

**Evaluación piloto de la participación de  
microempresarias del sector turismo en el  
Valle del Yeguate**

**Mónica Daniela Burbano Valle**

**Zamorano, Honduras**

Noviembre, 2011

ZAMORANO  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE AGRONEGOCIOS

# **Evaluación piloto de la participación de microempresarias del sector turismo en el Valle del Yeguaré**

Proyecto especial de graduación presentado como requisito parcial para optar  
al título de Ingeniera en Administración de Agronegocios en el  
Grado Académico de Licenciatura

Presentado por

**Mónica Daniela Burbano Valle**

**Zamorano, Honduras**

Noviembre, 2011

# **Evaluación piloto de la participación de microempresarias del sector turismo en el Valle del Yeguaré**

Presentado por:

Mónica Daniela Burbano Valle

Aprobado:

---

Mayra Falck, M.Sc.  
Asesora principal

---

Ernesto Gallo, M.Sc, M.B.A  
Director  
Carrera de Administración de  
Agronegocios

---

Martha Calix, M.Sc.  
Asesora

---

Raúl Espinal, Ph.D.  
Decano Académico

---

Selma Estrada, Abg.  
Asesora

## RESUMEN

Burbano Valle M.D. 2011. Evaluación piloto de la participación de microempresarias del sector turismo en el Valle del Yeguaré. Proyecto especial de graduación del programa de Ingeniería en Administración de Agronegocios, Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano. Honduras. 84 p.

La literatura argumenta que la participación de las mujeres en la economía es clave para potenciar crecimiento y desarrollo. Las condiciones socioculturales y productivas en Latinoamérica inducen a que se integren a la economía en actividades microempresariales, siendo aceptada su capacidad administrativa y de pago. Posterior a la Cumbre de Beijing (1995), los informes de ONU Mujeres demuestran la existencia de “brechas” que no permiten la inserción integral a los procesos de producción, consumo y comercio. Y además que los “techos de cristal” no les permiten participar de la gobernanza y gobernabilidad económica. Los emprendimientos femeninos en la Región del Yeguaré en la última década se han potenciado mediante proyectos implementados por agentes del desarrollo (UNISA, Zamorano, INFOP y otros). El estudio evalúa el alcance de los negocios de un grupo de mujeres microempresarias del sector turístico, y los aportes que generan sus actividades económicas en el hogar. El método aplicado de mapeo de alcances utiliza análisis cualitativo y cuantitativo básico, que determina el rol e importancia de las actividades en los hogares. La información recabada mediante encuestas, talleres, entrevistas semi-estructuradas, visitas a la zona y georeferenciación de cada emprendimiento, utiliza como parámetros de evaluación: estacionalidad de ventas, tipología de servicios, fidelidad de la clientela, nivel de satisfacción y benchmarking. Para analizar el contexto fueron elaboradas matrices de percepción de actores claves, enfocadas en condiciones de política local y nacional, igualdad de oportunidades, participación en la economía y la gobernanza. El estudio concluye que en la Región, las actividades económicas que desarrollan las mujeres aportan al liderazgo emprendedor y al empoderamiento. Al mismo tiempo, demuestra que los factores de asociatividad y gestión deben ser fortalecidos con el fin de consolidar una cadena de valor del sector turístico. Las microempresarias continúan actuando de forma individual y no logran la escala de ventas necesaria para garantizar la continuidad del negocio, y el posicionamiento de la región como destino turístico nacional.

**Palabras clave:** Circuito turístico, empoderamiento, emprendimientos, liderazgo femenino, mujeres, oportunidades, productividad.

## CONTENIDO

Portadilla .....	i
Página de firmas .....	ii
Resumen .....	iii
Contenido .....	iv
Índice de Cuadros, Figuras y Anexos.....	v
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>2. MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>	<b>11</b>
<b>3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>17</b>
<b>4. CONCLUSIONES.....</b>	<b>52</b>
<b>5. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>55</b>
<b>6. LITERATURA CITADA.....</b>	<b>59</b>
<b>7. ANEXOS .....</b>	<b>69</b>

## ÍNDICE DE CUADROS, FIGURAS Y ANEXOS

Cuadros	Página
1. Tasa de participación de la población económicamente activa, por sexo en América Latina y el Caribe.....	3
2. Región del Yeguaré: Descripción de la ubicación, giro y tipo de servicio, nivel de especialización y acceso de las microempresarias. ....	18
3. Región del Yeguaré: Responsabilidad familiar de las microempresarias .....	19
4. Región del Yeguaré: Porcentaje de visitas de los clientes al negocio .....	20
5. Región del Yeguaré: Antigüedad de conocer el negocio .....	20
6. Región del Yeguaré: Frecuencia de visitas de los clientes a las microempresas (porcentaje en semanas y meses).....	21
7. Región del Yeguaré: Nivel de satisfacción del cliente por la adquisición del producto.....	21
8. Región del Yeguaré: Percepción de los clientes con respecto al tipo de servicio ofrecido por las microempresarias.....	22
9. Región del Yeguaré: Relación de la calidad y precio del servicio ofrecido por las microempresarias.....	22
10. Región del Yeguaré: Frecuencia de visitas de los clientes a las microempresas en relación con la antigüedad de conocer el negocio. ....	23
11. Resultados de correlación en el programa SPSS: Frecuencia de visitas de los clientes a las microempresas en relación con la antigüedad de conocer el negocio...	24
12. Región del Yeguaré: Nivel de satisfacción del cliente por la adquisición del producto con relación a la antigüedad de conocer el negocio. ....	25
13. Resultados de correlación en el programa SPSS: Nivel de satisfacción del cliente por la adquisición del producto con relación a la antigüedad de conocer el negocio. ....	25
14. Región del Yeguaré: Calidad y precio del servicio ofrecido por las microempresas con relación a la percepción de los clientes con respecto al tipo de servicio ofrecido por las microempresas.....	26
15. Resultados de correlación en el programa SPSS: Calidad y precio del servicio ofrecido por las microempresas con relación a la percepción de los clientes con respecto al tipo de servicio ofrecido por las microempresas.....	27
16. Región del Yeguaré: Benchmarking de servicios de alimentos y bebidas de las microempresas en relación con Zamorano. ....	28
17. Región del Yeguaré: Benchmarking de servicio (dulces tradicionales) de las microempresas en relación con Zamorano. ....	30

18. Región del Yeguaré: Benchmarking de artesanías de la microempresaria de en relación con Zamorano. ....	31
19. Región del Yeguaré: Índice de calificación para el mejor desempeño laboral de las microempresarias. ....	32
20. Percepción de los actores claves: Enfoque a la política local y nacional. ....	34
21. Percepción de los actores claves: Enfoque a los ingredientes de política local y nacional que promueven los derechos económicos de las mujeres. ....	38
22. Percepción de los actores: Enfoque de la participación de la mujer en la economía y la gobernanza, administración pública. ....	39
23. Percepción de los actores: Enfoque de la igualdad de género y oportunidades para la mujer. ....	47

Figuras	Página
1. Región del Yeguaré: Ubicación del proyecto Iniciativa del Yeguaré. ....	7
2. Diagrama de procesos de análisis de información. ....	13
3. Diagrama de proceso de levantamiento de información. ....	14
4. Diagrama de proceso del levantamiento de la información. ....	16
5. Mapa georeferencial de las microempresarias del sector turismo en el Valle del Yeguaré. ....	17

Anexos	Página
1. Esquema de la metodología y materiales, muestra la forma en que se construye el marco de variables y las actividades que permiten delimitar el tema, analizar la información. ....	69
2. Encuesta de clientes. ....	71
3. Entrevista de percepción de expertos. ....	72
4. Planes de negocios. ....	73
5. Fotografías de las microempresarias interactuando en el taller “Plan de Negocios”. ....	77
6. Fotografías de los productos y la información respectiva de cada una de las microempresarias. ....	78
7. Fichas de emprendimiento de microempresarias. ....	79
8. Descripción del perfil del cliente. ....	83
9. Requisitos para obtener una personería jurídica en Honduras. ....	84

## 1. INTRODUCCIÓN

El sector turismo, es el eje de las economías en muchos países, genera beneficios económicos importantes, así como impacto positivo sobre todos los demás sectores de la economía (Organización Mundial de Turismo 2001). La actividad económica a la que pertenece el sector turismo es el sector terciario, incluyendo diversas modalidades como: el ecoturismo, turismo rural, turismo cultural, turismo de aventura y turismo comunitario.

El sector opera con diversos tipos de actores y su análisis aborda variables con tipología de turistas, geografía y destinos, prestadores de servicios y servicios de soporte. Al analizar la cadena de valor del sector destacan procesos estratégicos como los marcos legales que promueven el turismo, la construcción de la imagen del país y otros. Los procesos de apoyo incluyen infraestructura, servicios (especialmente salud, seguridad, transporte), financiamiento y otros. Los procesos claves incluyen: atractivos, la prestación del servicio turístico de hospedaje, la gastronomía y finalmente, las artesanías, como un servicio complementario.

Cuando se analizan los procesos claves de la cadena de valor, destaca que las actividades administrativas conforman la vida económica del sector turístico (Ramírez 2003); incluyendo actividades funcionales preparatorias, las denominadas funcionales de ejecución, los aspectos de mercadotecnia y financieros. En ese marco existen dos tipológicas de decisiones: las organizacionales y las de rutina.

Por las particularidades del sector, la gestión administrativa no es una simple actividad gerencial, sino que debe involucrar el análisis del entorno, de la situación, la gestión de la empresa en sí, y la adecuación de acuerdo a los impactos de los factores externos.

Berdegú y Schejtman (2004) afirman que el desarrollo territorial rural es un proceso de transformación productiva e institucional de un espacio rural determinado, cuyo fin es reducir la pobreza y garantizar la sostenibilidad mediante la transformación productiva y el desarrollo institucional. La propuesta de construcción de un enfoque territorial aborda la participación dinámica de los mercados, la generación de empleos agrícolas y no agrícolas, la concertación de los actores locales, la participación de los agentes externos relevantes. El proceso de manera integral busca desarrollar reglas formales e informales que garanticen la inclusión de los pobres.

Según el informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1987), el desarrollo sostenible satisface las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las propias necesidades.

El desarrollo sostenible se enfoca en promover la participación social, incorporando actividades económicas bajo una responsabilidad ecológica. El gobierno se involucra directamente con el diseño de un marco legal capaz de articular la generación de beneficios, la sostenibilidad ambiental y la inclusión de las personas con menores oportunidades. En el caso de las áreas turísticas, el gobierno debe definir políticas que garanticen el equilibrio de los ecosistemas, pero al mismo tiempo permitir que la gestión del turismo genere ingresos, empleo e inversión que sea sostenible en el tiempo.

Desde 1976 con la primera conferencia internacional para abordar el tema de la mujer, se comienza un proceso de generación de conciencia, espacios de participación y posicionamiento sobre la perspectiva de igualdad de oportunidades y derechos. Tanto en Copenhague en 1980, como en Nairobi en 1985 se afianzó el tema logrando trascender a una conferencia emblemática en 1995, en la que 189 gobiernos adoptaron una declaración complementándola con la denominada Plataforma de Acción de Beijing, centradas en eliminar los obstáculos a la participación de la mujer en todas las esferas de la vida pública y privada.

Para fortalecer la participación de la mujer en la sociedad se han realizado varias convenciones llegando a acuerdos internacionales que respaldan la intervención de la mujer en el desarrollo, con el fin de beneficiar la autonomía femenina. Tales convenciones son:

- Convención sobre la Nacionalidad de la Mujer (1933, Montevideo).
- Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer (4 a 15 de septiembre de 1995, Beijing).
- Informe del Comité Especial Plenario el vigésimo tercero extraordinario de sesiones de la Asamblea General (2000, New York).
- Programa de Acción Regional para las Mujeres de América Latina y el Caribe, 1995-2001 (1994, Mar de Plata).
- Informe de Honduras, sobre la aplicación de la Plataforma de Acción de Beijing (1995) y los resultados del vigésimo tercer período extraordinario de sesiones de la Asamblea General 2000 (2004, Tegucigalpa).
- Programa Interamericano sobre la Promoción de los Derechos Humanos de la Mujer y la Equidad e Igualdad de Género (1998, Santiago).
- Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer (1999).
- Consenso de Lima, Octava Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe (2000, Lima).
- Objetivos de desarrollo de la ONU para el Milenio (2000).
- Formulario modelo para presentar una comunicación al Comité para la eliminación de la Discriminación contra la Mujer con arreglo al Protocolo Facultativo de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (2000, New York).
- Recomendación General N° 25 (30° Período de sesiones, 2004) sobre el párrafo 1 del artículo 4 de la Convención, referente a medidas especiales de carácter temporal (2004).
- Ponencias realizadas durante el Lanzamiento del informe del Estado de la Población Mundial del 2004, “El Consenso de El Cairo, diez años después:

población, salud reproductiva y acciones mundiales para eliminar la pobreza (2004, Honduras)

- Dialogo entre los Mecanismos de la Mujer y la Iniciativa de Mujeres Centroamericanas en el Seguimiento a El Cairo y Beijing (2004, Santiago de Chile).
- Declaración de Organizaciones de la Sociedad Civil en la Novena Conferencia Regional de la CEPAL sobre la Mujer de América Latina y el Caribe (2004, México).

Ese marco internacional posiciona el emprendimiento femenino promoviéndolo desde diversos ámbitos el desarrollo de competencias mediante conocimientos, habilidades, destrezas, aspiraciones y toma de decisiones. La participación de la mujer en la población económica activa en América Latina y el Caribe se ha intensificado en alrededor de 10%, sin embargo los datos no logran rescatar la tasa de participación en la economía que en el caso de Honduras a nivel urbano supera el 70% en 2007, explicado en gran medida por la participación en el sector informal (CEPAL 2010).

Cuadro 1. Tasa de participación de la población económicamente activa, por sexo en América Latina y el Caribe.

Año	Sexo	
	Hombre	Mujer
1990	71.5%	32.3%
1995	71.8%	34.6%
2000	72.1%	37.1%
2005	72.3%	39.4%
2010	72.4%	41.6%

Fuente: CEPAL, Anuario estadístico de América Latina y el Caribe, 2004.

Institucionalmente, en el marco de la Organización de los Estados Americanos (OEA) se instaura la Comisión Interamericana de Mujeres (CIM), con el fin de proteger y defender los derechos de la mujer accediendo a los derechos civiles, políticos, económicos, sociales, y culturales que permitan a la mujer participar en condiciones iguales que el hombre en ámbitos de la vida social, para lograr que disfruten plena e igualitariamente de los beneficios del desarrollo y compartan asimismo la responsabilidad del futuro (CIM 1948). La CIM, se fundamenta en las leyes contra la violencia intrafamiliar en América Latina, siendo políticas a enfrentar la violencia doméstica donde se busca conocer las causas y soluciones al problema; reforzándose con las políticas que influyen específicamente en la violencia intrafamiliar.

De acuerdo a las Naciones Unidas, la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW) fue adoptada por la Asamblea General el 18 de diciembre de 1979, entrando en vigor el 3 de septiembre de 1981.

La CEDAW aporta mecanismos jurídicos pactados para el beneficio de las naciones, defendiendo en toda índole a la mujer, eliminando cualquier acto de discriminación social, difundiendo paz y seguridad a las comunidades internacionalmente. Basándose en igualdad de oportunidades, igualdad de acceso a las oportunidades e igualdad de resultados, siendo principios esenciales para su vigencia, cumpliendo con los Objetivos de Desarrollo del Milenio y Beijing que se han establecido en Centro América.

El protocolo de la CEDAW se establece en siete aspectos que son: ampliar la responsabilidad estatal, obligar a los estados a aportar medidas concretas para eliminar la discriminación contra las mujeres, permite medidas transitorias de acción afirmativa siendo medidas especiales de carácter temporal, reconocer el papel de la cultura y las tradiciones en el mantenimiento de la discriminación contra las mujeres y obligando a los Estados a eliminar estereotipos en los roles de género. También define la discriminación y establece un concepto de igualdad sustantiva, fortaleciendo el concepto de indivisibilidad de los derechos humanos, y finalmente precisa que el acto discriminatorio puede producirse en distintas etapas de la existencia de un derecho.

En el marco nacional, se crea el Instituto Nacional de la Mujer mediante el decreto No.232-98, del 30 de septiembre de 1998; publicado en la Gaceta No. 28798 del 11 de febrero de 1999. Sus principios son asegurar por ley u otros medios apropiados la realización práctica del principio de la igualdad del hombre y de la mujer, adoptando medidas legislativas y de otro carácter con las sanciones correspondientes, estableciendo protección jurídica de los derechos de la mujer sobre una base de igualdad con los del hombre, abstenerse de incurrir en todo acto o práctica de discriminación contra la mujer y velar para que las autoridades e instituciones públicas actúen de conformidad con esta obligación. Tomando medidas apropiadas para eliminar la discriminación hacia la mujer practicada por cualquier persona, organizaciones o empresas; adoptando toda medida adecuada e incluso de carácter legislativo, para modificar o derogar leyes, reglamentos, usos y prácticas que constituyan discriminación contra la Ley del Instituto Nacional de la Mujer, y derogar todas las disposiciones penales nacionales que constituyan discriminación contra la mujer.

La Ley de Igualdad de Oportunidades para la Mujer tiene como fin promover la participación activa de mujeres y niñas, garantizando el cumplimiento de los derechos humanos y la igualdad, dando origen a la independencia económica femenina. Las entidades públicas y privadas son responsables del cumplimiento de los derechos y obligación de los ciudadanos.

La igualdad de oportunidades se establece en áreas familiares de salud y medio ambiente; en el área de educación, cultura y comunicación; de trabajo y de seguridad social; de tendencia de la tierra; el crédito y la vivienda, en el área de participación y toma de decisiones dentro de la estructura de poder.

Los aportes analíticos y teóricos referidos al emprendimiento femenino se asocian a los planteamientos de la economía feminista, centrada en lograr un sistema económico para el desarrollo que mejore las condiciones de vida de niños, mujeres y hombres. Ese enfoque afianza el concepto de economía solidaria, que florece por la necesidad de lograr autonomía. Según la Lic. Margot Navarro (2008), aumentar la participación de la mujer a nivel empresarial en donde la mujer adoptará el rol de actora del desarrollo, la economía feminista se apropia del enfoque de derechos económicos y sociales de la mujer.

Según la Profesora Isabella Bakker, Ph. D, de la Universidad York, 2007, (Departamento de Ciencias Políticas), el abordaje de la economía feminista empieza desde la dirección de la práctica de política, realizando estudios económicos y finalmente estudiando los problemas de género.

La equidad de género se entiende como la aceptación de género con justicia en cualquier ámbito en el que el ser humano se desempeñe, obteniendo igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, disfrutando de los mismos derechos y deberes como ciudadano.

Sabiendo que sexo se refiere a las características biológicas (genitales y a las capacidades reproductivas) y género a los valores sociales, culturales, políticos y económicos que atribuimos históricamente a las diferentes características biológicas y que determinan los roles de género o comportamiento establecido (UNIFEM 2000).

La perspectiva de la equidad de género aborda cambios de desarrollo y procesos en proyectos de desarrollo rural, integrando adecuadamente. Blanco (1999) las políticas de equidad de género y bajo el apoyo de organizaciones, formas de trabajo y recursos humanos.

Hoy por hoy la mujer se involucra en roles laborales y profesionales incentivando la participación femenina en el ámbito social, cultural y económico sabiendo que la mujer representa el 50.63% de la población en América Latina y el Caribe, según los datos estadísticos de la CEPAL en el 2010.

Falck (2007) plantea que la mujer es considerada actora y autora del desarrollo cuando se involucra en actividades productivas. Palma (2008) desarrolla el planteamiento y argumenta que la mujer es la actora de tres aspectos o actividades productivas de la sociedad en el trabajo productivo, es el trabajo asalariado y el trabajo independiente. El segundo es el trabajo reproductivo siendo actividades productivas de bienes o servicios realizadas en el hogar para el uso propio, no son actividades de consumo o transformación de productos; y finalmente el trabajo comunal tanto hombres como mujeres se benefician equitativamente.

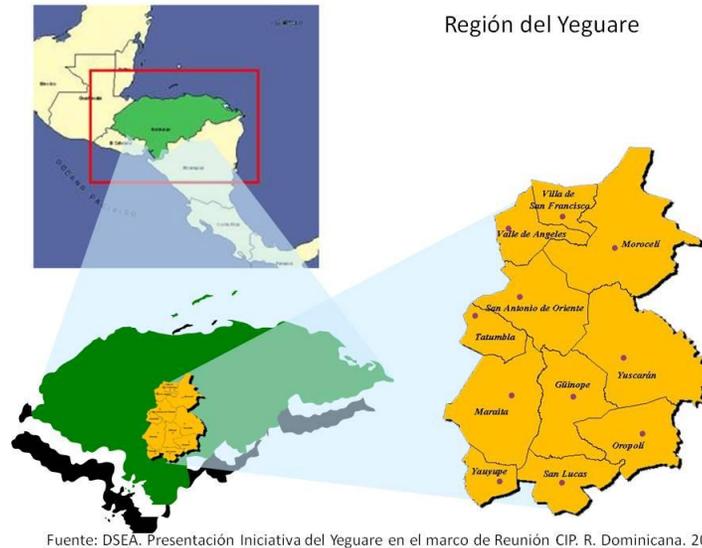
A nivel de América Latina los obstáculos que desafortunadamente se convierten en barreras al desarrollo de la mujer son: el acceso limitado a la educación, pocas fuentes de empleo, falta de recursos financieros y técnicos, políticas públicas de género no definidas, violencia doméstica, falta de necesidades fisiológicas, pobreza y marginación.

La Escuela Agrícola Panamericana “Zamorano”, es una institución que contribuye al desarrollo de la región latinoamericana mediante un programa educativo que forma profesionales universitarios en áreas claves para el desarrollo del sector rural ampliado, e implementando programas y proyectos para promover el bienestar socioeconómico de las sociedades. El modelo educativo combina la enseñanza, con la investigación y proyección. Sustentando su enfoque en fundamentos claves como el aprender-haciendo, panamericanismo, la formación de carácter, la calidad educativa y el emprendedurismo.

Durante la primera década del siglo XXI define tres retos principales que orientaran su quehacer y enfoque a su plan de estudios, ellos son: reducción de la pobreza, sostenibilidad ambiental y elevar la competitividad. En ese marco su principal laboratorio de desarrollo se ubica en las zonas aledañas que constituyen la región del Yeguaré. Para implementar el enfoque territorial define una estrategia centrada en: construir conocimiento sobre el desarrollo territorial, crear alianzas con actores claves (nacionales e internacionales) para promover un proceso de desarrollo en la región, y brindar a los estudiantes la oportunidad de participar en las iniciativas reales de promoción del desarrollo.

Durante el periodo 2000 a 2008 se consolidan alianzas con diversos actores como Agencia Canadiense de Desarrollo Internacional (ACDI), Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), Unión Europea (UE), Fundación W.K. Kellogg, Fundación Desarrollo Sostenido (FUNDESO), Misión Salesiana, Proyecto Joven-Joven y otros donantes, entre ellos el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE). Se implementaron proyectos tales como: Proyecto Iniciativa del Yeguaré (Fundación W. K. Kellogg), Proyecto UNIR-Zamorano, Programa de Desarrollo Sostenible de la Región del Yeguaré Honduras C.A, (Fundación W. K. Kellogg), dos proyectos con USAID para abordar el tema de manejo de los recursos naturales, especialmente recursos hídricos.

Destaca dentro de estos proyectos el denominado “Iniciativa del Yeguaré”, con una duración de cuatro años, teniendo cobertura en los municipios de San Antonio de Oriente y Villa de San Francisco en el Departamento de Francisco Morazán; Yuscarán, Morocelí y Güinope en el Departamento de El Paraíso. (Ver mapa a seguir)



Fuente: DSEA. Presentación Iniciativa del Yeguaré en el marco de Reunión CIP. R. Dominicana. 2006.

