sup>33</sup> El grupo Elcatex tiene sede en Honduras y es una de las empresas fabricantes de textiles más grandes de Centroamérica.

<sup>34</sup> <https://www.expedientepublico.org/pobreza-y-corrupcion-policial-alimentan-las-extorsiones-en-honduras/>

05

CONCLUSIONES



Honduras presenta diversas condiciones estructurales que dificultan el crecimiento de las MIPYME, tales como sus altos niveles de pobreza, crimen y ruralidad. Algunas de estas condiciones serían incluso exacerbadas para MIPYME lideradas por mujeres. El objetivo del presente estudio se centró en generar información sobre el estado actual del ecosistema de MIPYME y, en especial, aquellas lideradas por mujeres, así como los retos y oportunidades presentes para su crecimiento. Considerando la falta de información sistematizada sobre el tema en Honduras, la información obtenida buscar orientar el desarrollo de programas que apoyen de manera efectiva a estos negocios.

A partir del análisis de los datos provistos por 15 diferentes instituciones de Honduras, se detecta que una parte importante de MIPYME lideradas por mujeres se localizan en regiones de alto nivel de pobreza, lo cual podría indicar que surgen por necesidad/subsistencia y falta de oportunidades en el mercado laboral. Los principales rubros de actividad de las microempresas (0-4 empleados) son Comercio y Abarrotes, donde se concentran el 87,9% y 85,4% de estas empresas, respectivamente. Por otro lado, para las empresas con más de 4 empleados, el sector Servicios es el que tiene la mayor proporción de empresas de este tamaño (24,2%), seguido por Agroindustria (24%). Respecto al tema de la seguridad, un aspecto clave para la dinámica operativa de las MIPYME lideradas por mujeres, se observa una ligera tendencia que indica que los departamentos con mayores índices de violencia tienen una menor cantidad de empresas, aunque solo se pueden extraer conclusiones de la muestra reportada por los proveedores de datos para el presente estudio.

Por otro lado, considerando el análisis cualitativo basado en entrevistas a actores clave del ecosistema MIPYME hondureño, así como a mujeres líderes de MIPYME, se identificaron las principales barreras que enfrentan las empresas lideradas por mujeres. En primer lugar, la violencia y extorsión en algunas zonas del país fue considerado como uno de los problemas latentes para el desarrollo empresarial femenino. Una segunda barrera, son los problemas para formalizarse. Los entrevistados del ecosistema señalan como una de las posibles causas la falta de asesorías técnicas que se adecuen al perfil de la empresaria hondureña. Se argumenta que, por falta de asesoría y transferencia de conocimientos, las mujeres tienen dificultades para que sus negocios cumplan con todos los requisitos exigidos para formalizarse. Entre las empresarias mujeres que fueron entrevistadas, algunas mencionan que han contado con el apoyo de algún familiar hombre o experiencia familiar previa en el rubro que facilitó su formalización. Otra barrera de gran relevancia es la falta de financiamiento/acceso a garantías. En general, las mujeres tienen menos probabilidad de recibir financiamiento para sus negocios con respecto a los hombres.

Entre las razones que les impiden poder acceder a financiamiento están la falta de garantías, ya que el patrimonio del hogar es típicamente propiedad del hombre, y apoyo familiar, sumado a las pocas oportunidades de asesorías para generar un plan robusto de negocio y financiero.

Finalmente, el presente estudio identificó como otro obstáculo la posible falta de confianza entre las mujeres líderes de MIPYME para comercializar los productos o servicios que ofrecen, potencialmente dificultando su poder de negociación para generar encadenamientos y optar por financiamiento externo.

Ante el panorama descrito de las MIPYME lideradas por mujeres en Honduras, las potenciales soluciones deben abarcar un espectro amplio de opciones. Como punto de partida, programas que promuevan el acceso a financiamiento enfocado en MIPYME lideradas por mujeres son fundamentales. Tal como lo presenta el estudio, la alta incidencia de pobreza en el país limita el crecimiento de las MIPYME y su transición de negocios de subsistencia a empresas formales. Este fenómeno es particularmente relevante para las mujeres, quienes además enfrentan barreras de balance de tiempo entre responsabilidades del hogar y del negocio, así como la falta de garantías propias para optar por financiamiento externo. Por lo tanto, dichos negocios no tienen espacio a crecer y se limitan a ser de subsistencia. Con miras a aumentar el acceso a financiamiento de las MIPYME lideradas por mujeres, crear alianzas con actores clave del ecosistema hondureño es fundamental, tal como la banca local y empresas ancla que sirvan de mecanismo puente para el encadenamiento y financiamiento de las MIPYME.

