



**FACULTAD DE POSTGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

**IMPACTO DE “VOCES VITALES HONDURAS” COMO
PLATAFORMA DE IMPULSO AL CRECIMIENTO
ECONÓMICO DE LAS EMPRENDEDORAS AFILIADAS EN LA
CIUDAD DE TEGUCIGALPA**

**SUSTENTADO POR:
ELKY ARACELI LÓPEZ ARÉVALO
LAURA MARIA LANZA FONSECA**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MÁSTER EN FINANZAS**

**TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS, C.A.
DICIEMBRE, 2023**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTORA

ROSALPINA RODRÍGUEZ

**VICERRECTOR ACADÉMICO NACIONAL
JAVIER ABRAHAM SALGADO LEZAMA**

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

**DIRECTORA NACIONAL DE POSTGRADO
ANA DEL CARMEN RETTALLY VARGAS**

**IMPACTO DE “VOCES VITALES HONDURAS” COMO
PLATAFORMA DE IMPULSO AL CRECIMIENTO
ECONÓMICO DE LAS EMPRENDEDORAS AFILIADAS EN LA
CIUDAD DE TEGUCIGALPA**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE**

MÁSTER EN FINANZAS

**ASESOR METODOLOGICO
OSCAR DONALDO MOLINA**

MIEMBROS DE LA TERNA:

CID CANALES AGUILAR

CARLA CARDONA

MARLON MEJIA

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2023

Elky Araceli López Arévalo

Laura María Lanza Fonseca

Todos los derechos son reservados.

**AUTORIZACIÓN DEL AUTOR(ES) PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN
PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO DE TESIS DE POSTGRADO**

Señores

**CENTRO DE RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN (CRAI)
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA (UNITEC).**

Presente

Estimados Señores:

Nosotras, **ELKY ARACELI LÓPEZ ARÉVALO Y LAURA MARIA LANZA FONSECA**, de Tegucigalpa, autoras del trabajo de postgrado titulado: **IMPACTO DE “VOCES VITALES HONDURAS” COMO PLARAFORMA DE IMPULSO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS EMPRENDEDORAS AFILIADAS EN LA CIUDAD DE TEGUCIGALPA**, presentado y aprobado en diciembre 2023, como requisito previo para optar el título de **MÁSTER EN FINANZAS** y reconociendo que la presentación del presente documento forma parte de los requerimientos establecidos del programa de maestrías de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), por este medio autorizamos a las Bibliotecas de los Centros de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) de UNITEC, para que con fines académicos puedan libremente registrar, copiar y utilizar la información contenida en él, con fines educativos, investigativos o sociales de la siguiente manera:

- 1) Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en las salas de estudio de la biblioteca y/o la página Web de la Universidad.
- 2) Permita la consulta y/o la reproducción a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD o digital desde Internet, Intranet, etc., y en general en cualquier otro formato conocido o por conocer.

De conformidad con lo establecido en los artículos 9.2, 18, 19, 35 y 62 de la Ley de Derechos de Autor y de los Derechos Conexos; los derechos morales pertenecen al autor y son personalísimos, irrenunciables, imprescriptibles e inalienables. Asimismo, el autor cede de forma ilimitada y exclusiva

a UNITEC la titularidad de los derechos patrimoniales. Es entendido que cualquier copia o reproducción del presente documento con fines de lucro no está permitida sin previa autorización por escrito de parte de UNITEC.

En fe de lo cual se suscribe el presente documento en la ciudad de Tegucigalpa, M.D.C, a los dieciséis días del mes de diciembre del año 2023.



Elky Araceli López Arévalo

12213189



Laura María Lanza Fonseca

12213200



FACULTAD DE POSTGRADO

**IMPACTO DE “VOCES VITALES HONDURAS” COMO PLATAFORMA DE
IMPULSO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS EMPRENDEDORAS
AFILIADAS EN LA CIUDAD DE TEGUCIGALPA**

Elky Araceli López Arévalo

Laura María Lanza Fonseca

Resumen

Este informe examina de cerca el papel crucial de Voces Vitales Honduras como catalizador para el avance económico de emprendedoras en Tegucigalpa. Se resalta su impacto significativo al potenciar el empoderamiento financiero de mujeres emprendedoras, proporcionando un entorno esencial para el desarrollo de habilidades, conexiones estratégicas y recursos vitales. El análisis revela mejoras tangibles en la visibilidad y accesibilidad de los negocios liderados por mujeres, subrayando la contribución esencial de esta plataforma al fomento de la autonomía financiera.

La metodología de investigación aplicada en este estudio se fundamenta en un enfoque cuantitativo para obtener una comprensión integral del impacto de Voces Vitales Honduras en el crecimiento económico de las emprendedoras en Tegucigalpa. Se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura para establecer un marco teórico sólido. La recopilación de datos cuantitativos se realizó mediante encuestas estructuradas, centrándose en indicadores financieros y resultados económicos.

El análisis de datos permitió una evaluación más completa del impacto de Voces Vitales Honduras proporcionando así una base robusta para las conclusiones y recomendaciones del estudio.

El informe concluye destacando la necesidad de continuar respaldando programas como Voces Vitales Honduras, reconociéndolos como agentes clave para fortalecer la presencia empresarial femenina y generar un impacto duradero en el crecimiento económico del país.

Palabras claves: Accesibilidad Empresarial, Autonomía Financiera, Crecimiento Económico, Desarrollo de Habilidades, Empoderamiento Financiero, Emprendedoras, Redes Empresariales, Voces Vitales Honduras.



GRADUATE SCHOOL

**IMPACT OF "VITAL VOICES HONDURAS" AS A PLATFORM TO PROMOTE THE
ECONOMIC GROWTH OF WOMEN ENTREPRENEURS IN TEGUCIGALPA**

Elky Araceli López Arévalo

Laura María Lanza Fonseca

Abstract

This report takes a close look at the crucial role of Vital Voices Honduras as a catalyst for the economic advancement of women entrepreneurs in Tegucigalpa. It highlights its significant impact in empowering the financial empowerment of women entrepreneurs, providing an essential environment for the development of skills, strategic connections, and vital resources. The analysis reveals tangible improvements in the visibility and accessibility of women-led businesses, underscoring the platform's essential contribution to fostering financial empowerment.

The research methodology applied in this study is based on a quantitative approach to obtain a comprehensive understanding of the impact of Vital Voices Honduras on the economic growth of women entrepreneurs in Tegucigalpa. A comprehensive review of the literature was conducted to establish a sound theoretical framework. Quantitative data collection was conducted through structured surveys, focusing on financial indicators and economic outcomes.

The data analysis allowed for a more comprehensive assessment of the impact of Vital Voices Honduras, thus providing a robust basis for the study's conclusions and recommendations.

The report concludes by highlighting the need to continue supporting programs such as Vital Voices Honduras, recognizing them as key agents to strengthen the female business presence and generate a lasting impact on the country's economic growth.

Keywords: Business Accessibility, Financial Autonomy, Economic Growth, Skills Development, Financial Empowerment, Entrepreneurs, Business Networks, Vital Voices Honduras.

DEDICATORIA

Dedico este logro primeramente a Dios, mi fuente inagotable de fortaleza y guía. En cada paso de este camino, su gracia ha sido mi luz. A mis queridos hijos, cuyo amor ilumina mi camino, y a mi esposo quien fue mi promotor y mi inspiración, les dedico este logro que compartimos juntos. También se lo dedico con especial cariño a mis padres, cuyo apoyo incondicional ha sido mi ancla en las tormentas y mi viento en las velas del éxito. Que este logro refleje no solo mi esfuerzo, sino también el amor y respaldo que he recibido, y es por ello que este triunfo lleva la marca de cada uno de ustedes, mi familia, quienes son mi mayor tesoro. Con amor y gratitud infinitos, este logro es también de ustedes.

Laura María Lanza Fonseca

A Dios, por su sabiduría, entendimiento y fortaleza, y enseñarme a través de este proyecto que *-Hay bajo el sol un momento para todo, tiempo para hacer cada cosa- (Eclesiastés 3,1)*. A mi madre Blanca Arévalo porque con su ejemplo de valentía y esfuerzo me ha motivado a ser mejor cada día, por su amor y apoyo incondicional en cada instante de mi vida. A mis hermanos Alex y Roberto, por motivarme a seguir luchando por mis sueños. A Aarón García, por su amor y acompañamiento. Llegar hasta aquí es reflejo del respaldo constante que me han brindado, con todo mi amor, dedicado a ustedes.

Elky Araceli López Arévalo

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a Dios, cuya luz ha guiado cada paso de mi vida. A mi amado esposo, hijos y padres, les agradezco por ser mi constante apoyo y fuente de amor incondicional, asimismo expreso un agradecimiento especial a las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras en Tegucigalpa y en particular, a la Lic. Isis Durón, su apertura y apoyo han sido fundamentales para la realización de este proyecto de tesis. Reconozco y valoro profundamente su liderazgo inspirador.

Asimismo, deseo expresar mi profundo agradecimiento a mi colega de estudio, Elky López, a quien admiro y respeto por ser una excelente profesional y también una persona extraordinaria que siempre está al servicio de Dios y su prójimo. Su colaboración y amistad han enriquecido esta experiencia, y su compromiso ha sido una fuente constante de inspiración.

Agradezco también a nuestro asesor académico, Master Oscar Molina, por su contribución y orientación sabia durante este proceso educativo. Cada uno de ustedes ha dejado una marca significativa en mi vida. ¡Muchas gracias y Bendiciones!!!

Laura María Lanza Fonseca

AGRADECIMIENTO

A Dios, porque su mano lo hace todo bien, y al ver hecho realidad este logro, con alegría puedo decir –*Te doy gracias, Señor, de todo corazón, pues oíste las palabras de mi boca... El día que clame me respondiste y aumentaste la fuerza de mi alma-* (Salmo 138, 1). A mis seres amados, porque siempre puedo contar con su apoyo incondicional.

A Voces Vitales Honduras, que a través de la Licenciada Isis Durón, nos han abierto las puertas de tan prestigiosa institución. A cada una de las emprendedoras que de buena voluntad nos han brindado valiosa información, fuente principal para el desarrollo de este proyecto.

Agradezco de forma especial a mi querida Laura, mi admiración y respeto para tan valioso ser humano, quien ha sido mi compañera y cómplice en este camino de aprendizaje, un verdadero placer compartir con una gran profesional esta experiencia que sin duda será inolvidable. Gracias por no dejarme abandonar el proyecto.

Contar con la mentoría de un excelente profesional siempre marca la diferencia en el área educativa, mi agradecimiento para el Máster Oscar Molina, por todo su aporte en este proceso de aprendizaje, su experiencia y conocimientos compartidos han enriquecido este proyecto.

Elky Araceli López Arévalo

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 10 |
| 1.1 INTRODUCCIÓN | 10 |
| 1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA | 11 |
| 1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA | 13 |
| 1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA..... | 13 |
| 1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... | 15 |
| 1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN..... | 15 |
| 1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO | 15 |
| 1.4.1 OBJETIVO GENERAL | 15 |
| 1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS..... | 15 |
| 1.5 JUSTIFICACIÓN | 16 |
| CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO..... | 19 |
| 2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL | 19 |
| 2.1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO | 19 |
| 2.1.1.1 LAS MIPYME EN AMÉRICA LATINA Y SU APORTE ECONOMICO .. | 20 |
| 2.1.2 ANÁLISIS DEL MESOENTORNO..... | 28 |
| 2.1.2.1 ANTECEDENTES ECONOMICOS DE LA REGIÓN CENTROAMERICANA, PANAMA, REPUBLICA DOMINICANA Y BELICE (SICA) | 28 |
| 2.1.2.2 LAS MIPYME EN LA REGIÓN CENTROAMERICANA, PANAMA, REPUBLICA DOMINICANA Y BELICE (SICA) | 30 |
| 2.1.3 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO | 33 |
| 2.1.3.1 CRECIMIENTO ECONÓMICO DE HONDURAS | 33 |
| 2.1.3.2 LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (MIPYME´S) Y SU PAPEL EN LA ECONOMIA DE HONDURAS. | 34 |
| 2.1.3.3 DESAFÍOS DE LAS MIPYME´S EN HONDURAS..... | 35 |
| 2.1.3.4 VOCES VITALES HONDURAS (VVH) COMO FOMENTO AL CRECIMIENTO ECONOMICO DE LAS EMPRENDEDORAS EN TEGUCIGALPA | 39 |
| 2.1.3.4.1 VITAL VOICES GLOBAL PARTNERSHIP | 39 |

| | | |
|---------------------------------|---|----|
| 2.1.3.4..2 | CAPITULO DE VOCES VITALES EN HONDURAS | 40 |
| 2.2 | CONCEPTUALIZACIÓN | 48 |
| 2.2.1 | EMPRENDIMIENTO | 48 |
| 2.2.2 | GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN FINANCIERA EN LAS MIPYME | 48 |
| 2.2.3 | CONTROL FINANCIERO | 49 |
| 2.2.4 | GESTIÓN DE FLUJOS DE EFECTIVO | 49 |
| 2.2.5 | GESTIÓN DE FINANCIAMIENTO | 50 |
| 2.2.6 | EDUCACIÓN FINANCIERA | 50 |
| 2.2.7 | CRECIMIENTO ECONÓMICO | 50 |
| 2.3 | TEORÍAS DE SUSTENTO | 51 |
| 2.3.1 | LAS TEORÍAS MODERNAS SOBRE ESTRUCTURA DE CAPITAL | 51 |
| 2.3.2 | TEORÍA DE LOS COSTOS DE TRANSACCIÓN | 55 |
| 2.4 | MARCO LEGAL | 58 |
| 2.4.1 | LEY DE APOYO A LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA | 59 |
| 2.4.2 | LEY DE FOMENTO Y DESARROLLO DE COMPETITIVIDAD DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EN HONDURAS | 59 |
| 2.4.3 | LEY PARA LA GENERACION DE EMPLEO, FOMENTO A LA INICIATIVA, EMPRESARIAL, FORMALIZACION DE NEGOCIOS Y PROTECCION A LOS DERECHOS DE LOS INVERSIONISTAS. | 60 |
| 2.4.4 | LEY PARA LA RECUPERACIÓN Y REACTIVACIÓN ECONÓMICA DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA | 61 |
| 2.4.5 | LEY DE APOYO FINANCIERO PARA LOS SECTORES PRODUCTIVOS DE HONDURAS | 62 |
| CAPÍTULO III. METODOLOGÍA | | 64 |
| 3.1 | CONGRUENCIA METODOLÓGICA | 64 |
| 3.1.1 | MATRIZ METODOLÓGICA | 64 |
| 3.1.2 | ESQUEMA DE VARIABLES DE ESTUDIO | 68 |
| 3.1.3 | OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES | 69 |
| 3.1.4 | HIPÓTESIS | 73 |
| 3.2 | ENFOQUE Y MÉTODOS | 73 |
| 3.3 | DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN | 74 |

| | | |
|--|---|------------|
| 3.3.1 | POBLACIÓN | 75 |
| 3.3.2 | MUESTRA..... | 75 |
| 3.3.3 | TÉCNICAS DE MUESTREO | 76 |
| 3.4 | TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS..... | 77 |
| 3.4.1 | TECNICAS | 77 |
| 3.4.2 | INSTRUMENTO | 77 |
| 3.4.3 | VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO | 78 |
| 3.4.4 | PROCEDIMIENTOS | 85 |
| 3.5 | FUENTES DE INFORMACIÓN | 86 |
| 3.5.1 | FUENTES PRIMARIAS | 86 |
| 3.5.2 | FUENTES SECUNDARIAS | 87 |
| CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS | | 88 |
| 4.1 | INFORME DE PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS | 88 |
| 4.2 | RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS TÉCNICAS APLICADAS | 88 |
| 4.2.1 | DATOS GENERALES | 88 |
| 4.2.2 | INGRESOS | 90 |
| 4.2.3 | GESTION FINANCIERA Y RENTABILIDAD..... | 92 |
| 4.2.4 | EXPANSIÓN DEL NEGOCIO | 93 |
| 4.2.5 | DESARROLLO DE HABILIDADES EMPRESARIALES..... | 95 |
| 4.2.6 | GENERACIÓN DE EMPLEO..... | 99 |
| 4.2.7 | DESAFIOS..... | 99 |
| 4.2.8 | SATISFACCIÓN Y MOTIVACIÓN..... | 101 |
| CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | | 104 |
| 5.1 | CONCLUSIONES | 104 |
| 5.2 | RECOMENDACIONES | 106 |
| CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD | | 108 |
| 6.1 | NOMBRE DE LA PROPUESTA | 108 |
| 6.2 | JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA..... | 108 |
| 6.3 | ALCANCE DE LA PROPUESTA | 109 |
| 6.4 | ANALISIS COSTO- BENEFICIO..... | 109 |
| 6.5 | DESCRIPCIÓN, DESARROLLO Y DISPONIBILIDAD..... | 110 |