Figura 1. Región del Yeguaré: Ubicación del proyecto Iniciativa del Yeguaré.

Fuente: DSEA. Presentación Iniciativa del Yeguaré en el marco de Reunión CIP. R. Dominicana. 2006.

El proyecto se basa principalmente en la “Teoría de Cambio” promovida por la Fundación W. K. Kellogg, la que plantea como centro de atención al joven, enfocándose al capital humano, productivo, ambiental y social. Los componentes del proyecto incluyen: actividades productivas, turismo, juventud y formación e inserción laboral, centrados en fortalecer las capacidades de las organizaciones comunitarias. La teoría de cambio argumenta que la única manera de romper el círculo intergeneracional de la pobreza es generando oportunidades a los jóvenes, para ello sus familias deben contar con las condiciones para facilitarles su inserción al desarrollo.

Los beneficiarios del proyecto son todos aquellos habitantes de cada una de las comunidades en las que se generaron acción ya sea de fortalecimiento de las capacidades locales, generación de empleos, apoyo en infraestructura y equipamiento, conformación de grupos juveniles, redes de juntas de agua, desarrollo de proyectos productivos (Proyecto Iniciativas del Yeguaré).

En el caso del Proyecto UNIR-Zamorano, ejecutado entre 1996 hasta el año 1999, en un total de 72 aldeas que se dedican especialmente a actividades agropecuarias. Orientado principalmente a la información, motivación, capacitación y orientación de los actores del desarrollo en la región (Proyecto UNIR-Zamorano 1999). Las metas logradas durante la ejecución del proyecto fueron varias a pesar de la grave catástrofe en el año de 1998 por el huracán “Mitch”. Sin embargo, se logró el “apoyo a la producción agropecuaria; conservación, protección y recuperación de los recursos naturales y el ambiente; promoción de microempresas; apoyo al mejoramiento de la educación; apoyo al mejoramiento de la salud; apoyo a los gobiernos locales y a la organización y recuperación de la infraestructura y vivienda (Proyecto UNIR-Zamorano 1999).

Según el Plan estratégico “Iniciativa del Yeguaré” (2004) a partir de la década de los ochenta, Zamorano incorpora actividades de proyección hacia la región del Yeguaré. Las actividades realizadas estuvieron enfocadas hacia el apoyo en temas productivos (fortalecimiento de la visión campesina y su realidad) e investigación (gestión del conocimiento de manejo integrado de plagas en los cultivos). Estas actividades fueron fundamentales para cambiar la actitud que la población del Valle de Yeguaré que tenía hacia la institución. Zamorano como institución implementó reformas estratégicas tanto en las actividades académicas como en las actividades de proyección. Estas reformas estratégicas buscan ser consistentes con la problemática y realidad latinoamericana Plan estratégico “Iniciativa del Yeguaré” (2004).

Con el desarrollo de las iniciativas vinculadas al desarrollo rural la institución logra cimentar las bases de una propuesta territorial de desarrollo abordando varios ejes claves, e implementando innovadoras transformaciones institucionales tales como:

- Fusionar los departamentos de recursos naturales y ambiente con el de desarrollo rural, para crear la Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente.
- Marcar hitos en las investigaciones al desarrollar temas específicos vinculados a la igualdad de oportunidades y derechos de las mujeres desde el año 2000, incluyendo aspectos como servicios financieros rurales, violencia doméstica rural, rol de la mujer en el desarrollo territorial y georeferenciación de los emprendimientos femeninos.
- Se desarrolla una alianza con UNIFEM, hoy ONU Mujeres, con el objetivo de promover el enfoque desde la investigación, posteriormente y sobre la base de esa experiencia se desarrolla una articulación en el tema con Instituto Interamericano de Derechos Humanos (IIDH).
- Se genera un apoyo consistente a las emprendedoras de la región, y con ello se consolida una red que ha permanecido activa pese a no disponer de otras iniciativas de promoción del desarrollo territorial.

De acuerdo a la evaluación elaborada por Luis Llambi en el año 2006, Zamorano desarrolla un proceso de innovación institucional centrado en aportar al desarrollo territorial, posiciona la Carrera DSEA a nivel nacional e internacional como el único programa que brinda competencias a nivel de pregrado en los ámbitos socioeconómicos y ambientales, brindando énfasis a la formación en procesos.

La participación de las mujeres en la economía real no se ha logrado potenciar porque el marco social, cultural, político y económico, crea obstáculos para el desarrollo de emprendimientos y desempeño laboral. La desigualdad de género y la falta del cumplimiento de los derechos de las mujeres son las causas principales para que no se logre la inserción de las mujeres como actoras y autoras del desarrollo.

Según las estadísticas de la CEPAL, en Honduras en el año 2010, las mujeres representan el 49.99% de la población. Sin embargo, representan únicamente el 35.6% de la Población Económicamente Activa, mientras que el porcentaje de los hombres es el 64.4% (Base de datos de la EPHPM, Mayo 2008).

En las zonas rurales, el 78.7% de las mujeres viven en hogares pobres, reflejando una tasa del 9% de analfabetismo femenino. Los datos relativos a acceso a tierra, financiamiento, servicios de salud y formación no formal son limitados, pero la evidencia empírica demuestra que las mujeres suelen tener menor acceso a activos productivos que el hombre a nivel rural.

El enfoque centrado en los negocios aborda el tema de las grandes empresas, pero en la actualidad la agudización de la pobreza y las grandes limitaciones en el crecimiento, han comenzado a poner en evidencia la necesidad del enfoque al emprendimiento femenino como una herramienta para promover el desarrollo territorial.

El II Plan de Igualdad y Equidad de Género de Honduras, argumenta que la potenciación de los derechos económicos de las mujeres contribuye no solamente a reducir las brechas de equidad, sino que puede ser un eje fundamental del desarrollo nacional.

En tal sentido y considerando que el tema del emprendimiento femenino es clave para el desarrollo, la Carrera de Administración de Agronegocios desarrolla iniciativas de carácter puntual para abordar el tema, particularmente en este caso relaciona el enfoque de igualdad de oportunidades en los emprendimiento femeninos con todo el trabajo que por más de 24 años ha venido desarrollando la Institución, en la región del Yeguaré.

En síntesis, estudiar el emprendimiento femenino es considerado clave en la actualidad por el rol que se le atribuye a la mujer, paralelamente asociar el tema al desarrollo territorial y articularlo a la cadena de valor de turismo que genera un avance en el abordaje de la perspectiva de igualdad, pues se pasa del tradicional enfoque reivindicativo a uno centrado en los derechos económicos. Paralelamente a ello, desarrollar la investigación en la Región del Yeguaré donde Zamorano es un actor clave, que genera condiciones de análisis para brindar elementos que aporten a la proyección de la institución en la región.

La evaluación de la participación de las microempresarias tiene como limitante realizar el estudio únicamente con siete mujeres que se encuentran ejerciendo su función en el sector terciario de la actividad económica, siendo este el turismo y que han tenido una larga participación e involucramiento con Zamorano. Paralelamente a ello, en este caso particular el horario y dedicación de las mujeres a sus actividades limita en gran medida contar con periodos considerables de tiempo para abordar con ellas una discusión a profundidad.

Por otro lado, existen límites que tienen que ver con que el tema de la igualdad de oportunidades y derechos de las mujeres no ha sido tradicional en la Institución, por lo cual, contar con una masa crítica de análisis y comentarios al trabajo redundaría en un estudio principalmente descriptivo.

Un límite considerable al estudio es la disponibilidad de tiempo para desarrollar las encuestas a los clientes, por lo cual se ha debido confiar en que tanto las microempresarias como sus clientes hayan contestado comprendiendo a cabalidad las preguntas.

En el marco de los enfoques de mapeo de alcances desarrollado en 2001 por el International Development Research Center (IDRC) y sobre la base de los resultados del estudio Mapeo de Género (Falck, 2010) para evaluar la efectividad de la ayuda oficial al desarrollo y su enfoque de género. Se ha tomado dicha perspectiva como la base para definir el marco de trabajo de la investigación.

En referencia al mapeo de alcances según IDRC (2011) resume que: Tomando en cuenta que el desarrollo se refiere primordialmente a la relación que mantienen las personas entre sí y con su entorno, el mapeo de alcances pone énfasis en los individuos y las organizaciones. La originalidad de esta metodología reside en un cambio de enfoque de la evaluación de resultados de los programas (ya sea por su relevancia en la formulación de políticas, erradicación de pobreza, o atenuación de conflictos), para centrarse en los cambios, los comportamientos, las relaciones, actividades y/o acciones de las personas, y las organizaciones con los que determinado programa de desarrollo trabaja estrechamente.

Por lo anterior, el alcance del presente estudio se ha definido en cuatro aspectos principales:

- Evaluar la forma y estrategias que las microempresarias desarrollan para participar del mercado de turismo nacional en la Región del Yeguaré.
- A dos años de finalizada la Iniciativa del Yeguaré analizar la sostenibilidad de los negocios y su visión de futuro.
- Sobre la base de la opinión de expertos y expertas, analizar el contexto de políticas que permite a las emprendedoras y microempresarias potenciar su inserción a la economía.
- Dado que el enfoque de negocios utiliza el benchmarking como mecanismo de mejora y potenciación de los emprendimientos, se desarrolla un corto análisis en ese sentido.

Como puede observarse el alcance de la investigación está centrado en el proceso de consolidación de los negocios y no su factibilidad económico-financiera. Por lo cual se considera como un insumo para reflexionar sobre como potenciar la articulación y asociatividad de la actividad turística en la zona.

Los objetivos del estudio son los siguientes:

- Analizar el nivel de participación desarrollado por las microempresarias en su experiencia laboral en la Región del Yeguaré.
- Analizar el rol de importancia y emprendimiento de las microempresarias en el Yeguaré.
- Identificar el posicionamiento que las microempresarias han adoptado en la participación del entorno al desarrollo económico.
- Analizar el contexto de las condiciones de política local y nacional, igualdad de oportunidades, participación en la economía y la gobernanza, administración pública, para el emprendedurismo de las mujeres microempresarias.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación utilizó la metodología de mapeo de alcances con el objetivo de sistematizar dos aspectos; los avances y retos de las microempresarias en cuanto al lograr el liderazgo emprendedor y el empoderamiento para la gobernanza. Por otro lado, un análisis de percepciones de especialistas para analizar el contexto y sus implicaciones para las microempresarias.

El trabajo fue definido en cinco pasos que han generado como resultado final la elaboración de este documento y su consecuente defensa. Dichos pasos incluyen: definición del plan de la investigación delimitando adecuadamente el tema a fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos. En un segundo momento, se realizó un proceso de análisis de la documentación que permitiera fundamentar conceptos, enfoques existentes y construir una base de mínimos conceptuales de referencia. Seguidamente, se procedió a recopilar la información incluyendo un taller con las microempresarias, las encuestas a la clientela y visitas para la georeferenciación de los negocios. Paralelamente se procedió a realizar entrevistas semi-estructuradas con especialistas para examinar el contexto. Finalmente, se analizó y procesó la información para lograr evaluar las variables del estudio.

**Plan de la investigación.** Consistió en elaborar el anteproyecto de tesis con los requisitos que solicita la institución, en este caso particular se elaboro un documento que requirió preparación en cuanto a la perspectiva de género, debido a que este tipo de análisis no es profundizado en el marco de las asignaturas de primero y segundo año. Los aspectos referidos al análisis del contexto fueron desarrollados sobre la base de los contenidos de la clase de Macroeconomía, en tanto el enfoque microempresarial y el mapeo de alcances se profundizan a raíz de los contenidos de las clases de Introducción a la Agricultura y Recursos Naturales, Economía, Finanzas, Contabilidad, Administración de Negocios, Marketing y Estadística, cursadas entre el primero y segundo año de estudios en Zamorano.

En ese documento se hizo un esfuerzo para definir el alcance y objetivos de la investigación, utilizando como eje principal la recolección de información primaria y la sistematización de la misma en forma confiable, combinando con un proceso de análisis de información cualitativa que permitiera evaluar la trayectoria y logros de los emprendimientos. Por lo anterior, se puede decir que durante el periodo 2010-2011 se desarrolla un estudio-proceso de investigación que ofrece matrices de percepción sobre el contexto, análisis de liderazgo y empoderamiento de las microempresarias, para finalmente abordar un benchmarking.

**Análisis de documentación.** Dado que la literatura sobre el enfoque y perspectiva de género es amplia; en los últimos años la producción de informes y realización de cumbres y declaratorias en el tema han sido muchas, se procedió con las tres asesoras a delimitar el tema para lograr desarrollar una revisión centrada en: el marco legal nacional e internacional apoyado por la Abogada y Notaria Selma Estrada, quien recomendó el abordaje desde la perspectiva de los derechos económicos de las mujeres. Un segundo grupo de lecturas, incluyo el tema de turismo para evaluar los temas de tipos, gerencia, administración y desarrollo sostenible, mismo que fue orientado por la especialista en el tema Martha Calix M.Sc. Finalmente, el aspecto del análisis microeconómico no está orientado a evaluar la factibilidad, sino la articulación entre el mapeo de alcances y la tipología de clientela en cuanto a fidelidad, antigüedad de frecuentar, percepción de calidad, relación calidad precio del servicio y grado de satisfacción, guiada por Mayra Falck, M.Sc.

El esquema a seguir resume en la sección a la forma en que se organizó la información sobre las bases Teóricas. En la sección b se destaca la forma en que se organizó y consultó la documentación.

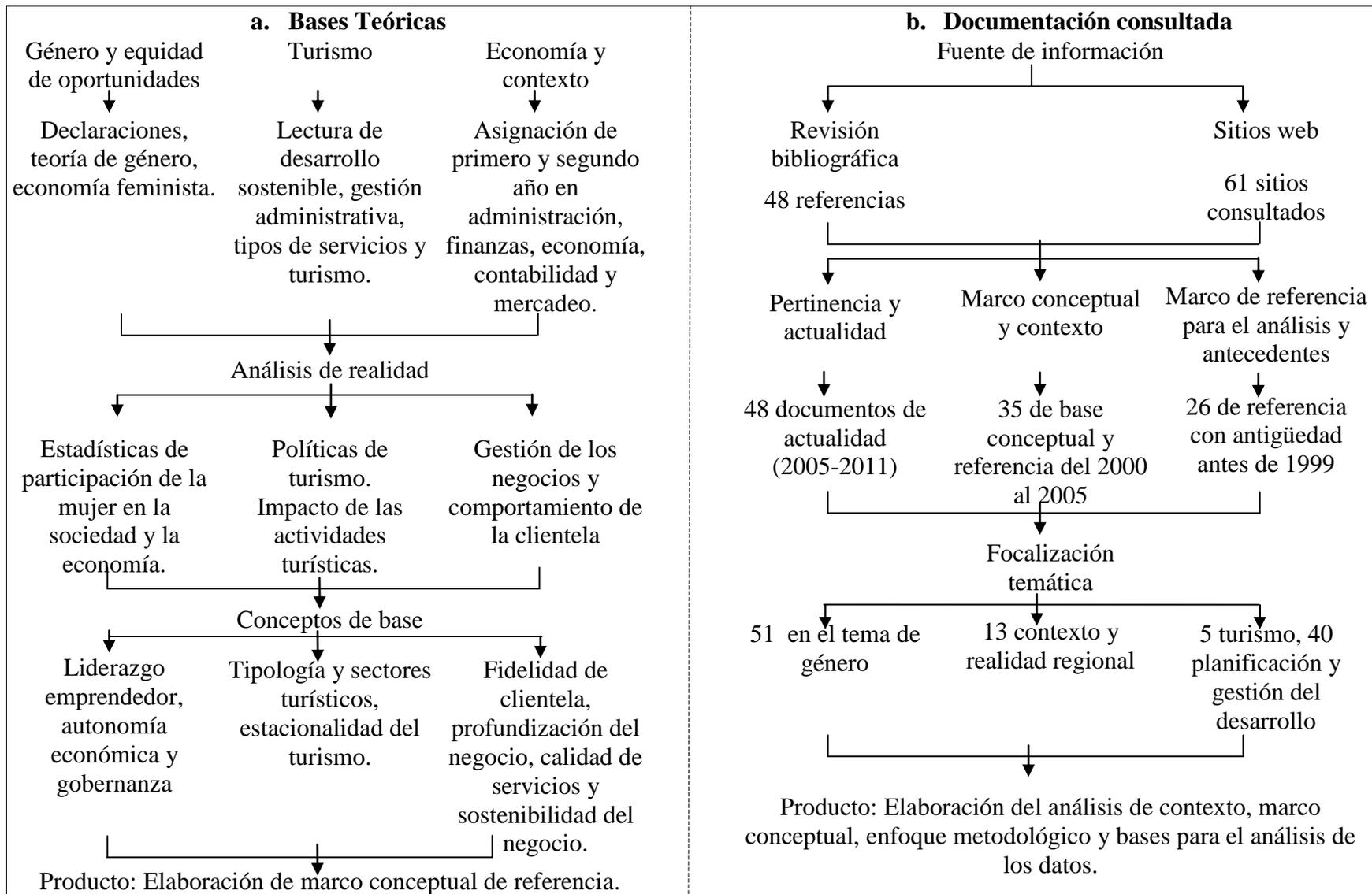


Figura 2. Diagrama de procesos de análisis de información.

**La fase de recopilación de información.** Permitió garantizar dos ejes principales de trabajo, las percepciones con actores claves en temas de políticas con perspectiva de género, participación de la mujer en la gobernanza, el enfoque de la empresarialidad femenina y otros. Ello sirve como base para desarrollar un análisis de los alcances y perspectivas de los negocios de las microempresarias, evaluando por un lado su visión estratégica, pero al mismo tiempo las percepciones de la clientela. El esquema a seguir muestra la forma en que el análisis fue estructurado para darle coherencia al documento final.

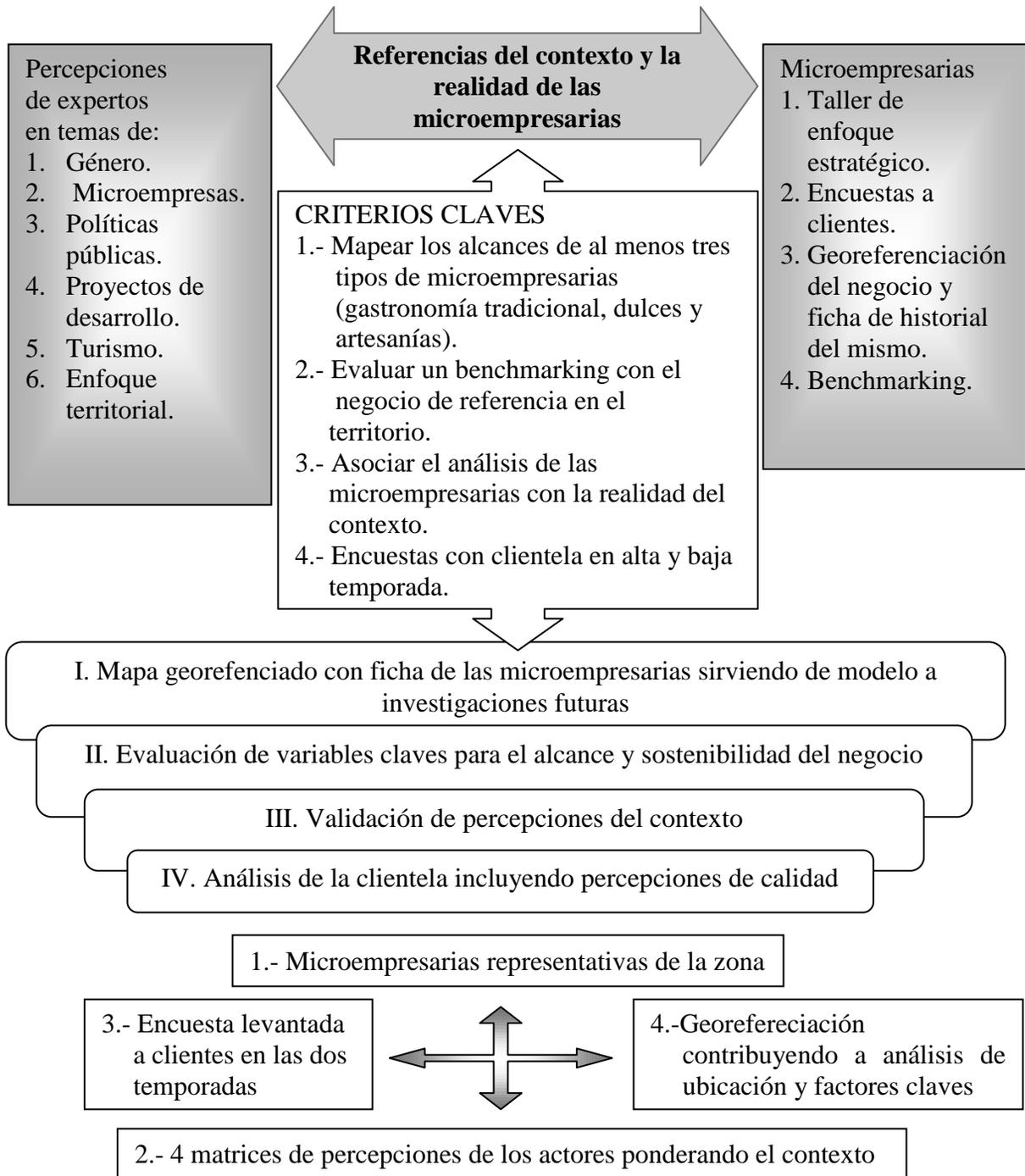


Figura 3. Diagrama de proceso de levantamiento de información.

La fase del procesamiento de información incluyó varios procesos que finalmente se complementan así:

- La organización de la información bibliográfica y priorización del enfoque para plantear el marco de mínimos conceptuales. Este trabajo no solamente fue extenso en cuanto a la revisión de más de 100 publicaciones, sino que implicó un abordaje de la perspectiva de género que no es un enfoque abordado tradicionalmente en los cursos de primero y segundo año en Zamorano.
- La organización de las encuestas, montaje de datos de base, y recolección en ambas temporadas.
- La transcripción de todas las entrevistas para la elaboración de las matrices de percepción.
- La recopilación de información para el benchmarking.

El análisis de información incluyó:

- Desarrollar los cuadros de resultados que permitirán comparar las realidades de las microempresarias.
- Análisis de las correlaciones: Dado que la presente investigación aborda el mapeo de alcances y analiza factores cualitativos, se realizó el análisis estadístico de correlación utilizando el coeficiente de correlación de Spearman ( $Rho$ ). Paralelamente, con la utilización del coeficiente Gamma ( $G$ ) se evalúa la significancia estadística de la correlación. Los valores a obtener varían entre +1 y -1 tanto para  $Rho$  como para  $G$ .  
Donde  $Rho = 0$  indica que no existe correlación entre las variables; si el  $Rho = 1$  hay una correlación positiva y perfecta; cuando  $Rho = -1$  existe una correlación negativa perfecta. Si el coeficiente de Gamma es igual a 0 no hay significancia estadística; cuando  $G = 1$  hay significancia estadística entre las variables y en el caso de que  $G = -1$  indica que no hay significancia estadística.
- Discusión de acuerdo al criterio de fidelidad y visita al negocio, concluyendo a los clientes frecuentes y nuevos.
- Organización de matrices de percepción.
- Elaboración de conclusiones y recomendaciones a tres niveles: decisores, actores de lazo y microempresarias.

En el diagrama a seguir se resume el proceso de levantamiento y estrategia de posicionamiento de la información.