Asimismo, el apoyo a las MIPYME lideradas por mujeres en Honduras debe ir más allá del financiamiento. En este sentido, es de igual importancia diseñar e implementar programas de apoyo y entrenamiento a las empresarias que les ayude a expandir conocimientos específicos, tales como contabilidad o digitalización, para el manejo exitoso de sus negocios. Al mismo tiempo, dichos programas deben ser complementados con entrenamientos en habilidades sociales, tales como liderazgo y comunicación, que les permita a las empresarias escalar sus negocios y adquirir confianza. En este caso, generar alianzas con actores nacionales, tales como SENPRENDE, u organismos internacionales de desarrollo, permitiría utilizar la experticia sectorial de estas instituciones para la creación de programas de apoyo efectivos, e idealmente medibles, para las MIPYME lideradas por mujeres.

Aún cuando las anteriores recomendaciones no atacan barreras estructurales relevantes, tales como los altos niveles de pobreza e inseguridad en el país, su propósito es precisamente apoyar el desarrollo y crecimiento de las MIPYME lideradas por mujeres en un contexto de vulnerabilidad. Adicionalmente, para superar dichas barreras estructurales, esfuerzos del sector público y privado son vitales para promover un ecosistema MIPYME sólido, en el que la oferta de apoyo gubernamental se complemente con las oportunidades provistas desde el sector privado en términos de financiamiento y acceso a cadenas de valor. Es fundamental tomar ventaja de los avances en el país, tales como el establecimiento de centros de formación a MIPYME y el apoyo de organizaciones internacionales en el tema, para continuar impulsando el crecimiento de las MIPYME lideradas por mujeres. El presente estudio se presta como punto de partida para identificar a potenciales beneficiarias, diseñar programas de apoyo atados a sus necesidades y fomentar su crecimiento. Ultimadamente, se busca transitar hacia sociedades más equitativas, en donde las mujeres tengan la posibilidad de crear y escalar sus ambiciones empresariales, generando empleo y promoviendo innovación, al mismo tiempo que benefician a sus hogares.

06

REFERENCIAS

Acs, Z. J., Szerb, L., & Lloyd, A. (2018). Global entrepreneurship and development index 2018. The Global Entrepreneurship and Development Institute, Washington, D.C., USA.

Alesina, Alberto, Michela Carlana, Eliana La Ferrara, and Paolo Pinotti. (2018). Revealing Stereotypes: Evidence from Immigrants in Schools. NBER Working Paper no. 25333.

Arráiz, Irani, Bruhn, Miriam, Ortega Ruiz, Claudia, y Stucchi, Rodolfo. (2018). Are Psychometric Tools a Viable Screening Method for Small and Medium Enterprise Lending? Evidence from Peru. Disponible en: <https://www.idbinvest.org/en/publications/debrief-are-psychometric-tools-viable-screening-method-small-and-medium-enterprise> (Accedido: 10 de noviembre 2021).

Arráiz, Irani, Beuermann, Diether, Frese, Michael, Maffioli, Alessandro, Ubfal, Diego, y Verch, Daniel, (2020). "The Impact of Soft-Skills Training for Entrepreneurs in Jamaica," IDB Publications (Working Papers) 10399, Inter-American Development Bank.

Arráiz, Irani. (2023). Impulsar el crecimiento de las empresas mientras se equiparan las condiciones de crédito para las MIPYME de mujeres en México. Disponible en: <https://www.idbinvest.org/es/publicaciones/impulsar-el-crecimiento-de-las-empresas-mientras-se-equiparan-las-condiciones-de> (Accedido: 8 de mayo 2024).

Atewologun, D., Cornish, T., & Tresh, F. (2018). Unconscious bias: training. An assessment of the evidence for effectiveness. Equality and human rights commission research report, 113.

Banco Central de Honduras. (2021). Informe de Comercio Exterior de Mercancías Generales a Septiembre de 2021. Disponible en: <https://www.bch.hn/estadisticos/EME/Informe%20de%20Mercancias%20Generales/Informe%20de%20Comercio%20Exterior%20de%20Mercanc%3ADas%20Generales%20a%20septiembre%202021.pdf> (Accedido: 21 de noviembre 2021).

Banco Mundial. 2003. Jamaica: The Road to Sustained Growth. Country Economic Memorandum. Washington, D.C.: Banco Mundial.

Banco Mundial. (2010). "Women's Economic Opportunities in the Formal Private Sector in Latin America and the Caribbean." Women in Development and Gender Study No. 63870. Washington, DC: World Bank. Disponible en <http://documents.worldbank.org/curated/en/195131468331181089/Womens-economic-opportunities-in-the-formal-private-sector-in-Latin-America-and-the-Caribbean-a-focus-on-entrepreneurship> (Accedido: 7 de noviembre 2021).