| | | |
|------------|---|------------|
| 6.5.1 | DESCRIPCIÓN..... | 110 |
| 6.5.2 | DESARROLLO | 111 |
| 6.5.3 | DISPONIBILIDAD..... | 118 |
| 6.6 | MEDIDAS DE CONTROL..... | 118 |
| 6.7 | CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN | 119 |
| 6.8 | CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA | 121 |
| | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 127 |
| | ANEXOS | 137 |
| | Anexo 1 Matriz Anexo Operacionalización de Variables | 137 |
| | Anexo 2 Matriz de validación experto “A” | 142 |
| | Anexo 3 Matriz de validación experto “B” | 154 |
| | Anexo 4 Matriz de validación experto “C” | 164 |
| | Anexo 5 Instrumento de Recolección de Información | 174 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|--|-----|
| Figura 1 Fuerza de trabajo según sexo 2021-2022 | 11 |
| Figura 2 Total Ocupados 2022 | 12 |
| Figura 3 Empleo y ocupación por genero..... | 13 |
| Figura 4 Distribución del Crédito por sexo por tipo de crédito a diciembre 2022 | 17 |
| Figura 5 Estimaciones de cantidad de MIPYME en Latinoamérica (al 2021)..... | 21 |
| Figura 6 Estadísticas de las MIPYME en México 2020..... | 23 |
| Figura 7 Cantidad de empresas por tamaño, 1998-2016 (en número de empresas y porcentajes)..... | 26 |
| Figura 8 Sistema de Fomento a las MIPYME, 2016..... | 27 |
| Figura 9 Principales programas y políticas en beneficio de las MIPYMS en Chile | 28 |
| Figura 10 Variación del Producto Interno Bruto (PIB) para Centroamérica, Panamá y República Dominicana (2019-2024) | 30 |
| Figura 11 Evolución del IGE para los países del SICA (2015-2020) | 31 |
| Figura 12 Comparativa por países, media regional y mejor estándar internacional en emprendimiento | 32 |
| Figura 13 Comparación sobre el indicador de percepción de acceso al financiamiento por parte de la MIPYME | 33 |
| Figura 14 PIB Variación Interanual 2017-2022 | 34 |
| Figura 15 Evolución del crédito por Sexo en el sistema financiero 2018-2022..... | 38 |
| Figura 16 Distribución del crédito por sexo y tipo de crédito a diciembre 2022 | 39 |
| Figura 17 Patrocinadores y aliados estratégicos Voces Vitales Honduras..... | 42 |
| Figura 18 El ciclo del Crecimiento Financiero de la Empresa | 54 |
| Figura 19 Relación entre las características de la Transacción (activos específicos e incertidumbre) y la coordinación vertical..... | 58 |
| Figura 20 Esquema de variables de estudio..... | 68 |
| Figura 21 Infografía del Marco Metodológico | 74 |
| Figura 22 Formula de cálculo de muestra | 75 |
| Figura 23 Nivel de Confianza y Valor de Z | 76 |
| Figura 24 Edad y Nivel Educativo de las Emprendedoras | 89 |
| Figura 25 Tiempo de pertenecer a Voces Vitales Honduras | 89 |
| Figura 26 Programas de VVH al que pertenecen las emprendedoras | 90 |
| Figura 27 Incremento en Ingresos de Emprendedoras | 91 |
| Figura 28 Relación Incremento de Utilidades -Revisión de Costos..... | 92 |
| Figura 29 Diversificación de Productos y Servicios - Apertura de Nuevos Puntos de Venta | 93 |
| Figura 30 Medios utilizados para promocionar productos y servicios..... | 94 |
| Figura 31 Porcentaje de emprendedoras que llevan registros contables | 95 |
| Figura 32 Medios de pagos utilizados por las emprendedoras | 97 |
| Figura 33 Acceso a Capacitación a través de Voces Vitales Honduras | 98 |
| Figura 34 Planteamiento de objetivos a Corto, Mediano y Largo Plazo..... | 99 |
| Figura 35 Generación de empleo..... | 99 |
| Figura 36 Beneficios que obtiene las Emprendedoras a través de Voces Vitales Honduras | 101 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| Tabla 1 Programas Voces Vitales Honduras | 44 |
| Tabla 2 Objeto y Beneficios de la Ley de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa..... | 59 |
| Tabla 3 Definición de Micro, Pequeña y Mediana empresa..... | 60 |
| Tabla 4 Matriz Metodológica | 66 |
| Tabla 5 Matriz de Operacionalización de Variables | 70 |
| Tabla 6 Resumen de Validación de Instrumento..... | 78 |
| Tabla 7 Nivel de Conocimiento de la Gestión Financiera..... | 92 |
| Tabla 8 Apertura de Nuevos Puntos de venta..... | 94 |
| Tabla 9 Herramientas de Registros Contables utilizados por las emprendedoras | 95 |
| Tabla 10 Análisis Comparativo de Factores Internos y Externos que limitan el Crecimiento Económico de las Emprendedoras..... | 100 |
| Tabla 11 Cruce de Variables Recomendación de Voces Vitales Honduras por parte de las Emprendedoras y su Nivel de Satisfacción | 102 |
| Tabla 12 Matriz de caracterización de medidas de control del proceso de implementación de la Guía Financiera..... | 118 |
| Tabla 13 Cronograma de Socialización de la Guía Financiera | 120 |
| Tabla 14 Concordancia De Los Segmentos De La Tesis Con La Propuesta..... | 121 |

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se desarrolla la introducción sobre el tema de investigación, explicándose brevemente la estructura del documento de tesis. Se determinan los elementos básicos que sustentan los antecedentes del problema, derivados del cual surge la investigación y posteriormente se procede al planteamiento del problema y las preguntas de investigación.

Seguidamente se definen los objetivos generales y específicos para poder orientar de forma lógica y congruente la investigación. Para finalizar el capítulo presenta la justificación, misma que contiene los detalles del porque se analizara el impacto de Voces Vitales Honduras como plataforma de fomento al crecimiento de las emprendedoras afiliadas en Tegucigalpa.

1.1 INTRODUCCIÓN

Este informe de tesis representa un esfuerzo dedicado para explorar y comprender a profundidad el impacto transformador que Voces Vitales Honduras ha tenido en el panorama emprendedor de Tegucigalpa. La esencia de esta investigación radica en descubrir cómo esta plataforma ha actuado como un agente impulsor esencial, creando un entorno propicio para el desarrollo y la prosperidad económica de las mujeres emprendedoras.

En el contexto económico y social de Tegucigalpa, Voces Vitales Honduras ha emergido como un catalizador clave, mismo que se ha convertido en un puente hacia el empoderamiento, fomentando la adquisición de habilidades empresariales, estableciendo conexiones estratégicas y abriendo puertas a recursos esenciales. A medida que se avanza en el análisis, se busca comprender cómo estas iniciativas han contribuido a fortalecer el género empresarial femenino, elevando no solo la visibilidad y accesibilidad de los negocios liderados por mujeres, sino también cultivando un sentido profundo de autonomía financiera.

A lo largo de este informe, se desglosan los hallazgos detallados que revelan la evolución tangible experimentada por las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras. Desde mejoras en la visibilidad en el mercado hasta el impacto directo en la autonomía financiera, cada capítulo se sumerge en aspectos específicos que definen la contribución única de esta plataforma al crecimiento económico local.

Con el objetivo de proporcionar una visión holística y práctica, no solo se centra en los resultados obtenidos, sino que también se plantean recomendaciones estratégicas para fortalecer aún más la influencia positiva de Voces Vitales Honduras en el futuro. Este informe se erige como un testimonio del compromiso continuo con el impulso económico sostenible y la promoción del espíritu emprendedor de Tegucigalpa.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Honduras, como país en vías de desarrollo enfrenta un sin número de desafíos a superar, y, uno de estos reside en garantizar a los hondureños el acceso a fuentes de ingresos formales que le permitan satisfacer las necesidades básicas y las de su familia. La Población en Edad de Trabajar (PET), es aquella población definida por las normas internacionales (OIT), como apta en cuanto a edad para ejercer funciones productivas (15 años y más), para septiembre del 2022 se estima que 72 de cada 100 hondureños están edad de trabajar. (Instituto Nacional de Estadísticas, 2023).

Como se observa en la Figura 1, de acuerdo a cifras del (Instituto Nacional de Estadísticas, 2023) las mujeres representan el 40.1% de la fuerza de trabajo mientras que los hombres un 59.9%, esta brecha se ve aumentada con respecto al año 2021, las mujeres son las más afectadas a la hora de acceder a un empleo.

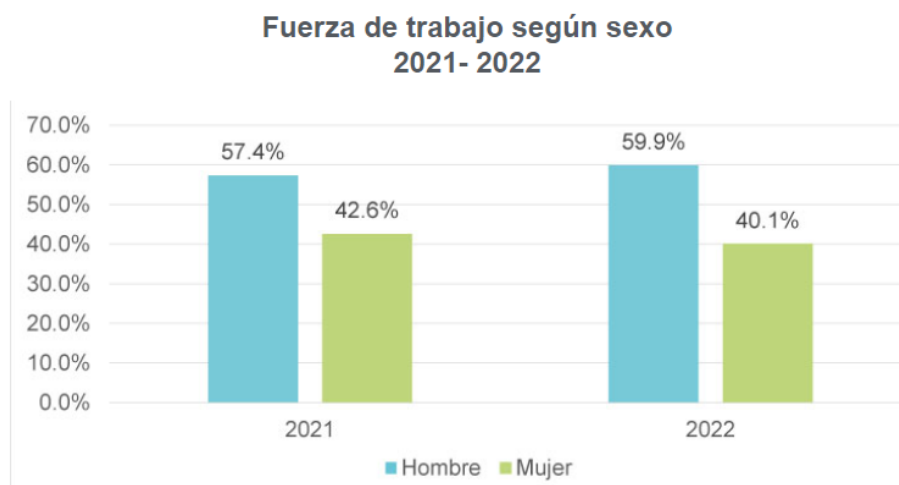


Figura 1 Fuerza de trabajo según sexo 2021-2022

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas, 2023)

Por otra parte, el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (2023) señala que en Honduras al 2022 se alcanzó cerca de 6.8 millones de hondureños en edad de trabajar, no

obstante el total de ocupados únicamente asciende al 3.7 millones de personas. El estudio clasifica a las personas como ocupados asalariados y no asalariados, y con respecto a estos últimos, están mayormente representados por aquellas personas que trabajan por “cuenta propia” (Ver Figura 2).

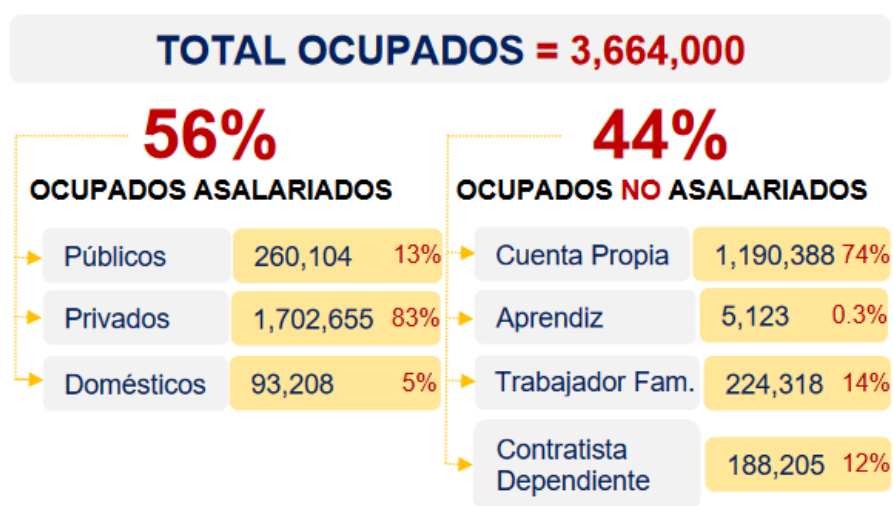


Figura 2 Total Ocupados 2022

Fuente: (Consejo Hondureño de la Empresa Privada, 2023)

En consonancia con lo previamente argumentado, se observa una necesidad apremiante para las familias en generar formas de sustento, dando lugar a lo que se denomina "autoempleo", “cuenta propia” o, de manera más destacada, "emprendimiento". Esta dinámica implica el establecimiento de microempresas tanto informales como formales, y a medida que estas empresas maduran y se desarrollan, pueden evolucionar hacia entidades de mayor impacto, siendo catalogadas como pequeñas y medianas empresas (PYME).

Esta realidad económica y laboral en Honduras ha motivado a muchas familias a adoptar una actitud proactiva, especialmente al género femenino, en el cual, el emprender se presenta como una solución práctica para enfrentar las dificultades inherentes a la búsqueda de empleos formales y de acuerdo al Consejo Hondureño de la Empresa Privada (2022), del total de ocupaciones, las mujeres son mayoría en categorías como cuenta propia y trabajador familiar, como se muestra en la figura 3.

| | HOMBRE | MUJER |
|-------------------------|-----------|---------|
| Asalariado Público | 101,606 | 144,917 |
| Asalariado Privado | 1,177,487 | 494,306 |
| Asalariado doméstico | 7,937 | 112,472 |
| Cuenta propia | 552,812 | 564,586 |
| Contratista dependiente | 227,390 | 82,072 |
| Trabajador Familiar | 102,350 | 150,094 |

Figura 3 Empleo y ocupación por genero

Fuente: (Consejo Hondureño de la Empresa Privada, 2022)

Emprender, es entonces una opción viable que ha ganado un espacio importante en la vida de las hondureñas y conforme a lo expresado por (Sauceda, 2022) quien actúa como la Coordinadora del Comité de MIPYME de la Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias (AHIBA), la importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas para el país no es desconocida, y representa la columna vertebral de la economía al generar 7 de cada 10 empleos, y, además de generar empleo, son muestra de resiliencia en tiempos de crisis y muchos se reinventaron y aportaron alrededor del 60% del Producto Interno Bruto.

En el contexto anterior, se destaca de manera evidente el impacto que actualmente ostenta la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) en la escala de la economía nacional. En esta perspectiva, resulta crucial la importancia de analizar cómo se está abordando en Tegucigalpa la tarea de fomentar el crecimiento económico de las MIPYME, ya sea a través de programas gubernamentales y/o privados, especialmente aquellas que son dirigidas por la mujer hondureña, este último aspecto, dado a su rol fundamental en el impulso de la economía de los hogares hondureños.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

En la actualidad, la opción de emprender no solo representa una estrategia de supervivencia, sino que también se ha consolidado como una respuesta efectiva frente a situaciones de crisis económicas, periodos de desempleo o la insuficiencia de ingresos para

hacer frente a las responsabilidades familiares. Cada vez más, el emprendimiento se percibe como una vía versátil y resiliente para asegurar no solo la estabilidad financiera individual, sino también la capacidad de adaptarse y prosperar en entornos económicos desafiantes.

Frecuentemente, las emprendedoras inician esta actividad con el anhelo de poner en marcha alguna idea innovadora para un público en general o nichos específicos, y bajo la necesidad de generar ingresos propios para su subsistencia o como ingresos extras. En algunos casos, sobre todo en mujeres profesionales, eligen estas alternativas ante las desventajas de ascender en sus puestos laborales dentro de una organización, o de encontrar una oportunidad de empleo acorde a sus habilidades.

No obstante, la vida del emprendedurismo femenino inicia con el enfrentamiento de muchos obstáculos que contrarrestan su crecimiento, y por ende afectan su desarrollo en todos los sentidos, por ejemplo, entre las limitantes que más impactan, está el poco acceso a nuevos mercados, financiamientos, infraestructura acorde a sus capacidades instaladas, educación financiera, tecnología y otras muchas barreras que deben enfrentar y superar.

Por lo tanto, es de suma importancia considerar que el impulso a la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME), constituye una labor ardua y que implica unificar esfuerzos a través del sector público y privado para que en conjunto se creen políticas y programas u otras opciones que vayan orientadas a fortalecer este sector tan vulnerable, pero a su vez de gran impacto en la economía nacional.

Crear nuevas opciones o redes de apoyo a las MIPYME hondureñas, o en todo caso fortalecer las instituciones y programas ya existentes podría generar un impacto positivo en la economía de los hogares hondureños y sobre todo en aquellos donde los ingresos percibidos son producto de emprendimientos dirigidos por mujeres, ya que, de acuerdo a estudios realizados por el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (2022), la participación de las mujeres en diferentes actividades económicas produce un crecimiento más rápido, además de que los ingresos controlados por las féminas, modifica los patrones de gasto de forma que benefician a hijos e hijas.

Bajo esta premisa, existe Voces Vitales Honduras, institución no gubernamental que orienta acciones al apoyo a las emprendedoras a través de la formación empresarial, potenciación de habilidades de liderazgo, mentoría que van en favor del fortalecimiento de

las emprendedoras y así coadyuvar a su crecimiento personal y financiero, en respuesta a las múltiples desventajas y carencias que hasta hoy han limitado el avance de la mujer hondureña desde el sector del emprendedurismo, lo que ha provocado un estancamiento en su crecimiento financiero.

En consonancia con todo lo antes expuesto, y a fin de impulsar la importancia que tiene la mujer emprendedora en el crecimiento económico del sector MIPYME, se realizará esta investigación, que tiene por objeto analizar como la Institución Voces Vitales Honduras impacta en el crecimiento económico de las emprendedoras afiliadas en Tegucigalpa.

Se espera, que producto de este proyecto, se generen conclusiones y recomendaciones que provean oportunidades de mejora, estrategias y herramientas que contribuyan al fortalecimiento de las MIPYME que forman parte de dicha institución u otras que tengan acceso a los resultados de la investigación en mención.

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo ha impactado Voces Vitales Honduras en el crecimiento económico de las emprendedoras en Tegucigalpa?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Cómo ha impactado Voces Vitales Honduras en el crecimiento económico de las emprendedoras en Tegucigalpa, en términos de ingresos, ventas y utilidades?
2. ¿Cuáles son los factores claves que proporciona Voces Vitales Honduras y que han contribuido al crecimiento económico de las emprendedoras?
3. ¿A qué desafíos financieros se enfrentan las emprendedoras que participan en Voces Vitales Honduras?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar el impacto de “Voces Vitales Honduras” como plataforma de impulso al crecimiento económico de las emprendedoras en Tegucigalpa.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Analizar el crecimiento económico en términos de ingresos, ventas y utilidades de las emprendedoras afiliadas a los diferentes programas que promueve “Voces Vitales Honduras”.

2. Identificar los factores empresariales que proporciona “Voces Vitales Honduras” y que han contribuido al crecimiento económico de las emprendedoras en Tegucigalpa.
3. Identificar los desafíos financieros que enfrentan las emprendedoras que participan en los diferentes programas que promueve Voces Vitales Honduras.
4. Elaborar una guía financiera para las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras con el propósito de fortalecer su gestión empresarial.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Para (Barahona et al., 2020) el papel de la mujer hondureña ha ido en constantes cambios, integrándose cada vez más a la fuerza laboral, acceso a educación y la participación en el mundo empresarial, lo cual, las ha convertido en un segmento de interés, no obstante, (Barahona et al., 2020) expone en el estudio “Estado de situación del acceso de la mujer emprendedora al sistema financiero en Honduras”, impulsado por “INCAE”, que las mujeres han tenido que enfrentar menos posibilidades de acceso en participación económica que los hombres, lo cual ha generado hasta ahora una brecha que ha mantenido limitado del empoderamiento femenino en diferentes dimensiones, sobre todo en el factor económico.