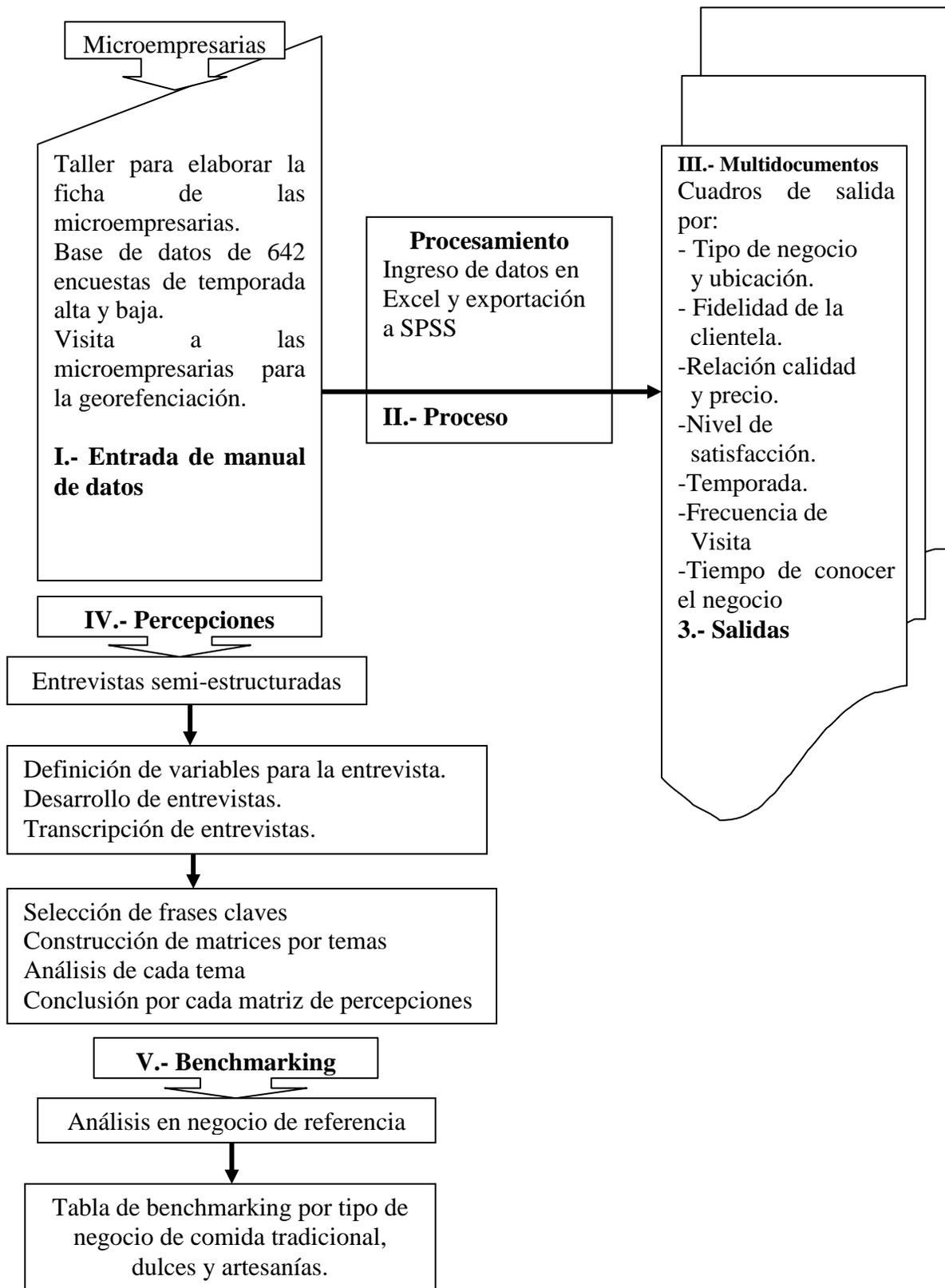


Figura 4. Diagrama de proceso del levantamiento de la información.

### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

**Caracterización de las microempresarias del turismo en la Zona del Yeguaré.** La presente investigación es una evaluación de alcances sobre el rol de las mujeres en el sector turismo en un territorio específico, busca analizar los efectos que sobre la gobernanza económica y el liderazgo emprendedor tienen siete mujeres microempresarias. Para que el estudio muestre el posicionamiento de las microempresarias en la actividad económica, se levantaron encuestas (642) a la clientela, en iguales proporciones en la temporada alta y baja.

Cuando Michelle Bachelet (2011), enfatiza que “la evidencia señala que la mejora del empoderamiento económico de las mujeres no sólo resulta vital para alcanzar la igualdad de género, sino que además impulsa las economías nacionales”, refuerza el argumento de la investigación que busca demostrar que en un territorio específico, el rol de las mujeres en la economía se desarrolla sobre la base de actividades vinculadas al sector turismo.

El estudio presenta una cobertura territorial en la Región del Yeguaré, específicamente en los municipios Villa de San Francisco en el Departamento de Francisco Morazán y; Yuscarán, Morocelí y Güinope en el Departamento de El Paraíso. La distribución espacial de las microempresarias se muestra en el mapa a seguir.

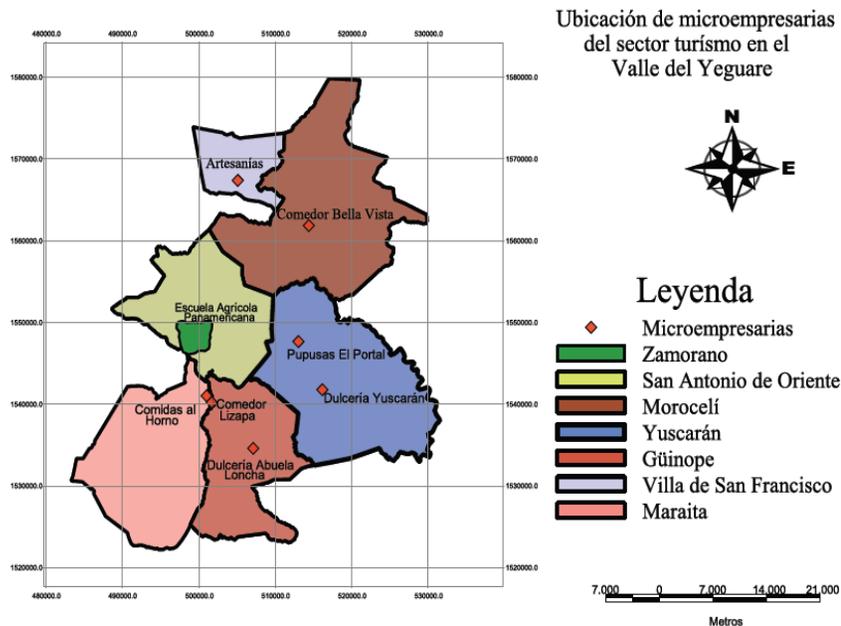


Figura 5. Mapa georeferencial de las microempresarias del sector turismo en el Valle del Yeguaré.

Cuadro 2. Región del Yeguaré: Descripción de la ubicación, giro y tipo de servicio, nivel de especialización y acceso de las microempresarias.

Microempresa	Municipios/Aldea	Rubro de la empresa	Tipo de servicio	Nivel de especialización	Acceso
M1	Güinope/ Lizapa	Alimentos y bebidas	Comidas al Horno	Menú diversificado con más de cinco opciones	Carretera secundaria, no pavimentada en caserío
M2	Güinope/ Galera	Agroturístico	Comida tradicional Balneario	Menú diversificado con más de cinco opciones, y procesamiento de jaleas y encurtidos	Carretera secundaria, no pavimentada en caserío
M3	Güinope	Alimentos y bebidas	Comida tradicional (dulces)	Un producto con más de cinco opciones	Carretera secundaria no pavimentada en núcleo urbano rural
M4	Yuscarán	Alimentos y bebidas	Pupusas	Un producto con tres opciones	Carretera secundaria, asfaltada
M5	Yuscarán	Alimentos y bebidas	Comida tradicional (dulces)	Un producto con más de cinco opciones de dulces y jaleas	Carretera secundaria, asfaltada y en núcleo urbano rural
M6	Villa de San Francisco	Artesanías	Artesanías de fibra natural	Producto diversificado usando fibra	Carretera asfaltada de acceso y en núcleo urbano rural no asfaltado
M7	Morocelí	Alimentos y bebidas	Comida tradicional	Menú diversificado con más de cinco opciones	Carretera asfaltada de acceso y en núcleo urbano rural no asfaltado

En el cuadro 2 se incluye la descripción de las actividades que desarrollan las microempresarias, su nivel de especialización y condiciones de acceso.

La vinculación de las siete microempresarias con el sector turismo está asociada a la actividad tradicional de las mujeres, es decir su rol en la preparación de alimentos dentro del hogar. Utilizando esa ventaja comparativa, ellas se insertan a la economía territorial principalmente mediante la venta de alimentos, exceptuando el caso de M6 que lo hace mediante artesanías. Dadas las nuevas dinámicas económicas y la tendencia a centrar el análisis en los espacios territoriales cabe destacar que la ubicación espacial está asociada a cuatro ramales de carretera, lo cual ofrece al turista opciones en cuatro destinos principales así: Güinope, Yuscarán, Villa de San Francisco y Morocelí. En este caso, M4 M5, M6 y M7 presentan una ventaja comparativa pues dicha vía de acceso es asfaltada y garantiza circulación vehicular segura durante todo el año.

Cuando se analiza el nivel de especialización en cada negocio pueden observarse dos tendencias; las microempresarias que diversifican sobre la base de un mismo producto (M3, M4, M5 y M6), y aquellas cuya lógica socio productiva implica una amplia diversificación para ofrecer variedad a la clientela.

Las edades de las microempresarias pueden analizarse en dos grupos; las que presentan edades entre 35 a 50 años con un promedio de 43 años, en este grupo la tendencia es hacia la diversificación de productos (M1, M6 y M7), y por otro lado, las mujeres de mayor edad (superior a 51 años) están mucho más centradas en la especialización sobre la base de rubros tradicionales como dulces.

Es importante evaluar la tasa de dependencia que tiene cada una, pues ello se convierte en un elemento de incentivo para consolidar el emprendimiento, pero al mismo tiempo se ha evaluado el nivel de dependencia para justificar la presión por la doble o triple jornada enfrentando roles empresarial-productivo, familiar-reproductivo, personal-afectivo. En el estudio se determina que M3 es la única microempresaria que no tiene responsabilidad familiar de niños y adolescentes. M2 tiene a su dependencia el 100% de niños y adolescentes de la unidad familiar, mientras que las restantes son responsables de niños, adolescentes y adultos

Cuadro 3. Región del Yeguaré: Responsabilidad familiar de las microempresarias (Número de dependientes).

Microempresa	Total de dependientes	Niños y adolescentes	
		Número	Porcentaje
M1	2	1	50
M2	1	1	100
M3	5	0	0
M4	5	2	40
M5	6	3	50
M6	6	2	33
M7	5	3	60

Al analizar la temporalidad de los servicios, es evidente que no se presenta diferencia en el número de encuestas levantadas entre la temporada alta y baja. Se puede concluir que el destino es más tradicional turístico que de temporada, lo cual evidencia que las microempresarias pueden organizar su línea de producción independientemente de la temporada. Ello se explica, pues por la cercanía a Tegucigalpa la visita de turistas es para paseo de fin de semana y no está necesariamente vinculado a la temporada vacacional. Claro está que el acceso en algunos casos puede limitar la llegada de la clientela, especialmente en aquellas ubicadas en la carretera a Güinope (M1, M2 y M3) donde se dificulta el acceso en la temporada de lluvia.

Cuadro 4. Región del Yeguaré: Porcentaje de visitas de los clientes al negocio (Según estacionalidad).

Microempresa	Temporada (%)		Total
	Alta (marzo)	Baja (septiembre)	
M1	43.8	56.2	100
M2	51.6	48.4	100
M3	51.5	48.5	100
M4	49.0	51.0	100
M5	51.0	49.0	100
M6	52.2	47.8	100
M7	51.0	49.0	100

Es clave evaluar la antigüedad de la clientela. En ese sentido se analizó el tiempo de frecuentar el negocio para cada una de las microempresarias. En este caso particular existen diferencias significativas entre las microempresarias, lo cual denota un grupo que ha logrado fidelidad, es el caso de M2 y M3 con 46% y 59%, respectivamente. Un segundo grupo, ha logrado avanzar hacia un grado de relación estable con antigüedad de hasta tres años (M5 y M6), tres microempresarias están logrando apropiación de su clientela con frecuencia principalmente inferior a un año (M1, M4 y M7).

Cuadro 5. Región del Yeguaré: Antigüedad de conocer el negocio (Porcentaje en semanas, meses y años).

Microempresa	Antigüedad (%)					Total
	Menos de una semana	Un mes y dos meses	Seis meses y un año	Uno y tres años	Más de tres años	
M1	45.2	24.7	9.60	9.60	11.0	100
M2	28.7	4.30	20.2	9.60	37.2	100
M3	15.6	10.4	14.6	17.7	41.7	100
M4	27.0	18.0	16.9	13.5	24.7	100
M5	19.5	32.9	26.8	7.30	13.4	100
M6	48.9	17.4	25.0	4.30	4.40	100
M7	32.3	16.1	25.8	10.8	15.1	100

La frecuencia de visitas de los clientes a las microempresas, es otra de las variables a considerar. Aquí se distinguen dos grupos; uno de ellos con frecuencia de una o más veces por semana que supera el 40% de las observaciones (M1, M3, M5, M6 y M7), en tanto otro grupo (M2 y M4) presentan una concentración superior al 30% en menos de una vez al mes.

Cuadro 6. Región del Yeguaré: Frecuencia de visitas de los clientes a las microempresas (porcentaje en semanas y meses).

Microempresa	Frecuencia de visitas (%)				Total
	Una o más veces por semana	Dos o tres veces al mes	Una vez al mes	Menos de una vez al mes	
M1	54.8	26.0	12.3	6.80	100
M2	19.6	14.1	33.7	32.6	100
M3	42.3	25.8	15.5	16.5	100
M4	23.9	21.6	22.7	31.8	100
M5	49.4	16.5	26.6	7.60	100
M6	47.8	21.1	27.8	3.30	100
M7	41.5	27.7	19.1	11.7	100

Al relacionar el desempeño con el nivel de satisfacción es claro que la frecuencia de visitas al negocio se asocia a la calidad, solamente en el caso de M1, M4 y M6 se presenta un nivel completamente satisfecho superior al 70%, en tanto M2 y M7 superan el 60%. M3 y M5 concentran la percepción mayor en satisfecho.

Cuadro 7. Región del Yeguaré: Nivel de satisfacción del cliente por la adquisición del producto.

Microempresa	Nivel de satisfacción (%)			Total
	Completamente satisfecho	Satisfecho	Insatisfecho	
M1	74.0	24.7	1.4	100
M2	64.1	31.5	4.3	100
M3	42.3	49.5	8.2	100
M4	72.8	27.2	00	100
M5	17.7	82.3	00	100
M6	78.0	22.0	00	100
M7	60.6	39.4	00	100

En el caso de M6, es de destacar que elabora y vende un producto poco tradicional en su localidad, por lo cual la clientela que la visita se siente completamente satisfecho por la adquisición del producto ya que es la única en su rubro, teniendo la oportunidad de posicionarse dada la inexistencia de competencia.

El cuadro 8, permite conocer los diferentes niveles de percepción de los clientes con respecto al tipo del servicio ofrecido por cada una de las microempresarias. En este caso la percepción del tipo de servicio es excelente en 7 de cada 10 clientes para M1, M2, M4, M6 y M7. Teniendo registros importantes de necesidades de mejorar en M3 y M5, que corresponde a las mujeres más maduras que a pesar de contar con la mayor experiencia y madurez del negocio (más de tres décadas) reflejan el menor grado de satisfacción por la clientela.

Cuadro 8. Región del Yeguaré: Percepción de los clientes con respecto al tipo de servicio ofrecido por las microempresarias.

Microempresa	Percepción del tipo de servicio (%)					Total
	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	
M1	76.4	20.8	2.80	00	00	100
M2	79.6	11.8	7.50	00	1.1	100
M3	53.6	29.9	16.5	00	00	100
M4	83.9	12.9	3.20	00	00	100
M5	44.8	33.3	21.9	00	00	100
M6	83.7	16.3	00	00	00	100
M7	69.5	27.4	3.20	00	00	100

Es importante destacar que las microempresarias que combinan una edad alrededor de los cincuenta y una experiencia entre 10 y 30 años, demuestran mayor grado de satisfacción por el tipo de servicio, siendo ellas M2, M4, y M6. Además, cada una con un rubro diferente, lo cual diversifica la oferta de oportunidades y lugares a nivel del territorio. Se puede concluir, que dichas microempresarias lideran la satisfacción en las tres comunidades de referencia en las cuales habitan.

En el cuadro 9, se analizó la variable relación calidad y precio del servicio ofrecido por cada una de las microempresarias.

Cuadro 9. Región del Yeguaré: Relación de la calidad y precio del servicio ofrecido por las microempresarias.

Microempresa	Relación calidad y precio (%)					Total
	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Muy malo	
M1	67.1	26.0	5.50	1.4	00	100
M2	70.2	21.3	8.50	00	00	100
M3	45.4	38.1	16.5	00	00	100
M4	73.1	24.7	2.20	00	00	100
M5	46.3	36.8	16.8	00	00	100
M6	92.4	7.60	0	00	00	100
M7	66.0	30.9	3.20	00	00	100

Al igual que en la percepción de los clientes las microempresarias M2, M4 y M6 tienen una gran caracterización en la relación calidad y precio; obteniendo una excelente aceptación por sus clientes a la adquisición del producto. Sin embargo M3 y M5 han tenido una baja calificación con respecto a la relación calidad y precio del producto, considerando que son microempresarias muy maduras y que se encuentran en el negocio en un promedio de 30 a 40 años de experiencia; estas dos microempresarias se dedican al mismo rubro pero en distintas localidades, una de las causas para estos casos es que no se lleva un buen manejo de las actividades operacionales y que no se sabe muy bien los costos de la elaboración del servicio.

**Análisis de correlación.** En el marco del estudio se realizó el análisis de correlación con el fin de conocer las variables que inciden en el comportamiento de los clientes y las microempresas. Los factores claves analizados son: frecuencia de visitas de los clientes a las microempresas con relación a la antigüedad de conocer el negocio; la segunda es el nivel de satisfacción del cliente por la adquisición del producto correlacionándola con la antigüedad de conocer el negocio; y finalmente la correspondencia entre la calidad y precio del servicio ofrecido por las microempresarias, con la percepción de los clientes respecto al tipo de servicio ofrecido por las propietarias de los pequeños negocios analizados en el estudio.

El cuadro 10, determina las frecuencias de relación entre las variables que indican las visitas a los negocios por sus clientes según antigüedad, es de destacar que alrededor de un tercio de los clientes frecuentan los negocios hace más de un año y una proporción de ellos (alrededor del 33%) van normalmente a los negocios una vez a la semana. Esta sería la categoría de clientes frecuentes.

Cuadro 10. Región del Yeguaré: Frecuencia de visitas de los clientes a las microempresas en relación con la antigüedad de conocer el negocio.

<b>Antigüedad de conocer el negocio</b>	<b>Frecuencia de visitas de los clientes</b>				<b>Total</b>
	Una vez a la semana	Un mes y dos meses	Seis meses y un año	Uno y tres años	
Menos de una semana	110	25	30	28	193
Un mes y dos meses	35	40	30	11	116
Seis meses y un año	43	31	40	18	132
Uno y tres años	18	20	18	11	67
Más de tres años	43	33	27	31	134
<b>Total</b>	249	149	145	99	642

Posterior a la evaluación del nivel de relaciones en las variables, se realizó el análisis de correlación que determinan los coeficientes Rho y Gamma. Los datos demuestran que no existe correlación significativa entre la antigüedad de frecuentar el negocio y las visitas al negocio. Es clave destacar que la mayoría de los clientes que completaron las encuestas indican que conocen los negocios, y los han frecuentado en la última semana, sin embargo es clave destacar que el 9.5% de los clientes corresponden a la categoría de cliente frecuente que ha visitado los negocios en la última semana.

Un análisis específico de esos 61 clientes frecuentes, se puede concluir lo siguiente:

- Del total de los clientes frecuentes 50 opinan que la calidad del servicio es buena.
- Un grupo de 56 clientes argumenta, que la apariencia del negocio es buena pese a que son rurales y ubicados en zonas que no siempre cuentan con carretera de acceso pavimentada.
- Una proporción de 5:5 recomendarían el negocio como una opción a otros amigos.
- Un factor clave es la relación calidad y precio; del total de clientes frecuentes que han visitado el negocio en la última semana un 78.7% opina que es excelente y objetiva la relación calidad y precio.

Cuadro 11. Resultados de correlación en el programa SPSS: Frecuencia de visitas de los clientes a las microempresas en relación con la antigüedad de conocer el negocio.

<b>Coefficiente</b>	<b>Valor</b>
Rho	0,18
Gamma	0,19

Cuando se evalúa la antigüedad de conocer el negocio con el nivel de satisfacción que tienen los clientes, es clave destacar que 57.3% del total de las encuestas opinan que están completamente satisfechos. En el nivel de insatisfechos la proporción asciende al 2%.

Cuadro 12. Región del Yeguaré: Nivel de satisfacción del cliente por la adquisición del producto con relación a la antigüedad de conocer el negocio.

<b>Antigüedad de conocer el negocio</b>	<b>Nivel de satisfacción</b>			<b>Total</b>
	Completamente satisfecho	Satisfecho	Insatisfecho	
Menos de una semana	122	67	4	193
Un mes y dos meses	60	55	1	116
Seis meses y un año	59	70	3	132
Uno y tres años	39	26	2	67
Más de tres años	88	43	3	134
<b>Total</b>	<b>368</b>	<b>261</b>	<b>13</b>	<b>642</b>

Cuando se analiza la fidelidad con el negocio superior a tres años (20.8 % de la clientela encuestada) alrededor de siete de cada diez clientes muestran un nivel de satisfacción superior. Por otro lado, los clientes que han comenzado a frecuentar el negocio en la última semana (48.1% de los encuestados han comenzado en los últimos dos meses) muestran un nivel de satisfacción alto que corresponde a el 59.5% de los casos. Lo anterior permite concluir que el nivel de atención ha generado fidelidad, pero al mismo tiempo este aspecto es considerado la estrategia comúnmente utilizada por las microempresarias para los clientes que comienzan a frecuentar el negocio, lo cual sustituye a una estrategia publicitaria tradicional.

Para realizar un análisis de correlación entre los criterios antigüedad y nivel de satisfacción los resultados del cuadro 13 argumentan que no existe una correlación.

Cuadro 13. Resultados de correlación en el programa SPSS: Nivel de satisfacción del cliente por la adquisición del producto con relación a la antigüedad de conocer el negocio.

<b>Coficiente</b>	<b>Valor</b>
Rho	0,003
Gamma	0,005

Pese a los resultados del cuadro anterior, es clave analizar a profundidad las apreciaciones de los clientes frecuentes y aquellos que recientemente conocieron el negocio, en tal sentido se pueden apreciar al hacer una revisión de la base de datos que:

- Los clientes con más de tres años de conocer el negocio en un 65% se encuentran completamente satisfechos. Por otro lado, los que recién han comenzado a frecuentar el negocio indican que seis de cada diez clientes están completamente satisfechos.

- Cuando se intenta evaluar el nivel de satisfacción haciendo una depuración de la base de datos por la apariencia del negocio, es clave destacar que 97 clientes frecuentes presentan una opinión no favorable, en tanto los que acaban de conocer el negocio en 7.2% no opinan favorablemente.
- En cuanto a recomendar el negocio a otras personas los clientes antiguos lo hacen a razón de dos de cada diez, en tanto los clientes nuevos de tres de cada diez.

En el cuadro 14 se presenta la relación precio y calidad del producto relacionándolo con la percepción del tipo de servicio recibido. Cabe destacar que seis de cada diez clientes afirmaron que la relación entre calidad y precio con el tipo de servicio es excelente. Lo anterior, demuestra que pese a que son microempresas ubicadas en el área rural han logrado construir clientela y definir una estrategia para lograr fidelización. Por otro lado, las relaciones entre tipo de servicio y la relación entre calidad y precio malo o muy malo, demuestran que no hubo observaciones.