Banco Mundial. (2012). Hogares encabezados por mujeres (% de hogares con jefa de hogar). Disponible en: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.HOU.FEMA.ZS> (Accedido: 21 de noviembre 2021).

Banco Mundial. (2015). Women in the Supply Chain. World Bank Group, Energy and Extractives, No. 3. Washington, D.C.: World Bank Group. Disponible en: [https://olc.worldbank.org/system/files/WB\\_Nairobi\\_Notes\\_3\\_RD3.pdf](https://olc.worldbank.org/system/files/WB_Nairobi_Notes_3_RD3.pdf).

Banco Mundial. (2016). Honduras - Enterprise Survey (ES) 2016, Ref. HND\_2016\_ES\_v01\_M. Disponible en: <https://microdata.worldbank.org/index.php/catalog/2972> (Accedido: 21 de noviembre 2021).

Banco Mundial. (2019a). Employment in agricultura (% of total employment). Disponible en: <https://data.worldbank.org/indicator/SL.AGR.EMPL.ZS> (Accedido: 21 de noviembre 2021).

- Banco Mundial. (2019b). Ratio of female to male labor force participation rate (%). Disponible en: <https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.CACT.FM.ZS> (Accedido: 21 de noviembre 2021).
- Banco Mundial. (2020a). Poverty & Equity Brief: Honduras. Disponible en: [https://databank.worldbank.org/data/download/poverty/33EF03BB-9722-4AE2-ABC7-AA2972D68AFE/Global\\_POVEQ\\_HND.pdf](https://databank.worldbank.org/data/download/poverty/33EF03BB-9722-4AE2-ABC7-AA2972D68AFE/Global_POVEQ_HND.pdf) (Accedido: 21 de noviembre 2021).
- Banco Mundial. (2020b). Honduras - Enterprise Surveys on COVID-19. Disponible en: <https://www.enterprisesurveys.org/content/dam/enterprisesurveys/documents/covid/country-profile-Honduras--Round-2-English.pdf> (Accedido: 21 de noviembre 2021).
- Banco Mundial. (2022). Homicidios intencionales (por cada 100.000 habitantes). Disponible en: <https://datos.bancomundial.org/indicador/VC.IHR.PSRC.P5> (Accedido: 7 de diciembre 2022).
- Banco Mundial. (s. f.). Enterprise Surveys. Disponible en: <https://www.enterprisesurveys.org/en/data/exploretopics/gender> (Accedido: 8 de diciembre 2022)
- BID. (2021). Cerrando brechas de género en el mundo del trabajo: Centroamérica, México, Panamá y República Dominicana. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.18235/0003504> (Accedido: 28 de noviembre 2021).
- Burns, Justine, Lucia Corno and Eliana La Ferrara. 2019. Interaction, stereotypes, and performance. Evidence from South Africa. IFS Working Papers W19/03, Institute for Fiscal Studies.
- Carlana M. 2019. Implicit Stereotypes: Evidence from Teachers' Gender Bias, The Quarterly Journal of Economics, Volume 134, Issue 3, Pages 1163–1224.
- Carnes, M., Devine, P.G., Manwell, L.B., Byars-Winston, A., Fine, E., Ford, C.E., Forscher, P. Isaac, C. Kaatz, A., Maqua, W., Palta, M. and Sheridan, J. (2015). Effect of an intervention to break the gender bias habit for faculty at one institution: a cluster randomized, controlled trial. Academic Medicine, vol. 90, no. 2, pp. 221-30.
- Centro Nacional de Información del Sector Social (CENISS). (2020). Informe Honduras Solidaria. Disponible en: [https://ceniss.gob.hn/HNsolidaria/docs/INFORME\\_HONDURAS\\_SOLIDARIA.pdf](https://ceniss.gob.hn/HNsolidaria/docs/INFORME_HONDURAS_SOLIDARIA.pdf) (Accedido: 18 de noviembre 2021).
- CEPAL. (2018). Femicidio. Disponible en: <https://oig.cepal.org/es/indicadores/femicidio> (Accedido: 21 de noviembre 2021).
- CEPAL. (2019a). Población sin ingresos propios por sexo. Disponible en: <https://oig.cepal.org/es/indicadores/poblacion-sin-ingresos-propios-sexo> (Accedido: 22 de noviembre 2021).
- CEPAL. (2019b). Honduras - Perfil de País. Disponible en: <https://oig.cepal.org/es/paises/15/profile> (Accedido: 22 de noviembre 2021).
- Chioda, Laura, S. Higgins, P. Gertler. (2019). The Impact of a Women-Specific Credit Scoring Model on Women's Access to Credit in the Dominican Republic. Disponible en: <https://www.povertyactionlab.org/es/node/2438> (Accedido: 6 de noviembre 2021).
- CODIMCA, Vía Campesina y OXFA. S.f. Situación de las Mujeres Rurales en Honduras.