La tendencia es crecer, actualmente la población femenina es más independiente, con objetivos bien trazados en cuanto a obtener mayor poder económico y con la disposición a ganar su propio dinero, por lo cual, muchas mujeres se convierten en pequeñas empresarias (emprendedoras), a través de la creación de negocios que se desarrollan de forma casera o artesanal o lo que comúnmente se conoce como microempresas, pequeñas o medianas empresas (MIPYMES) por lo tanto, aprovechar el talento y el potencial de la mujer hondureña es una oportunidad para alcanzar un mejor y mayor progreso social y económico en Honduras.

De acuerdo a la (ONU, 2022) crear condiciones para que las mujeres participen de manera activa y plena en todos los sectores económicos, es dar un paso importante en la construcción de economías más fuertes y sociedades más estables; contribuir a la sostenibilidad de las MIPYMES lideradas por mujeres es de suma importancia, si se considera que estas unidades económicas contribuyen a la generación de nuevas oportunidades de empleo e ingresos.

Sin embargo, es necesario resaltar que las MIPYMES, y sobre toda las lideradas por

mujeres, enfrentan grandes obstáculos, entre estos el reducido acceso a plataformas de impulso (programas, instituciones, etc.), el limitado acceso a nuevos mercados, financiamientos, nuevas tecnologías, entre otros, lo cual restringe sus capacidades de crecimiento económico, desarrollo de competitividad e inclusive minimiza su esperanza de sobrevivencia.

Por ejemplo, al referir los desafíos más relevantes que enfrenta las mujeres emprendedoras, y tomando como referencia lo expuesto por (CNBS, 2023) en su “Reporte de Brecha de Género en Honduras” donde informa sobre la distribución de créditos otorgados y que pese a la evolución favorable del crédito en favor de las mujeres, a través de la Figura 4 se muestra como persisten brechas importantes en cuanto a la distribución de crédito (financiamiento) respecto de los hombres en relación a las mujeres.

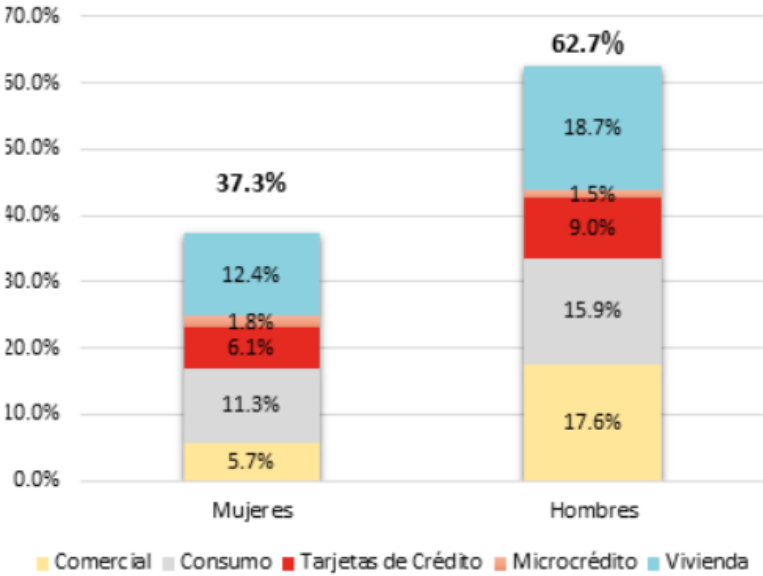


Figura 4 Distribución del Crédito por sexo por tipo de crédito a diciembre 2022

Fuente: (CNBS, 2023)

Bajo el panorama antes expuesto y tomando en cuenta la importancia que las MIPYMES lideradas por mujeres están generando en la evolución de la economía de Honduras, es importante buscar soluciones prácticas que permitan hacer frente a los desafíos que estas enfrentan, e impulsar alianzas estratégicas que permitan que dicho sector continúe en auge, por lo tanto, es pertinente y relevante realizar un diagnóstico que permita analizar el impacto de VOCES VITALES HONDURAS (VVH), como plataforma de impulso al

crecimiento económico de las emprendedoras afiliadas en Tegucigalpa.

Para llevar a cabo la investigación, es crucial contar con acceso a datos relevantes sobre Voces Vitales Honduras y su relación programas-emprendedoras; para lo cual se realizará un acercamiento con la Gerencia de Programas de VVH, a fin de concientizar la importancia de contar con el respaldo y apoyo de la institución, así como la colaboración de las emprendedoras afiliadas, quienes desempeñan el papel fundamental al brindar acceso a la información y recursos necesarios para el estudio.

Una vez concluida la investigación, se espera, que los resultados obtenidos generen información valiosa que permita a los actores principales de la alianza, a una toma de decisiones efectiva a través de la identificación de las oportunidades de mejora en los procesos implementados actualmente en la ejecución de sus planes de trabajo, además, impulsar la réplica de sus buenas prácticas en otras iniciativas similares.

Así mismo, la expectativa con esta investigación es contribuir a generar conocimiento académico que permita comprender cómo los programas de fomento al emprendimiento pueden influir y generar un impacto positivo en las MIPYMES, y por ende en el crecimiento económico de la ciudad de Tegucigalpa y del país. A su vez, se considera que los resultados podrán contribuir al impulso de formulación de propuestas de políticas públicas que fortalezcan la cultura emprendedora.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se pretende sustentar teóricamente el estudio de investigación, una vez que se ha finalizado el proceso de planteamiento del problema de investigación. En esta fase se dará una explicación de los conceptos básicos a utilizar durante la investigación, y del mismo modo se expondrán teorías para dar base y sustento a la investigación que se realizará, se empezó por elaborar el marco teórico, el cual se basará en la integración de la información recopilada.

(Sampieri, 2014) resalta que, el marco teórico en una investigación cumple un papel fundamental al prevenir la repetición de errores observados en investigaciones previa, desempeña el rol de guiar la ejecución de la investigación, al expandir el horizonte y enfocar al investigador en la esencia del problema. Así mismo, destaca que esta herramienta brinda un marco de referencia esencial para la interpretación precisa de los resultados obtenidos en el estudio.

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

2.1.1 ANALISIS DEL MACROENTORNO

A nivel global, existe una amplia gama de enfoques y definiciones para la micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME)¹. En América Latina, no se presenta una única categorización empresarial que sea válida para todos los países. Cada nación ha desarrollado su propio sistema de clasificación, considerando variables como el número de empleados, ventas anuales, activos totales, inversión, o combinaciones de estas. Además, algunos países cuentan con dos clasificaciones según el propósito, como razones legales, respaldo financiero, estadísticas o exportación.

A esta complejidad se suman otras variaciones. Por ejemplo, en algunos casos, las empresas se categorizan por sector (como en Argentina y México), mientras que en otros se

¹ En una perspectiva conceptual, las micro y pequeñas empresas se describen como la fracción más baja del espectro de empresas en términos de tamaño económico dentro de cada economía. Desde un punto de vista práctico en la Región, no se ha alcanzado un acuerdo unánime en cuanto a las definiciones relacionadas con el empleo, facturación o valor de activos que caracterizan a las categorías de micro, pequeña y mediana empresa en los distintos países.

definen dos tipos de medianas empresas (como en Argentina), y se crean clasificaciones especiales para micro y pequeñas empresas (como en Brasil y Perú). También se encuentran combinaciones de variables (como en México y Guatemala), y para evaluar los ingresos, se utilizan diferentes parámetros como la moneda local, dólares estadounidenses, salarios mínimos vigentes o unidades de fomento (como en Chile) (Díaz & Pérez, 2021) (Díaz & Pérez, 2021)

2.1.1.1 LAS MIPYME EN AMÉRICA LATINA Y SU APORTE ECONOMICO

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) son un componente fundamental del tejido empresarial en América Latina, según lo indicado por (Dini & Stumpo, 2020) lo que se manifiesta en varias dimensiones, como su participación en el número total de empresas o la creación de empleo, ello se contrapone a una participación en el producto interno bruto (PIB) regional de tan solo el 25%, situación que contrasta con la de los países de la Unión Europea, donde esta cifra alcanza, en promedio, el 56%.

La supremacía es mayor cuando analizamos el valor de las exportaciones. (Díaz & Pérez, 2021) consideran que las MIPYME de Europa y América Latina contribuyen a las exportaciones con el 45.8% y 8.1%, respectivamente. Ello implica que las MIPYME de Europa exportan 4.7 veces más de lo que exportan sus homologas de América Latina

(BCIE, 2023) reseña que las MIPYME concentran la base de la pirámide económica y realizan sus actividades en sectores de gran impacto como ser el servicios, comercio, industria, agricultor y forman parte del entramado productivo de todos los países de la región latinoamericana, representando alrededor del 99% de total de las empresas.

Por otra parte, (CEPAL, 2023) considera que este sector es generador de aproximadamente un 67% del total de empleo en la región, por lo cual su relevancia impacta positivamente considerándose pulmón empresarial que contribuye al crecimiento inclusivo y consolidación de la economía de los países latinos.

Conforme a lo antes expuesto, entre los aspectos fundamentales a exaltar de las MIPYME en Latino América, esta su diversidad, dado que, en primer lugar, se pueden encontrar microempresas que responden a necesidades individuales de empleo, y que se encuentran en estado de informalidad, lo que implica reducidas posibilidades de acceso a capital semilla, capital humano, recursos financieros entre otras oportunidades a las que las

grandes empresas tienen acceso, dado su dinamismo en cuanto a facturación, oportunidad de creación de puestos de trabajo, acceso a tecnología, entre otras ventajas que las vuelven más competitivas.

Según (Dini & Stumpo, 2020), el acceso a información cuantitativa relacionada con las MIPYME latinoamericanas, es bastante, escasa, y a menudo de mala calidad, dado que no existe un acuerdo sobre la definición de que es y cómo se compone una MIPYME, lo que deriva en una limitante para analizar la evolución del desempeño e impacto de estas en la economía de la región.

De acuerdo a (Ibarra et al., 2021), para el año 2021 en Latinoamérica las MIPYME asciende aproximadamente a 12.8 millones, distribuidas en 17 países, de las cuales el 92.1% son Micro, 6.3% pequeñas y otro 1.6% corresponden a Medianas Empresas.

La Figura 5 muestra como más del 60% de las MIPYME se concentran entre México, Colombia y Perú, y el país con menos presencia de este sector es Venezuela seguido de Panamá.

| MIPYMES EN LATINOAMERICA AL 2021 | | | | |
|---|-------------------|----------------|-----------------|-------------------|
| PAIS | MICRO | PEQUEÑA | MEDIANAS | TOTAL |
| ARGENTINA | 514,976 | 72,702 | 15,146 | 602,824 |
| BOLIVIA | 305,250 | 16,500 | 8,250 | 330,000 |
| CHILE | 758,376 | 203,312 | 28,844 | 990,532 |
| COLOMBIA | 1,497,373 | 87,132 | 20,976 | 1,605,481 |
| COSTA RICA | 367,911 | 14,873 | 7,436 | 390,220 |
| ECUADOR | 802,696 | 63,814 | 13,693 | 880,203 |
| EL SALVADOR | 193,084 | 11,661 | 5,830 | 210,575 |
| GUATEMALA | 435,043 | 29,931 | 14,965 | 479,939 |
| HONDURAS | 20,289 | 84,685 | 42,343 | 147,317 |
| MEXICO | 4,057,719 | 94,513 | 18,523 | 4,170,755 |
| NICARAGUA | 183,406 | 7,492 | 3,746 | 194,644 |
| PANAMA | 43,695 | 5,656 | 2,828 | 52,179 |
| PARAGUAY | 193,478 | 10,458 | 13,314 | 217,250 |
| PERU | 2,283,105 | 81,777 | 2,853 | 2,367,735 |
| REP. DOMINICANA | 65,324 | 12,638 | 6,319 | 84,281 |
| URUGUAY | 129,188 | 18,544 | 4,178 | 151,910 |
| VENEZUELA | 13,413 | 725 | 363 | 14,501 |
| | 11,864,326 | 816,413 | 209,607 | 12,890,346 |

Figura 5 Estimaciones de cantidad de MIPYME en Latinoamérica (al 2021)

Fuente: (Ibarra et al., 2021)

Lo anterior, indica la importancia del sector MIPYME en la economía latina, como expresado por (Díaz & Pérez, 2021), es innegable su relevancia, y el impacto que estas generan, aun y con las disparidades de cada país en cuanto a el marco legal que las rige, se puede observar que su crecimiento va en auge, a pesar de todas la problemática que puedan enfrentar y que limita su crecimiento económico.

Aunado a lo anterior, además, se considera importante ahondar respecto de la evolución del emprendimiento femenino a nivel de Latino América, y revelar como las mujeres han alcanzado empoderamiento económico a través de las MIPYME.

(Forbes, 2022), refiere que el emprendimiento femenino el América Latina alcanza el 50%, y en países como Guatemala, Colombia y México, las mujeres tienen más posibilidades que los hombres en poseer su propio negocio, lo cual ha impulsado la necesidad de gestionar mayor apoyo en temas de capacitación y financiamiento, a fin de hacerlas más visibles y exitosas.

(MasterCard, 2022) por quinto año consecutivo presentó el Índice MasterCard de Mujeres Emprendedoras, y a pesar de que las mujeres se vieron desproporcionadamente afectadas en lo laboral por la pandemia (64% versus 52% de los hombres), el Índice demuestra que son resilientes y optimistas emprendedoras. Aunque 2021 arroja una disminución de la actividad emprendedora en general, en América Latina el porcentaje de mujeres en edad laboral que decidieron emprender aumentó significativamente, sobre todo en Colombia (9.3% vs 8.4% para hombres) y Uruguay (7.5% vs 4.0% para hombres).

El índice 2021, revela que las mujeres juegan actualmente un rol clave en la creación de nuevos negocios, lo que contribuye a la generación de empleo. Los resultados subrayan la necesidad de formular políticas de género que propicien la participación de las mujeres en los negocios, porque su contribución es decisiva para devolver la economía a la senda del crecimiento (MasterCard, 2022).

Bajo el contexto anterior, se observa una tendencia en cuanto a algunos países latinoamericanos que pueden llegar a ser referencia importante en temas de impulso a las MIPYME, dado que el número de estas ha ido en aumento en los últimos años, además, poseen políticas orientadas al fomento del crecimiento económico del sector, entre ellos:

✓ MEXICO

En México, existen poco más de 5 millones de unidades económicas, de las cuales el 99.8% son consideradas PYMES. Este segmento empresarial es el más importante del país en términos económicos, pues de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) aportan el 42% del PIB y generan el 73.8% de los empleos remunerados en el país (Secretaría de Economía de México, 2020b).

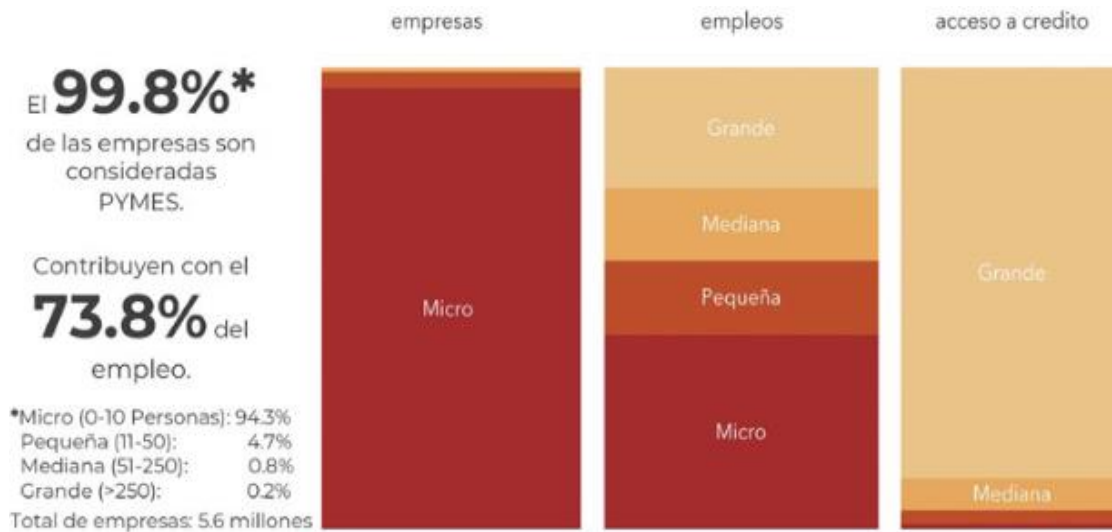


Figura 6 Estadísticas de las MIPYME en México 2020

Fuente: (Secretaría de Economía de México, 2020)

La Figura 6, muestra que las proporciones estadísticas son considerablemente elevadas lo cual, refleja el alto impacto de dicho sector en la economía mexicana, así mismo, se observa, como las MIPYME tiene limitado acceso a fuentes de crédito, lo cual, se convierte en una limitante para continuar con su crecimiento.

El Gobierno de México, a lo largo de la historia ha realizado gestiones orientadas a impulsar el crecimiento económico del país, y a través de la (Secretaría de Economía de México, 2022) en 1994 se firmó el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) entre México, Estados Unidos y Canadá con el objetivo de fomentar y estimular la expansión de las MIPYME en los mercados globales.

Recientemente, la (Secretaría de Economía de México, 2022) informó que a fin de brindar nuevas posibilidades, se llevó a cabo una actualización al tratado, mismo que inicialmente estaba compuesto por 24 capítulos, no obstante, con la nueva revisión, se realizó

la creación del Capítulo 25, enfocado en las PYMES, y producto de dicha actualización se eliminaron los aranceles en las exportaciones con el propósito de impulsar la dinámica y competitividad comercial.