Cuadro 14. Región del Yeguaré: Calidad y precio del servicio ofrecido por las microempresas con relación a la percepción de los clientes con respecto al tipo de servicio ofrecido por las microempresas.

Tipo de servicio de las microempresas	Relación calidad y precio del producto				Total
	Excelente	Bueno	Regular	Malo	
Excelente	376	65	5	00	446
Bueno	34	92	16	00	142
Regular	10	13	29	1	53
Muy malo	1	00	00	00	1
<b>Total</b>	421	170	50	1	642

La variable relación de la calidad y precio del servicio ofrecido por las microempresas al ser articulada a la percepción de los clientes con respecto al tipo de servicio ofrecido, muestra que una correlación de 0,62 cuando se refiere al coeficiente Rho y 0,85 cuando utilizamos el coeficiente Gamma. Dado que las variables son de percepción y ese aspecto es altamente influido por los indicadores que maneja cada individuo, salvo cuando se refiere a campañas de comunicación masiva, estas correlaciones no llegan a 1.

Sin embargo, es un modelo de correlación con significancia estadística que refleja que el nivel de calidad y precio explica en un 62% las opiniones sobre tipo de servicio, entendido este como el conjunto de características que incluyen atención, tiempo, higiene y otras. Lo anterior, se reafirma pues el coeficiente Gamma asciende a 85% en este caso también. Concluyendo a que existe un nivel de percepción entre excelente y bueno en esta correlación analizada.

Cuadro 15. Resultados de correlación en el programa SPSS: Calidad y precio del servicio ofrecido por las microempresas con relación a la percepción de los clientes con respecto al tipo de servicio ofrecido por las microempresas.

<b>Coefficiente</b>	<b>Valor</b>
Rho	0,62
Gamma	0,85

**Benchmarking.** La herramienta benchmarking permite crear horizontes de fortalecimiento microempresarial para lograr ser el mejor del nivel, realizando una comparación con empresas o sectores de referencia, en ese sentido se ha considerado que el Puesto de Ventas de Zamorano es el referente principal en la zona. Para desarrollar el análisis comparativo de las microempresarias con Zamorano, se tomaron cinco factores claves de desempeño empresarial: tipo de producto que se vende, precio, atención al cliente, mercado, y competencia. Las microempresarias de acuerdo al análisis presentado se han agrupado en tres categorías según el tipo de servicio que se brindan siendo: alimentos y bebidas, dulcería tradicional y artesanías.

Dos premisas son importantes previo a abordar el análisis, uno de ellos es que ninguna de las microempresarias se ubica en la carretera principal del corredor Tegucigalpa-Danlí, paralelamente a ello la fidelización que han logrado las microempresarias no ha implicado una imagen corporativa como es el caso de Zamorano. Otro factor importante, es que salvo algunas excepciones en Zamorano se utilizan productos descartables para servir los alimentos, tanto a nivel del Kiosco, como en el Deli Market. Por otro lado, aunque tiene una clientela fiel, gran parte de ella es cautiva. Finalmente, la oferta típica de Zamorano es más de tipo express, mientras que las microempresarias producen productos para consumo tradicional con servicio en mesa, o dulces con características tradicionales.

Cuadro 16. Región del Yeguaré: Benchmarking de servicios de alimentos y bebidas de las microempresas en relación con Zamorano.

	Producto			Atención al cliente		Mercado			Competencia			Precio (L.)	
	Plato típico	Plato a la carta	Otros	Personalizado	Otros	Local	Nacional	Extranjero	La zona	Los alrededores	Zamorano		Ninguno
<b>Kiosko Zamorano</b>	X	X	X		X	X	X	X	X				35 burras, 19 baleada sencilla, 28 baleada casera, 44 submarinos, 36 gringas de pollo, 30 pan con frijol, L. 36 burros, 36 calzones de queso y peperoni, 36 pizza, 19 enchilada, 51 flat, 76 combo de hamburguesa, 71 combo de sándwich (pollo), 66 combo de sándwich (jamón).
<b>Comedor Lizapa</b>	X	X		X		X	X	X	X	X	X		60 platos a la mesa. 120 platos a domicilio.
<b>Comidas al horno</b>		X	X	X		X	X	X	X	X	X		120 plato de cerdo, 125 pollo entero. 3000 cordero entero asado.
<b>Comedor Bella Vista</b>	X		X	X		X	X	X	X				45 plato de cerdo, carne de res y pollo; 20 yuca, 20 ensalada, 15 tortillas con quesillo, 20 enchiladas.
<b>Pupusas El Portal</b>	X			X		X	X	X				X	30 plato con dos porciones (tres opciones).

Para realizar el benchmarking en alimentos y bebidas se toman como referencia los factores producto, atención, mercado y competencia. Destacando lo siguiente:

Las microempresas se dan a conocer mediante una estrategia de publicidad boca a boca, es decir que los nuevos clientes en general reciben recomendaciones por su buen servicio y la calidad de los productos. Sin embargo, Zamorano tiene sus oportunidades como institución, es conocida nacional e internacionalmente.

Las microempresas se caracterizan por su atención personalizada dando un valor agregado al servicio que se ofrece al cliente, puesto que la atención en el Kiosco de Zamorano es atendido por personal asalariado.

En cuanto a la competencia se puede inferir que el Comedor Lizapa y Comidas al horno compiten entre sí por su cercanía; así el Comedor Bella Vista tiene competencia por otros comedores de la zona, ello le obliga a profundizar nuevos mercados fuera de su localidad. Zamorano no tiene ninguna competencia por ser una institución posicionada desde hace muchos años en el mercado llegando a tener una ventaja absoluta.

En cuanto a los comedores de las microempresarias; no hay gran diversidad de productos, pero si una gran especialización en la preparación y elaboración de los platos por muchos años, recibiendo diferentes capacitaciones las que les han permitido mantener la calidad del servicio. Un caso en especial es Pupusas El Portal, siendo la única microempresa que se ha especializado particularmente a un solo producto.

Si se habla de la inocuidad las microempresas que se encuentran a orillas de carreteras de tierra enfrentan el problema de polvo y al usar fogones de leña, provocando la contaminación de humo en las cocinas.

Los precios son una variable clave, en tanto la oferta de Zamorano es principalmente de productos tipo emparedado, burra o baleada; las microempresarias están posicionadas por servir platos completos, principalmente típicos y con una sazón especial.

Las líneas de ampliación de los negocios de las microempresarias incluyen desarrollo de imagen para proyectar el producto, aspecto que requerirá asociatividad y medición de escala, mayor participación en ferias para visibilizar sus servicios y finalmente, un manejo de costos que les permita medir sus márgenes de ganancia. Su posicionamiento respecto a la carretera principal es posiblemente la mayor desventaja en torno a la profundización con otra clientela.

Cuadro 17. Región del Yeguaré: Benchmarking de servicio (dulces tradicionales) de las microempresas en relación con Zamorano.

	Producto		Atención al cliente		Mercado			Competencia			Precio (L.)	
	Dulces típicos	Otros	Personalizado	Otros	Local	Nacional	Extranjero	La zona	Los alrededores	Zamorano		Ninguno
<b>Deli Market Zamorano</b>	X	X		X	X	X	X	X				42 bandeja de dulces, 63 canasta de dulces, 28 obleas o barquillos de chocolate, 18.20 dulce de leche, 21 bolsa de dulces de plátano, alcitrón, cocadas, tamarindo, coco, tabletas de maní, tabletas de leche, panelitas, zapotillo; 17.50 confite colmena, confite de coco, barritas de coco.
<b>Dulcería Abuela Loncha</b>	X		X		X	X	X				X	2 tabletas de zanahoria, camote, piña, coco, leche, papa; 5 tabletas grandes de dulces, 12 canasta pequeña de dulces, 30 canasta grande de dulces, 30/70 carreta de mimbre, 5 bolsa de caramelo de mantequilla, 0.50 caramelo de mantequilla.
<b>Dulces Típicos de Yuscarán</b>	X		X		X	X	X		X			5/10/20 pan rosa, 25 bandeja de zapotillo de leche, 25 bandeja tableta de leche, 20 tableta de coco con leche (3 unidades), 20 tableta de cacahuete (3 unidades), 20 bandeja de merengue, 2/20 figuras de dulce, 25 bandeja de alcitrón, 5 tableta de naranja, 30 jalea de naranja, guayaba, mango, 25 bandeja de tableta de piña, 25 bandeja de dulce de café con leche, 25 bandeja de tablas de zanahoria.

Zamorano cuenta con un Deli Market el cual ofrece diferentes dulces típicos, dulces artesanales e industrializados nacionales o importados; la relación producto y precio es realmente alto a comparación de los dulces de las microempresarias por esta razón los clientes no compran muchos dulces típicos.

El servicio de las microempresas es principalmente prestado por ellas que son las propietarias, en tanto en el Deli Market los productos se encuentran en estantes de servicio para después pagar en caja. Es clave destacar que las microempresarias que se dedican a esta actividad han tenido dos problemas principales, la competencia con los dulces industrializados, pero por otro lado, la necesidad de contar con una estrategia de empaque que permita un mejor manejo de los productos.

Las dos microempresarias que elaboran dulces son mujeres maduras que han trabajado por muchos años y se han especializado en la preparación de dulces a base de frutas; pero no han logrado desarrollar una imagen macro, la que es presentada en los productos de Zamorano. Las jaleas producidas por las microempresarias son un producto estacional, mientras que las de Zamorano, cuya marca institucional ofrece un mayor posicionamiento, son ofrecidas todo el año.

La alta participación de las microempresarias y el reconocimiento de sus productos se han potenciado por la participación en ferias realizadas por instituciones gubernamentales o Zamorano. Esta estrategia de posicionamiento genera fidelización, pero destaca que durante ellas todavía es necesario un mayor trabajo en imagen para lograr profundizar la clientela.

Cuadro 18. Región del Yeguaré: Benchmarking de artesanías de la microempresaria de en relación con Zamorano.

	Producto		Atención al cliente	Mercado					Competencia		Precio (L.)	
	Mimbre	Otros	Personalizado	Otros	Local	Nacional	Extranjero	La zona	Los alrededores	Zamorano		Ninguno
<b>Artesanías en Zamorano</b>	X	X		X		X	X		X			Depende de la artesanía 5/1000
<b>Artesanías</b>	X		X		X	X	X				X	Depende de la artesanía 35/600

En Zamorano se encuentra ubicada una tienda con gran diversidad de artesanías y productos de cerámica, madera, mimbre y otros materiales; los precios varían mucho dependiendo del producto pero se considera que son precios muy altos en comparación de aquellas artesanías de la microempresaria analizada en esta investigación.

La atención al cliente la realiza personal contratado que llevan varios años en la misma plaza; el mercado principal se enfoca en turistas y/o visitantes nacionales o extranjeros que frecuentan Zamorano.

En cuanto a la microempresa de las artesanías tiene productos hechos a mano con materiales de mimbre desde una cartera hasta lámparas; los precios son variados dependiendo del tipo de la artesanía; la atención al cliente es personalizada y la única responsable del negocio es la propietaria. Los clientes que frecuentan la microempresa son visitantes de la localidad, nacionales y extranjeros, una variable clave son los años de experiencia y aprendizaje en la elaboración de artesanías que la microempresaria se ha capacitado.

Para complementar el análisis de benchmarking se realizó una evaluación cuantitativa y cualitativa bajo criterios del desempeño para cada microempresaria en sus negocios, considerando las variables: acceso al negocio, apoyo familiar, diversificación, participación en ferias y otros eventos, relación calidad y precio, tipo de servicio y frecuencia de clientes; la tabla se valora de uno a tres ponderando uno como menor.

Cuadro 19. Región del Yeguaré: Índice de calificación para el mejor desempeño laboral de las microempresarias.

Microempresa	Índices de calificación							Total
	Acceso	Apoyo familiar	Diversificación	Participación en ferias y otros eventos	Relación calidad y precio	Tipo de servicio	Frecuencia de clientes	
M1	2	1	1	3	1	2	3	13
M2	2	3	1	3	3	3	3	18
M3	1	3	1	2	2	2	3	14
M4	3	3	3	3	3	3	3	21
M5	2	1	1	2	2	2	1	11
M6	2	1	1	1	3	3	1	12
M7	2	1	1	2	3	2	3	14

La tabla anterior demuestra que los mejores rangos de calificación se presentan en M4 y M2 con 21 y 18 respectivamente, ambas son mujeres maduras, que han crecido en cada

uno de sus negocios articulando su función productiva, reproductiva y afectiva a lo largo del tiempo. La percepción de los visitantes y pobladores es que además de su emprendimiento, tienen un alto don de gentes que hacen que el cliente se sienta satisfecho con el producto y la atención. La diferenciación del producto deviene en el caso de M2 ofreciendo al cliente una buena calidad en su producto y sobre todo la atención personalizada que le da un mayor valor al servicio.

M4 es la microempresaria con mejor calificación obtenida, por su ubicación y por ofrecer un producto diversificado, participa activamente en ferias y otros eventos; entregando al cliente un producto de calidad y muy típico en el país. Paralelamente es la que tiene el mejor acceso al negocio generando una ventaja comparativa. Finalmente se caracteriza por tener un gran apoyo familiar solidario.

M1, M5 y M6 son las microempresarias con calificación bajo la media. En el caso de M5, pese que cuenta con más de 40 años de elaborar un productos artesanales y típicos, su diversificación es muy variada, lo que no le ha permitido consolidar un producto estrella además presenta una alta competencia por otras mujeres en su localidad, pero además por los productos industrializados que son de consumo masivo entre jóvenes y niños. Sin embargo, ha sobresalido en ferias y otros eventos, con muy poco apoyo familiar y poca frecuencia de visitas de clientes por su ubicación no muy central en su comunidad. La principal desventaja de M5 es que no se ha podido definir con exactitud el nivel de producción por falta de conocimiento de herramientas administrativas.

M6 es la segunda microempresaria con baja calificación se puede decir que es una microempresaria joven, con poca experiencia en el mercado, con poca frecuencia de clientes a su localidad por el tipo de acceso pues aunque el acceso a la comunidad es carretera asfaltada, el núcleo urbano rural no está asfaltado. Otra causa es que cuenta con poco apoyo familiar, se siente obligada a cubrir con las responsabilidades del hogar y laboral hasta el punto de sacrificar sus objetivos empresariales por la falta de tiempo. Sin embargo, es factible avanzar si desarrolla una estrategia local y focalizada.

La microempresaria M1 se ha especializado en la técnica comidas al horno, por ser un producto elaborado al horno se tiene la percepción de que viene a ser un poco costoso y sus precios en comparación a las otras dos ofertas de comida son más altos. Con respecto al acceso del negocio es regular dado que la carretera es secundaria, y se encuentra ubicada en un caserío, por ello ha desarrollado la modalidad de servicio a domicilio. Cuenta con apoyo de empleadas y familiar. Presenta participación en ferias y otros eventos contratados.

**Percepción de expertos.** Pese a que el estudio está centrado en las especificidades de las microempresarias, es clave destacar que en el caso particular se determinó en la metodología realizar un análisis de percepción que permitiera enmarcar la realidad en cuanto a política local y nacional, enfoque de la participación de la mujer en la economía y la gobernanza, administración pública y enfoque de la igualdad de género y oportunidades para la mujeres.

Para lograr un análisis coherente se han organizado matrices de percepción según temas. El primero de ellos se refiere al enfoque de políticas y aborda variables tales como: ¿Son las políticas referidas al tema reflejo de un compromiso del Estado?, seguido a ello con los expertos se logra desarrollar un conjunto de reflexiones sobre el marco legal, la institucionalidad, las políticas y su eficiencia.

Se ha organizado el marco de percepciones incluyendo las frases de las entrevistas que se relacionan al tema, y sintetizando al final de los criterios expuestos por los actores expertos, un resumen que evidencia los ejes claves de las opiniones.

Cuadro 20. Percepción de los actores claves: Enfoque a la política local y nacional.

**¿Cree usted que en Honduras la igualdad de oportunidades y derechos para las mujeres es un compromiso del Estado? ¿Por qué?**

"En Honduras hay leyes que velan por la igualdad de las mujeres, pero en áreas rurales hay mucha reincidencia política. Sin embargo en los próximos proyectos se incorporará el INAM para llevar un mejor control en políticas a favor de la mujer" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"El turismo como actividad, si practica una equidad de género en proyectos dando prioridad al enfoque de género" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Se han dado grandes avance en las políticas públicas en favorecer la igualdad de género. La política de la igualdad de la mujer dentro del Plan Nacional se desarrollan en diversos temas pero aun no se ha implementado" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"Es totalmente un compromiso del estado y al haber firmado con el CEDAW donde se ratifican y reforman nuevas leyes que tienen como objetivo principal a la no discriminación de los derechos de la mujer"

*Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"Promoviendo nuevas políticas públicas que se ratifican en el Consejo de Ministros y las mismas que se divulgan en el Diario de la Gaceta en Julio del 2010; las que garantizar el cumplimiento de los derechos y las políticas de equidad e igualdad de género en Honduras en el Plan de Equidad e Igualdad de Género vigencia 2010-2022" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"Totalmente es un compromiso del estado y que se tienen que respetar el enfoque de género" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Si, ya que se encuentra instituido en la ley pasar un cierto porcentaje de apoyo a la mujer" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"Es un compromiso del Estado, pero no hay una política que rija el cumplimiento de oportunidades hacia la mujer" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Si es un compromiso, es un deber y un derecho a que la mujer tenga participación en empresas, alcaldías al igual que el hombre" *Manuel Rodríguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** En Honduras las políticas son establecidas; y una de ellas es la Política Nacional de la Mujer en el II Plan de Igualdad y Equidad de Género de Honduras con vigencia 2010-2022, la que prioriza los ejes en la participación social y política, prevención de

---

violencia, salud, educación y ambiente. Sin embargo, no hay responsabilidad gubernamental para el cumplimiento total de los derechos de las mujeres.

En cuanto a las oportunidades de género, tanto hombres como mujeres tienen las mismas capacidades, pero hace falta la custodia que favorezca los derechos y deberes de los hondureños en su totalidad. Un caso ejemplar es el sector turístico que tiene gran apertura participativa.

**En los últimos años se han definido políticas para promover los derechos políticos, culturales y otros de las mujeres. ¿Cree usted que el marco actual de políticas favorecen los derechos económicos de las mujeres?**

"Las políticas se encuentran establecidas pero en muchos lugares rurales refleja que la mujer es aislada de la economía local, de su propiedad y los recursos" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"La política dentro del sector turístico se define a través de la actividad económica, la que desarrolla nuevos espacios y genera oportunidades equitativamente" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Hay avances sustantivos en la política del Plan de Igualdad y Equidad de Género del 2010 - 2022, pero no se ha implementado en su totalidad" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"No, porque el enfoque económico es de una visión neoliberalista beneficiando al capital del estado y de los empresarios, dejando a un lado los derechos de las mujeres en la rama económica" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"Se ha avanzado más que todo en la autonomía económica de la mujer, enfocándose con el desarrollo de emprendimiento en la organización, legalización, desarrollando planes de negocios para organizaciones socio-productivas organizadas por mujeres" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"En el Plan de Nación, el gobierno ha intentado implementarlo" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Si hay políticas específicas y definidas" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"Hay políticas en vigor pero no se las cumplen por la cultura sexista aun existente" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Si favorece dando mayor oportunidad a nivel económico para la mujer" *Manuel Rodríguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** La política pública ha tenido avances donde se divulga la igualdad de género fomentando la participación de la mujer en el desarrollo económico al igual que el hombre. A pesar de los obstáculos a los que las mujeres se limitan para el desarrollo personal es el recurso de financiamiento, siendo la causa principal para la participación económica de la mujer. No se reconoce en su totalidad la participación económica activa de la mujer por la falta de bases estadísticas.

Para conseguir que la mujer se involucre en la actividad productiva, se ha constituido el INAM, institución que apoya y favorece la igualdad de género en Honduras, y capacita a mujeres emprendedoras en busca de la participación e igualdad de oportunidades en el

---

---

ámbito laboral. La Cámara de Comercio, el INFOP y otras organizaciones gubernamentales como no gubernamentales velan por el bienestar social al igual que el INAM.

**¿Qué papel ocupa la promoción de la igualdad en las políticas institucionales?**

"Es un papel de desigualdad por el desconocimiento de la diversidad de raza, de etnias y de género que se encuentran en Honduras" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"Por falta de información no se trata el tema con mayor seriedad. Los cambios culturales se evitan con la educación" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Se están abriendo espacio para políticas institucionales dando a conocer la responsabilidad social empresarial" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"La política en el Estado es muy deficiente" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"Es un tema que se le ha asignado al INAM, la promoción de la igualdad de políticas públicas en la actualidad es fuerte en la campaña a promover la igualdad de la mujer" *Lic. Reyna Martinez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"El Estado es quien promueve el valor equitativo entre el hombre y la mujer" *Mauro Antonio Rodriguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Ocupa un papel preponderante en la igualdad de género e igualdad en las políticas institucionales" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"Debe regirse políticas para equiparar la igualdad de género y promover las oportunidades de hombres y mujeres" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Tienen que ser oportunidades igualitarias" *Manuel Rodriguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** Se están abriendo nuevos espacios para políticas institucionales parcialmente cumplidos, no son tomados con la respectiva seriedad a causa de la falta de información sobre el enfoque de género y la falta de responsabilidad gubernamental y social. Sin embargo, el INAM toma el papel de responsabilidad en temas enfocados en la mujer, llegando a varios lugares en el país con la creación de oficinas de género y oficinas de la mujer en cada municipio para promover la ley de igualdad.

**¿Ha habido nuevos cambios o leyes institucionales las que involucren más a las mujeres en el sector mercantil?**

"Han habido cambios otorgando leyes equitativamente y aumentando significativamente la participación" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"Dentro de la entidad turística no aplica leyes específicas, hay una apertura general y global vinculada con la actividad" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Hay interés en pocas instituciones para implementar políticas de igualdad de género" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"No se han reformado en su totalidad las leyes a favor del enfoque de derechos de la igualdad" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"Hay cambios en la nueva ley de gobernalización del estado; diseñando programas a nivel

---

---

sectorial, dentro del gobierno y de la empresa privada" *Lic. Reyna Martinez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"Hay programas implementados en el Plan de Nación involucrando el desarrollo social" *Mauro Antonio Rodriguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Las leyes están dispuestas pero los cambios no son notorios" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"Ha habido cambios donde la mujer lidera y maneja cargos a nivel nacional" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"El congreso emite leyes para que las mujeres tengan oportunidades y participación en entidades privadas y públicas" *Manuel Rodriguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** Las leyes deben instituirse para hombres y mujeres habiendo un complemento de las políticas de igualdad de género involucradas en las políticas laborales. La economía en el estado es deficiente por las limitantes en que las mujeres se encuentran obstaculizadas para conseguir el bienestar económico personal como familiar. Sin embargo, existe la Ley del Registro de la Propiedad donde la mujer se incorpora para garantizar el acceso de la mujer al poder de propiedad, la Ley de Igualdad de Oportunidades dando el acceso a la mujer a activos productivos a las microempresas.

---

De la matriz anterior, se puede concluir que las políticas establecidas en Honduras para promover la participación e igualdad de género son consideradas por los expertos muy frágiles, no hay una ley específica que aporte con el cumplimiento total a los avances en el marco legal referidos a condiciones a favor de las mujeres. Sin embargo, existe la Política Nacional de la Mujer en el II Plan de Igualdad y Equidad de Género de Honduras con vigencia 2010-2022, siendo una política pública buscando promover en hombres y mujeres la consideración y practica de la igualdad de género. Fomentando la participación de la mujer en el desarrollo económico, siempre y cuando sea articulado al cumplimiento de políticas, deberes y obligaciones de los ciudadanos desde un enfoque de igualdad social.