DataReportal. (2021). Digital 2021: Honduras. Disponible en: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-honduras>

Data2X. (2022). Towards Women's Financial Inclusion: a Gender Data Diagnostic of Honduras. Women's Financial Inclusion Data (WFID) Partnership. [https://data2x.org/wp-content/uploads/2022/06/06.21\\_DataDiagnostics-Honduras.pdf](https://data2x.org/wp-content/uploads/2022/06/06.21_DataDiagnostics-Honduras.pdf)

Decreto No. 135-2008. Ley para el fomento y desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa. La Gaceta, 14 de enero de 2009.

De Filippo, A., Bellatín Nieto, P., Rosales Legorreta, M., & Hidalgo, N. (2022). Mejorando la seguridad de las empresarias en Honduras: siete estrategias desde las ciencias del comportamiento. Banco Interamericano de Desarrollo.

Equipo de Monitoreo Independiente de Honduras (EMIH), Red de Sindicatos de la Maquila (RSM-H) y Red de Solidaridad de la Maquila (RSM). (2017). Centros de cuidado de niñas y niños en Honduras. Disponible en: [https://www.maquilasolidarity.org/sites/default/files/resource/Analisis-Legal-Junio-2017\\_1.pdf](https://www.maquilasolidarity.org/sites/default/files/resource/Analisis-Legal-Junio-2017_1.pdf) (Accedido 24 de enero 2022).

Esteves, A. (2011). Women-owned SMEs in supply chains of the corporate resources sector In Kuntala Lahiri-Dutt (editor) Gendering the field: towards sustainable livelihoods for mining communities (Australia National University Press, 2008). Disponible en: <http://www.scidev.net/global/enterprise/analysis-blog/focus-on-private-sector-female-suppliers-drive-profits.html#sthash.jbjtziZN.dpuf>

Galli, Emma, Mascia, Danilo V. y Rossi, Stefania. (2019). Bank Credit Constraints for Women-Led SMEs: Self-Restraint or Lender Bias?. European Financial Management. 26. 10.1111/eufm.12255.

García Zaballos, A., Iglesias Rodríguez, E., Puig Gabarró, P., & Dalio, M. (2021). Informe anual del Índice de Desarrollo de la Banda Ancha: brecha digital en América Latina y el Caribe. Documento para Discusión N° IDB-DP-824. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Gaviria, A. y C. Vélez. 2002. "Who Bears the Burden of Crime and Violence in Colombia?" En: Colombia Poverty Assessment Report, Volumen 2, Colombia Country Management Unit, PREM Sector Management Unit, Latin America and the Caribbean Region. Washington, D.C.: Banco Mundial.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2017). Global Report 2016/17. Disponible en: <https://gemconsortium.org/file/open?fileId=49812> (Accedido: 6 de noviembre 2021).

Glover D, Pallais A, Pariente W. 2017. Discrimination as a Self-Fulfilling Prophecy: Evidence from French Grocery Stores. Quarterly Journal of Economics;132 (3) :1219-1260.

Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. K. 1998. Measuring individual differences in implicit cognition: The implicit association test. Journal of Personality and Social Psychology, 74(6), 1464–1480.

Hernández Ore, Marco Antonio, L. D. Sousa, y J. H. López. (2016). Honduras: Unlocking economic potential for greater opportunities. Systematic country diagnostic. Washington, DC: World Bank.