Así mismo, en el marco de la Cumbre de las Américas, la (Secretaría de Economía de México, 2022) firmó un convenio de colaboración con Amazon México, en apoyo a las MIPYME para impulsar la digitalización e inserción de estas en el comercio electrónico a nivel nacional e internacional. El convenio suscrito es parte de las políticas de fomento que impulsa la secretaria, la cual tiene como eje central promover el crecimiento, diversificación e inclusión de las MIPYME en la economía mexicana.

RETOS Y OPORTUNIDADES DE LAS MIPYME EN MÉXICO

De acuerdo a la (Secretaría de Economía de México, 2020), el actual gobierno mexicano del Presidente Manuel López Obrador, tiene entre sus objetivos fomentar a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME), para lo cual ha realizado acciones orientadas a construir una economía más incluyente, diversa e innovadora con dicho sector, proveyendo capacitación, acompañamiento, asistencia técnica e incentivos a la formalización en los casos que sea útil, para que las MIPYME puedan hacer un uso más efectivo de sus recursos.

Así mismo, entre las acciones dirigidas a implementar, como parte de las oportunidades de mejora hacia dicho sector, se encuentra la generación de ofertas de productos crediticios focalizados, para el financiamiento de aquellas MIPYME que pertenecen a regiones geográficas tradicionalmente excluidas de los flujos de efectivo de la banca comercial, además, la vinculación en cadenas de proveeduría de accesos a nuevos mercados tanto internos como externos.

Otro de los retos significativos para las MIPYME mexicanas, está focalizado en la “digitalización”, y, de acuerdo a lo referido por (Gallegos Toussaint, 2020) en México únicamente un 10% de estas tiene presencia en el mundo digital, no obstante, este reto tiene soluciones que van enfocadas en la adaptación a las nuevas realidades de hacer negocios, dado que existe un mercado potencialmente importante por conquistar (2 de cada 3 mexicanos utilizan el internet), lo cual abre ampliamente las oportunidades de crecimiento en el sector digital.

Es importante tomar en cuenta también como un reto y a su vez oportunidad el papel de la mujer emprendedora, la (Secretaría de Economía de México, 2020) señala que invertir en las mujeres no solo es una decisión correcta, sino inteligente, ya que su participación en la economía y comercio representan importantes contribuciones al crecimiento y desarrollo.

Es importante que las mujeres sean parte de los procesos orientados a fomentar el crecimiento de las MIPYME, que se escuchen sus voces, se incremente su participación en las cadenas de proveeduría, acceso a financiamientos, capacitaciones enfocadas, continuidad de negocios, comercio digital, lo cual se convierte en una estrategia exitosa para dicho sector.

✓ **CHILE**

(Dini & Stumpo, 2020) expresa que en Chile la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) desempeña un papel significativo para la economía nacional, para el año 2016 se encontraban registradas un total de 1,094,673 empresas, de las cuales, el 98.4% representan este sector.

En la Figura 7 se observa como la última década ha sido de constante crecimiento en el sector MIPYME chileno, en comparación con las grandes empresas que han ido a la baja. Estos cambios podrían corresponder a factores relacionados con la implementación de políticas gubernamentales que impulsan a este tipo de empresas, cambios en la dinámica del mercado y de las preferencias de los consumidores.

| Año | Micro | | Pequeña | | Mediana | | Grande | | Total de empresas activas | Total general ^a |
|------|---------|-------------|---------|-------------|---------|-------------|--------|-------------|---------------------------|----------------------------|
| | Número | Porcentajes | Número | Porcentajes | Número | Porcentajes | Número | Porcentajes | | |
| 1998 | 534 104 | 81,8 | 98 676 | 15,1 | 14 013 | 2,1 | 6 505 | 1,0 | 653 298 | 788 734 |
| 1999 | 545 516 | 82,7 | 94 478 | 14,3 | 13 414 | 2,0 | 6 288 | 1,0 | 659 696 | 795 967 |
| 2000 | 555 759 | 82,5 | 97 548 | 14,5 | 13 862 | 2,1 | 6 528 | 1,0 | 673 697 | 800 523 |
| 2001 | 565 469 | 82,5 | 99 240 | 14,5 | 14 129 | 2,1 | 6 830 | 1,0 | 685 668 | 811 843 |
| 2002 | 580 556 | 82,3 | 103 132 | 14,6 | 14 593 | 2,1 | 7 021 | 1,0 | 705 302 | 833 420 |
| 2003 | 587 283 | 82,0 | 106 430 | 14,9 | 15 061 | 2,1 | 7 368 | 1,0 | 716 142 | 826 941 |
| 2004 | 587 414 | 81,4 | 110 316 | 15,3 | 16 100 | 2,2 | 8 036 | 1,1 | 721 866 | 849 660 |
| 2005 | 600 445 | 80,5 | 119 454 | 16,0 | 17 400 | 2,3 | 8 727 | 1,2 | 746 026 | 863 105 |
| 2006 | 608 909 | 79,9 | 125 306 | 16,4 | 18 310 | 2,4 | 9 454 | 1,2 | 761 979 | 883 212 |
| 2007 | 610 229 | 79,1 | 131 912 | 17,1 | 19 582 | 2,5 | 10 208 | 1,3 | 771 931 | 895 095 |
| 2008 | 615 361 | 78,5 | 137 147 | 17,5 | 20 675 | 2,6 | 10 505 | 1,3 | 783 688 | 907 237 |
| 2009 | 615 818 | 78,5 | 138 063 | 17,6 | 20 279 | 2,6 | 10 255 | 1,3 | 784 415 | 920 383 |
| 2010 | 618 975 | 77,2 | 149 541 | 18,6 | 22 223 | 2,8 | 11 220 | 1,4 | 801 959 | 938 113 |
| 2011 | 629 232 | 76,1 | 161 630 | 19,5 | 24 037 | 2,9 | 12 161 | 1,5 | 827 060 | 965 525 |
| 2012 | 640 971 | 75,2 | 172 468 | 20,2 | 25 957 | 3,0 | 12 828 | 1,5 | 852 224 | 997 256 |
| 2013 | 651 864 | 74,6 | 181 356 | 20,8 | 27 171 | 3,1 | 13 438 | 1,5 | 873 829 | 1 023 943 |
| 2014 | 673 985 | 74,6 | 186 581 | 20,7 | 28 134 | 3,1 | 14 198 | 1,6 | 902 898 | 1 055 726 |
| 2015 | 685 525 | 74,5 | 192 297 | 20,9 | 28 629 | 3,1 | 14 236 | 1,5 | 920 687 | 1 079 735 |
| 2016 | 695 465 | 74,4 | 195 028 | 20,9 | 29 660 | 3,2 | 14 564 | 1,6 | 934 717 | 1 094 673 |

Figura 7 Cantidad de empresas por tamaño, 1998-2016 (en número de empresas y porcentajes)

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

Dentro del contexto latinoamericano, Chile emerge como una referencia ejemplar en el impulso de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), debido a la implementación de una estrategia inclusiva que trasciende las fronteras entre el sector público y privado. Esta estrategia no solo demuestra un compromiso sólido hacia el fortalecimiento del entorno empresarial, sino que también ilustra cómo la colaboración y la coordinación pueden catalizar un desarrollo económico más equitativo y sostenible en toda la región.

RETOS Y OPORTUNIDADES DE LAS MIPYME EN CHILE

(Dini & Stumpo, 2020) indican como la interacción y colaboración entre el gobierno y las entidades privadas han sido clave en el éxito de esta iniciativa. Chile ha logrado establecer un canal efectivo de comunicación y cooperación, permitiendo la fusión de recursos, conocimientos y experiencia provenientes de ambas partes. Esta sinergia ha sido esencial para diseñar e implementar políticas y programas que atiendan las necesidades específicas de las MIPYME, abordando obstáculos como la falta de acceso a financiamiento,

la escasa capacitación y la burocracia.

La Figura 8 ofrece una síntesis de los actores clave dentro del sistema de fomento a las MIPYME en Chile.

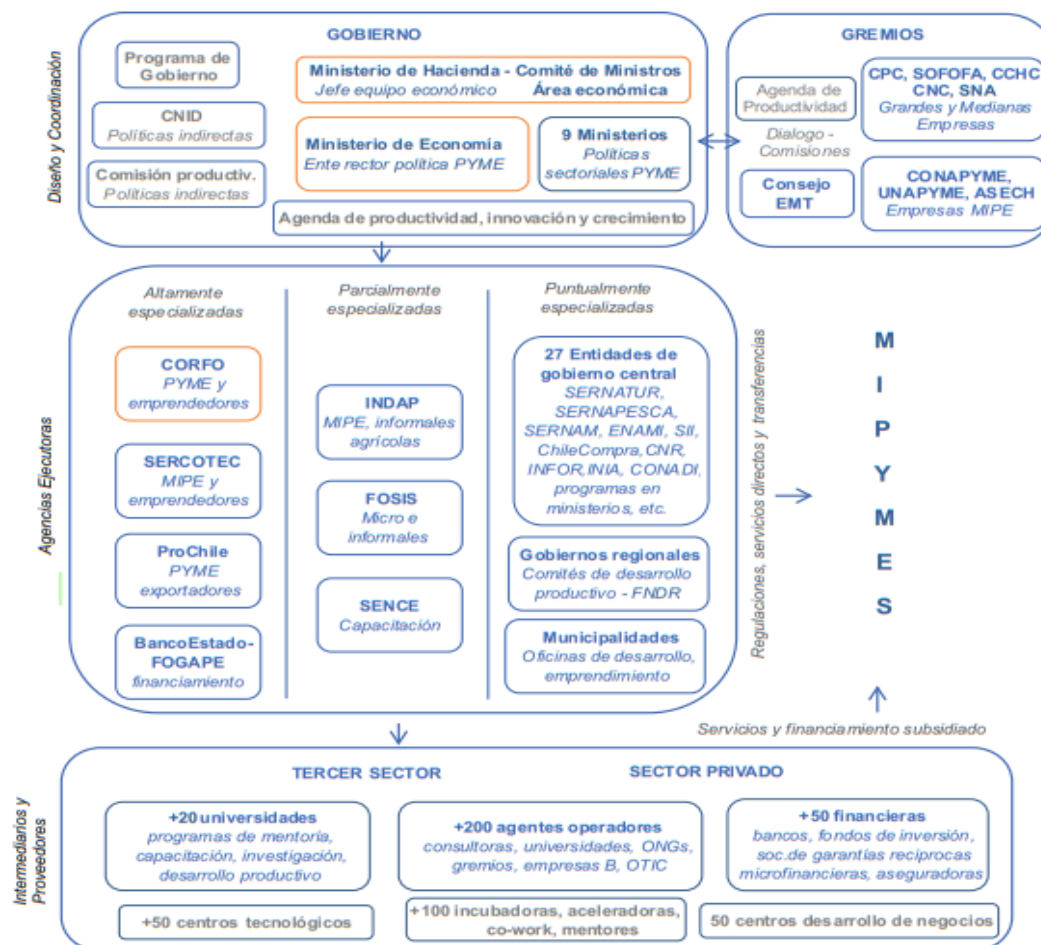


Figura 8 Sistema de Fomento a las MIPYME, 2016

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

Un elemento distintivo de esta estrategia es su enfoque en el ciclo completo de vida de las MIPYME. Además de impulsar la creación de nuevas empresas, se han establecido mecanismos para fomentar su crecimiento y desarrollo continuo. Esto se logra mediante programas de formación, acceso a financiamiento y oportunidades para incursionar en mercados internacionales, propiciando un crecimiento integral y sostenido.

La experiencia chilena sirve como un faro para otros países de la región que necesitan fortalecer su base empresarial. La colaboración entre el sector público y privado no solo

brinda soluciones más efectivas, sino que también refleja un compromiso colectivo con la construcción de un futuro económico próspero y equitativo. Con lecciones valiosas extraídas del enfoque chileno, los países vecinos pueden aprender a superar los desafíos y construir ecosistemas empresariales robustos y dinámicos.

La (OIT, 2020) revela que algunos de los programas, políticas y regulaciones implementados en Chile están orientados al financiamiento, medidas fiscales y aplazamiento de pagos, protección del empleo y el fortalecimiento de herramientas digitales y de capacitación, como se muestra en la Figura 9.

| Financiamiento | Medidas fiscales y aplazamiento de pagos | Protección del empleo | Herramientas digitales y capacitación |
|--|--|-----------------------------|---------------------------------------|
| Garantías: FOGAPE, FOGAIN* | Devoluciones, prórrogas y suspensiones * | Ley de Protección al Empleo | Digitaliza tu PYME* |
| Financiamiento a través de instituciones financieras no bancarias (IFNB) | Postergación del IVA por tres meses* | Subsidio al empleo | Todos X las Pymes* |
| Reactíate con SERCOTEC y Reactíate Turismo* | Desembolsos sanitarios | | Apóyame* |
| PAR Impulsa 2020* | Rebaja de impuestos de primera categoría y de pagos provisionales* | | Comunidad C* |
| Medidas del CMF | Devolución de crédito fiscal | | Guía de herramientas para el turismo* |
| Facilidades para el emprendimiento* | Incentivos a la inversión | | Asesorías y capacitación* |
| | | | Portal Compra Ágil* |

Nota: * Medidas exclusivas para MIPYME o que diferencian por tamaño de empresa.

Figura 9 Principales programas y políticas en beneficio de las MIPYMS en Chile

Fuente: (OIT, 2020)

2.1.2 ANALISIS DEL MESOENTORNO

El objetivo de esta sección es proporcionar una descripción de la evolución de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) en la región de Centroamérica, Panamá y República Dominicana. Se busca destacar y analizar componentes de impacto económico relevantes de los últimos años en el contexto regional.

2.1.2.1 ANTECEDENTES ECONOMICOS DE LA REGIÓN CENTROAMERICANA, PANAMA, REPUBLICA DOMINICANA Y

BELICE (SICA)

La región de Centroamérica y del Caribe constituida por Honduras, Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Panamá, República Dominicana y Belice (SICA), enfrenta una serie de desafíos multifacéticos que están moldeados por su historia, geografía y contextos socioeconómicos únicos, a pesar de compartir ciertas similitudes en términos de características económicas y sociales, cada uno de estos países presenta diferencias marcadas en cuanto a su desarrollo y desempeño en diversas áreas. Estas naciones, en su mayoría, poseen economías con un tamaño relativamente reducido en comparación con otras regiones del mundo.

(SIECA, 2023) indica que la economía centroamericana ha sostenido un impulso económico favorable y sus índices de crecimiento superan los promedios alcanzados en 2020, año donde se observó una contracción que impacto de manera significativa las economías de estos países. Durante el 2021 y 2022 se observó un crecimiento económico en la región Centroamericana, Panamá y República Dominicana de aproximadamente 5.2%, no obstante, para el 2023-2024 se prevé crecimiento que oscila entre el 3.5% al 3.8% respectivamente.

En la Figura 10, de acuerdo a (SIECA, 2023) dentro de la Región CAPARD, Panamá registra el crecimiento del PIB más alto, seguido de Republica Dominicana. En relación a Costa Rica, Guatemala, Honduras y Nicaragua, evidencian crecimiento mejorado en los últimos dos (2) años frente a sus resultados en el 2019. Asi mismo El Salvador muestra crecimiento en relación a años anteriores, lo cual es evidencia de un comportamiento positivo a nivel de región.

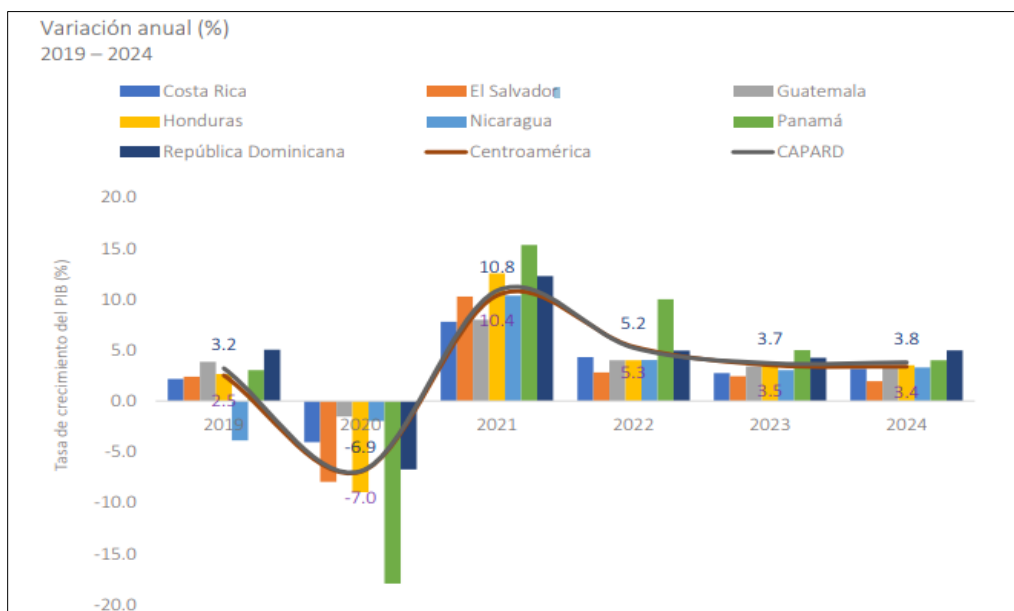


Figura 10 Variación del Producto Interno Bruto (PIB) para Centroamérica, Panamá y República Dominicana (2019-2024)

Fuente: (SIECA, 2023)

De acuerdo a (SIECA, 2021) la crisis económica y social derivada de la pandemia por la COVID-19 provocó un impacto de diversas magnitudes en las economías de la región centroamericana, y a fin de contrarrestar los estragos, los países han implementado paquetes fiscales que estimulan la estabilidad macroeconómica y financiera, orientados a mitigar a corto plazo los efectos de dicha crisis. A nivel centroamericano Guatemala y Panamá, incursionaron en la presentación de un plan de recuperación económica post COVID-19

2.1.2.2 LAS MIPYME EN LA REGIÓN CENTROAMERICANA, PANAMA, REPUBLICA DOMINICANA Y BELICE (SICA)

De acuerdo a (CENPROMYPE, 2021) nivel de la Región SICA, se conoce la importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas como fuente de empleo y desarrollo económico, no obstante, siempre surgen preguntas como ¿realmente las MIPYMEs son competitivas? ¿contribuyen de manera sólida al desarrollo económico y social de la región? ¿Se está trabajando con ellas para que sean un medio de desaceleración de la pobreza y la desigualdad? ¿Existen compromisos para fomentar su crecimiento, modernización, transformación y adaptación?, de estas preguntas se parte para plantear un contexto de la

realidad de las MIPYMES en esta región.