En un segundo momento se discute con los diversos expertos el tema de ¿Cuáles ingredientes pueden promover los derechos económicos de las mujeres? En ese sentido es clave comprender que dada la naturaleza de la investigación, se discute de manera específica este tema su contribución a nutrir la política en cuanto a la participación de la mujer como actora y autora del desarrollo.

Cuadro 21. Percepción de los actores claves: Enfoque a los ingredientes de política local y nacional que promueven los derechos económicos de las mujeres.

**¿Cuáles cree usted que son los ingredientes de política que ayudan a promover los derechos económicos de las mujeres?**

"El enfoque de género como tal involucra más los derechos económicos, facilitando el acceso a los recursos físicos e implementando los derechos humanos" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"Definir las sinergias en las políticas transversalmente favoreciendo al ciudadano hondureño equitativamente en el área económica" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Crear políticas de oportunidades educativas en diversas ramas, acceso a recursos financieros, establecer acciones y mecanismos para que la mujer tenga un balance en su vida productiva y reproductiva" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"Debe existir una política dirigida a las finanzas con un presupuesto de enfoque de género" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"Presupuesto principalmente, seguido debe existir una voluntad política que afirme y garantice una agenda pública trabajando por la igualdad" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"Consiguiendo logros en las capacidades, derechos y participación de la mujer" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Las leyes establecidas en el estado y la ejecución de las mismas" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"Mayor desarrollo y participación en el entorno, teniendo un liderazgo femenino" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Establecer un financiamiento destinado a las mujeres, brindando oportunidades y motivación como empresarias" *Manuel Rodríguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** Hay políticas que ya se encuentran establecidas en el Estado, que integran la participación de las actividades para las mujeres al igual que los hombres, a pesar de las falencias y poca responsabilidad de las organizaciones.

Para que la mujer tenga una mejor participación económica, se deben establecer políticas de desarrollo económico vigentes, enfocadas en la educación, el acceso a recursos financieros y físicos, capacitaciones en el desarrollo de proyectos, crear nuevas oportunidades laborales, estableciendo protección a la mujer en el equilibrio de la vida productiva y reproductiva. Un tema considerado clave es el financiamiento, pues ello determina en gran medida la inserción a la economía y la potenciación de los emprendimientos.

En términos generales las opiniones pueden argumentar lo siguiente:

- Existe un marco legal vigente.
- La posibilidad de acceso a activos por parte de las mujeres, sigue siendo limitado.
- Un factor considerado la clave es la formación de capacidades.

- La armonización de acciones entre entidades gubernamentales y no gubernamentales puede ser un factor importante de cambio para potenciar los derechos económicos de las mujeres.

Cuadro 22. Percepción de los actores: Enfoque de la participación de la mujer en la economía y la gobernanza, administración pública.

---

**¿Tema género puede ser una de las causas para que la mujer no tenga un cargo importante en la sociedad?**

"Depende el lugar donde la mujer se desarrolle y la falta de educación" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"Dentro del turismo, la equidad es determinante en la sociedad; pero si se genera a medida de la preparación, educación y toma de decisiones de mujeres y hombres" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Hay otros límites como son las percepciones sociales y culturales, donde se piensa que la mujer no tendrá el mismo rendimiento y las mismas limitantes que la propia mujer se ha impuesto" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"No es fácil sobresalir a causa de la desigualdad de oportunidades, el bajo acceso financiero y poco apoyo de la pareja" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"Influye también las relaciones entre hombres y mujeres, en la participación política o en el caso de cargos de toma de decisión en microempresas" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"Otra causa es el descumplimiento de los derechos y el medio familiar en el que vive la mujer" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Falta de conocimiento del tema" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"Por la sociedad machista, las mujeres se las ve como segunda opción teniendo una desventaja participativa"

*Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"No, ya que el tema género es igualitario" *Manuel Rodríguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** El tema de género es una de las causas que lleva a que la mujer no sea tomada en cuenta al igual que el hombre en la sociedad. Otros factores causantes a la toma de decisiones imparcial de la mujer es por el bajo nivel educativo, así mismo influye el factor cultural y las propias limitantes impuestas por la mujer; son la causa a no asumir una responsabilidad social en el desarrollo.

**¿Desde hace cuanto tiempo se han generado estos problemas de discriminación hacia la mujer?**

"Estos problemas se han generado desde hace quinientos años, viviéndolos en la actualidad por las diferencias sociales" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"En turismo no se habla específicamente que ha habido discriminación, pero la mayoría de nuestros antepasados son mujeres con grandes oportunidades" *Lic. Johana Lazo,*

---

---

*Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Han sido históricos, tiene que ver con las concepciones y convenciones de cada pueblo y en cada cultura" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"Es toda una historia, toda esta concepción se retoma en el imperio romano donde la mujer tiene dueño y el hombre es dueño de sus bienes" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"La mujer siempre ha sido relegada por eso que hoy en día la misma mujer se defiende incorporándose a la sociedad" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"Desde que se creó el mundo, en Honduras desde que es una nación" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Viene desde épocas primitivas y que las mujeres han estado subyugadas al hombre" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"Desde muchos años dando la oportunidad a la mujer a adquirir el voto por primera vez en 1954" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Ha sido siempre, dando actualmente un mejor reconocimiento a la mujer" *Manuel Rodríguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** Los problemas de discriminación hacia la mujer han sido históricos, viendo diferencias culturales y sociales, otorgando papeles poco significantes a la mujer por ser la responsable de las obligaciones en el hogar mientras que el hombre era dueño y participe en otros ámbitos sociales. Actualmente hay cambios políticos, los que han favorecido a la mujer a adoptar nuevas perspectivas sociales disminuyendo el nivel de discriminación gracias a leyes en defensa para la mujer.

### **¿Cuál es la estructura de poder que existe en la organización?**

"El poder de organización intrínsecamente la misma mujer se la da al hombre" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"Se da por la iniciativa al conocimiento en turismo y sus oportunidades. Hay mujeres que tienen poder porque tienen su jerarquía" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Las estructuras de poder son favorables en su mayoría para los hombre, pero las mujeres han demostrado sus capacidades y han sabido ubicarse en cargos de gerencia a nivel intermedio" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"La estructura de poder son estructuras rígidas dirigidas machistamente y normas jurídicas que rigen a estas estructuras que hacen más la ignorancia" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"El perfil de una mujer empoderada, capacitada, adiestrada en muchos temas tiene mayor opciones y ventajas en participar" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"Siempre lleva el orden jerárquico estando el hombre a la cabeza, pero debe haber igualdad porque las mujeres tienen mejores capacidades que el hombre" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Se habla de igualdad en la organización así como en la educación" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"La estructura de poder está contemplada a que la mujer tenga el 50% de participación, de

---

---

formación en planes e incluso en cargos gubernamentales" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Debe ser 50% de equidad en las organizaciones pero no se maneja completamente" *Manuel Rodriguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** En la organización intrínsecamente la mujer ha dado al hombre un nivel jerárquico más alto. Hoy por hoy, las mujeres tienen cargos no muy representativos en las organizaciones, llegando a puestos intermedios como de secretarías, vocales, patronatos, representantes de cooperativas, en las estructuras privadas son pocas las mujeres que dirigen organizaciones y en cuanto al lo cultural las mujeres son las responsables del hogar.

Para una mujer el principal objetivo es conseguir su empoderamiento, asumiendo la mayor participación social y cumpliendo desde un principio sus metas personales pero también concluyendo con las metas del hogar.

### **¿Qué posición tienen las mujeres en las estructuras organizativas?**

"Las mujeres tienen más carácter de emprendimiento" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"Se ha vinculado dos estructuras principales siendo gerentes tomadoras de decisiones hasta las mujeres operativas siendo de carácter muy humano" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"La mujer tienen posiciones a nivel intermedio, teniendo que ver en toma de decisiones en espacios de comunidades u organizativos" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"Hay mucho poder en diferentes organizaciones; en el carácter del gobierno, en el área civil, convirtiéndose en mujeres muy radicales y extremas" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"Son más que todo secretarías" *Lic. Reyna Martinez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"Personas importantes dentro del género" *Mauro Antonio Rodriguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Quizás por las diversas ocupaciones que tiene la mujer, se han dejado de basar en algunas posiciones" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"Las posiciones que tienen son en puestos más dóciles como secretarías" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Las mujeres ocupan puestos bajos con obstáculos que no les dejan avanzar y no se les dan el valor necesario" *Manuel Rodriguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** La mujer en la estructura organizativa tiene una posición intermedia dentro de la sociedad, se reconoce que las mujeres son capaces de desarrollar actividades al igual que los hombres sin embargo no se les da las mismas oportunidades de participación.

Las mujeres son de carácter emprendedor, toman decisión en espacios pequeños como en comunidades y son partícipes tanto en organizaciones públicas como privadas sin olvidar su triple rol como mujer.

---

---

**¿Cómo cree usted que se deben analizar los problemas de liderazgo desde las mujeres?**

"Se debe eliminar esos paradigmas antiguos y aportando con estrategias inteligentes" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"Se deben analizar no tanto desde las políticas si no que dentro del conocimiento, que se pueden generar sobre una estrategia específica" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Desde el factor educativo siendo primordial y dando oportunidad de formación de líderes" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"Debe hacerse toda una concepción, desde el enfoque de género cambiando la situación en la familia, en la comunidad y en un país" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"Es estructural, se deben analizar el tipo de liderazgo coyuntural, el impacto político, analizar de forma individual el perfil de la mujer en áreas formativas" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"Dando puestos relevantes en la nación a mujeres" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Se analiza desde la manifestación de liderazgo de las mujeres y las oportunidades que puedan obtener" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"Insertando el tema de género de forma institucional del estado; dando a la mujer su posición y toma de sus propias decisiones" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"De una forma de liderazgo, buscar la participación en las actividades para su reconocimiento y que cumplan sus logros" *Manuel Rodríguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** Según el tema de liderazgo de una mujer se lo analiza desde varias perspectivas entre ellos los antiguos paradigmas donde la mujer solo es participe de actividades reproductivas, siendo actividades que pueden ser compartidas con el hombre.

Hay que analizarlo desde la parte integral y desde el sector en donde la mujer se desempeña, involucrándose en espacios de toma de decisión y la participación en actividades productivas; tomando en cuenta que la educación es un factor muy importante para analizar el liderazgo de la mujer para optar por mejores oportunidades de participación.

**¿Cómo se construye los liderazgos positivos a mujeres empresarias en la actualidad?**

"Los liderazgos se construyen a base del enrolamiento en proyectos" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"Dándole el papel que la mujer desea desarrollar, abriendo camino para una mejor educación, desarrollando sus capacidades en la participación" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Es algo demostrativo, liderando en su capacidad de desarrollo y aprendizaje a pesar de las limitaciones de diversos tipos, los que cuestan romperlos" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"Se construyen en la educación, en la inducción del tema de los derechos de la mujer y

---

---

desde una visión de integración" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"Desde una estrategia de acción positiva que evidencie particularmente las debilidades, las limitantes y las probativas que atraviesa la mujer" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"El liderazgo de mujeres vienen por su sabiduría, por sus derechos y por la lucha a todo obstáculo" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Formar liderazgo empresarial en las mujeres" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"Involucrándolas en el código de desarrollo" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Desde la perspectiva de un plan del país" *Manuel Rodríguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** Los liderazgos positivos de la mujer se construyen de forma demostrativa de tal forma que el desempeño de las mujeres sea identificada en las áreas con más capacidad se tiene, conocer el nivel de educación aportando nueva formación en temas de interés entendiendo las necesidades personales de cada una de las mujeres.

El INAM, es una de las entidades con mayor participación en el Estado hondureño que apoya a mujeres en busca del desarrollo personal y económico; incorporándolas en proyectos sociales, económicos y ambientales.

#### **¿Hay reconocimientos a la autoridad de las mujeres en la institución?**

"Si hay reconocimientos, en la Cámara de Comercio, INAM, MYPIMES y a nivel gubernamental" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"Si, la mayoría de los gerentes como institución son mujeres. Sin embargo, en la actividad turística se desarrolla hacia las mujeres no dentro de la actividad del hombre" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Si, ha sido complejo pero poco a poco a nivel mundial se reconoce que las mujeres son mejores jefas habiendo sus excepciones" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"El reconocimiento se lo da a uno cuando es nombrado, desde ese momento tiene autoridad en la institución" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"Ha sido muy difícil para la mujer ejercer autoridad, de hecho hay espacios que se le ha negado su participación" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"Si, hay mujeres jefas en muchas instituciones que son líderes desempeñando mejor que los hombres" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Si, por la responsabilidad y características que las mujeres poseen siendo mejores jefas en las instituciones" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"Si las hay, la mujer está siendo valorada dentro de la unidad haciendo reconocimientos de acuerdo a sus capacidades" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Si, se remarca en los puestos que lideran y ejercen autoridad por su responsabilidad" *Manuel Rodríguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

---

---

**Síntesis:** Si hay reconocimiento de las mujeres en las instituciones, ha sido difícil pero se ha logrado a pesar de los obstáculos que la mujer presenta; las mujeres son mejores autoridades que los hombres por el simple hecho de desenvolverse con facilidad en sus actividades diarias, tanto en sus responsabilidades personales como profesionales por su alta responsabilidad, las mujeres son más firmes y más estrictas que los hombres.

Unas de las pocas instituciones donde las mujeres son reconocidas son la Cámara de Comercio, el INAM, MYPIMES, IHT, UNIFEM.

### **¿Cómo se entiende el desarrollo personal para mujeres y hombres?**

"El desarrollo de la mujer y el hombre es cuando llega a un estado de madurez emocional, intelectual y físico" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"Debe ser integral y equitativo; integral en el sentido tanto emocional, educativo para tener oportunidades" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"El desarrollo personal no se puede decir que es estático e igual para todo el mundo, el desarrollo personal debe promoverse con la educación" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"Se deben cumplir las metas personales, familiares y profesionales dándose oportunidades para un bien común" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"Tiene que verse de la formación, recreación, acceso a todo recurso, empleo digno, vivienda digna, acceso a alimentación, nutrición y afecto" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"El desarrollo personal del hombre tiene un adelanto al de la mujer. Sin embargo, hay un mejor desarrollo" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Es alcanzar el desarrollo óptimo, independientemente de la comunidad a la que pertenece" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"De acuerdo a la visión que tenga el hombre y la mujer, creando un protagonismo en la sociedad" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Se entiende a que el desarrollo de las mujeres no es la misma a la del hombre por la cultura patriarcal que se vive" *Manuel Rodríguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** El desarrollo personal se alcanza desde la educación y formación de la persona para obtener la madurez personal; es un trabajo arduo que lleva su tiempo pero el fin es conseguir el desarrollo personal sabiendo que hay diferencias de trato que el hombres.

Para un buen desarrollo personal es necesario que mujeres y hombres trabajen juntos e identificando las brechas y de tal manera perseguir las metas, gozando de condiciones y oportunidades en todos los campos del desarrollo a favor de los derechos políticos, económicos y sociales. Tomando a consideración que para el desarrollo personal las condiciones de vida deben ser favorables.

### **En la actualidad se trata de mejorar el nivel de participación empresarial femenino.**

#### **¿Cuáles han sido los últimos logros obtenidos por mujeres en esta Zona?**

"Se ha visto un incremento en el tema de la formación de las mujeres a nivel local, habiendo gran emprendimiento" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

---

---

"El desarrollo femenino se ha visto de una forma transversal con mayor oportunidades equitativamente" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Las mujeres de la clase media han hecho grandes avances teniendo mejor oportunidades de educación, lo cual no sucede de la misma forma en zonas rurales y las mujeres de clase más pobre que no han tenido las posibilidades de desarrollo" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"En el tema empresarial femenino se busca oportunidades para poder fomentar su problema económico" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"Se ha identificado que la mayoría de las microempresarias son de subsistencia" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"Las mujeres se dedican a sus responsabilidades teniendo un mejor nivel económico que el hombre" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Se ha dado más oportunidades a las mujeres que a los hombres, a pesar de esto son pocos los resultados" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"Se busca formar microempresas, creando fondos para sostener la empresa dando un mejor desarrollo" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Las mujeres han logrado salir adelante a pesar de sus obligaciones en el hogar" *Manuel Rodríguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** En la actualidad ha habido más mujeres involucradas a nivel social, cultural y económico; por lo que se ha logrado conseguir mejores oportunidades de insertarse en el medio empresarial. Se reconoce de una forma empírica que la mujer es más activa que un hombre en cuanto a la participación, se dice empíricamente porque no existen estadísticas que reflejen con exactitud el posicionamiento actual de la mujer y sus los aportes de participación al nivel socio-económico.

### **¿Qué aportes nuevos se han generado para la comunidad por parte de las mujeres empresarias?**

"Las mujeres empresarias han dado soporte económico, generando ingresos en las comunidades y siendo más reconocidas a nivel local" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"El principal aporte de las mujeres es cosechar productos de calidad, con un profesionalismo y una mano de obra calificada a nivel nacional como internacional" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Formación de organizaciones en busca del involucramiento de la participación de mujeres, promoviendo la defensa de los derechos de las mismas" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"El interés en ayudar a la mujer implementando proyectos dando un papel al Estado quien se encargará de impulsar estas transformaciones" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"Constituir legalmente empresas de economía social o empresas comerciales derivadas del código de comercio con asesoramiento legal" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"Se han generado microempresas, organizaciones de mujeres, oficina para la mujer con potestad de llevar adelante a la mujer" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de*

---

---

*Güinope, Güinope.*

"Las oportunidades a nivel de participación femenina han sido varias y el emprendimiento de una empresa personal no se ve en su totalidad" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"Las mujeres manejan el área turística" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Se han generado comedores, grupos organizados de mujeres para formar microempresas" *Manuel Rodríguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** Hay cambios generados en las comunidades donde se mantiene el desarrollo económico local, estos cambios se consiguen con el cumplimiento y favorecimiento de las leyes para la mujer bajo la responsabilidad gubernamental y la responsabilidad social e integral de empresas privadas.

Los aportes por parte de la mujer han sido favorecidos gracias a las capacitaciones y participación de la Cámara de Comercio en Tegucigalpa, MYPIMES de empresarias, áreas turísticas, comedores, en cajas de ahorro y crédito, en la creación de redes de mujeres en distintas áreas; e incluso el apoyo de las mismas mujeres en sus comunidades; involucrando al tema de género en proyectos obteniendo cambios de participación de las mujeres en nuevas áreas.

### **¿Cuál es la participación de las mujeres en su municipio?**

"Es muy representativo a nivel de empresas gubernamentales y privadas" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"Es más visible ya que hay mayores oportunidades" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Hay mujeres con alta participación a nivel empresarial y a nivel directivo, toman mayor espacio a nivel político, a niveles medios que promuevan el cambio" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"La participación de las mujeres han sido muy notorias como independientes o en la participación de proyectos" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"Aquí las mujeres no tienen un específico. En el distrito central hay mujeres participando en la economía informal" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"La participación en el dominio del desarrollo en comunidades" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"La participación de las mujeres siempre es activa" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"Hacen su papel como madres de familia y se involucran en los aspectos de desarrollo de organizaciones" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"La participación de la mujer es muy representativa en la tabacalera y en la escuela como maestras" *Manuel Rodríguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** La participación de la mujer en cada municipio está distribuida de tal forma como se desarrollan las capacidades y funciones laborales. Sin duda se ha visto que la participación de la mujer tiene una alta representación a nivel empresarial, directivo, político, a niveles medios, en asociaciones; habiendo una gran cantidad de mujeres

---

---

practicantes de la economía informal. Sin embargo no se puede asegurar con certeza la participación real y los aportes que las mujeres generan en sus municipios.

---

En conclusión sobre el tema de participación y gestión de la gobernanza, es clave plantear que los expertos opinan que la participación de las mujeres en la sociedad se ha incrementado en los últimos años, asignando nuevos empleos en entidades públicas y privadas; participando en puestos intermedios como son secretarías, vocales, patronatos y en juntas directivas. En cuanto a las estructuras privadas son pocas las mujeres que dirigen organizaciones, paralelamente a ello el liderazgo femenino a nivel gubernamental se ha concentrado en banca y finanzas, y por supuesto en el INAM, pero siguen persistiendo visiones de preferencia a la masculinidad en las áreas de seguridad, agricultura, y otros. En el aspecto cultural las mujeres son las responsables del hogar.

Gracias a los cambios e incorporación de política se ha visto favorecida la mujer eliminando la discriminación de toda índole; para lograr estos objetivos es necesario tener un buen nivel de educación y rompiendo los obstáculos que impiden el desarrollo personal y laboral.

Hoy por hoy ha habido una amplia y fuerte participación de entidades que promueven el desarrollo local; instituciones tales como la Cámara de Comercio de Tegucigalpa, el INAM, MYPIMES, IHT; que han trabajado para promover habilidades en comunidades, estableciendo el desarrollo económico tanto para mujeres como para hombres e identificando nuevas brechas y mantener un ambiente equitativo; habiendo un mejor reconocimiento de las mujeres obteniendo una mejor representación a niveles empresariales y políticos.

Un factor que a criterio de muchos autores no ha permitido un avance sustancial en el tema de igualdad de oportunidades y derechos de las mujeres, es que la conceptualización es un elemento que con mucho esfuerzo no ha logrado el establecimiento de mínimos comunes, por ello en la matriz de percepciones incluida en el cuadro 23 se hace referencia a los conceptos abordados por los diversos actores entrevistados.

Cuadro 23. Percepción de los actores: Enfoque de la igualdad de género y oportunidades para la mujer.

---

**¿Qué es para usted el género?**

"Es el análisis para conocer los prejuicios en los que nos encontramos" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"Es la equidad que debe existir para conseguir el desarrollo personal" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Es una construcción social y cultural que tiene que ver con la forma en que hombres y mujeres hemos sido educados, desarrollando un papel determinado en la sociedad" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"Es la costumbre que se ha marcado en la sociedad en base al sexo, prendiendo tomar

---

---

actitudes de igual oportunidad, igual producción, igual beneficio e igual trabajo" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"El género es una categoría de análisis donde se asignan roles, que ha servido para analizar brechas e inequidades lo cual se distingue por categorías" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"El género es equidad en ambos sexos" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Igualdad de oportunidades para hombres y mujeres" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"Es la contraparte de nosotros, los hombres, es la mano derecha en el sentido de que la mujer también tiene que ser parte de nuestra comunidad" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Reconocer lo que es la mujer y el hombre" *Manuel Rodríguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** Género son los comportamientos específicos de cada persona, relacionados entre hombres y mujeres. Conociendo de tal forma la igualdad de oportunidades, diferenciación de roles a desempeñar; rompiendo ciertos paradigmas históricos que el género solo se enfoca a hombre o a mujer tomando a consideración que biológicamente son diferentes.

### **¿Qué tan importante es conocer sobre el tema de género?**

"Es vital ya que se reconoce la diversidad de raza existente en el país y de tal manera generar políticas" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"Es importante a medida que se entienda la equidad de oportunidad de una manera transversal" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Es importante saber de qué forma estos condicionamientos culturales y sociales limitan para el desarrollo personal" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"Es importante para generar programas, proyectos, presupuesto de la república, dividido en estadística la cantidad de hombres o de mujeres dando mejores oportunidades" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"De esta manera se reconoce la capacidad de la mujer y la participación que se la da en nuevas áreas" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"Se da el mismo valor a hombres como a mujeres, desempeñando cargos relevantes en la nación" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Es importante reconocer que las leyes se han creado con el propósito de la igualdad de género" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"Tiene importancia en al ámbito de dar más valor a la mujer en la comunidad" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Es importante para definir las actividades destinadas para hombres y mujeres" *Manuel Rodríguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** Al conocer el tema de género se relaciona de la misma manera con el entorno social, cultural y con leyes que defienden tanto la igualdad de género como la igualdad de oportunidades buscando el cumplimiento equitativo tanto para el hombre como para la mujer. Sin embargo, por falta de conocimiento existen polémicas siendo necesario

---

---

promover proyectos que faciliten el conocimiento de la temática empezando desde niveles básicos siendo escuelas, colegios y universidades.