- IFC. (2014). Woman-Owned SMEs: A Business Opportunity for Financial Institutions. Disponible en: <http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/b229bb004322efde9814fc384c61d9f7/WomenOwnedSMes+Report-Final.pdf?MOD=AJPERES>
- IFC. (2022). Creating Markets In Honduras: Fostering Private Sector Development for a Resilient and Inclusive Economy-Country Private Sector Diagnostic. World Bank.
- Iniciativa Global Contra la Delincuencia Organizada Transnacional. (2019). Una Cultura Criminal Extorsión en Centroamérica. Disponible en: <https://globalinitiative.net/wp-content/uploads/2019/05/Central-American-Extortion-Report-Spanish-03May1055-WEB.pdf> (Accedido: 11 de noviembre 2021).
- IDB Invest. (2023). Promoting Gender Equality through Performance-based Financial Incentives: An Anlysis of IDB Invest’s Experience. Disponible en: <https://www.idbinvest.org/en/publications/promoting-gender-equality-through-performance-based-financial-incentives-analysis-idb>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2016). Caracterización de Las Mujeres en Honduras. Disponible en: <https://www.ine.gob.hn/V3/indicadores-por-departamento> (Accedido: 24 de enero 2021).
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2020). Proyecciones de población. Disponible en: <http://181.115.7.199/binhnd/RpWebEngine.exe/Portal?BASE=PROYPOB&lang=ESP> (Accedido: 13 de septiembre 2022).
- International Labour Organization (ILO). (2019). Women in business and management: the business case for change. Geneva: ILO.
- International Monetary Fund (IMF). (2020). GDP per capita, current prices. Disponible en: <https://www.imf.org/external/datamapper/NGDPDPC@WEO/HND> (Accedido: 21 de noviembre 2021).
- International Telecommunications Union (ITU). (2016). How can we close the digital gender gap?, Geneva: ITU.
- Jaitman, L. (2017). Los costos del crimen y de la violencia: Nueva evidencia y hallazgos en América Latina y el Caribe. Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kricheli-Katz, Tamar; Regev, Tali. (2016). How many cents on the dollar? Women and men in product markets. Science Advances 2(2).
- Krkoska, L. y K. Robeck. 2006. “The Impact of Crime on the Enterprise Sector: Transition versus Non-transition Countries.” European Bank for Reconstruction and Development Working Paper Núm. 97.
- Lagos, Marta y Dammert, Lucia. (2012). La Seguridad Ciudadana: El problema principal de América Latina.
- Lopez-Acevedo, Gladys; Tan, Hong W. (2011). Impact Evaluation of Small and Medium Enterprise Programs in Latin America and the Caribbean. World Bank. © World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/2298> License: CC BY 3.0 IGO.”
- Mazhar, U., Rehman, F. Diehard or delicate? Violence and young firm performance in a developing country. Bus Econ 54, 236–247 (2019). <https://doi.org/10.1057/s11369-019-00137-4>

Montoya, Ana; Parrado, Eric; Solís, Alex; Undurraga, Raimundo. (2020). De mal gusto: Discriminación de género en el mercado de créditos de consumo. Documento de Trabajo del BID N° IDB-WP-1053. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

OECD. (2010). Inventory of Policies, Institutions and Programmes Supporting Women's Enterprise in the Middle East and North Africa: Guidance Note. Disponible en:

<https://www.oecd.org/mena/competitiveness/46579438.pdf> (Accedido: 28 de noviembre 2021).

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2020). Encuesta de Micronegocios en los países del norte de Centroamérica. Disponible en: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san\\_jose/documents/genericdocument/wcms\\_746134.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san_jose/documents/genericdocument/wcms_746134.pdf)

Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2023). Estudio Nacional: Impulsando la Productividad en Honduras. Lima: OIT / Oficina Regional para América Latina y el Caribe, Oficina de Actividades para los Empleadores (ACT/EMP).

Rivera, Ximena. (2011). Asociatividad Microempresarial y Género: La Experiencia de las Microempresarias Organizadas. Disponible en: [https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/106334/cs-rivera\\_x.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/106334/cs-rivera_x.pdf?sequence=3&isAllowed=y) (Accedido: 31 de enero 2021).

Rooth, Dan-Olof. 2010. "Automatic Associations and Discrimination in Hiring: Real World Evidence," Labour Economics, 17, 523–534.

Secretaría de Seguridad Policía Nacional (SEPOL). (2020). Incidencia por Departamento. Disponible en: <https://www.sepol.hn/sepol-estadisticas-incidencia-departamento.php> (Accedido: 16 de septiembre 2021).

Sicat, Marie; Xu, Ankai; Mehetaj, Ermira; Ferrantino, Michael; Chemutai, Vicky. 2020. Leveraging ICT Technologies in Closing the Gender Gap. World Bank, Washington, DC. © World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/33165> License: CC BY 3.0 IGO

Tribunal Superior de Cuentas. 2020. Reporte Consolidado (Versión Ejecutiva).

Tokman, Víctor. De la informalidad a la Modernidad. Oficina Internacional del Trabajo. Santiago de Chile. 2001.

Universidad Nacional Autónoma de Honduras. (2020). Análisis de Resiliencia Empresarial, COVID-19. Disponible en: <https://iies.unah.edu.hn/iies/analisis-de-resiliencia-empresarial-covid-19> (Accedido: 22 de noviembre 2021).