Como planteado en secciones anteriores, emprender va hacia la transformación de ideas novedosas a acciones concretas, en este proceso se debe identificar y desarrollar una visión, cuyo resultado sea la creación de una empresa, sea esta micro, pequeña o mediana (MIPYME).

De acuerdo al (El Instituto de Desarrollo y Emprendimiento Global, 2023) la evolución del Índice Global de Emprendimiento (IGE) en Centroamérica y el Caribe muestra que los niveles de emprendimiento han disminuido en la región en los últimos años, como se muestra en la Figura 11.

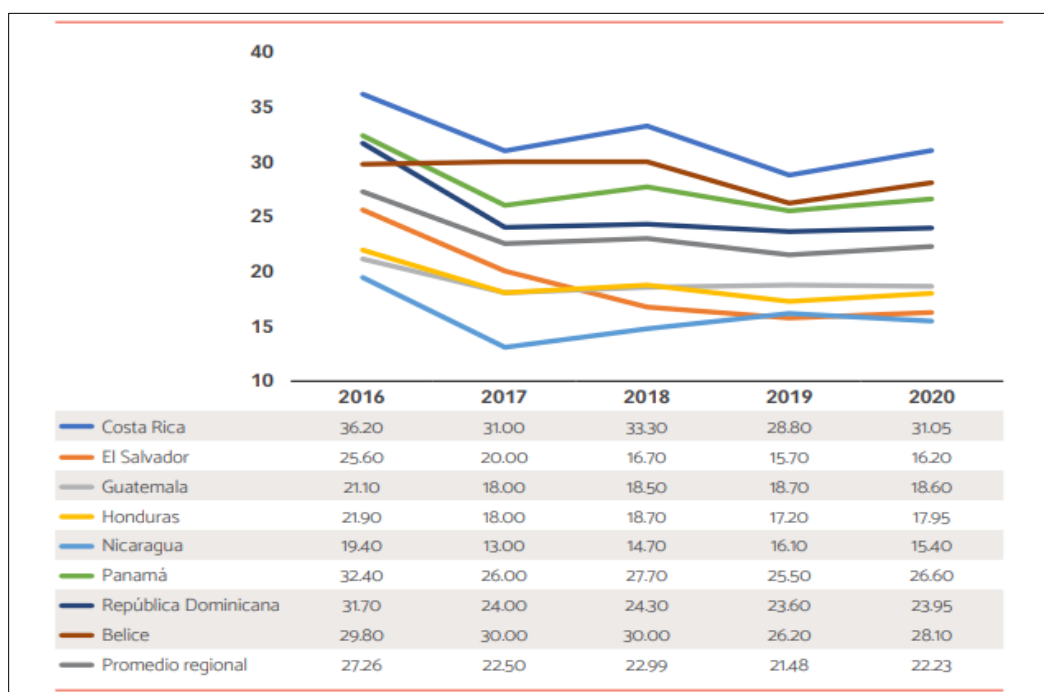


Figura 11 Evolución del IGE para los países del SICA (2015-2020)

Fuente: (CENPROMYPE, 2021)

A partir del año 2016, Costa Rica, Belice, Panamá y República Dominicana muestran índices por encima de la media regional (22 puntos), en cambio Guatemala, Honduras, El Salvador y Nicaragua se encuentran por debajo, lo cual revela la vulnerabilidad a la que se enfrenta el sector MIPYME en dichos países.

(CENPROMYPE, 2021) revela a través del análisis de cinco (5) variables como ha

sido la evolución de las MIPYMES a nivel de la Región SICA en los últimos años: Actitud para emprender, Competencias para emprender, Aspiraciones emprendedoras, Actitud al Riesgo y Predisposición a ideas disruptivas (las que provocan rupturas bruscas en la forma en la que compete un mercado, cambiando las reglas del juego).

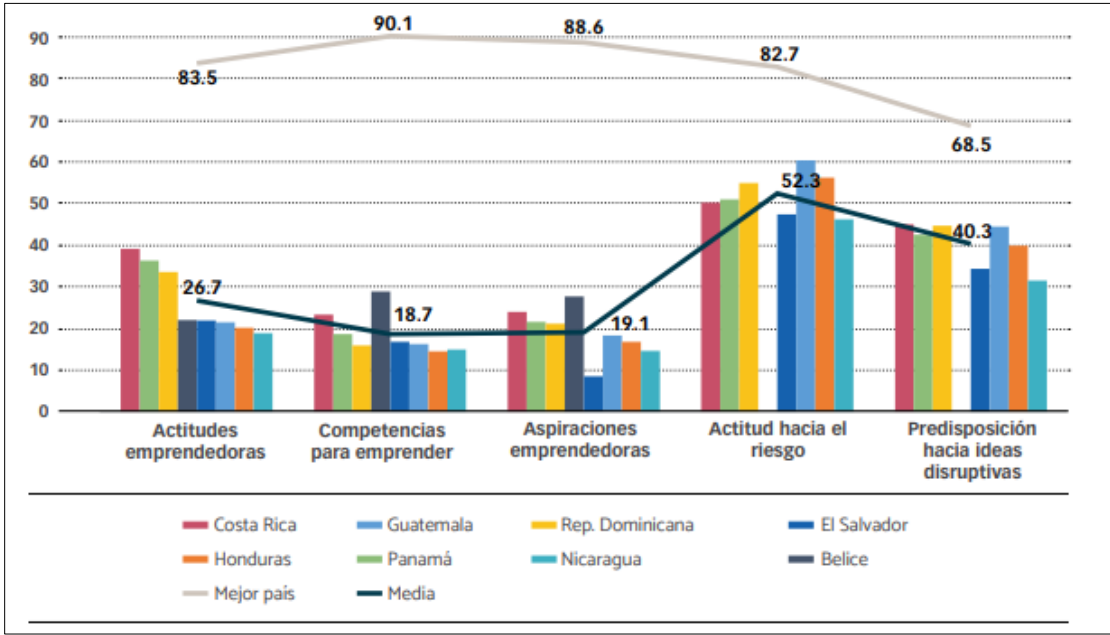


Figura 12 Comparativa por países, media regional y mejor estándar internacional en emprendimiento

Fuente: (CENPROMYPE, 2021)

Como se observa en la Figura 12, en general toda la región muestra buena percepción en cuanto a las actitudes a emprender, esta variable refleja la capacidad que tiene las personas en reconocer una oportunidad de negocio valiosa, y de esta manera explotarla. Costa Rica es el país que mejor puntuación ha obtenido, caso contrario, Nicaragua es el país con menos actitud emprendedora.

Si se analiza la variable de actitud al riesgo, se observa que Guatemala aparece como el país con mayor apetito al riesgo empresarial o de emprendimiento, seguido de Honduras, lo cual revela la actitud de los emprendedores con respecto a asumir riesgos al momento de poner en marcha una idea, esto se podría asociar a que existe una cultura emprendedora.

Otro aspecto que se considera relevante exponer en relación a las MIPYME en la región SICA, es en cuanto al acceso al financiamiento que tiene las MIPYMES en estos

países, y en continuidad a lo expuesto en párrafos anteriores (CENPROMYPE, 2021) a través de su estudio “Escenarios y evolución de las MIPYMEs en la región SICA”, responde a la pregunta ‘¿En qué medida pueden las MIPYMEs acceder a la financiación que necesitan para sus operaciones comerciales a través del sector financiero?’

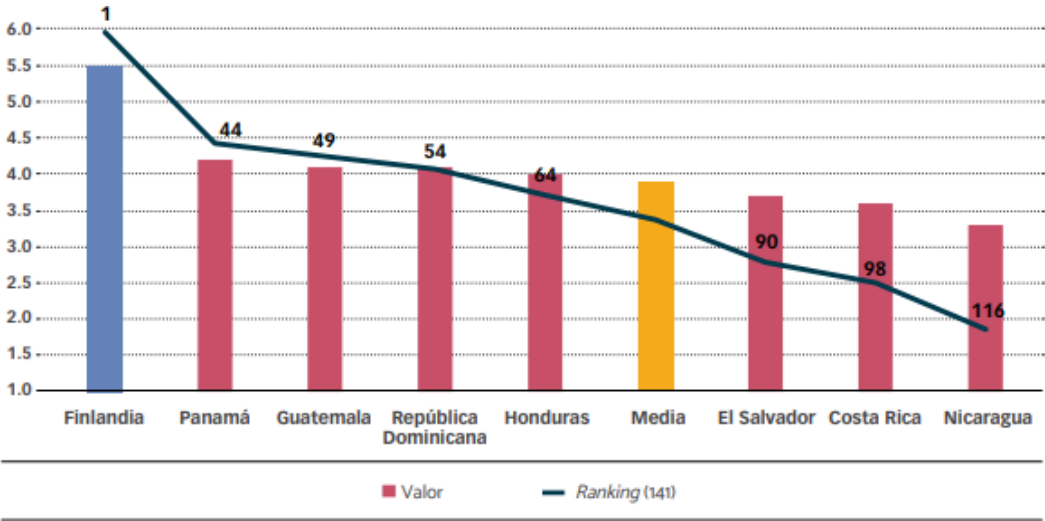


Figura 13 Comparación sobre el indicador de percepción de acceso al financiamiento por parte de la MIPYME

Fuente: (CENPROMYPE, 2021)

Según lo revelado en la Figura 13 el país con mejor percepción del acceso al crédito para las MIPYMEs es Panamá, seguido de Guatemala, Republica Dominicana y Honduras. Por debajo de la media, se encuentran El Salvador y Costa Rica y en el peor de los casos Nicaragua.

Todo lo anterior evidencia la necesidad de duplicar esfuerzos para impulsar el emprendimiento como motor del desarrollo económico en los países de la Región SICA, a fin de elevar su nivel de competitividad.

2.1.3 ANALISIS DEL MICROENTORNO

2.1.3.1 CRECIMIENTO ECONÓMICO DE HONDURAS

El (Banco Mundial, 2023) indica que Honduras tiene una economía pequeña, abierta, en gran medida agrícola e informal. Dada su ubicación estratégica, una base industrial sólida, amplios recursos productivos y una creciente población joven, el país tiene el potencial para acelerar su crecimiento y hacerlo de forma resiliente e inclusiva, no obstante, sigue siendo

uno de los países más pobres y desiguales de la región Centroamericana.

De acuerdo al (BCH, 2023) en el II trimestre de 2023, la economía hondureña medida a través del PIBT (serie desestacionalizada), registró crecimiento de 1.3% respecto al I trimestre, cuando se observó una caída de 0.1%; por su parte, el comportamiento respecto a igual trimestre de 2022 fue alza de 3.0%.

Al igual que a otros países de la región, Honduras muestra una alta volatilidad en cuanto a mantener un crecimiento económico fuerte y estable. Desde 2017 se observa una desaceleración económica en el país. La pandemia por COVID-19 y los huracanes consecutivos de Eta e Iota impactaron significativamente la economía hondureña en el 2020, el PIB se contrajo en un 11.6% y los efectos han sido múltiples, provocando un aumento en la pobreza.



Figura 14 PIB Variación Interanual 2017-2022

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Central de Honduras (BCH)

2.1.3.2 LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (MIPYME'S) Y SU PAPEL EN LA ECONOMIA DE HONDURAS.

La MIPYME en Honduras ha enfrentado históricamente una serie de desafíos para su desarrollo y crecimiento, algunos inherentes a sus propias características y otros relacionados con la situación económica, social y educativa del país. Además, la apertura de mercados ha expuesto a las MIPYME a la competencia internacional en un mundo globalizado. Aunque

tanto el sector público como el privado han trabajado para fomentar el desarrollo del sector, aún no se ha logrado completamente el objetivo deseado. Las causas de este resultado incompleto son diversas, pero se ha acumulado experiencia, conocimiento e interés en la colaboración colectiva para lograr el fortalecimiento de la MIPYME en el país.

(BCIE, 2022) indica que las MIPYME desempeñan un papel fundamental en la generación de empleo en Honduras y en la edición de la “Estrategia de País 2022 -2026” documenta que el 96% de las oportunidades laborales provienen de estas empresas, especialmente de los micro emprendimientos que cuentan con diez trabajadores o menos. Esto refleja su impacto en la economía del país, donde la mayoría de la fuerza laboral encuentra empleo en estas organizaciones

Por otra parte, el (BCIE, 2022) revela que en el sector informal, las MIPYME también tienen una presencia significativa en la generación de empleo. Cerca del 90% de los trabajadores en dicho sector están vinculados a estas empresas, lo que resalta su relevancia en la economía informal. En términos de sectores específicos, alrededor del 40% de estos empleos se encuentran en el sector agrícola, mientras que un 22% se ubica en el sector comercial.

Es interesante mencionar también que, de acuerdo a esta institución, el empleo femenino en las MIPYME muestra un patrón particular. Las microempresas son especialmente importantes en este sentido, ya que alrededor del 22% de todas las MIPYME están dirigidas por mujeres. Esto demuestra el papel significativo que las mujeres tienen en el liderazgo de estos emprendimientos y cómo las MIPYME contribuyen a la igualdad de género en el ámbito empresarial.

Para (SEMPRENDE, 2023) las MIPYME en Honduras no solo son la principal fuente de empleo, sino que también tienen un impacto diversificado en la economía, abarcando múltiples sectores, contribuyendo con el 60% del Producto Interno Bruto (PIB) del país.

Corrales (2023) afirma que “La fórmula para que Honduras salga de la pobreza, es con el emprendimiento, no de forma aislada, sí, con una cohesión social que es la clave del éxito para llevar desarrollo, principalmente donde hay sectores olvidados, sumergidos en pobreza”.

2.1.3.3 DESAFÍOS DE LAS MIPYME´S EN HONDURAS.

A lo largo de la historia, las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, MIPYME, en Honduras han debido afrontar una serie de obstáculos que repercuten directamente en su crecimiento. Estos desafíos son resultado de una serie de factores internos y externos que ejercen una notable influencia en el progreso del sector.

Analizar en detalle los retos que confrontan las empresas en las categorías MIPYME implica un análisis exhaustivo, ya que este asunto no se limita únicamente a argumentos internas, por lo cual es esencial ampliar el enfoque, debido a que, en el entorno en el que operan intervienen diversos agentes con distintos intereses. Entre estos actores destacan las entidades gubernamentales, el sector empresarial privado y el propio mercado. Cada uno de ellos desempeña un papel relevante en el panorama general de desafíos y oportunidades que configuran el escenario de las MIPYME.

En este contexto, se han logrado identificar desafíos que la Micro, Pequeñas y Mediana Empresa (MIPYME) de Honduras enfrentan en su camino. Estos, limitan su desarrollo y prosperidad empresarial, por lo cual, a continuación, se detallan los desafíos que se consideran más relevantes y que merecen la atención en este estudio:

A. LIMITADO ACCESO A FINANCIAMIENTOS

La disponibilidad de opciones de financiamiento para las MIPYME es limitada y presenta dificultades para su obtención, dado que las tasas de interés y plazos se encuentran al margen de su capacidad de pago. Esto destaca la importancia de asegurar un acceso eficiente de financiamiento, por lo tanto, esto se convierte en un objetivo por cumplir, en el cual, tanto el sector gobierno, como privado, desempeñan un papel crucial, dado que ambos, son piezas claves para establecer un entorno que proporcione el acceso a servicios financieros conforme a las necesidades del sector.

La limitación en el acceso al financiamiento tiene un impacto significativo en las MIPYME, dificultando el cumplimiento de obligaciones con proveedores, la introducción de nuevos productos o servicios, y la expansión de su planilla laboral. Frente a esta realidad, las MIPYME recurren a fuentes de financiamiento informales o irregulares, careciendo de un registro y control adecuado. Esto conlleva a una serie de costos de transacción, así como a tasas, plazos y garantías desfavorables, que en última instancia restringen el potencial de crecimiento del sector.

Como expresado por Castañeda (2022), presidente de la Federación Hondureña de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Femise), la falta de financiación y de regularización son parte de los problemas que enfrentan las MIPYME para su desarrollo en Honduras. El sistema financiero es un obstáculo horroroso para las micros, pequeñas y medianas empresas, y esto no va a cambiar a menos que haya políticas de Estado coherentes con la situación para desarrollar las MIPYME, enfatizó.

BRECHA DE GÉNERO EN EL ACCESO AL FINANCIAMIENTO

De acuerdo al (COHEP, 2021) en con informe elaborado en conjunto con CCIT y ENRED, se evidencia una limitación en el acceso de las mujeres a las opciones de crédito dentro del sistema financiero hondureño. A pesar de ello, se destaca que la presencia femenina parece ser predominante en las Cooperativas y las Instituciones Micro financieras (IMF).

El informe refiere también que, en el año 2019, únicamente el 37% de los créditos concedidos en el país se destinaron a mujeres, siendo la disparidad más notable entre hombres y mujeres en el ámbito de los créditos comerciales, con una brecha de casi 38 puntos.

De acuerdo con la clasificación de instituciones financieras, las mujeres enfrentan un acceso más restringido a las carteras de crédito, siendo más limitado en los Bancos Comerciales (36% de los créditos otorgados a mujeres en 2020), seguido por las Sociedades Financieras (37%) y las OPDFs (41% de los créditos).

Para la (CNBS, 2023) es relevante destacar que los esfuerzos tanto del gobierno como del sistema financiero para respaldar la equidad de género están dando frutos. Prueba de ello es que, en el año 2022, el aumento de los créditos destinados a mujeres es el más significativo de los últimos cinco años, con un promedio de crecimiento interanual del crédito del 10.8%.