**¿Cuáles son los factores que afectan al tema de género?**

"El primer factor es cultural, económico y el seguimiento a las políticas del enfoque género" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"Es la desinformación y la falta de distinción del estado como tal para definir oportunidades de igualdad" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Por el comportamiento en el factor social y cultural, remarcando que hay que crear un marco de políticas; trabajando principalmente en el aspecto educativo" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"Más que un factor es la falta de educación y la falta de políticas de estado" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"Primero la cultura patriarcal, la voluntad política, los presupuestos, el factor de formación y educación" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"La sociedad machista en la que se vive" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Por el desconocimiento de las autoridades" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"La sociedad machista, el grado de conciencia y el desinterés del tema de género" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Por falta de la definición, decisión e iniciativa de la mujer" *Manuel Rodríguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** Los factores que afecten directamente al tema de género son varios y se encuentran siempre presentes; entre los factores que afectan al tema son principalmente culturales y sociales. Dependen del medio donde se desempeñan las personas. Pueden ser también de tipo educativos donde se refleja mucha desinformación y poco interés social para velar por la equidad de género. Otros de los factores y el más primordial es el aspecto político y legislativo, si no existe una ley que defienda los derechos de los hombres y mujeres no se consiguen cambios sociales.

Hay que considerar que las oportunidades para hombres y mujeres existen, pero no existe interés personal para que se involucren en las actividades laborales.

**¿Cuál es la meta u objetivo de los cambios que se proponen las organizaciones e iniciativas de desarrollo en la aplicación del enfoque de género?**

"Los cambios se deben dar en los ministerios, dando a conocer los diferentes grupos sociales" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"La incorporación de la mujer mejorando las condiciones de vida abriendo oportunidad para el desarrollo" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"Depende del interés de las organizaciones que promuevan el enfoque de género, creando la necesidad y fomentar un beneficio para la misma" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

---

---

"Dejar latente un acuerdo de educación al nivel internacional" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"La meta es cumplir realmente con el mandato institucional, disminuir la desigualdad entre hombres y mujeres aportando partes unificadas en el eje económico" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"Tomar en cuenta la igualdad de género en colegios y universidades" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"El principal objetivo es que la sociedad se mire con igualdad" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

"La meta es lograr un mismo porcentaje de igualdad dentro de la sociedad bajo una reforma electoral" *Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Incorporar la participación femenina en organizaciones dando mayor clasificación a proyectos" *Manuel Rodríguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** La meta que se proponen la mayoría de las organizaciones gubernamentales actualmente es dar mayor apertura al tratamiento de los temas de género, abriendo oportunidades para que más mujeres se involucren en proyectos o actividades laborales de toda índole.

Considerando el nivel de conocimiento, de formación y educación que son fundamentales para reconocer el liderazgo y alcance de las mujeres empresarias, madres de familia. Los cambios del enfoque de género deben empezarse desde las entidades administrativas del país como ministerios, municipios o distritos; conociendo las ventajas y desventajas de los mismos, cumpliendo las normas del Estado dando a la mujer un papel importante dentro de la institución.

**¿Cuál es el manejo adecuado para mantener el equilibrio entre las metas personales de las mujeres empresarias como personas, profesionales y como madres de familia?**

"La solución es crear guarderías de niños, aplicación de leyes, dar apertura a la educación para la mujer, equilibrar la carga de responsabilidad en los hogares" *Ing. Ana Paola Pizzati, Subdirectora MYPIMES, Tegucigalpa.*

"Se relacionan a las prioridades y a sus necesidades particularmente. Lograr su reconocimiento laboral y reconocimiento educativos previo a ser madre" *Lic. Johana Lazo, Encargada del departamento de Desarrollo y Planeamiento de producto IHT, Tegucigalpa.*

"El manejo adecuado tiene que ver con la existencia de un pacto social a nivel de hogar y a nivel político" *Lic. Rosibel Gómez, ONU Mujeres, Tegucigalpa.*

"Es difícil ya que no se desarrolla ese apoyo empresarial, económico o social" *Abg. Selma Estrada, Ex. Ministra del INAM, Tegucigalpa.*

"Ha sido difícil coordinar entre trabajo reproductivo y productivo. Cuando se habla del manejo indicado para operar e inclinar estas metas personales no tenemos un supuesto que diga que es el adecuado" *Lic. Reyna Martínez, Encargada de Mujer y Economía del INAM, Tegucigalpa.*

"Comprender la igualdad de derecho como madres de familia, esposas y profesionales" *Mauro Antonio Rodríguez, Vicealcalde de Güinope, Güinope.*

"Alcanzar las metas propias de la mujer" *Pedro M. Flores, Regidor de Yuscarán, Yuscarán.*

---

---

"Involucrando a la mujer y adquiriendo protagonismo, formando escalas de mujeres empresariales, mujeres profesionales, mujeres amas de casa, mujeres madre de familia"  
*Ing. Janio Borjas, Alcalde de Villa de San Francisco, San Francisco.*

"Es un sacrificio grande de la mujer pero tiene la capacidad de romper los obstáculos se que presentan" *Manuel Rodriguez, Regidor de Morocelí, Morocelí.*

**Síntesis:** El manejo adecuado de tres roles en la mujer no es fácil. Se hace hincapié que las mujeres deben dar prioridades a sus necesidades, estableciendo metas que construya la participación femenina dando un equilibrio a roles personales, profesionales y de familia en las mujeres.

Se deben establecer leyes y cumplirlas para equilibrar la carga de responsabilidad femenina, aportando un valor significativo en las comunidades creando centros de cuidado infantil, oficinas que apoyen a nivel personal, y a nivel privado también debe existir la llamada responsabilidad social para mantener el equilibrio de la participación de la mujer cumpliendo con el funcionamiento de las mismas.

---

Al elaborar esta sección de las entrevistas es claro ver que para los diversos actores la conceptualización de género es complicada y se aborda desde diferentes perspectivas. Existen muchos paradigmas sobre la temática y en su mayoría consideran que género es el comportamiento específico de cada persona, buscando la igualdad de oportunidades para ambos sexos, desempeñando labores y recibiendo retribuciones y atribuciones equitativas.

Cuando se enfoca el tema de género es recomendable conocer muy a fondo las leyes referentes al mismo, pero de manera especial analizar las normativas referidas a la igualdad de oportunidades. Muchas veces por falta de conocimiento o por poca socialización afecta el poder actuar en las polémicas sociales por lo que es indispensable conocer los factores y los medios donde se ejerza la igualdad de género.

La transformación a una equidad de género comienza desde las entidades administrativas del país como ministerios, municipios, o departamentos que fomenten cambios sociales; dando giros positivos a los roles de la mujer que contribuyan a la participación económica con un equilibrio de los aspectos personales, profesionales y de familia en las mujeres.

#### 4. CONCLUSIONES

- La metodología para abordar el estudio es el mapeo de alcances, con el fin de mantener una interacción directa con las microempresarias para evaluar su desempeño y resultados como emprendedoras. Articulando su enfoque empresarial a un análisis de benchmarking.
- En el estudio se evalúa los logros de las microempresarias durante sus años como actoras en la economía y el desarrollo territorial, consiguiendo medir su nivel de gobernanza y emprendimiento, articulando entre la tipología de clientela en cuanto a fidelidad, antigüedad de frecuentar el negocio, percepción de calidad del servicio, relación calidad y precio del servicio y grado de satisfacción.
- El microempresariado en el Valle del Yeguaré al igual del resto del país se define con términos de número de empleados, el tipo de administración y capacidad instalada. El tamaño de las microempresarias llega hasta un nivel de servicio artesanal que no sobrepasa más de cinco empleados. Se utilizan recetas tradicionales y no escritas que se convierten a la larga en la excelencia del servicio.
- Las microempresarias del Valle del Yeguaré, no reflejan diferentes comportamientos durante las estacionalidad turística alta o baja. Se concluye que la clientela a los locales es de tipo de fin de semana, por lo cual no puede articularse el análisis al tipo de temporada. En dos casos se registra un alza en la clientela, de entre 2% y 6% respecto a la temporada baja.
- En cuanto a la antigüedad de conocer el negocio, M3 se caracterizó por tener el más alto porcentaje de clientela con más de tres años (41.7%), la fidelidad en general es explicada por la calidad del servicio y por contar con acceso a una carretera secundaria no pavimentada en núcleo urbano rural.
- M2 es otra de las microempresarias con alto porcentaje en cuanto a la antigüedad de clientes que conocen el negocio (37.2%), el factor de fidelidad su gastronomía en la Región del Yeguaré, siendo un servicio complementario al turismo principalmente de fin de semana.
- En la región se encuentra una fidelidad bien trazada en la totalidad de los resultados. Sin embargo, M1 tiene un 54.8% de clientes que frecuentan el negocio una o más veces por semana.
- En el estudio realizado, se observó que del total de los clientes en M6, un 78%, la mayoría de los clientes tienen una completa satisfacción por el producto adquirido,

puesto que es un rubro de negocio único en la zona y con alta especialización por parte de la microempresaria que ha recibido un nivel educativo sobre la elaboración de artesanías a base de mimbre.

- Del total de encuestas realizadas con relación a la calidad sobre el servicio en las microempresas M2, M4 y M6 con el 79.6%, 83.9% y 83.7% respectivamente refleja de excelente calidad.
- En cuanto a la relación calidad y precio de los productos, las microempresas M2, M4 y M6 tienen más del 70% con excelencia, lo que refleja que cumplen con las necesidades del cliente. Sin embargo, se observó que las microempresas M1, M3, M5 y M7 solo tienen una buena relación calidad y precio representando mayor al 25% de sus clientes.
- De acuerdo a la correlación, frecuencia de visitas de los clientes a las microempresas en relación con la antigüedad de frecuentar el negocio la mayor concentración de clientes se encuentran en el rango menos de una semana; infiriendo que no existe una correlación significativa en los resultados de sus coeficientes analizados siendo  $Rho=0,18$  y  $G=0,19$ .
- Según la correlación nivel de satisfacción del cliente por la adquisición del producto con relación a la antigüedad de frecuentar el negocio la mayor concentración del total de los encuestados representado por un 57.6% que tienen una completa satisfacción con una antigüedad de menos de una semana a más de tres años.
- La fidelización de la clientela según la correlación entre las variables relación calidad y precio del servicio ofrecido con relación a la percepción de los clientes con respecto al tipo de servicio ofrecido es excelente cubriendo más del 60% del total de los clientes encuestados.
- El posicionamiento de las microempresarias se basa a un menú casero y elaborado de forma artesanal con insumos de la misma región, determinado con especialidades en: carnes al horno, platos a la brasa y a la plancha como las pupusas, golosinas (yuca, ensalada, tortillas con queso, enchiladas), dulces a base de frutas (pan de rosa, bandeja de zapotillo de leche, bandeja tableta de leche, tableta de coco con leche, tableta de cacahuate, bandeja de merengue, figuras de dulce, bandeja de alcitrón, tableta de naranja, jalea de naranja, guayaba, mango, bandeja de tableta de piña, bandeja de dulce de café con leche, bandeja de tablas de zanahoria).
- Los alimentos y bebidas es un rubro con mucha influencia en las actividades turísticas por su importancia y su fuente típica en las localidades. Pupusas El Portal ha sido una de las empresas con mayor desempeño laboral puesto que tiene apoyo familiar, un acceso a su negocio muy bueno para el cliente siendo carretera de segundo orden, asfaltada, donde M4 que es la dueña se ha dedicado a un solo producto especializándose en este por muchos años. A M4 se la considera una mujer madura y altamente activa en diferentes actividades como ferias y otros eventos. La calificación

obtenida según la tabla de índice de calificación para el mejor desempeño laboral de las microempresarias fue de 21/21.

- M2 dueña directa del Comedor Lizapa por su influencia y caracterización con Zamorano ha sabido desempeñar un buen cargo microempresarial, ofreciendo al cliente una gran diversidad de productos de calidad y con buen precio. M2 es una microempresaria con 59 años de edad que ha sabido llegar a la satisfacción del cliente. La calificación obtenida según la tabla de índice de calificación para el mejor desempeño laboral de las microempresarias fue 18/21.
- M5 según la tabla de índice de calificación para el mejor desempeño laboral de las microempresarias fue el más bajo siendo de 11/21. Las principales causas que se observan es que tiene alta competencia en la zona por otras mujeres que se dedican al mismo rubro, elaboración de dulces a base de frutas naturales, no tiene un apoyo familiar completo, el tipo de servicio es regular y los precios según la información de los clientes son altos.
- Las Artesanías de la microempresaria tienen un mercado muy amplio por explotar, tiene una gran ventaja puesto que es la única microempresaria con este rubro en la zona, la única limitante es que no tiene estrategia de venta de su producto, lo cual le obliga a que solo en temporadas altas tienen una gran participación. M6 es la dueña de las Artesanías y según la tabla de índice de calificación para el mejor desempeño laboral de las microempresarias fue uno de las valoraciones bajas siendo de 12/21, como es el caso de muchas microempresarias la falta de apoyo familiar es una de las causas al igual que el tipo de acceso que es carretera asfaltada de acceso y en núcleo urbano rural no asfaltado lo cual evita el fácil acceso de los turistas. Otra de las causas es que tiene una amplia diversificación de productos con diferentes tipos de materiales lo cual lleva a la no especialización del producto.
- En Honduras, a nivel de municipios se asigna un porcentaje del presupuesto destinado principalmente al desarrollo del emprendimiento femenino, obteniendo como resultado una autonomía económica logrando eliminar toda índole de discriminación social o cultural.
- La Ley del Instituto Nacional de la Mujer presenta vacíos legales convirtiéndose en insuficiencia en su cumplimiento, desarrollando mayores falencias en zonas rurales donde no hay un significativo apoyo institucional que asegure la práctica del principio de la igualdad del hombre y de la mujer.
- Para llegar a la meta del involucramiento empresarial de la mujer, se debe trabajar en las falencias educativas, culturizar a la sociedad hondureña con la introducción de temas enfocados en equidad de género en el aprendizaje primario y superior en el país.
- Incorporar la participación de entidades gubernamentales y no gubernamentales para reactivar las actividades de participación económica en las comunidades.

## 5. RECOMENDACIONES

### A nivel de decisores de políticas

- El Estado debe trascender de un enfoque de la mujer vulnerable a uno que la destaque como actora y autora del desarrollo.
- Aunque existe un marco legal debe realizarse un esfuerzo para que los instrumentos de políticas puedan estar accesibles a mujeres como las microempresarias analizadas en este estudio.
- Mientras no existan mínimos comunes para lograr la igualdad de oportunidades y derechos para las mujeres a nivel de todos los sectores que integran el Consejo de Ministros no se podrán lograr avances. (Recomendación basada en la entrevista de Lic. Reyna Martínez)
- Es importante crear instrumentos de políticas eficaces y eficientes que garanticen la igualdad de oportunidades educativas en diversas ramas, acceso a recursos financieros, establecer acciones y mecanismos para que la mujer tenga un balance en su vida productiva y reproductiva. (Según la Lic. Rosibel Gómez en la entrevista realizada).
- Para potenciar el liderazgo es indispensable que se haga un esfuerzo por abordar la perspectiva de la igualdad desde los sectores privado (mentorías, financiamiento y RSE) y público (asistencia, financiamiento, formalización de empresas y otros). (Idea expresada por la Abg. Selma Estrada en su entrevista).
- Para promover los derechos económicos de las mujeres debe existir una política dirigida a las finanzas con un presupuesto de enfoque de género y un enfoque de la economía del cuidado en las políticas públicas. (Planteamiento de la Abg. Selma Estrada en su entrevista).

### A nivel de actores en el territorio

- De acuerdo a los resultados de los análisis de la clientela, las mujeres microempresarias han logrado sin una publicidad tradicional y sin un apoyo financiero, el desarrollo de una estrategia de fidelidad que genera flujos de visitantes al territorio. Para apoyar su consolidación y crecimiento es clave que tanto las autoridades locales, como las de turismo, economía y agricultura organicen un proceso

de visión territorial mediante un circuito turístico en el Plan de País que define a la región como destino turístico para nacionales y se hagan las inversiones necesarias en conectividad vial.

- Organizar la red de Oficinas de la Mujer de la Región del Yeguaré para plantear un proyecto de incubadora de empresas y asistencia técnica.
- Los factores claves para que las mujeres analizadas y sus pares en el territorio puedan dar un salto en su nivel de actividad, se requiere trabajar en el análisis y asistencia técnica en variables como cantidad de producto, margen de ventas, nivel de equilibrio para mantener la familia y para crecer, herramientas de administración empresarial, calidad e inocuidad. Ellas requieren más que cursos, programas de asistencia a la medida de sus actividades.
- Integrar en mayor escala la participación de las comunidades aledañas en el diseño e implementación de nuevos proyectos que promuevan el desarrollo territorial, y que tengan un enfoque en las actividades turísticas, como se realizó años anteriores en el Proyecto “Iniciativas del Yeguaré”. Incrementar y fomentar el nivel de tesis vinculadas al tema y no tienen el nivel de aceptación que otros temas productivos. Mi aprendizaje en este proceso me ha permitido profundizar el análisis y aportar mediante intercambio al crecimiento de ellas y mi persona.
- Los actores que brindan asistencia técnica y ejecutan proyectos en el territorio coordinan muy poco y generan en las microempresarias duplicidad de funciones que se traducen en pérdida de oportunidades de focalizar acciones, por lo cual deben generarse espacios de coordinación.
- La participación de las mujeres en ferias, eventos y otros contribuye a su proyección y genera posibilidades de ampliar clientela.
- A nivel del puesto de ventas se puede crear un espacio de “Productos del Yeguaré” que no compita con los de la Institución pero que refleje la responsabilidad social universitaria en nuestro entorno.

A nivel de microempresarias que participaron en el estudio

- El nivel de especialización de productos diversificados con más de cinco opciones, genera mayores presiones al control de calidad. Es clave comenzar una capacitación en inocuidad de alimentos y el trámite de registro sanitario.
- A las microempresarias con mayor tiempo en sus negocios se recomienda dar un giro a sus actividades productivas; innovando su servicio con el fin de ofrecer al cliente un servicio que satisfaga sus necesidades. Ejemplos: empaque, atención, revisión de precios, búsqueda de opciones para la venta fuera del negocio.

- Se recomienda formar una asociación independiente para participar y promocionar en ferias para que la oferta se amplíe en base a recetas propias. Especialmente, promocionar para la temporada baja donde el margen de ventas es menor, en este caso es muy importante garantizar participaciones en ferias tales como las del regalo que las vincula a los empresarios. Acercarse como organización a la Cámara de Comercio de Tegucigalpa es importante.
- Es necesario que mediante su organización en otra tesis se elabore un Catalogo de Productos Gastronómicos que se acompañe de historias y tradiciones (físico y en línea), en este sentido un acercamiento a la Agencia Española de Cooperación Internacional.
- Las microempresarias deben posicionar sus productos especialmente con los visitantes, pues para aumentar la escala de ventas su clientela debe ser segmentada en los habitantes de la zona y aquellos que visitan los fines de semana. (Menú en pizarra con bonita letra los fines de semana, menús impresos, área de degustación, repartir tarjetas de presentación, identificar el uniforme los fines de semana, volantes con fechas claves, etc.).
- Implementar un sistema de costos los que a su vez faciliten a las microempresarias la asignación del precio exacto al producto para obtener una relación calidad y precio aceptable para los clientes. Este elemento puede evaluarse mediante una tesis, pero es recomendable que como asociación se hagan las solicitudes de apoyo mediante tesis.
- Desarrollar un estrategia similar al servicio de Catering para atender eventos, especializando y complementando los diversos productos, incluso asociándose con proveedores de vinos, tajaditas de plátano, pasteles, etc. presentes en la zona.
- Todas deben tener acceso a celular y grabar los contactos en sus celulares para reconocer los clientes antes de la llamada, presentar una solicitud a Tigo y Claro para una capacitación en el uso de celulares y mandar mensajes a varios clientes.
- Dado que se cuenta con un centro de computo del INFOP puede negociarse que los jóvenes de los colegios colaboren con material publicitario, diseño de páginas web y otros. Habría que desarrollar una estrategia de alianza con ellos para tener acceso a los materiales y otros cursos.
- Para conocer la percepción de los clientes con respecto al servicio y/o producto en cada microempresa, es recomendable colocar un buzón de sugerencias por medio de pequeñas encuestas que se localicen a la vista para los clientes de esta manera hacer las mejoras para ofrecer al cliente un servicio distinguido.
- Crear un registro de nuevos visitantes con los datos personales tales como: dirección de correo electrónico, número de teléfono, dirección del domicilio, la preferencia de productos, fecha de cumpleaños de la familia, para de esta manera incrementar el servicio de Catering a los nuevos eventos que se presenten.

- Las microempresarias deben establecer un perfil del cliente con el objetivo de identificarlo, así como sus necesidades, a fin incrementar su fidelización. Para obtener esta información es recomendable usar libros de registro de los clientes que visitan los negocios con información básica de sus preferencias. Las variables que se sugiere considerar dentro del perfil del cliente y las que ayudarán a establecer nuevas estrategias de mercadeo en los negocios son principalmente de tipo: demográficas (edad, genero, nacionalidad, residencia, ocupación, nivel de escolaridad, estrato social); psicográficos (percepción, preferencia y gustos); comportamiento (satisfacción del producto, preferencia del producto, frecuencia de compra, hábitos de compra, cantidad de compra del producto); publicidad (entorno, orientación familiar, temporadas); estilo de vida (intereses). (Ejemplo al final del documento).
- Cada microempresaria debe crear su propia personería jurídica con el fin legalizarse y de permitir auto gestionar; siendo dueñas únicas y legales de la microempresa, sus respectivas necesidades contrayendo las obligaciones sociales, adquiriendo la capacidad de poseer un bien y de beneficiarse desde la perspectiva comercial para acceder a fondo financiero. (Ejemplo al final del documento).
- Para la continuación o supervivencia de las microempresas se debe crear un plan de gestión así como un monitoreo del avance en la gestión hacia la excelencia, llevando consigo la obligación de establecer estrategias de innovación en los puntos identificados como críticos o con mayor debilidad. Se debe trabajar en los aspectos de investigación y desarrollo interno implementando procesos de mejoramiento y control de calidad con el uso de diferentes herramientas como hojas de verificación, que les ayuden en el proceso de desarrollar un mejoramiento continuo de la microempresa en sí y de los productos ofrecidos al cliente.

## 6. LITERATURA CITADA

ADIM (Asociación Alterna para el Desarrollo Integral de las Mujeres, NI). 2007. Las mujeres con microempresas, una experiencia de empoderamiento. Sistematización de la propuesta de ADIM/ADIM. Managua, Nicaragua. 68 p.

Aguilar, E., Ramírez, E. Zamorano. 1999. Proyecto UNIR-Zamorano, Programa de Desarrollo Sostenible de la Región del Yeguaré Honduras C.A (W. K. Kellogg). 34 p.

Aguilar, L. 1998. Lo que comienza termina mejor: Elaboración propuesta con el enfoque de género (Serie hacia la equidad, módulo 1). San José, Costa Rica. 31 p.

Aguilar, L., Briceño, G., Valenciano, I. 1999. Quien busca encuentra: Elaboración diagnóstico participativos con enfoque de género (Serie hacia la equidad, módulo 2). San José, Costa Rica. 84 p.

Alfaro, C. 1999. Si lo organizamos lo logramos: Planificación de proyectos desde la equidad (Serie hacia la equidad, módulo 3). San José, Costa Rica. 52 p.

Alfaro, MC. 1999. Develando el género: Elementos conceptuales básicos para entender la equidad (Serie hacia la equidad, módulo 9). San José, Costa Rica. 38 p.

Arraigada, I. 2004. Dimensión de la pobreza y política desde una perspectiva de género. CEPAL. Quito, Ecuador. 16 p.