We Effect. (2021). La crisis de los cuidados en Honduras. Disponible en: <https://latin.weeffect.org/news/la-crisis-de-los-cuidados-en-honduras/> (Accedido: 24 de enero 2021).

Women Initiative Foundation. (2018). Etude Européenne sur les Caractéristiques Entrepreneuriales, BNP Paribas Wealth Management. Disponible en: <http://women-initiative-foundation.com/dev2/wp-content/uploads/2018/07/Etude-Entrepreneurs-WIF.pdf> (Accedido: 5 de noviembre 2021).

07

ANEXOS

## A. Lista de actores relevantes del ecosistema MIPYME de Honduras

Durante el mapeo, se trataron de identificar los actores claves dentro del ecosistema MIPYME hondureño, los cuales han sido clasificados según su rol dentro del ecosistema. La lista que se presenta a continuación no es exhaustiva y se continuará expandiendo como parte de una extensión a este trabajo.

### (1) Instituciones especializadas en el desarrollo de las MIPYME a nivel nacional:



**SENPRENDE:** Institución gubernamental y ente rector de los programas y proyectos a MIPYME en Honduras. Es la institución responsable de coordinar las políticas públicas y brindar servicios de formalización, asistencia técnica, asistencia financiera y oportunidades de mercado para los emprendedores a nivel nacional. El objetivo de SENPRENDE es contribuir al desarrollo económico sostenible del país, mediante la creación de nuevas oportunidades, impulsando la producción y la generación de nuevos empleos. Como ente rector principal del contexto MIPYME en Honduras, los proyectos desarrollados por otras entidades referentes al tema se trabajan en conjunto o con vínculo a lo que establezca SENPRENDE como agenda nacional. Entre los principales proyectos o puesta en marcha de la estrategia destacan: 1. Centros de Desarrollo Empresarial; 2. MI Empresa en Línea. Los Centros de Desarrollo Empresarial (CDEs) corresponden a la alianza público-privada que busca el fortalecimiento del tejido empresarial MIPYME en el país. Los CDEs tienen como propósito brindar asesoría empresarial a las MIPYME de la región con el fin de generar un impacto económico y mejorar su dinámica de negocios. Y la plataforma MI Empresa en Línea tiene como objetivo ayudar a la formalización de las MIPYME mediante un proceso simplificado.

### (2) Instituciones especializadas en el desarrollo de las MIPYME a nivel regional:



**CENPROMYPE – SICA:** Centro Regional de Promoción de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CENPROMYPE) es la instancia especializada en MIPYME del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) cuyo objetivo principal es contribuir al desarrollo productivo de dichas empresas, así como mejorar la calidad de vida y el empleo de personas que trabajan en ellas, a través del fortalecimiento de las entidades públicas y privadas que las apoyan ampliando la cobertura de los servicios de desarrollo empresarial y financiero de la MIPYME, optimizando su calidad y buscando la eficiencia de las entidades que los prestan.



### (3) Entes rectores especializados en la condición de la mujer:

**Instituto Nacional de la Mujer (INAM):** Organización gubernamental responsable de formular, promover y coordinar la ejecución y seguimiento de la Política Nacional de la Mujer

**Ciudad Mujer:** Plataforma de servicios articulados para el impulso de la autonomía y el empoderamiento de las mujeres hondureñas, donde a través de sus centros de atención, 16 instituciones públicas coordinan, colaboran y cooperan entre sí, brindando servicios con calidez y calidad en un ambiente de confianza y esperanza como parte de un nuevo modelo de políticas y de la gestión pública. Creado con fondos BID. Contribuye a los proyectos de emprendimientos por medio de capacitaciones.

### (4) Asociaciones gremiales:

**Cámaras de Comercio:** Las Cámaras desarrollan proyectos especializados para MIPYME, MIPYME -Mujer. En particular, se identifica a la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa que ha desarrollado programas para MYPYME y MIPYME -Mujer tales como Honduras Emprende, Modelo Integral de Servicios Empresariales (MISE) y E-commerce con mujeres empresarias. Adicionalmente, se identificó a la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés que ha estado desarrollando la iniciativa del Bazar del Sábado.

**FEDECÁMARAS:** Organización que agrupa las cámaras de comercio del país. Las Cámaras desarrollan proyectos especializados para MIPYME, MIPYME -Mujer.

**RED MICROH:** Organización cuyo objetivo central es representar a sus integrantes, coordinando y canalizando los esfuerzos y recursos de las instituciones asociadas para impulsar proyectos de beneficio común relacionados con la microfinanza.

**Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP):** Organización cuyo objetivo es fomentar, unificar, concretar y promover las acciones conjuntas de la iniciativa privada nacional, orientadas hacia la integración empresarial, representando los intereses generales de la libre empresa en Honduras en contribución al desarrollo integral del país.

**AMPROCAL:** Asociación para mujeres productoras de café y sus derivados. Facilitan préstamos y recursos para que las mujeres de Ocotepeque, zona especializada en la producción de café, para que puedan producir y colocar sus productos. Para sus socias facilitan instalaciones y equipo para tueste de café, así como espacio de venta en su local. Sus préstamos se caracterizan por poseer tasas más favorecedoras y las garantías que solicitan son bastante accesibles para las mujeres de la zona.

**CREPAIMASUL:** Cooperativa Regional de Producción Agroindustrial Marañoses del Sur Limitada. Su objetivo es promover la producción del marañón en la zona de Villanueva, Azacualpa, el triunfo, Choluteca, por medio del modelo de cooperativa. Conformados por 5 grupos campesinos que tiene sus fincas familiares de nuez de marañón.

### *(5) Academia:*

**UNITEC:** Impulsan el espíritu emprendedor desde la academia al incluir clases de generación de empresas en sus planes de estudio. Poseen una incubadora de negocios con foco en creación y desarrollo de empresas tecnológicas

**Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH):** Prestan servicios a emprendimientos a través de programas de certificación de empresas.



### *(6) Organizaciones No Gubernamentales:*

**Voces Vitales:** ONG creada por Hillary Clinton, dedicada al empoderamiento económico de la mujer a nivel mundial con herramientas de liderazgo. En el caso particular de Honduras, es uno de los actores claves para el desarrollo de mujeres empresarias en MIPYME. Con más de 2,000 mujeres atendidas en sus programas.

**FUNDES:** Organización internacional que promueve el desarrollo competitivo de la MIPYME en América Latina a través del fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas. FUNDES ha desarrollado un Programa Regional para apoyar las actividades existentes de la Red de innovación e Impacto en Costa

**Junior Achievement:** Fundación privada sin fines de lucro que implementa programas educativos extracurriculares en institutos públicos y privados a nivel nacional. Iniciamos operaciones en marzo del 2002 como una filial de Junior Achievement Worldwide, presente en 132 países.

**OXFAM:** Organización cuyo objetivo es combatir la pobreza, la desigualdad y la injusticia. Trabajan para mejorar la calidad de vida de las personas. La discriminación contra las mujeres es uno de sus ejes.

Costa Rica, El Salvador, Honduras y Panamá. El objetivo principal de esta iniciativa fue crear grupos de MIPYME competitivas, rentables y sostenibles (empresas y agricultores) en cada país.

**Swiss Contact:** Organización que promueve el desarrollo inclusivo - económico, social y medioambiental - con el propósito de contribuir de forma efectiva a la prosperidad sostenible y generalizada de las economías emergentes y en desarrollo. Uno de sus ejes de trabajo es el fortalecimiento de la competitividad de las empresas para hacer crecer los negocios. Han implementado principalmente dos programas: (i) oportunidad de mercados rurales en el Golfo de Fonseca; (ii) proyecto progresa que busca el desarrollo en la industria del café y cacao.

**TechnoServe:** Organización internacional sin fines de lucro que promueve soluciones comerciales a la pobreza en el mundo en desarrollo al vincular a las personas con la información, el capital y los mercados. Han levantado programas de aceleración de negocios en Honduras como por ejemplo Impulsa tu Empresa (ITE) para apoyar empresarios en términos de organización, planificación y expansión de sus negocios.

## (7) Agencias de desarrollo internacional:

**Agencia de Cooperación Alemana para el Desarrollo (GIZ):** Servicio de cooperación internacional del Gobierno de Alemania. Trabajan con temas de desarrollo económico sostenible. Implementaron un programa de facilidad para mejorar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas.

**Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID):** USAID es una agencia de cooperación internacional creada por el Gobierno de los Estados Unidos. Tiene como objetivo promover los valores democráticos, reducir la pobreza y mejorar la calidad de vida de las personas promoviendo herramientas para el desarrollo económico más allá de la asistencia técnica humanitaria. Implementaron una iniciativa de transformando sistema de mercado centrada en cambios estratégicos para aumentar la competitividad, resiliencia, y la inclusión de los sistemas de mercado hondureños.

**Banco Interamericano de Desarrollo (BID):** El Grupo BID es una de las principales fuentes de financiamiento a largo plazo para el desarrollo económico, social e institucional de América Latina y el Caribe. El BID y BID Invest han estado levantando información del ecosistema MIPYME en Honduras para generar un mejor diagnóstico.