La variación en la concesión de créditos a lo largo de 2022 de acuerdo a lo informado por la (CNBS, 2023) se atribuye al dinamismo positivo en la actividad económica, especialmente impulsado por la recuperación del consumo privado y la inversión nacional. Como resultado, los créditos, examinados desde la perspectiva de género, desempeñaron un papel significativo en el crecimiento total del crédito.

En el país se están realizando esfuerzos por atender las demandas de financiación de las mujeres emprendedoras y empresarias, aunque aún se encuentra en una etapa temprana.

A pesar de que se detecta un interés creciente de las instituciones financieras por atraer un mayor número de mujeres en su cartera de clientes, todavía no se han establecido estrategias concretas o medidas tendentes a adaptar los servicios.

La Figura 15 revela que la tasa de crecimiento de los créditos para mujeres alcanzó un 20.9% al cierre de 2022, elevando el portafolio de crédito femenino a L79,875.1 millones.

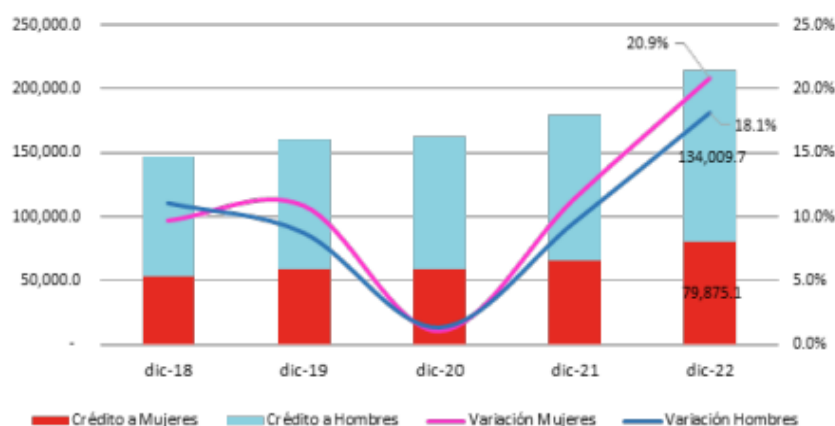


Figura 15 Evolución del crédito por Sexo en el sistema financiero 2018-2022

Fuente: (CNBS, 2023)

A su vez, la Figura 15 muestra que los créditos para hombres experimentaron un crecimiento significativo del 18.1%, aunque menor que la tasa de las mujeres. No obstante, en términos porcentuales, los hombres mantienen una mayor participación en el crédito total, representando el 62.7% (L134,009.7 millones), ligeramente inferior a la participación del año anterior (63.2%).

A pesar del progreso positivo en la distribución de créditos a favor de las mujeres en los últimos años, al evaluar los créditos según sexo y destino al cierre de 2022, persisten brechas notables.

De acuerdo a la Figura 16, las mujeres representan el 37.3% del total de créditos por sexo, equivalente a L79,875.1 millones. En cuanto al tipo de crédito, los sectores de vivienda, consumo y tarjetas de crédito dominan, constituyendo aproximadamente el 80% del total de crédito. Sin embargo, al analizar los créditos comerciales para mujeres, se observa una disparidad significativa en comparación con los créditos otorgados a hombres.

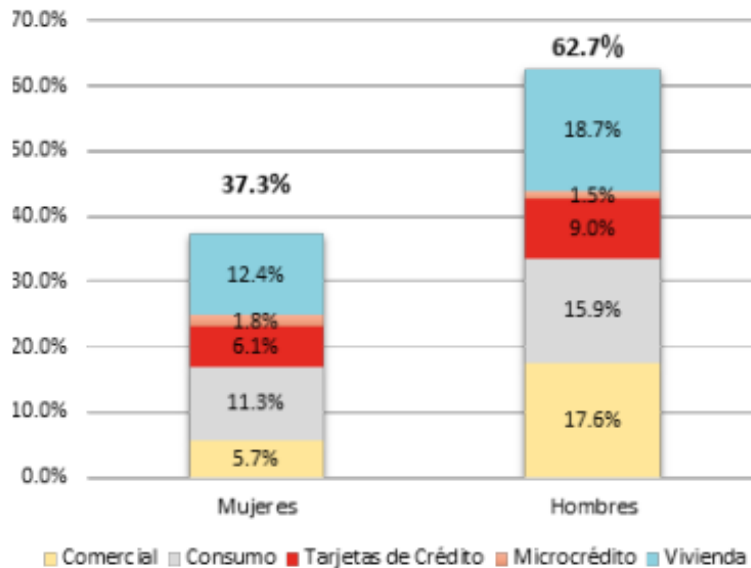


Figura 16 Distribución del crédito por sexo y tipo de crédito a diciembre 2022

Fuente:(CNBS, 2023)

El (COHEP, 2021) en el marco de los programas de financiamiento dirigidos a empresas de mujeres solo se ha identificado un producto especializado: CREDIMUJER, junto a este se localizan otras iniciativas puestas en marcha por parte de entidades privadas (BAC, Ficohsa, Prima de Honduras). La principal dificultad encontrada por las emprendedoras para poner en marcha la empresa ha sido, de hecho, el acceso a financiamiento (para el 63%).

2.1.3.4 VOCES VITALES HONDURAS (VVH) COMO FOMENTO AL CRECIMIENTO ECONOMICO DE LAS EMPRENDEDORAS EN TEGUCIGALPA

2.1.3.4.1 VITAL VOICES GLOBAL PARTNERSHIP

(Vital Voices Global Partnership, 2023) es una organización global, sin fines de lucro que se enfoca en empoderar a las mujeres y a generar cambio social y económico de las naciones y las comunidades a fin de que estas avancen tomando en cuenta el liderazgo femenino. Fundada en 1997 en Washington, por la ex primera dama de Estados Unidos Hilary Clinton y Madeleine Albright y desde entonces, ha apoyado directamente a más de 20,000 mujeres creadoras de cambios en 185 países y ha creado la red global más poderosa de mujeres líderes que se atreven a reimaginar un mundo más equitativo para todos.

Esta organización opera a través de capítulos locales, que actúan como entidades autónomas que comparten la visión y misión de Vital Voices Global, y que adaptan y desarrollan programas de acuerdo a las realidades y necesidades de cada país y desarrollan programas y actividades de recaudación de fondos de manera independiente, forjando asociaciones estratégicas y redes dinámicas de mujeres líderes. A nivel Latinoamericano está activo en Argentina, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Perú, entre, otros.

Los capítulos de Voces Vitales diseñan programas adaptados a cada contexto local, implementando exitosamente diversas intervenciones alineadas con las tres áreas temáticas de Vital Voices: Derechos Humanos, Emprendimiento y Desarrollo Económico, y Liderazgo Político y Público a lo largo del tiempo.

Los capítulos trabajan para fomentar la participación plena de las mujeres en la sociedad, buscando crear un impacto positivo mediante:

- ✓ Promover la mentoría y liderazgo
- ✓ Desarrollar habilidades técnicas
- ✓ Utilizar redes y asociaciones público-privadas
- ✓ Llevar a cabo campañas de concientización
- ✓ Impulsar cambios en actitudes y políticas
- ✓ Organizar foros y cumbres

2.1.3.4.2 CAPITULO DE VOCES VITALES EN HONDURAS

(Voces Vitales Honduras, 2023) es una organización sin fines de lucro que invierte en la mujer para promover el desarrollo económico y social de Honduras, que tiene como objetivo “brindar nuevos contactos, conocimientos y herramientas a líderes de micro y pequeñas empresas para que puedan llevar sus negocios al siguiente nivel así, aumentando sus ingresos e incrementando su número de empleados”.

(Diario La Prensa, 2019) refiere que desde 2011, Voces Vitales Honduras (VVH) ha dedicado esfuerzos significativos para empoderar a las mujeres, fomentando su progreso económico y social en el país. Este compromiso se materializa al proporcionar a las mujeres

nuevas conexiones, conocimientos y herramientas esenciales para elevar sus emprendimientos y negocios.

El artículo (Diario La Prensa, 2019) relata que la entonces presidenta de la junta directiva de VVH, Diana Martínez comentó: "Tenemos varios programas adaptados a los diferentes perfiles y las necesidades de mujeres empresarias. Nuestro programa principal es el de mentoría y lo hacemos anualmente. Consiste en unir a una mentora con su aprendiz"

De acuerdo a (Voces Vitales Honduras, 2023), la mentora es una mujer profesional comprometida (ya sea ejecutiva o empresaria), ofrece voluntariamente una hora semanal para encontrarse con su aprendiz. Durante este tiempo, brinda valiosas recomendaciones prácticas, comparte sus conocimientos y contactos, con el objetivo de respaldar a la aprendiz en la creación de un plan de trabajo que la guíe hacia el logro de sus metas empresariales. Es importante destacar que la aprendiz posee una empresa en fase inicial, con un máximo de dos años de existencia.

La esencia más destacada del programa radica en la formación de una comunidad transformadora entre las mujeres participantes. Este vínculo no solo beneficia a las emprendedoras individualmente, sino que también tiene un impacto significativo en el crecimiento inclusivo de la sociedad en su conjunto.

Este sentido de comunidad contribuye directamente a la creación de un tejido social más inclusivo. A medida que estas emprendedoras florecen en sus negocios, se convierten en agentes de cambio que inspiran a otras mujeres y generan un impacto positivo en sus comunidades. La multiplicación de estas conexiones y el espíritu colaborativo impulsan un crecimiento más equitativo y diversificado a nivel social.

(Voces Vitales Honduras, 2023) tienen como lema 'Mujeres transformando Honduras' porque han evidenciado ser una entidad que no solo impulsa el progreso empresarial de las mujeres, sino que también contribuye al desarrollo integral de la sociedad.

ALIADOS ESTRATEGICOS Y PATROCINADORES

Voces Vitales Honduras a fin de fortalecer su impacto en la sociedad hondureña, ha

optado por establecer alianzas estrategias y una de ellas es con la Fundación Hondureña de Responsabilidad Social Empresarial (FUNDAHRSE), en conjunto desarrollan eventos y programas para empoderar a las microempresarias a través del voluntariado corporativo.

Así mismo, Voces Vitales Honduras cuenta con el respaldo invaluable de diversos patrocinadores comprometidos con la misión de empoderar a las mujeres y fomentar su crecimiento económico y social en el país. Estos patrocinadores desempeñan un papel fundamental al proporcionar los recursos necesarios para llevar a cabo programas y actividades que impactan positivamente en la vida de las mujeres emprendedoras. Su generoso apoyo refleja un compromiso compartido hacia el fortalecimiento de la comunidad y la promoción de oportunidades equitativas para las mujeres en Honduras.

La Figura 17 muestra algunos de los patrocinadores y aliados estratégicos que aportan desde diferentes dimensiones apoyo a las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras.



Figura 17 Patrocinadores y aliados estratégicos Voces Vitales Honduras

Fuente: (Voces Vitales Honduras, 2023)

PROGRAMAS DESARROLLADOS POR VOCES VITALES HONDURAS

La tabla 1 describe los programas que Voces Vitales Honduras ha desarrollado, mismos que promueven el empoderamiento y desarrollo de las mujeres en distintos ámbitos.

Sus iniciativas incluyen mentoría, capacitaciones técnicas, establecimiento de redes y asociaciones público-privadas, así como campañas de sensibilización.

Tabla 1 Programas Voces Vitales Honduras

| Programa | Objetivo del programa | Componentes | |
|--|---|---|---|
| <p>WE3A: Fortaleciendo Empresarias en Cadenas Productivas</p> | <p>es una iniciativa de colaboración del Banco Interamericano de Desarrollo, BID Lab, con el apoyo financiero clave de WeFi (Women Entrepreneurs Finance Initiative). Nuestro objetivo es ayudar a las mujeres a superar los obstáculos causados por sus nuevos ecosistemas financieros en desarrollo con la incertidumbre que rodea la tecnología, la competencia, las demandas y más.</p> | <p>Aspirar</p> | <p>Busca brindar inspiración a las empresarias por medio de historias de éxito de otras mujeres que han luchado por el crecimiento de sus negocios. Así como también, desarrollar relaciones con personas claves en el ecosistema local.</p> |
| | | <p>Activar</p> | <p>Durante esta componente, las mujeres tendrán acceso a seminarios web y talleres diseñados para ayudarlas a desarrollar habilidades comerciales, resiliencia y experiencia digital.</p> |
| | | <p>Acelerar</p> | <p>Este pilar está diseñado para negocios y empresas que están más establecidas. Aquí, las mujeres recibirán educación avanzada y construirán una red de personas importantes del ecosistema empresarial y clientes potenciales.</p> |
| <p>#QueNoTeRobenLaIdea</p> | <p>El objetivo general del Programa es formar y capacitar a 100 jóvenes mujeres emprendedoras entre 18 y 25 años para que empezar y/o concretar su proyecto de vida y de idea de negocio, a través del fortalecimiento de diferentes herramientas empresariales.</p> | <p>Taller de Plan de Vida y de Negocios</p> | <p>Taller de Plan de Vida: Capacitación sobre la autoestima, FODA personal, identificación de metas y crecimiento personal. Taller de Negocios: Capacitación sobre ideas de negocios, análisis de la competencia, el mercado, el cliente y definición del producto.</p> |
| | | <p>Taller de Seguimiento</p> | <p>Medir avances desde el primer taller impartido. Guiarlas y prepararlas para la feria de logros.</p> |

| Programa | Objetivo del programa | Componentes | |
|----------|-----------------------|--------------------------|--|
| | | Feria de Logros y Cierre | Presentación de las 25 aprendices exponiendo sus productos y servicios. Se premian los 10 mejores proyectos. |

| | | | |
|---|--|---|---|
| <p align="center">Fábrica de Emprendedoras</p> | <p>La Fábrica de Emprendedoras está dirigido a mujeres hondureñas, líderes de una micro o pequeña empresa con mínimo, con el fin de empoderarlas para que su negocio crezca económicamente y se desarrolle de manera ordenada.</p> | <p>Diplomado de Crecimiento Empresarial</p> | <p>Un diplomado completo, que le brinda a nuestras aprendices, los conceptos básicos y recomendaciones prácticas en temas claves para el manejo de negocios, como Contabilidad, Finanzas, Mercadeo, Ventas, Planes de Negocios, Administración y Sistemas de Calidad</p> |
| | | <p>Taller de Liderazgo y Emprendimiento</p> | <p>Este taller de 16 horas brinda a nuestras beneficiarias la motivación necesaria para que comprendan y fortalezcan su potencial de liderazgo (a nivel personal y profesional). Es un espacio donde ellas podrán desenvolverse como mujeres líderes e interactuar con las demás mujeres líderes de la red.</p> |
| | | <p>Programa de Mentoría</p> | <p>El Programa de Mentoría consiste en unir a cada aprendiz con una mentora. Una mentora es una mujer profesional (ejecutiva o empresaria) que de manera voluntaria dona su tiempo para reunirse con su aprendiz una hora a la semana y brindarle recomendaciones prácticas y compartir sus conocimientos y contactos, con el fin de apoyarla en crear un plan de trabajo que le permita cumplir sus metas empresariales.</p> |

| Programa | Objetivo del programa | Componentes | |
|---------------------------------------|---|--------------------------------|---|
| <p>Primer Paso Para Crecer</p> | <p>Primer Paso Para Crecer es un programa que busca fortalecer la mujer empresaria, impulsando el desarrollo de sus empresas y fomentando su liderazgo.</p> | <p>Taller de Liderazgo</p> | <p>Taller desarrollado para empoderar y crear ese espíritu de liderazgo y pertenencia de la empresa, con una duración de 8 horas.</p> |
| | | <p>Exposición de Productos</p> | <p>El taller preparará a la aprendiz para poder generar y evaluar un proyecto de inversión. Abarca toda la elaboración de un Plan de Negocios, iniciando con la detección de oportunidad de negocio, el análisis de la industria y el entorno en los cuales incursionará con dicho negocio, un estudio de mercado, estudio técnico y una evaluación financiera.</p> |
| | | <p>Programa de Mentoría</p> | <p>La mentoría del programa Primer Paso Para Crecer consiste en formar parejas entre las aprendices, o beneficiarias del programa, y ejecutivos de Walmart México y Centroamérica, de manera que en conjunto trabajen para potenciar la empresa de la aprendiz. El objetivo de la mentoría es brindarle a la aprendiz una asesoría puntual basada en las necesidades y objetivos planteados en la primera reunión con su mentora, con el objetivo de convertirse en proveedor de la misma cadena.</p> |
| <p>Mujer Acelera</p> | <p>El Programa Mujer Acelera es un programa de la red de BAC Credomatic a nivel regional que se desarrolló por primera vez en Costa Rica en el 2016</p> | <p>Taller de Liderazgo</p> | <p>Taller de Liderazgo: Taller desarrollado para empoderar y crear ese espíritu de liderazgo y pertenencia de la empresa, con una duración de 16 horas distribuidos en 2 días.</p> |

| Programa | Objetivo del programa | Componentes | |
|----------|--|---|---|
| | <p>y en 2017 comenzó en Honduras. Tiene como objetivo la capacitación de mujeres dueñas de empresas, de manera que puedan desarrollar sus habilidades de liderazgo, sus capacidades administrativas y de negocios y que reciban una mentoría por parte de ejecutivos de BAC Credomatic que les permita ampliar su red de negocios para que se puedan integrar a nuevos mercados.</p> | <p>Taller de Bancarización y Negocios</p> | <p>Taller de Bancarización: Fomentamos la salud financiera de las personas y empresas con miras a una sociedad informada, consciente y próspera. Además del uso inadecuado de productos y servicios financieros que influye en la inestabilidad financiera.</p> <p>Taller de Negocios: El taller preparará a la aprendiz para poder generar y evaluar un proyecto de inversión. Abarca toda la elaboración de un Plan de Negocios, iniciando con la detección de oportunidad de negocio, el análisis de la industria y el entorno en los cuales incursionará con dicho negocio, un estudio de mercado, estudio técnico y una evaluación financiera.</p> |
| | | <p>Programa de Mentoría</p> | <p>La mentoría del programa Mujer Acelera consiste en formar parejas entre las aprendices, o beneficiarias del programa, y ejecutivas de la red de BAC Credomatic Honduras, de manera que en conjunto trabajen para potenciar la empresa de la aprendiz. El objetivo de la mentoría es brindarle a la aprendiz una asesoría puntual basada en objetivos planteados en la primera reunión con su mentora. El programa tuvo una duración de un (1) mes, durante la mentoría cada mentora y cada aprendiz llevó una bitácora, un documento en el cual documentaban los avances de cada reunión de trabajo.</p> |

Fuente: Elaboración Propia con datos de (Voces Vitales Honduras, 2023)

2.2 CONCEPTUALIZACIÓN

2.2.1 EMPRENDIMIENTO

La (Secretaria de Estado de Desarrollo Económico, 2018) define el emprendimiento como una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza para aprovechar las oportunidades presentes en el entorno o para satisfacer las necesidades de ingresos personales generando valor a la economía y a la sociedad.