Asamblea de Delegadas de la Comisión Interamericana de Mujer (29,1998). 1998. Estatuto de la Comisión Interamericana de Mujer (en línea). Consultado 16 feb. 2011. Disponible en [http://www.oas.org/XXXIVGA/spanish/reference\\_docs/Estatuto\\_CIM.pdf](http://www.oas.org/XXXIVGA/spanish/reference_docs/Estatuto_CIM.pdf)

Banmujer (Banco de la Mujer, VE) 2005. Enfoque de género: eje de formación sociopolítico (en línea). Consultado 22 ene. 2011. Disponible en [http://www.mpcmunas.gob.ve/publicaciones/enfoque\\_genero.pdf](http://www.mpcmunas.gob.ve/publicaciones/enfoque_genero.pdf)

BCIE (Banco Centroamericano de Integración Económica, CR). 2008. Diálogo: Mujer como actora de la Economía (diapositiva). Ed. L Palma. Costa Rica. 27 diapositivas. Disponible en [http://www.bcie.org/spanish/publicaciones/presentaciones/dialogo\\_mujer/Dialogo-Mujer-como-actora-de-la-Economia-BCIE.ppt](http://www.bcie.org/spanish/publicaciones/presentaciones/dialogo_mujer/Dialogo-Mujer-como-actora-de-la-Economia-BCIE.ppt)

BID (Banco Interamericano de Desarrollo, ES). 2006. Mujeres latinoamericanas ganan terreno de posiciones de gobierno (en línea). España. Consultado 21 ene. 2011. Disponible en <http://www.iadb.org/es/noticias/articulos/2006-01-17/mujeres-latinoamericanas-ganan-terreno-en-posiciones-de-gobierno,2709.html>

Blanco, L. 1999. Candil en la calle y luz en la casa: Hacia una gestión y gerencia con equidad (Serie hacia la equidad, módulo 7). San José, Costa Rica. 55 p.

Cabrera Reina, GA. 2003. Análisis del aporte económico de la mujer en dos comunidades de la Región del Yeguaré, Honduras. Tesis Ing. Tegucigalpa, HN, Escuela Agrícola Panamericana. 37 p.

Cantera, R. 1999. Compartiendo secretos: Sistema de monitoreo y evaluación sensibles a género. (Serie hacia la equidad, módulo 8). San José, Costa Rica. 48 p.

CARE (Defending dignity, Fighting poverty, US). 2010. Strong Women, Strong Communities: CARE's holistic approach to empowering women and girls in the fight against poverty (digital). Estados Unidos de América. Consultado 22 ago. 2011. Disponible en <http://www.care.org/downloads/womens-empowerment-report-201005.pdf>

CEDAW (Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer). (2008, UY). 2008. Observaciones finales del Comité para la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer. Uruguay. 10 p. (Serie CEDAW/C/URY/CO/7).

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CL). 2005. Anuario estadístico de América Latina y el Caribe, 2004.

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CL). sf. Estadísticas e indicadores de género (en línea). Consultado 28 abr. 2010. Disponible en <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/mujer/noticias/paginas/3/29273/P29273.xml&xsl=/mujer/tpl/p18fst.xsl&base=/mujer/tpl/top-bottom-estadistica.xsl>

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CL). 1994. Programa de Acción Regional para las Mujeres de América Latina y el Caribe, 1995-2001 (en línea). 41 p. Consultado 21 ago. 2010. Disponible en <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/2/4332/indice.htm>

CIM (Comisión Interamericana de Mujeres, ES). 1999. Programa Interamericano sobre la Promoción de los Derechos Humanos de la Mujer y la Equidad e Igualdad de Género. 7p.

CIM (Conferencia Internacional Americana, ES). 1948. Estatuto de la Comisión Interamericana de Mujer. Cap. II. Bogotá, Colombia.

Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer constituida en Comité Preparatorio del período extraordinario de sesiones de la Asamblea General titulado "La mujer en el año 2000: igualdad entre los género, desarrollo y paz para el siglo XXI"

(3,2000). 2000. Examen y evaluación de la aplicación de la Plataforma de Acción de Beijing: Informe del Secretario General (en línea). 171 p. Consultado 17 feb. 2011. Disponible en <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N00/263/93/PDF/N0026393.pdf?OpenElement>

Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe (9, 2004, México D.F.). 2004. Informe de la novena Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe. México D.F., México. CEPAL. 57 p.

Consenso de Lima (2000, México, D.F.). 2000. Octava Conferencia Regional sobre la Mujer de América Latina y el Caribe. México, D.F.

Convención sobre la Nacionalidad de la Mujer (1933, Montevideo, UY). 1936. Nacionalidad de la Mujer (en línea). 2 p. Consultado 10 ene. 2011. Disponible en [http://www.amdh.org.mx/mujeres3/biblioteca/Doc\\_basicos/2\\_instrumentos\\_regionales/2\\_Convenciones/8.pdf](http://www.amdh.org.mx/mujeres3/biblioteca/Doc_basicos/2_instrumentos_regionales/2_Convenciones/8.pdf)

Correia, M; Pena, V. 2002. Programa de género en América Central. Región de América Latina y el Caribe Banco Mundial. 42p.

Cuarto Foro Temático Regional de América Latina y el Caribe (4, 2004, CR). 2004. “Cómo Cosechar las Oportunidades Disponibles: El Desarrollo Rural en el Siglo 21”. Eds A De Janvry; Sadoulet, E. Universidad de California en Berkeley. Costa Rica.

Danza, JF. 1999. Historia de los derechos humanos. Santafé de Bogotá D.C, Colombia.

D’Elia, Y; Maingon, T. 2004. La equidad en el Desarrollo Humano: Estudio conceptual desde el enfoque de igualdad y diversidad. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo- PNUD. Torino. Venezuela. 65 p.

Deugd, M. 2002. Microfinanzas y género en Nicaragua. San José, Costa Rica. 14p.

Diario Oficial de la República de Honduras. 1986. Ley Sector Social de la Economía. La Gaceta, Tegucigalpa, D.C, HN, ene. no. 24820. 2 p.

Earl, S; Carden, F; Smutylo, T; Quinn Patton, M. comps. 2001. Mapeo de Alcances: incorporando aprendizaje y reflexión en programas de desarrollo (en línea). Consultado 25 ago. 2011. Centro de Investigación para el Desarrollo Internacional (IDRC). Disponible en [www.idrc.ca/booktique](http://www.idrc.ca/booktique)

El portal de la Unión Europea. 2006-2010. Igualdad entre mujeres y hombre; empleo y política social (en línea). Consulta 20 abr. 2010. Disponible en [http://europa.eu/legislation\\_summaries/employment\\_and\\_social\\_policy/equality\\_between\\_men\\_and\\_women/index\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/equality_between_men_and_women/index_es.htm)

Escalante, AC. 1999. Ojos que ven corazones que sienten: Indicadores de equidad (Serie hacia la equidad, módulo 6). San José, Costa Rica. 105 p.

Falck, M. 2009. Efectividad de la ayuda y equidad de género: Mapeo Honduras. 114 p.

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, IT). 1998. Censos agropecuarios y género: Conceptos y metodología. 123 p.

FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, IT). 2009. Equidad entre género en la agricultura y el desarrollo rural: Una guía rápida sobre la incorporación de las cuestiones de género en el nuevo marco estratégico de la FAO. Roma, Italia. 16 p

Foufelle, D; Palmieri, J. 2006. Feminismo y economía social y solidaria. Las Jornadas. Barcelona, España.

FRIDE (Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior, UE). 2008. De Beijing a París: La relevancia de la igualdad de género para la eficacia de la ayuda. Ed. De la Cruz, C. 7 p.

Fundación del Fondo de Acción Urgente. 2008. Innovación en el financiamiento para los derechos humanos de las mujeres. Video (7min., 32seg.), son., color. Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=V8aHX6lMSTI&list=QL>

FUNDAHRSE (Fundación de Responsabilidad Social Empresarial, HN); Fundemos (Fundación para la Democracia y el Bienestar Social, HN). 2007. Guía Ética Empresarial para Honduras. Eds. MI Rivera; E Lizardo. San Pedro Sula, Honduras. 16 p.

Garnet. 2007. What is Feminist Political Economy? (interview). Muenster, DE. Consultado 10 abr. 2010. Disponible en [http://e-education.uni-muenster.de/gender/gipe\\_podcasts.htm](http://e-education.uni-muenster.de/gender/gipe_podcasts.htm)

Gobierno de los Estados Unidos, US. 2008. La historia de los derechos humanos: Desde un deseo del espíritu al reconocimiento por parte de las leyes (en línea). Consultado 15 ago. 2010. Disponible en <http://www.america.gov/st/hr-spanish/20080827125121pii0.5572016>

Gobierno Federal de México; Vivir mejor; INAM (Instituto Nacional de las Mujeres, HN); Instituto de la Mujer. 2008. Historia de los derechos de la mujer. Video (6min., 48seg.), son., color.

Grynspar Mayufis, R. 2008. Introducción a las políticas de superación de la pobreza. CEDAF. Santo Domingo, República Dominicana. 192 p.

Huerta, R. 2000. Equidad y Sexo: “¿Qué son el género y el enfoque de género?” (en línea). ISSSTE. México. Consultado 25 abr. 2010. Disponible en <http://www.issste.gob.mx/website/comunicados/nosotros/agosto2000/queson.html>

Human Right Action Center. 2009. Declaración universal de derechos humanos. Video (4min., 6seg.), son., color. Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=HSgMh2C9qtY&list=QL>

IAASTD (International Assessment on Agricultural Science and Technology for Development). 2008. Agriculture development. Wirtgen, J. Brussels, BE. Publicado por GreenFacts and Complus Alliance. 5 p.

INAM (Instituto Nacional de la Mujer, HN). 1998. Ley del Instituto Nacional de la Mujer. (en línea). Tegucigalpa, HN. 12 p. Consultado 19 ene. 2011. Disponible en [http://www.tse.hn/web/documentos/equidad\\_y\\_genero/Ley%20de%20Instituto%20Nacional%20de%20la%20Mujer.pdf](http://www.tse.hn/web/documentos/equidad_y_genero/Ley%20de%20Instituto%20Nacional%20de%20la%20Mujer.pdf)

INAM (Instituto Nacional de la Mujer, HN). 2000. Ley de Igualdad de Oportunidades para la Mujer (en línea). Tegucigalpa, Honduras. Consultado 19 ene. 2011. Disponible en <http://pdba.georgetown.edu/Parties/Honduras/Leyes/LeyMujer.pdf>

INAM (Instituto Nacional de la Mujer, HN) 2005-2006. Mapeo de la Institucionalidad vigente en el ámbito de Género y economía en Honduras. Tegucigalpa, Honduras. 363 p.

Intermón Oxfam-Marruecos. 2008. Derecho a la igualdad. Video (8min., 43seg.), son., color. Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=WtvwFHcxI40&list=QL>

Lamas, M. 1997. La perspectiva de género: Una herramienta para construir equidad entre mujeres y hombres. Editorial Dif. México.

Lezama Pavón, MF.2003. Efectos de la violencia doméstica contra la mujer en la comunidad de Morocelí, El Paraíso, Honduras. Tesis Ing., Tegucigalpa, HN, Escuela Agrícola Panamericana. 78 p.

López, Ma. Victoria. 1987. Los derechos del hombre y el ciudadano (en línea). Consultado 18 ago. 2010. Madrid. p. 221-222. Disponible en [http://www.portalplanetasedna.com.ar/derechos\\_hombre.htm](http://www.portalplanetasedna.com.ar/derechos_hombre.htm)

Manassero, I; Ríos, S. 2000. Microempresas y mujeres: Una aproximación al perfil de las microempresas de la ciudad de la Rioja y al nivel de participación de la mujer en el sector. Buenos Aires, Argentina. 38p.

McElroy, W. 2002. El Senado no debe ratificar a la CEDAW (en línea). The Independent Institute. Oakland, California, Estados Unidos de América. Consultado 15 ago. 2010. Disponible en <http://www.elindependent.org/articulos/article.asp?id=20>

Ministerio de Relaciones Exteriores. 2004. Informe de Honduras, sobre la aplicación de la Plataforma de Acción de Beijing (1995) y los resultados del vigésimo tercer período extraordinario de sesiones de la Asamblea General (2000) (Período 1995-2004). Tegucigalpa, Honduras. 22 p.

MyDEL (Mujer y Desarrollo Local). 2009 Mujeres y economías locales, territorios, saberes y poderes: Reconociendo las rutas del emprendimiento desde la geografía profunda de la América del centro. Guatemala, Guatemala. 276 p.

Nelson, J. 1995. "Feminism and Economics". Journal of Economic Perspectives. 9(2).

OEA (Organización de los Estados Americanos, US). 1948. Carta de la Organización de los Estados Americanos (A-41) (en línea). Bogotá, Colombia. Consultado 11 ene. 2011. Disponible en [http://www.oas.org/dil/esp/tratados\\_A-41\\_Carta\\_de\\_la\\_Organizacion\\_de\\_los\\_Estados\\_Americanos.htm](http://www.oas.org/dil/esp/tratados_A-41_Carta_de_la_Organizacion_de_los_Estados_Americanos.htm)

OEA (Organización de los Estados Americanos, US). 1994. Convención Interamericana para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra la mujer "Convención de BELEM DO PARA" (en línea). Belem do Para, Brasil. Consultado 14 feb. 2011. Disponible en <http://www.oas.org/juridico/spanish/tratados/a-61.html>

OEA (Organización de los Estados Americanos, US). 2011. Acerca de la OEA (en línea). Consultado 11 ene. 2011 Disponible en [http://www.oas.org/es/acerca/quienes\\_somos.asp](http://www.oas.org/es/acerca/quienes_somos.asp)

OIT (Organización Internacional del Trabajo). 2002. Normas Internacionales del Trabajo: Lista de ratificaciones de convenios internacionales del trabajo (en línea). Consultado 20 ago. 2010. Disponible en <http://webfusion.ilo.org/public/db/standards/normes/appl/appl-byCtry.cfm?lang=es&CTYCHOICE=0300>

OMT (Organización Mundial de Turismo, ES). 2001. Apuntes de metodología de la investigación en Turismo. Eds. A Sancho. Madrid, España. 341 p.

OMT (Organización Mundial de Turismo, ES). 2001. Desarrollo sostenible del ecoturismo: Una compilación de buenas prácticas. Madrid, España. 261 p.

OMT (Organización Mundial de Turismo, US). 2003. Desarrollo sostenible del ecoturismo: Una compilación de buenas prácticas en la PYMES. Washington, US. 327 p.

ONU (Organización de las Naciones Unidas). 1996. Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer: Beijing, 4 a 15 de septiembre de 1995. Nueva York, Estados Unidos de América. 238 p.

ONU (Organización de las Naciones Unidas). 2000. Informe del Comité Especial Plenario del vigésimo tercer período extraordinario de sesiones de la Asamblea General. Nueva York, Estados Unidos de América. 59 p.

ONU (Organización de las Naciones Unidas). sf. ¿Qué son los derechos humanos? (en línea). Consultado 18 ago. 2010. Disponible en <http://www.ohchr.org/SP/Issues/Pages/WhatareHumanRights.aspx>

ONU (Organización de las Naciones Unidas). 1976. Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (en línea). Consultado 25 feb. 2011. Disponible en <http://www2.ohchr.org/spanish/law/cescr.htm>

ONU (Organización de las Naciones Unidas). 1999. Protocolo Facultativo de la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer (en línea). Consultado 11 ene. 2011. Disponible en <http://www2.ohchr.org/spanish/law/cedaw-one.htm>

ONU (Organización de las Naciones Unidas). 2005. Sección de desarrollo y derechos humanos (en línea). Nueva York, Estados Unidos de América. Consultado ago. 2011. Disponible en <http://www.un.org/spanish/events/women/iwd/2005/history.html>

ONU (Organización de las Naciones Unidas). 2009. Derechos humanos (en línea). Consultado 15 ago. 2010. Disponible en <http://www.un.org/spanish/Depts/dpi/boletin/humanrights/>

ONU (Organización de las Naciones Unidas). 2009. Declaración Universal de Derechos Humanos (en línea). Consultado 15 ago. 2010. Disponible en <http://www.un.org/es/documents/udhr/index.shtml>

ONU (Organización de las Naciones Unidas). 2010. Cumbre Mundial sobre los objetivos de desarrollo del Milenio 20 a 22 de Septiembre de 2010. Nueva York, Estados Unidos de América. Consultado 15 ago. 2010. Disponible en <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/>

ONU (Organización de las Naciones Unidas). 2006. Midiendo la Inequidad de género y su Impacto sobre el Desarrollo Humano: El debate acerca del IDG (Índice de Desarrollo relativo al Género) y el IPG (Índice de Potenciación de Género) (en línea). Consultado 17 de abr. 2010. Disponible en [http://www.dhl.hegoa.ehu.es/ficheros/0000/0355/Inequidad\\_de\\_g%C3%A9nero\\_e\\_impacto\\_sobre\\_desarrollo\\_humano\\_2006\\_Sp.pdf](http://www.dhl.hegoa.ehu.es/ficheros/0000/0355/Inequidad_de_g%C3%A9nero_e_impacto_sobre_desarrollo_humano_2006_Sp.pdf)

Organización Panamericana de la Salud Unidad de Género y Salud. 2004. Modelo de leyes y políticas sobre violencia intrafamiliar contra las mujeres (en línea). Washington D.C., Estados Unidos de América. 38 p. Consultado 16 feb. 2011. Disponible en <http://www.paho.org/Spanish/AD/GE/LeyModelo.pdf>

Oxfam International Discussion Paper, GB. 2009. Paying the Price for the Economic Crisis. Estados Unidos de América. 15 p.

Papa Juan Pablo II. 2000. Declaración de su eminencia el Cardenal Angelo Sodano: Secretario de Estado de Su Santidad en la Cumbre del milenio. New York, Estados Unidos de América.

Portal de Economía Solidaria. 2009. Autonomía de las mujeres (en línea). Consultado 22 ago. 2010. Disponible en

[http://www.economiasolidaria.org/documentos/autonom%C3%AD\\_econ%C3%B3mica\\_d e\\_las\\_mujeres](http://www.economiasolidaria.org/documentos/autonom%C3%AD_econ%C3%B3mica_de_las_mujeres)

Ramírez, C. 2003. Gestión administrativa para empresas turística. Trillas, México D.F, México. 318p.

Reunión con Lic. Margot Navarro, Oficial del área de Economía y Género del Instituto Nacional de la Mujer (INAM). 2008. Honduras: Acuerdo de trabajo entre WINNER e INAM. Tegucigalpa. Consultado 27 abr. 2010

Red COMAL (Red de Comercialización Comunitaria Alternativa, HN). 2010. Vida y prácticas de Economía Solidaria en la Red COMAL, Honduras (en línea). Siguatepeque, Comayagua. Consultado 28 mayo 2011. Disponible en [http://www.economiasolidaria.org/files/perfil\\_de\\_COMAL\\_ENERO\\_25\\_2010.pdf](http://www.economiasolidaria.org/files/perfil_de_COMAL_ENERO_25_2010.pdf)

República del Ecuador, Plan Nacional de Desarrollo. 2009. Plan Nacional del Buen Vivir 2009–2013: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural. 2 ed. Quito, EC. 519 p. Rodríguez, G., Meléndez, N., Velázquez, E. y Fuentes, MA. 1999. Tomándole el pulso al género: Sistemas de monitoreo y evaluación sensibles a género (Serie hacia la equidad, módulo 4). San José, Costa Rica. 50 p.

Saro, M. 2005. El movimiento feminista (en línea). Consultado 20 ago. 2010. Disponible en <http://www.monografias.com/trabajos20/movimiento-feminista/movimiento-feminista.shtml>

Schejtman, A., Berdegué, J. 2004. Desarrollo territorial rural (en línea). Eds. RIMISP. 54 p. Consultado 22 abr. 2010. Disponible en <http://www.rimisp.org/getdoc.php?docid=870>

SECTUR (Secretaría de Turismo, MX). 2004. Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo (en línea). México D.F, Mexico. 60p. Consultado 14 ago. 2010. Disponible en [http://www.oaxaca.travel/FOTOS\\_SIITE/Atractivos/AT0553/PTURISMO%20ALTERNATIVO.-%20CONCEPTUALIZACION1.pdf](http://www.oaxaca.travel/FOTOS_SIITE/Atractivos/AT0553/PTURISMO%20ALTERNATIVO.-%20CONCEPTUALIZACION1.pdf)

The Economist Newspaper. 2008. Women in the workforce: The importance of sex. Economist.com, oct,11:2. Disponible en [http://www.economist.com/opinion/PrinterFriendly.cfm?story\\_id=6800723](http://www.economist.com/opinion/PrinterFriendly.cfm?story_id=6800723)

Torres, O. 2009. Explorando la Ruta de la igualdad: trabajo, género y turismo en Centro América. AGEM; UNIFEM; PNUD. México D.F, México. 66 p.

Treintavo período de sesiones (2004). 2004. Recomendación General N°. 25, sobre el párrafo 1 del artículo 4 de la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer - Medidas especiales de carácter temporal. 10 p.

Trigésima séptima reunión de la Mesa Directiva de la Conferencia Regional sobre la Mujer de América Dialogo entre los Mecanismos de la Mujer de América Latina y el Caribe (37, 2004, Santiago de Chile, CL). 2004. Acuerdos Adoptados. Pub. CEPAL. 12 p.

Triguero Huanca, B. 2002. Impacto de los Sistemas de Financiamiento Alternativo Rural (SIFAR) en la unidad familiar en el municipio de Guajiquiro, departamento de La Paz, Honduras. Tesis Ing. Tegucigalpa, HN, Escuela Agrícola Panamericana. 77 p.

UNFPA (Fondo de Población de las Naciones Unidas). 2004. El Consenso de El Cairo, diez años después: Población, Salud Reproductiva y Acciones Mundiales para Eliminar la Pobreza. New York, Estados Unidos de América. 115 p.

UNFPA (Fondo de Población de las Naciones Unidas). 2009. Análisis de situación de población en Honduras. 13 p. Consultado 2 nov. 2010. Disponible en <http://www.enlaceacademico.org/base-documental/biblioteca/documento/analisis-de-situacion-de-poblacion-en-honduras/>

UNICEF (Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas Para la Mujer, US). 2006. Aprendamos nuestros derechos. Video (4min.), son., color. Disponible en [http://www.youtube.com/watch?v=\\_vv2JBpinbE&list=QL](http://www.youtube.com/watch?v=_vv2JBpinbE&list=QL)

UNIFEM (Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas Para la Mujer, US). 2006. CEDAW en 10 minutos. México. 38 p.

UNIFEM (Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas Para la Mujer, US). 2008. El progreso de la mujer en el mundo 2008-2009: ¿Quién responde a las mujeres? (en línea). New York, Estados Unidos de América. Consultado 3 nov. 2010. Disponible en <http://www.unifem.org/progress/2008>

UNIFEM (Fondo de las Naciones Unidas para la Mujer). sf. Programa Regional de Presupuestos Sensibles al Género: Sistematización de Buenas Prácticas. Quito, EC. Consultado 17 dic. 2010.

Waldorf, L. 2009. Camino a la igualdad de género: CEDAW, Beijing y los ODM. Ed. BMZ; GTZ; UNIFEM. México. 44 p

Youth for Human Rights International. 2006. Nadie puede arrebatarte tus derechos. Video (1 min., 4 seg.), son., color. Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=4Y3uNNcU06s&list=QL>

Youth for Human Rights International. 2007. Derechos Humanos. Video (1min., 3seg.), son., color. Disponible en [http://www.youtube.com/watch?v=Njxd5V\\_dgXo&list=QL](http://www.youtube.com/watch?v=Njxd5V_dgXo&list=QL)

Zaldaña, C. 1999. La unión hace el poder: Procesos de participación y empoderamiento (Serie Hacia la Equidad, módulo 5). San José, Costa Rica. 102 p.

Zamorano. sf. Iniciativa del Yegüare: Trabajo conjunto para el desarrollo de la región. Honduras. 19 p.