**Banco Mundial:** El Grupo Banco Mundial, una de las fuentes más importantes de financiamiento y conocimiento para los países en desarrollo, está integrado por cinco instituciones que se han comprometido a reducir la pobreza, aumentar la prosperidad compartida y promover el desarrollo sostenible.

**Organización de Estados Americanos (OEA):** La OEA tiene como objetivo ser un foco político para la toma de decisiones, el dialogo multilateral y la integración de América. Recientemente, la OEA ha generado iniciativas al mundo emprendedor en varios países de la región, incluyendo Honduras. Dichas iniciativas tienen el objetivo de facilitar el acceso a las MIPYME y emprendedores para facilitar su acceso al comercio electrónico, y así contribuir a cerrar la brecha digital.

## (8) Intermediarios financieros:

**Grupo Financiero FICOHSA:** Banca privada que ha implementado dos proyectos de emprendimientos. El proyecto Banca Emprendedor tiene como objetivo desarrollar oportunidades de financiamiento para pequeña y mediana empresa, a través del área de Banca Emprendedor, con el fin de impulsar su crecimiento y desarrollo. El proyecto *“De mi Tierra”* tiene como objetivo brindar financiamiento, capacitación técnica y un mercado seguro a productores agrícolas de la zona rural de Honduras para la comercialización de productos de alta calidad.

**BAC Credomatic:** Banca privada que incluye a las PYME como un elemento de la estrategia comercial de la empresa. Brinda productos y servicios que les permitan a las PYME adoptar prácticas sostenibles, vincularse exitosamente al mercado y crecer. Proveen capacitación y asesoría presencial y técnica para empresarios pequeños y medianos.

**Citi Group:** Banca privada que desarrolla programas de capacitación para Mujeres Líderes de negocio en conjunto con ONGs como Voces Vitales.



### *(9) Empresas públicas:*

**BANPROHVI:** Banco Hondureño para la Producción y la Vivienda- Instituto de Crédito de Primer y Segundo Piso. Tienen modalidades de crédito enfocado en la empresas pequeñas y medianas que buscan impulsar el crecimiento de su negocio.

### *(10) Otras organizaciones relevantes:*

**Walmart:** Desarrollo de programas para MIPYME, desde capacitación, creación de espacios de desarrollo y encadenamiento por medio de la colocación en sus supermercados. Programas Pymes manufactura y productores agrícolas propios y alianzas con ONGs, así como público privadas. El programa **“Una Mano para Crecer”** tiene como objetivo el crecimiento y desarrollo sostenible de proveedores con especial énfasis en el empoderamiento económico de la mujer.

**Grupo Terra:** Empresa privada de energía e infraestructura. Han generado dos iniciativas: (i) Terra te Impulsa que permite a las MIPYME tener visibilidad en el mercado; (ii) Juntos Creando Valor que trabaja en el fortalecimiento de la cadena de valor de las MIPYME.

**SUBE LATINOAMERICA:** Sube ofrece la solución más robusta de comercio electrónico para emprendedores en Honduras y México. Todas las membresías incluyen sitio web con carrito de compras, links de cobro, pasarela de pagos, capacitaciones en línea, entre otros.

## B. Lista de actores entrevistados

Institución	Tipo de Actor	Género del entrevistado
AHIBA	Asociación de entidades financieras	Mujer
AMPROCAL	Asociación gremial	Mujer
BANHPROVI	Empresa Pública	Mujer
Cámara de Comercio de Cortés	Asociación gremial	Mujer
Cámara de Comercio de Tegucigalpa	Asociación gremial	Mujer
Cámara de Comercio e Industria de Choloma	Asociación gremial	Mujer
Cámara de Comercio e Industria del Sur	Asociación gremial	Hombre
Centro de Desarrollo Empresarial de Fonseca	Alianza público-privada	Hombre
Centro de Desarrollo Empresarial del Pacífico	Alianza público-privada	Hombre
Ciudad Mujer & SENPRENDE	Gobierno - Ente Rector	Mujer
COHEP	Asociación gremial	Hombre
FEDECAMARAS	Asociación gremial	Mujer
FICOHSA	Intermediarios financieros	Hombre
GYZ	Agencia de desarrollo internacional	Hombre
Grupo Terra	Empresa Privada	Mujer
INAM	Gobierno-Ente Rector	Mujer
OXFAM	ONG	Hombre
RED MICROH	Asociación gremial	Mujer
UNITEC	Academia	Hombre
USAID	Agencia de desarrollo internacional	Mujer
Walmart	Empresa Privada	Mujer

**we-fi**  
WOMEN ENTREPRENEURS  
FINANCE INITIATIVE