Honduras ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años en temas de emprendimiento, a pesar de los desafíos económicos y sociales que enfrenta el país. El entorno emprendedor hondureño ha visto un aumento en el número de personas que buscan iniciar sus propios negocios y proyectos, con el objetivo de generar ingresos y contribuir al desarrollo económico y social.

Algunos factores que han impulsado el emprendimiento en Honduras incluyen la necesidad de generar empleo en un país con altas tasas de desempleo, así como la búsqueda de soluciones innovadoras para abordar desafíos sociales y económicos.

Emprender en Honduras abarca una amplia gama de sectores, desde la agricultura hasta el turismo. Muchos emprendedores se han centrado en la creación de startups tecnológicas, aplicando soluciones innovadoras a problemas locales y globales. Además, el emprendimiento social también ha ganado fuerza, con proyectos que buscan abordar desafíos sociales y ambientales mientras generan beneficios económicos.

2.2.2 GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN FINANCIERA EN LAS MIPYME

La gestión y administración financiera en las MIPYME refiere a cómo manejan el dinero y los recursos. Implica saber cuánto dinero entra y sale, cómo se invierte y cómo se paga a los empleados y proveedores.

Una buena gestión financiera ayuda a tomar decisiones inteligentes y a mantener la salud económica de la empresa. También puede ayudar a gestionar fuentes externas de financiamiento si fuere necesario.

En otras palabras, podemos resumir que la gestión y administración financiera en las MIPYME es un aspecto crítico para su éxito y supervivencia en un entorno empresarial competitivo. En el contexto de las MIPYME, la gestión financiera implica una serie de tareas

fundamentales tales como:

Planificación Financiera: Implica establecer metas y objetivos financieros a corto y largo plazo. Esto incluye la elaboración de presupuestos, la proyección de ingresos y gastos futuros, y la planificación de inversiones y financiamiento.

Gitman et al., (2012) resaltan en su libro "Principios de Administración Financiera" la relevancia del principio económico central que implica analizar los costos y beneficios marginales en el ámbito de la gestión financiera. Según su enfoque, es esencial tomar decisiones y emprender acciones únicamente cuando los beneficios adicionales superen los costos adicionales asociados. Prácticamente todas las decisiones financieras pueden ser evaluadas a través de la comparación de sus beneficios y costos marginales

2.2.3 CONTROL FINANCIERO

(Teruel, 2021) define el control financiero como prácticas y procesos implementados para supervisar, dirigir y regular las actividades financieras de una entidad, ya sea que opere bajo la figura de una sociedad jurídica o comerciante individual. De igual forma incluye la planificación, seguimiento y evaluación de los recursos financieros, así como la implementación de medidas para garantizar el uso eficiente de los fondos, el cumplimiento de objetivos financieros y la mitigación de riesgos económicos. El control financiero es esencial para mantener la estabilidad económica y la transparencia en la gestión de recursos financieros.

2.2.4 GESTIÓN DE FLUJOS DE EFECTIVO

De acuerdo a (Acción Opportunity Fund, 2023) es el proceso de monitorear, analizar y optimizar los movimientos de efectivo dentro y fuera de una empresa durante un período de tiempo específico. Este enfoque es crucial para asegurar que la empresa tenga suficiente efectivo disponible para cubrir sus obligaciones financieras, como el pago de sus gastos operativos.

La gestión de flujo de efectivo implica realizar un seguimiento detallado de las entradas y salidas de efectivo, anticipar posibles variaciones en los ingresos y gastos, y tomar decisiones estratégicas para mantener un equilibrio saludable. Un flujo de efectivo positivo indica que la empresa está generando más efectivo del que está gastando, lo que es fundamental para su sostenibilidad y crecimiento. En contraste, un flujo de efectivo negativo puede señalar problemas financieros que requieren atención y ajustes en la gestión financiera.

Esencial para asegurarse de que la empresa tenga suficiente dinero para pagar sus gastos y obligaciones en el momento adecuado. Un flujo de efectivo adecuado evita problemas de liquidez.

2.2.5 GESTIÓN DE FINANCIAMIENTO

Para (Westreicher, 2023) la gestión de financiamiento se refiere a la planificación, coordinación y control de las actividades relacionadas con la obtención y utilización de recursos financieros por parte de una entidad, ya sea una empresa u organización.

Esto implica tomar decisiones estratégicas sobre cómo obtener fondos, ya sea a través de préstamos, emisión de acciones, generación de ingresos, entre otras fuentes, y cómo utilizar esos fondos de manera eficiente para alcanzar los objetivos financieros de la entidad. La gestión de financiamiento también incluye la evaluación de riesgos financieros y la implementación de estrategias para optimizar la estructura de capital.

2.2.6 EDUCACIÓN FINANCIERA

La educación financiera para las MIPYME es un componente fundamental para su éxito y crecimiento. Implica proporcionar a sus propietarios el conocimiento y las habilidades necesarias para gestionar eficazmente los recursos financieros y tomar decisiones informadas en términos económicos.

De acuerdo al (Banco de Desarrollo de America Latina y El Caribe, 2021) la educación financiera es determinante para que una MIPYME pueda acceder a mejores condiciones relacionadas con el acceso a financiamientos. Por otra parte, cuando una empresa ya tiene acceso a crédito, mayores conocimientos y habilidades financieras le permitirán hacer un estudio de mercado para comparar entre instituciones financieras que le brinden mejores condiciones según sea la naturaleza de su negocio y estar en mayor capacidad para poder negociar y hablar en el mismo lenguaje de una micro financiera o un banco comercial.

Las MIPYME que cuentan con una educación financiera sólida son más resilientes para afrontar desafíos económicos y aprovechar oportunidades. Pueden tomar decisiones financieras más informadas, evitar trampas financieras comunes y maximizar el uso eficiente de sus recursos. Además, la educación financiera puede ayudar a las MIPYME a establecer una base sólida para acceder a financiamiento y establecer relaciones bancarias más favorables.

2.2.7 CRECIMIENTO ECONÓMICO

El crecimiento económico de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME) refiere al aumento sostenido en la producción, ventas y rentabilidad de las mismas durante un período de tiempo determinado. Así mismo, se puede medir a través de la expansión de su presencia en el mercado, adopción de nuevas tecnologías y la diversificación de sus productos o servicios, creación de nuevas fuentes de empleo.

Para promover el crecimiento económico de las MIPYME, es importante brindarles acceso a recursos financieros adecuados, capacitación y asesoría empresarial, así como facilitar su participación en redes y cadenas de valor. Además, políticas gubernamentales que reduzcan las barreras administrativas y fiscales pueden fomentar un entorno propicio para su desarrollo.

(Dini & Stumpo, 2020) refieren que las MIPYMES que reflejan un alto crecimiento económico, que se destacan por tener un comportamiento mucho más dinámico en términos de ingresos y creación de empleo, y su rendimiento corresponde a una gestión administrativa y financiera eficiente que va desde el aprovechamiento de las oportunidades de mercado hasta la implementación de ideas innovadoras.

2.3 TEORÍAS DE SUSTENTO

2.3.1 LAS TEORÍAS MODERNAS SOBRE ESTRUCTURA DE CAPITAL

(Ferrer & Sierra Tanaka, 2009) exponen las Teorías Modernas Sobre Estructuras de Capital, y al respecto enuncian que cada oportunidad de inversión real se ve influenciada y condicionada por decisiones de financiamiento, las cuales determinan la estructura de capital entre deuda y recursos propios. Este aspecto se refleja en la configuración de capital adoptada por la empresa, después de analizar factores como el costo de la deuda, la presión fiscal y el riesgo de quiebra, entre otros.

De acuerdo a (Ferrer & Sierra Tanaka, 2009) dos enfoques teóricos modernos buscan explicar esta estructura de capital: por un lado, la Teoría del Equilibrio Estático (Trade-off Theory) que considera que la estructura de capital de la empresa resulta del equilibrio entre los beneficios y costos asociados a la deuda, manteniendo constantes los activos y planes de inversión); por otro lado, la Teoría de la Jerarquía Financiera (Pecking Order Theory) expone la preferencia de la empresa por la financiación interna frente a la externa, y la deuda sobre los recursos propios al recurrir a la emisión de valores.

A continuación, se enuncian los enfoques teóricos modernos sobre la estructura de capital mencionados por (Ferrer & Sierra Tanaka, 2009) a fin de comprenderlos de forma más clara.

LA TEORÍA DEL EQUILIBRIO ESTÁTICO DE LA ESTRUCTURA DE CAPITAL (TRADE-OFF THEORY) EXPUESTA POR MODIGLIANI Y MILLER (1958)

De acuerdo a (Zambrano Vargas & Acuña Corredor, 2011) la propuesta de Modigliani y Miller (1958) es aplicable únicamente en mercados perfectos, omitiendo el impacto de los impuestos, asumiendo que la quiebra es instantánea, sin considerar costos ni penalizaciones, y sin contemplar la incertidumbre.

Según (Allen et al., 2010) el modelo de Modigliani y Miller presenta limitaciones, ya que: a) existen costos asociados a la insolvencia financiera, incluso cuando se evita la quiebra legal; b) no se abordan los posibles conflictos de intereses entre los poseedores de los títulos de la empresa; c) se desestiman los problemas de información que favorecen a la deuda sobre el capital propio cuando se recurre a la financiación externa mediante la emisión de nuevos títulos; y d) no se tiene en cuenta el efecto incentivador del apalancamiento financiero en las decisiones de inversión y distribución de dividendos.

Por lo tanto, al considerar supuestos realistas sobre las imperfecciones del mercado, la propuesta de la estructura de capital de Modigliani y Miller pierde su capacidad explicativa y da paso a consideraciones sobre los determinantes de la estructura de capital adoptada por la empresa.

Modigliani y Miller (1963), en una extensión de su modelo inicial de 1958, introducen las ventajas fiscales del endeudamiento, considerando las deducciones fiscales por los intereses pagados de la deuda. Esto implica que el valor de una empresa endeudada será mayor que el de una empresa sin deuda, ya que los flujos de fondos de la primera se verán aumentados por los beneficios fiscales derivados del pago de intereses.

No obstante, es importante señalar que existe un límite en las ventajas fiscales de la deuda, ya que un endeudamiento excesivo puede poner en riesgo la certeza de los beneficios fiscales por intereses pagados. La diferencia en el tratamiento impositivo de la renta del inversor, considerando tanto dividendos como intereses generados de acciones u obligaciones, influye en las ventajas fiscales del endeudamiento, ya que el inversor evalúa los beneficios netos después de ambos impuestos

EL TRADE-OFF Y EL PECKING ORDER Y SU RELACIÓN CON LA ESTRUCTURA DE CAPITAL DE LAS PYMES

Desde la perspectiva de la Teoría del Equilibrio Estático, las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) tienden a mantener un nivel bajo de apalancamiento. Esto se debe a varios factores. En primer lugar, las PYMES suelen experimentar bajos niveles de rentabilidad, lo que limita su capacidad para aprovechar de manera significativa los beneficios fiscales derivados de los intereses pagados por el endeudamiento. Además, enfrentan tasas fiscales marginales bajas, lo que resulta en pagos de impuestos reducidos y, por ende, en menores montos a deducir. Asimismo, la alta probabilidad de quiebra que caracteriza a estas empresas aumenta el riesgo financiero asociado con la deuda. En resumen, los beneficios fiscales limitados y los costos elevados de quiebra llevan a una tendencia a la baja en el endeudamiento de las PYMES.

Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), comúnmente dirigidas por un único gerente que también posee la mayoría o la totalidad de las acciones, tienden a favorecer fuentes de financiación que minimizan la disolución de la propiedad y el control empresarial.

Según (Sánchez Vidal & Martín Ugedo, 2005), estas empresas suelen limitarse a la financiación mediante recursos autogenerados y préstamos bancarios. Este enfoque se atribuye a desafíos de acceso limitado a los mercados de capital, marcados por restricciones financieras y costos elevados, así como a una comprensión limitada de las opciones de financiación externa y sus implicaciones, especialmente en países no anglosajones.

Estos factores contribuyen a establecer una jerarquía de preferencias, reflejando la secuencia propuesta por Myers y Majluf (1984) según lo descrito por (Zambrano Vargas & Acuña Corredor, 2011): la empresa opta primero por los recursos autogenerados, seguida de la deuda a través de préstamos bancarios, y finalmente, la posibilidad de emitir nuevas acciones, no obstante, esta última no parece ser una opción práctica para las PYMES, ya que podría no estar accesible o ser descartada por el propietario debido al temor de perder el control de la empresa.

LA ESTRUCTURA DE CAPITAL DE LAS PYMES DESDE LA PERSPECTIVA DEL MODELO DEL CICLO DE CRECIMIENTO FINANCIERO DE BERGER Y UDELL (1998)

La evidencia empírica de los estudios realizados hasta la fecha no parece ser definitiva en cuanto a la capacidad explicativa de la Teoría del Equilibrio Estático o de la Teoría de la Jerarquía

Financiera con relación a la Estructura de Capital adoptada por las PYMES.

Ello puede obedecer al hecho de que las PYMES atraviesan por varias etapas de cambio en su evolución hacia una gran empresa, de manera que es posible que una sola teoría no pueda explicar la estructura de capital adoptada, resultando razonable que una u otra teoría ayuden a explicar el comportamiento de la estructura de capital en cada una de las etapas del desarrollo de la empresa.

Esta idea se ve reflejada en el Ciclo del Crecimiento Financiero, quienes toman como supuesto de partida la evolución constante de las PYMES en términos de tamaño, edad y disponibilidad de la información, los cuales actúan como determinantes de su estructura de capital.

En la medida en que la empresa crece, adquiere mayor experiencia y disminuye la opacidad de la información, cambian sus necesidades financieras y las opciones de financiación.

La Figura 18 expone la propuesta de Berger y Udell de 1998 donde busca ofrecer una visión general acerca de las principales fuentes de financiamiento en distintas etapas del ciclo de crecimiento financiero. Esto se debe a que el tamaño de la empresa, su edad y la disponibilidad de información no están perfectamente correlacionados.

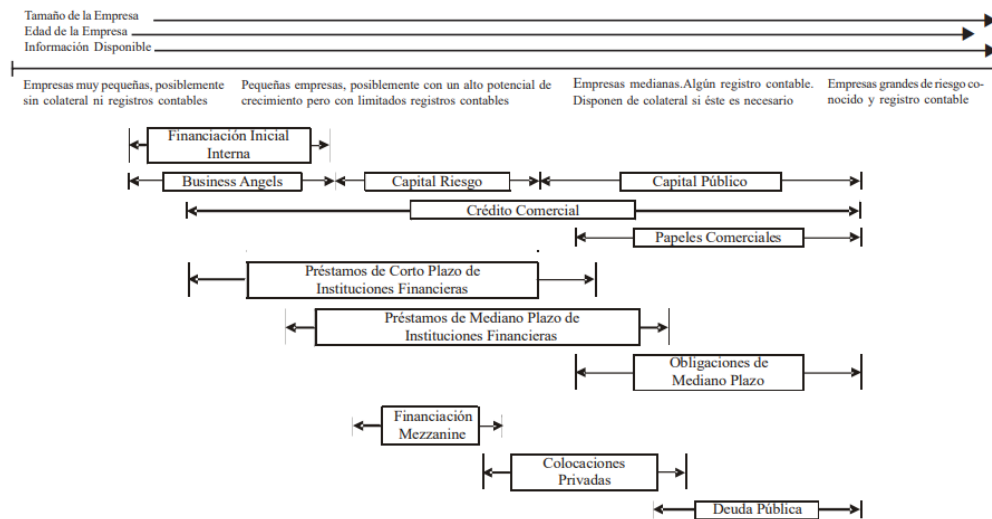


Figura 18 El ciclo del Crecimiento Financiero de la Empresa

Fuente: (Ferrer & Sierra Tanaka, 2009)

En las fases iniciales de desarrollo, como lo muestra la figura anterior, las empresas más pequeñas y jóvenes tienden a depender de fuentes internas de financiamiento, crédito comercial y posiblemente inversores informales (conocidos como business angels). A medida que crecen, se

amplía su acceso a financiamiento intermedio, incluyendo inversores de capital riesgo como ser bancos e instituciones financieras. En etapas avanzadas de crecimiento, y si la empresa perdura, puede recurrir a opciones como el capital público y participación en mercados de deuda.

En la etapa inicial de lanzamiento (start-up), la falta de información dificulta la obtención de fondos externos. Por lo tanto, la empresa se apoya considerablemente en fuentes internas, crédito comercial y business angels. La financiación interna inicial es crucial en las primeras fases de desarrollo, cuando el emprendedor está dando forma al producto o concepto de negocio y la mayoría de los activos son intangibles. También se utiliza cuando la empresa inicia la producción a pequeña escala y realiza esfuerzos limitados de marketing. Por lo general, la fase de puesta en marcha se asocia con la elaboración de un plan de negocios formal, que se utiliza para atraer la inversión de los business angels.

Una vez agotadas las fuentes internas y considerando los costos de monitoreo y los problemas de selección adversa, las PYMES se inclinan hacia la deuda como fuente de financiación, incluyendo crédito comercial, préstamos bancarios e instituciones financieras.