Zamorano. 2004. Plan estratégico “Iniciativa del Yegüare”. Francisco Morazán, Honduras. 65p.

ZENIT. 2000. Cardenal Sodano: los cuatro deberes de la ONU (en línea). Consultado 18 ago. 2010. Disponible en <http://www.zenit.org/article-556?l=spanish>

## 7. ANEXOS

Anexo 1. Esquema de la metodología y materiales, muestra la forma en que se construye el marco de variables y las actividades que permiten delimitar el tema, analizar la información.

Actividades	Detalles	Variables	Observaciones
A. Delimitación del tema y zona de estudio	1.- Temática	Lugar Enfoque de la temática Participantes	Apreciación personal Por la cercanía a Zamorano.
	2.- Zona de estudio		Participación económica y género. Microempresarias en el sector turismo.
B. Análisis de información	3.- Revisión literaria	Género	Generalidades del género. Equidad de género. Oportunidad de género. Estadísticas.
		Legal	Generalidad de aspectos políticos y legales. Convenios, leyes y tratados a favor de la mujer (nacionales e internacionales)
	4.- Antecedentes	Turismo	Generalidades del turismo Administración de turismo Participación turística
		Proyectos	Proyecto Iniciativa del Yeguaré (W. K. Kellogg). Proyecto UNIR-Zamorano. Programa de Desarrollo Sostenible de la Región del Yeguaré Honduras C.A (W. K. Kellogg).
C. Recopilación de información	5.- Categoría cuantitativa	Encuestas a clientes	Tesis de Zamorano Análisis del aporte económico de la mujer en dos comunidades de la Región del Yeguaré, Honduras (Cabrera, 2003); Efectos de la violencia doméstica contra la mujer en la comunidad de Morocelí, El Paraíso, Honduras (Lezama, 2003)
			El Impacto de los Sistemas de Financiamiento Alternativo Rural (SIFAR) en la unidad familiar en el municipio de Guajiquiro, departamento de La Paz, Honduras (Triguero, 2002)
			Tipo de participación Tiempo que el visitante conoce el

			<p>negocio</p> <p>Frecuencia de visita del cliente al negocio</p> <p>Grado de satisfacción</p> <p>Relación calidad-precio</p> <p>Tipo de servicio</p>
	6.- Categoría cualitativa	<p>Taller del Plan de Negocios</p> <p>Entrevistas a expertos</p>	<p>Las participantes se familiarizaron con la temática.</p> <p>Elaboración de Planes de Negocio.</p> <p>Entrevistas a expertos, alcaldes, vicealcaldes, regidores para conocer la percepción sobre la temática.</p> <p>Información obtenida sobre la participación y política de la mujer, y género.</p>
D. Marco de resultados	7.- Análisis	Estadísticos	<p>Se tomó a consideración las entrevistas de los clientes.</p> <p>Se utilizó el programa (Statistical Package for the Social Sciences) SPSS.</p>
	8.- Percepción	<p>Planes de negocios</p> <p>Entrevistas a expertos</p>	<p>Realizó el Taller “Plan de Negocios”</p> <p>Se elaboró una matriz del criterio de los expertos.</p> <p>Separadas por categorías de participación, política y género.</p>
E. Benchmarking	9.- Análisis comparativo entre Zamorano y micro-empresarias	<p>Producto</p> <p>Precio</p> <p>Atención al cliente</p> <p>Mercado</p> <p>Competencia</p>	<p>Producto que ofrece y se encuentra a disposición</p> <p>Costo por producto</p> <p>Personalizado o personal contratado</p> <p>Nichos de mercado</p> <p>La competencia existente en la localidad, en los alrededores y en la zona</p>

---

## Anexo 2. Encuesta de clientes.

<p><b>Encuesta “Evaluación de la frecuencia Turística en el Valle del Yeguaré” N° 001</b></p> <p><b>1. Ha visitado anteriormente este lugar?</b>  <input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No</p> <p><b>2. ¿Cuánto tiempo lleva visitando este lugar?</b>  <input type="radio"/> Menos de una semana  <input type="radio"/> Entre un mes y dos meses  <input type="radio"/> Entre seis meses y un año  <input type="radio"/> Entre uno y tres años  <input type="radio"/> Más de tres años</p> <p><b>3. ¿Con qué frecuencia visita este local?</b>  <input type="radio"/> Una o más veces a la semana  <input type="radio"/> Dos o tres veces al mes  <input type="radio"/> Una vez al mes  <input type="radio"/> Menos de una vez al mes</p> <p><b>4. ¿Cuál es su grado de satisfacción</b>  <input type="radio"/> Completamente satisfecho  <input type="radio"/> Satisfecho  <input type="radio"/> Insatisfecho  <input type="radio"/> Menos de una vez al mes</p>	<p><b>5. ¿Qué opina sobre el servicio que se ofrece?</b>  <input type="radio"/> Excelente  <input type="radio"/> Bueno  <input type="radio"/> Regular  <input type="radio"/> Malo  <input type="radio"/> Muy malo</p> <p><b>6. ¿Cuál es la apariencia del negocio?</b>  <input type="radio"/> Bueno <input type="radio"/> Regular <input type="radio"/> Malo</p> <p><b>7. ¿Cómo calificaría la relación calidad- precio del servicio?</b>  <input type="radio"/> Excelente  <input type="radio"/> Bueno  <input type="radio"/> Regular  <input type="radio"/> Malo  <input type="radio"/> Muy malo</p> <p><b>8. Recomendaría el lugar a un amigo o conocido?</b>  <input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No</p> <p><b>9. ¿Cómo daría usted la dirección de este lugar a un amigo o conocido?-----  -----  -----</b></p> <p style="text-align: right;"><b>GRACIAS POR SU ATENCIÓN.</b></p>
---	---

## Anexo 3. Entrevista de percepción de expertos.

1. Cree usted que en Honduras la igualdad de oportunidades y derechos para las mujeres es un compromiso del estado? ¿Por qué?
2. En los últimos años se han definido políticas para promover los derechos políticos, culturales y otros de las mujeres. Cree usted que el marco actual de políticas favorecen los derechos económicos de las mujeres.
3. ¿Qué es para usted el género?
4. ¿Qué tan importante es conocer sobre el tema de género?
5. ¿Cuáles son los factores que afectan al tema de género?
6. ¿Tema género puede ser una de las causas para que la mujer no tenga un cargo importante en la sociedad?
7. ¿Desde hace cuanto tiempo se han generado estos problemas de discriminación hacia la mujer?
8. ¿Qué papel ocupa la promoción de la igualdad en las políticas institucionales?
9. ¿Cuál es la estructura de poder que existe en la organización?
10. ¿Qué posición tienen las mujeres en las estructuras organizativas?
11. ¿Cómo cree usted que se deben analizar los problemas de liderazgo desde las mujeres?
12. ¿Cómo se construye los liderazgos positivos a mujeres empresarias en la actualidad?
13. ¿Ha habido nuevos cambios o leyes institucionales las que involucren más a las mujeres en el sector mercantil?
14. ¿Hay reconocimientos a la autoridad de las mujeres en la institución?
15. ¿Cuál es la meta u objetivo de los cambios que se proponen las organizaciones e iniciativas de desarrollo en la aplicación del enfoque de género?
16. ¿Cuál es el manejo adecuado para mantener el equilibrio entre las metas personales de las mujeres empresarias como personas, profesionales y como madres de familia?
17. ¿Cómo se entiende el desarrollo personal para mujeres y hombres?
18. En la actualidad se trata de mejorar el nivel de participación empresarial femenino, cuáles han sido los últimos logros obtenidos por mujeres en esta Zona?
19. ¿Qué aportes nuevos se han generado para la comunidad por parte de las mujeres empresarias?
20. ¿Cuál es la participación de las mujeres en su municipio?
21. ¿Cuáles cree usted que son los ingredientes de política que ayudan a promover los derechos económicos de las mujeres?

Anexo 4. Planes de negocios.

### **Plan de Negocios “Dulcería Abuela Loncha”**

Producto: Naranja alcitronada.

Ubicación de la fábrica: Güinope, barrio centro, una cuadra arriba de la Iglesia católica, Honduras, CA.

Teléfono: 787-6852

#### **1. Resumen Ejecutivo**

Dulcería Doña Loncha Ofrece al mercado las deliciosas naranjas alcitronadas, que es un producto típico, nostálgico, artesanal y autóctono de Honduras; su producción es en el Municipio de Güinope, El Paraíso, Honduras.

La clientela meta que tiene son el mercado nacional y extranjero (ya que Güinope es un Municipio turístico) llegando a ellos a través de la venta directa y/o en un futuro por medio de distribuidores.

La promoción de dicho producto se hace a través de ferias, expo ventas, festivales, visitas turísticas y turismo local, así como rótulos y recomendaciones en la comunidad. La rentabilidad del producto está determinada por un porcentaje de ganancias por bandeja de naranjas alcitronadas.

La misión principal de nuestra empresa está enmarcada por la calidad, valor agregado higiene, atención y presentación que incluye el paquete artesanal y plástico así como el etiquetado.

Como empresa nuestra visión es llegar a nuevos mercados como suvenires, supermercados y tiendas turísticas para promover así nuestro turismo, promover empleo local, mejorar el producto, cubrir mercado nacional y como proyecto llegar a la exportación.

#### **2. Mercado y competencia**

Los mercados a los que se dirige la empresa son turismo nacional que incluye diferentes lugares del país, el turismo extranjero son turistas de diferentes países que visitan la localidad, y los clientes locales son personas de la localidad.

En cuanto a la competencia tomando en cuenta que Güinope es una zona turística, la elaboración de dulces es una actividad que varias personas de la localidad realizan y que debido al crecimiento pueden aumentar.

#### **3. Comercialización y ventas**

Con respecto a la comercialización el precio se calculará tomando en cuenta el producto (naranja alcitronada), más el valor agregado (bandejas, envolturas, etiquetas y bolsas).

La plaza de comercialización es directa y por distribuidores. Y la promoción incluye ferias comerciales y artesanales, así como publicidad local con rótulos en el pueblo. Así mismo la etiqueta cuenta con un diseño exclusivo que encierra la sensación del sabor típico de la naranja y la exuberancia de la fruta.

#### 4. Equipo gerencial



#### 5. Cronograma

Se realiza la organización de las actividades por trimestre, ocupando los jueves y viernes para la producción; produciendo cada semana.

- Permisos y licencias
- Compra de materia prima
- Producción: jueves y viernes
- Empaque: sábado
- Publicidad
- Ferias.

#### 6. Oportunidades y riesgos

Oportunidades	Riesgos
Buscar nuevos mercados Ferias y expo ventas	Nuevos productos

#### 7. Planificación financiera y flujo de capital

Proyección financiera	
Informe económico 2010	
Ingresos	
Capital social	2,000 lps.
Venta anual ganancias netas	11,352 lps.
<b>Total de ingresos</b>	<b>13,352 lps.</b>
Egresos	
Compra de materia prima	6,048 lps.
Gastos administrativos	2,400 lps.
<b>Total egresos</b>	<b>8,448 lps.</b>
<b>Saldo disponible al 31 dic. 2010</b>	<b>4,904 lps.</b>

**Plan de Negocios “Fabrica de carteras de Suyate”  
Nery´s S.D.R.L**

Ubicada en Km 14 carretera Panamericana de Tegucigalpa. Propiedad de cuatro socios, un administrador, una persona encargada de la producción, y dos socios en promociones.

**1. Idea del proyecto**

La fabrica produce, carteras de calidad para clase media, con diferentes estilo, colores, tamaños, sus costos varía dependiendo del tamaño y sus colores.

Este tipo de producto no lo produce la competencia, es exclusivo.

La empresa está constituida como responsabilidad limitada S.D.R.L con cuatro socios y cuenta con permisos de operación, se solicita un préstamo de 40,000 lps. El capital aportado por los socios es de 20,000 lps.

**2. Mercado y competencia**

La fábrica produce 5 diferentes estilos de carteras y 30 combinaciones de colores, siendo un producto bajo pedido.

El mercado puede expandirse pues ya se han hecho encargos para envíos a Estados Unidos a lo que se llama mercado nostálgico.

Las personas que producen las carteras tienen una gran experiencia, preparación, si se aumentan los volúmenes de venta habría que contratar personas y entrenarlas.

El segmento es para clase media, no hay competencia por la calidad y el tipo de producto.

Las debilidades, no se puede crecer por falta de personal entrenado.

**3. Comercialización y venta**

La comercialización se hace por dos canales, el primero en la tienda ubicada en a fabrica y el segundo en tres tiendas artesanales; estos en el aeropuerto de Tegucigalpa.

La promoción se hizo visitando lugares específicos como Valle de Ángeles, Santa Lucia, ferias artesanales y en diferentes partes de Honduras.

**4. Equipo gerencial**

La administradora tiene un título en administración de Negocios y aprendió a elaborar carteras en INFOP, PRAF.

La fábrica tiene contactos con diferentes artesanos que tienen centros de distribución.

En el departamento de producción hay una asistente que tiene una gran destreza en la elaboración de las carteras.

**5. Cronograma**

El cronograma está planificado por trimestres:

- Primer trimestre: conseguir personas indicadas de la sociedad mercantil y obtener el permiso de operaciones.
- Segundo trimestre: aportar el capital y obtener préstamo. Se construirán las instalaciones para el área de elaboración de carteras.
- Tercer trimestre: organizar la producción y comercialización. Empezar a pagar el préstamo.

## 6. Oportunidades y riesgos

Oportunidades	Riesgos
Producto ha tenido buena aceptación	Falta de experiencia en costos de materia prima.
Mercado en el extranjero	

## 7. Planificación y financiamiento

**Proyección financiera**  
**“Fabrica de carteras de Suyate”**  
**Nery´s S.D.R.L**

<b>Informe económico 2009</b>	
<b>Ingresos</b>	
Capital social	20,000 lps.
Préstamo	40,000 lps.
Venta anual de carteras ganancias netas	145,000 lps.
<b>Total de ingresos</b>	<b>205,000 lps.</b>
<b>Egresos</b>	
Compra de bienes inmuebles	20,000 lps.
Compra de equipo	15,000 lps.
Capital rotativo de trabajo	10,000 lps.
Pago préstamo y capital	15,000 lps.
Gastos administrativos	80,000 lps.
<b>Total egresos</b>	<b>140,000 lps.</b>
<b>Saldo disponible al 31 dic.</b>	<b>65,000 lps.</b>

Anexo 5. Fotografías de las microempresarias interactuando en el taller “Plan de Negocios”.



Anexo 6. Fotografías de los productos y la información respectiva de cada una de las microempresarias.

	
<p><b>Nery Franco, Artesanías Nery's</b></p>	<p><b>Paula del Carmen Gutierrez, Comedor Bella Vista</b></p>
	
<p><b>Martha Zuniga, Comedor Lizapa</b></p>	<p><b>Reyna Margarita Salgado, Dulces Típicos de Yuscarán</b></p>
	
<p><b>Teresa de Jesús Salgado, Pupusas El Portal</b></p>	<p><b>Martha Moncada, Dulces Abuela Loncha</b></p>
	
<p><b>Suyapa Rivera, Comidas al Horno</b></p>	

Anexo 7. Fichas de emprendimiento de microempresarias.



**Martha Zuniga Fortín**

Propietaria del Comedor Lizapa, negocio propio ubicado en la comunidad de Galeras en el municipio de Güinope.

Su emprendimiento como actora de la economía empieza desde la venta de tortillas de forma muy humilde hasta sus inicios como microempresaria con un pequeño local ubicado en su propio lugar de vivienda; en la actualidad su participación en diferentes proyectos y ferias promovidas por Zamorano. Otro grande logro de Martha Zuniga ha sido ofrecer el servicio del comedor a personas muy representativas para el desarrollo en el país, ella ha interactuando con el ex presidente del BID, el ex presidente de la República José Manuel Zelaya, ex presidenta del Banco Central, Gabriela Nuñez; también ha participado en eventos promovidos por el Hotel Honduras Maya.



**Teresa de Jesús Salgado**

Propietaria de Pupusas El Portal, mujer emprendedora que empieza su visión desde una pequeña pulpería con la ayuda de su padre donde los mismos proveedores le pedían comida y ofreciendo lo poco que tenía en su la refrigeradora de su hogar, toma la decisión de vender tamales hechos al horno, seguido a esto prepara pupusas puesto que son fáciles de hacer y por sus ingredientes que no necesita refrigeración. Poco a poco empieza a participar en ferias las colas son largas y en espera para su puesto. Motivada a que la zona tiene una gran fluidez de visitantes se acondiciona un lugar con las comodidades necesarias para la atención al cliente por lo cual construye su negocio localizado cerca de su casa. El negocio en la actualidad recibe un sin número de visitantes que son invitados o recomendados por otras personas que han sido testigos propios del servicio. El objetivo principal de Teresa es dar una mejor calidad de vida a su familia de tal manera que participa en varios eventos que muchas veces son contratados.



### **Suyapa Rivera**

Propietaria de Comidas al Horno, empieza a diez años de edad desde una tradición familiar enseñada por su madre que se ha dedicado a la preparación y elaboración de comida. El arte de Suyapa es preparar comida a base de horno comienzan sus actividades vendiendo y preparando lechones y después diversificando su menú. Inicio las ventas en el kiosco de Zamorano que a su vez acepta la invitación a formar parte de las microempresarias del Valle del Yeguaré hace ya nueve años, que se fundó con el apoyo de la institución, recibiendo capacitaciones con el fin de fortalecer los negocios. Todos sus alcances han sido con fondos propios teniendo una gran participación en ferias. En la actualidad se encuentra trabajando directamente con Espresso Americano siendo su proveedora de productos, sus ventas son bajo pedido y a domicilio.

La visión de Suyapa es instaurar un restaurante propio ofreciendo al cliente un servicio con la preparación comidas directas del horno al plato del cliente.



### **Martha Moncada**

Martha es propietaria de Dulces Abuela Loncha, localizado en Güinope.

Su arte de preparación de dulces empieza desde muy pequeña con el aprendizaje de la elaboración de dulces a base de coco y mantequilla, vende sus productos a pulperías y otros negocios aledaños como a las instituciones universitarias o en oficinas en Danlí que hacen su llamado, incrementando las ventas de una manera integral de sus actividad puesto que ella misma produce, vende y distribuye a sus clientes.

Ha participado en ferias especialmente en el Festival de la naranja y en la Feria Panamericana en Zamorano, llevando cinco años de participación en la institución, venden dulces en, he participado en ferias en la biblioteca nacional y en el aniversario de batallones nos comenta Martha. Su participación con Zamorano no solo ha sido en las ferias si no que también ha participado de las capacitaciones que se ofrecen a las microempresarias, capacitaciones en alimentos, ventas y elaboración de productos.

La visión de la microempresaria es seguir preparando dulces y diversificar su mercado llegando hasta la localidad de Tegucigalpa.



**Reyna Margarita Salgado**

Reyna empieza su capacitación a los diez años con la ayuda de una tía, comenzando con dulces fáciles de elaborar entre estos zapotillo, tablitas, figura, pan de rosa, encocadas pero al paso de los años aprende a elaborar más productos diversificando su especialidad y entregando al cliente nuevos productos. A tenido una alta participación en capacitaciones impartidas en Zamorano entre ellas atención, manipulación y conservación de alimentos; participando a la vez en el Ministerio de artes y deportes durante ocho años efectuando viajes por diferentes partes de Honduras con el fin de promocionar el producto, en la actualidad ya no funciona este ministerio.

Los productos se vende muy poco en su hogar por lo cual se siente en la obligación de salir y promocionar en ferias realizadas en la zona o en Zamorano, la elaboración de los dulces se hacen a su vez bajo pedido y la entrega es directa, teniendo muchos obstáculos para promocionar su producto. Agradezco a Zamorano ya que sin su ayuda no podría haber salido adelante.



**Paula del Carmen Gutiérrez**

En 1991 empieza a vender en un pequeño kiosco en el centro de Morocelí, para incrementar sus ventas alquila una casa y coloca su negocio, después de un tiempo llega a la comunidad la Fundación UNIZA la que se dedica a trabajar con mujeres, organizando reuniones y ofreciendo prestamos de L. 2500 hasta la capacidad de pago, con esto pudo mejorar su actividad en el negocio. No obstante el préstamo empieza su capacitación en el manejo de negocios y comidas, administración de negocios. Años más tarde Zamorano llega a Morocelí con el proyecto “Iniciativas del Yeguaré” promoviendo visitas a los negocios y de la misma manera invitan a reuniones de capacitación en el ámbito de mejoramiento del producto, manejo y manipulación de alimentos, y atención al cliente llevando ya doce años de participación con la institución se ha llegado a conocer un producto de calidad en las diferentes ferias impulsadas por Zamorano.

La visión de Paula es seguir adelante, mejorando el negocio y seguir ofreciendo un producto de buena calidad y que el producto llegue a nuevas fronteras para promocionar la Región del Yeguaré.



**Nery Franco**

Nery es maestra de artesanías de fibra natural, usa tejidos combinados con madera y bambú, usa mimbre y madera de color o de pino para hacer bancos, sillas de descanso, también elabora cestería combinando con flores de papel y flores de tuza. Comienza como instructora de artesanías en el año 2000 en la comunidad Nuevo Paraíso, ofreciendo talleres de capacitación a otras mujeres que fueron refugiadas por agresiones intrafamiliares, participando directamente con Zamorano y con el apoyo de los fondos de artesanas y microempresarias del BID pudo incrementar su experiencia. Ha participado en dos ferias por la iniciativa del Yeguaré en conjunto con la fundación Kellogg y ha asistido a dos ferias Panamericanas en Zamorano. En la actualidad la microempresaria es profesora de artes en la escuela de su comunidad.

Nery tiene la visión de abrir las puertas a nuevos nichos de mercado y haciendo conocer sus productos que con mucho esfuerzo los realiza.

## Anexo 8. Descripción del perfil del cliente.

El perfil del cliente en las microempresas de los servicio alimentos y bebidas, dulces tradicionales y artesanías puede precisar o tomar como guía los siguientes parámetros surgiendo la necesidad de establecer y conocer el perfil del cliente para elaborar estrategias de ventas independientemente la temporada. Después de un análisis de los clientes en las microempresas se afianza el enfoque de los clientes en los siguientes parámetros:

- **Demografía de los clientes:** la clientela que visita las microempresas son personas mayores de edad, género femenino y masculino, la mayoría de los clientes tienen residencia hondureña sin embargo atienden a grupos de visitantes extranjeros, ocupación, nivel de escolaridad y finalmente un aspecto muy importante es conocer el estrato social al que pertenece el cliente.
- **Aspectos psicográficos de los clientes:** en cuanto a la percepción del cliente se puede definir que el tipo de servicio es excelente por la mayoría de los clientes pero hay que aumentar en la totalidad de los clientes su excelencia, definiendo de esta manera los productos estrella y/o los productos con mayores ventas definiendo los gustos y preferencias de los clientes.
- **Comportamiento del cliente:** la satisfacción del cliente se la debe medir con respecto a la satisfacción de adquirir el producto, la preferencia del producto midiendo cantidad, calidad y presentación; analizar la frecuencia de compra, los hábitos de compra y conocer la cantidad de compra del producto.
- **Publicidad:** hay que afianzar las estrategias de la publicidad con respecto al entorno, a la orientación familiar y según la temporada; buscando apoyo en organizaciones con experiencia o creando alianzas con el INFOP.
- **Estilo de vida:** se deben conocer con exactitud los intereses de los clientes para llegar con mayor facilidad a aceptación, con respecto al interés se puede definir las causas por las cuales el cliente, frecuenta el negocio, la preferencia de los productos, y el motivo de la visita a las microempresas.

Anexo 9. Requisitos para obtener una personería jurídica en Honduras.

- Obtención de la escritura pública.
- Inscripción en el registro mercantil.
- Solicitud del Registro Tributario Nacional (RTN).
- Registro de la cámara de comercio.
- Permiso de operación.
- Autorización de libros contables.
- Permiso de instalar rótulos.