Sin embargo, cuando los fondos necesarios son significativamente mayores que la financiación interna proporcionada por los emprendedores, los problemas asociados al riesgo moral se intensifican. En este contexto, las fuentes externas de financiación de capital, especialmente los business angels y el capital riesgo, cobran una mayor relevancia. Por otro lado, el emprendedor podría inclinarse por la deuda externa en lugar del capital externo para evitar la posible dilución de la propiedad y el control empresarial, o elegir el capital externo en lugar de la deuda externa para compartir el riesgo con otros inversionistas.

2.3.2 TEORÍA DE LOS COSTOS DE TRANSACCIÓN

La Teoría de los Costos de Transacción ha evolucionado en las últimas dos décadas con el propósito de explicar aspectos específicos relacionados con el surgimiento y la expansión de las empresas, fue desarrollada por Oliver E. Williamson, un economista estadounidense, quien recibió el Premio Nobel de Economía en 2009 por sus contribuciones a esta área. La teoría se centra en entender cómo los costos asociados con la coordinación y realización de transacciones económicas afectan la estructura y organización de las empresas.

(Mariz Pérez & Calvo Silvosa, 1999) indica que la teoría es un enfoque económico que

analiza los costos asociados con las transacciones económicas y cómo estos afectan las decisiones de organización y coordinación entre las partes. La Teoría en mención, se centra en tres factores principales: la especificidad de los activos involucrados, la incertidumbre y la frecuencia y duración de las transacciones. Esta teoría sugiere que, en situaciones donde los costos de transacción son altos, las organizaciones pueden surgir para internalizar ciertas actividades en lugar de depender del mercado, lo que puede ser más eficiente

A continuación, se detallan los principios fundamentales de la teoría:

1. Especificidad de los Activos: Cuando los activos son específicos para una transacción o una relación comercial, es decir, no pueden ser fácilmente transferibles o utilizados en otra transacción, surge la dependencia entre las partes.
2. Incertidumbre: La incertidumbre sobre el comportamiento de las partes involucradas y las condiciones del mercado puede aumentar los costos de transacción. La falta de información perfecta puede generar riesgos y costos adicionales.
3. Frecuencia y Duración: La frecuencia con la que se realiza una transacción y la duración esperada de la relación entre las partes también son factores importantes. Transacciones frecuentes y relaciones a largo plazo pueden justificar la creación de estructuras organizativas más complejas.

La Teoría de los Costos de Transacción sostiene que, en presencia de altos costos de transacción, las empresas pueden surgir como una forma de coordinar y realizar actividades económicas de manera más eficiente que a través del mercado. Esto implica que algunas funciones se internalizan en la empresa para reducir los problemas asociados con la coordinación a través del mercado.

De acuerdo a (Mariz Pérez & Calvo Silvosa, 1999), Williamson destacó la importancia de comprender cómo los costos de transacción influyen en las decisiones sobre la estructura y organización de las empresas, proporcionando una perspectiva valiosa sobre la economía organizacional.

Según la definición propuesta por el desarrollador de dicha Teoría, la especificidad de los

activos se refiere al nivel en el cual un activo puede ser utilizado para diferentes propósitos por diferentes usuarios sin afectar su valor productivo. La especificidad de los activos guarda cierta relación con el concepto de "costos hundidos" también conocidos como costos irreversibles, son aquellos gastos que una entidad ha incurrido y que no puede recuperar, ya sea abandonando un proyecto, una inversión o una actividad. Estos costos se consideran pasados y no deben influir en las decisiones futuras, ya que no son recuperables.

EL PAPEL DE LA INCERTIDUMBRE EN LA ORGANIZACIÓN ECONÓMICA

La economía del costo de transacción se encuentra estrechamente vinculada al concepto de incertidumbre diseñado por el Nobel T. Koopmans. En sus escritos, Koopmans destacó que el desafío central de la organización económica en una sociedad consistía en enfrentar y manejar la incertidumbre. En este contexto, Koopmans propuso categorizar la incertidumbre en dos tipos: la incertidumbre primaria, vinculada a los estados naturales, y la incertidumbre secundaria, derivada de la falta de información entre los agentes económicos.

(Mariz Pérez & Calvo Silvosa, 1999) refiere que Williamson destaca la presencia de una tercera categoría de incertidumbre, a la que llama incertidumbre comportamental. En este contexto, los riesgos asociados a la dependencia bilateral se originan en la incertidumbre comportamental, la cual emerge de la combinación entre la contratación incompleta y la especificidad de los activos. Esta dimensión adicional de incertidumbre acentúa los desafíos y complejidades en las relaciones contractuales, especialmente cuando se trata de activos específicos.

Para comprender mejor la teoría de los costos de transacción, describimos el siguiente ejemplo: Una empresa necesita un componente muy específico para su producción y decide adquirirlo de un proveedor externo. Según la teoría de los costos de transacción, esta empresa debe considerar varios factores:

1. Especificidad del activo: Si el componente es altamente específico para las necesidades de la empresa y no puede ser fácilmente reemplazado o utilizado en otros contextos, existe una mayor especificidad del activo.
2. Incertidumbre: La empresa no puede prever completamente todos los posibles eventos o cambios en el mercado que podrían afectar su relación con el proveedor.

3. Frecuencia y duración: Si la empresa planea realizar múltiples transacciones con el mismo proveedor a lo largo del tiempo, debe tener en cuenta la frecuencia y la duración de estas interacciones.

Siguiendo la teoría de Williamson, la empresa podría optar por firmar un contrato a largo plazo con el proveedor para reducir la incertidumbre y garantizar la disponibilidad continua del componente. Sin embargo, esto también implica costos de negociación, supervisión y posiblemente una pérdida de flexibilidad en caso de cambios en el entorno empresarial.

| | Activos específicos | | |
|---------------|--------------------------|--------------------------|--|
| Incertidumbre | Bajo para ambas partes | Alto para ambas parte | Alto para una parte, bajo para la otra |
| Alta | Depende de la frecuencia | Integración vertical | Integración vertical |
| Baja | Contratación de mercado | Contratos de largo plazo | Integración vertical |

Figura 19 Relación entre las características de la Transacción (activos específicos e incertidumbre) y la coordinación vertical

Fuente: (Barbero, 2006)

En conclusión, la teoría de los costos de transacción busca analizar cómo las empresas eligen estructurar sus relaciones contractuales considerando los costos asociados con la especificidad de los activos, la incertidumbre y la frecuencia de las transacciones.

2.4 MARCO LEGAL

En Honduras, se han creado leyes exclusivas para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME), con el propósito de estimular su crecimiento a través de incentivos fiscales, facilitar su formalización y mejorar su acceso a financiamiento y oportunidades de mercado. No obstante, es fundamental reconocer que el marco legal empresarial no se limita a estas leyes específicas, ya que existen regulaciones más amplias que abarcan aspectos laborales, ambientales y de propiedad

intelectual que afectan tanto a MIPYME como a empresas de mayor tamaño. En este apartado se abordarán de manera general e ilustrativa las disposiciones específicas para las MIPYME.

2.4.1 LEY DE APOYO A LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

“Que mediante Decreto No.145-2018 de fecha 7 de noviembre del 2018, publicado en el Diario Oficial “La Gaceta” en fecha 28 de noviembre de 2018, en la Edición No.34,806 se aprobó la Ley de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa, mediante la cual se le benefició con una serie de alivios tributarios y simplificación de procesos administrativos a fin de estimular la creación, organización, equipamiento y operación de las Micro y Pequeñas Empresas”(Ley de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa, 2018).

Tabla 2 Objeto y Beneficios de la Ley de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa

| Objeto de la ley | Requisitos que se deben cumplir | Beneficios |
|--|---|---|
| El fomento de la micro y pequeña empresa se logra mediante incentivos que estimulan el crecimiento económico, generan nuevas oportunidades de empleo y promueven el bienestar, desarrollo y autorrealización de los individuos | <ol style="list-style-type: none"> 1. Que compruebe fehacientemente ante la Secretaría de Estado en el Despacho de Desarrollo Económico que entre la vigencia del presente Decreto y el 31 de diciembre de 2019, que ha aumentado en un treinta por ciento (30%) la generación de nuevos empleos remunerados, comparables contra la planilla de empleados remunerados vigente al 30 de septiembre del 2018 2. Autorización de la Secretaría de Estado en los Despachos de Trabajo y Seguridad Social. 3. No tener ingresos brutos anuales mayores a Cinco Millones (L. 5,000,000) de lempiras en el Ejercicio Fiscal anterior. | Las micro o pequeña empresa y que por un período de cinco (5) años, deben estar exentos del pago del: <ul style="list-style-type: none"> - Impuesto Sobre la Renta - Impuesto al Activo Neto y Aportación Solidaria Temporal. - Anticipos del uno por ciento (1%) y doce punto cinco por ciento (12.5%) en concepto del Impuesto Sobre la Renta. |

Fuente: Elaboración propia

2.4.2 LEY DE FOMENTO Y DESARROLLO DE COMPETITIVIDAD DE LA

MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EN HONDURAS

Esta ley fue creada mediante decreto No. 135-2008, el 14 de enero del 2009 (Congreso Nacional de Honduras, 2009), en la misma se establece la creación del Consejo Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana empresa (CONAMIPYME) como un organismo de participación en las propuestas y definiciones de los proceso y asesoría a este sector de la economía (Ley Para el Fomento de Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa).

Tabla 3 Definición de Micro, Pequeña y Mediana empresa

| Tipo de Empresa | Definición |
|-------------------|--|
| Microempresa | Es toda unidad económica con un mínimo de una persona remunerada laborando en ella, la que puede ser su propietario, y un máximo de diez (10) empleados remunerados. |
| Pequeñas empresas | Son aquellas con una mejor combinación de factores productivos y posicionamiento comercial, que permiten la unidad empresarial; acumular ciertos márgenes de excedentes. Tienen una organización empresarial más definida y mayor formalización en su gestión y registro, cuenta con un mínimo de once (11) y un máximo de cincuenta (50) empleados remunerados. |
| Medianas empresas | Son empresas que disponen de mayor inversión en activos fijos, en relación a las anteriores. Asimismo, presentan una relación adecuada en cuanto a su capital de trabajo. Una clara división interna de trabajo y formalidad en sus registros contables y administrativos, emplean un mínimo de cincuenta y uno (51), empleados y un máximo de ciento cincuenta (150) empleados remunerados. |

Fuente: Elaboración propia

2.4.3 LEY PARA LA GENERACION DE EMPLEO, FOMENTO A LA INICIATIVA, EMPRESARIAL, FORMALIZACION DE NEGOCIOS Y PROTECCION A LOS DERECHOS DE LOS INVERSIONISTAS.

Esta ley nace debido a que la prioridad Nacional debe ser la Promoción de Inversiones como fuentes de generación de empleo y riqueza, en la misma se describe la simplificación para el fomento de la actividad empresarial y la formalización de negocios.

El artículo 5 refiere a " Las sociedades mercantiles formadas al amparo de esta Ley pueden ser creadas con un solo socio. El establecimiento de capital mínimo al momento de su creación será de carácter estrictamente voluntario debiendo insertarse en el documento de su creación como

una estipulación de carácter especial en los casos en que así sea requerido por el o los socios“(Ley para la generación de empleo, fomento a la iniciativa empresarial, formalización de negocios y protección a los derechos de los inversionistas).

Esta ley designa a las autoridades responsables del Registro Mercantil la tarea de establecer los procedimientos necesarios para permitir, en un plazo de un (1) año desde la puesta en marcha de la Ley, que la constitución de sociedades mercantiles pueda realizarse de manera opcional a través de medios digitales, haciendo uso de firmas electrónicas.

2.4.4 LEY PARA LA RECUPERACIÓN Y REACTIVACIÓN ECONÓMICA DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

Creada mediante Decreto No. 48-2022, del 26 de mayo del 2022, y tiene por objeto otorgar beneficios e incentivos fiscales que promuevan la creación, desarrollo, fortalecimiento y formalización de la micro y pequeña empresa (MYPE), a fin de contribuir con la mejora de la economía y la capacidad de emprendimiento e innovación, así como generación de nuevas oportunidades de empleo. Entre los beneficios más significativos de la presente Ley, se destacan los siguientes:

1. Exención porcentual de Impuesto Sobre la Renta, por un periodo de cinco (5) años los cuales detallarán de la forma siguiente:
 - a) Exención del pago del cien por ciento (100%) en el Impuesto Sobre la Renta por los primeros tres (3) períodos fiscales a partir de su constitución e inscripción en el Registro Mercantil y Cámara de Comercio; y,
 - b) Exención del pago del cincuenta por ciento (50%) en el Impuesto Sobre la Renta correspondiente a los dos (2) períodos fiscales siguientes.
2. Exención del Impuesto al Activo Neto y Aportación Solidaria Temporal, Anticipos del uno por ciento (1%) y doce puntos cinco por ciento (12.5% en concepto del Impuesto Sobre la Renta por cinco (5) años, a partir de su constitución e inscripción;
3. Las depreciaciones y amortizaciones de los primeros tres (3) años de operación, comenzarán a ser contabilizadas a partir del cuarto año;
4. Exención de Impuestos Sobre Industria, Comercio y Servicios de alquiler Municipal por los primeros tres (3) períodos fiscales a partir de su constitución e

inscripción.

5. Exención del pago de las tasas no tributarias, sobretasas y derechos, por los permisos de operación, construcción, autorizaciones y licencias ambientales, así mismo se exime del cargo por registro de cualquier tipo de que se tramite ante el Gobierno Central y municipalidades por los primeros tres (3) periodos fiscales a partir de su constitución e inscripción;
6. Exención del pago por renovación de tasas y permisos que deban solicitarse durante el período de la vigencia del beneficio, establecido en el “Certificado de Beneficiario” que será extendido por el Servicio Nacional de Emprendimiento y Pequeños Negocios (SENPRENDE); y,
7. Exención del pago por concepto de tasas registrales relacionadas con el acto de constitución de la empresa, tasas municipales, cobro por cargos para la emisión de actos administrativos, licencias u otros conceptos necesarios para su operación, que deban realizarse ante instituciones públicas.

2.4.5 LEY DE APOYO FINANCIERO PARA LOS SECTORES PRODUCTIVOS DE HONDURAS

El Decreto Legislativo No.175-2008, junto con sus modificaciones, establece la Ley de Apoyo Financiero para los Sectores Productivos de Honduras. Esta ley dirige los recursos hacia la banca comercial, excluyendo a otras instituciones financieras reguladas y al Banco Nacional de Desarrollo Agrícola (BANADESA). Esta exclusión afecta a la población que tradicionalmente utiliza estas instituciones, especialmente el segmento del microcrédito, crucial para la inclusión financiera.

La financiación del microcrédito se presenta como una opción viable para mejorar la calidad de vida de la población sin acceso al crédito, siendo un factor clave en la reducción de la pobreza, una prioridad en las políticas públicas de países en desarrollo.

Dentro de los beneficiarios de la Ley, el sector afectado por eventos climáticos en octubre de 2008 representa el 20% de los recursos. Sin embargo, considerando los problemas derivados de la recesión económica y la crisis financiera internacional, el Poder Ejecutivo propone incluir unidades productivas afectadas para reestructurar sus deudas y aumentar su competitividad.

Además, se destina financiamiento a municipalidades para proyectos de infraestructura, buscando impulsar el desarrollo económico y social de las comunidades.

La ley enuncia que se autoriza al Banco Central de Honduras, de manera excepcional y en emergencia, a habilitar recursos financieros por un monto entre cinco mil millones y diez mil millones de lempiras. Estos fondos serán canalizados por el Banco Hondureño para la Producción y la Vivienda (BANHPROVI) para apoyar al sector de la vivienda (40%), la rehabilitación de deudas de unidades productivas afectadas por fenómenos climáticos y crisis económica (20%), y el microcrédito, municipalidades y otros sectores productivos (40%). Estos porcentajes pueden variar según la demanda de crédito de los sectores beneficiados.

Dentro del porcentaje asignado al microcrédito y otros sectores productivos, hasta doscientos cincuenta millones de lempiras podrán ser canalizados por BANHPROVI para que el Banco Nacional de Desarrollo Agrícola (BANADESA) otorgue financiamientos directos o a través de intermediarios como Cajas Rurales, Cooperativas, OPDF'S, Cámaras de Comercio, OPUS y similares.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

La congruencia metodológica desempeña un papel fundamental en cualquier investigación, ya que garantiza que los métodos y enfoques utilizados estén en armonía con los objetivos de la investigación y con la naturaleza de los datos que se pretenden recopilar.

En el contexto del estudio sobre el “Impacto de Voces Vitales Honduras como Plataforma de Crecimiento Económico de las emprendedoras adscrita en la Ciudad de Tegucigalpa”, es esencial que esta congruencia se mantenga en todas las etapas del proceso de investigación

Para (Vera Pérez & Lugo Ortiz, 2016) la congruencia metodológica, como su nombre indica, tiene un papel fundamental en la consolidación de los elementos clave de todo el proceso de investigación. Además, permite evaluar el nivel de coherencia y la conexión lógica que existe entre el título, el problema de investigación, la hipótesis planteada, los objetivos propuestos, las variables de estudio, el diseño de investigación seleccionado, los instrumentos de recolección de datos, así como la población y la muestra que serán objeto de estudio. Esta herramienta garantiza que cada componente de la investigación esté alineado de manera efectiva, lo que contribuye a la solidez y validez del estudio en su conjunto

En resumen, la congruencia metodológica en este estudio es esencial para garantizar que la investigación sea sólida, confiable y capaz de proporcionar información valiosa sobre el impacto del programa en los emprendedores. Cada decisión metodológica se toma cuidadosamente para asegurar que esté alineada con los objetivos y la naturaleza de la investigación, y que proporcione una comprensión completa y equilibrada de la situación.

3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA

A manera de visualizar y relacionar de manera clara y estructurada los elementos clave del estudio, nos apoyaremos en la matriz metodológica, la cual, es una herramienta fundamental en la planificación y diseño de la investigación.

En el contexto de la investigación sobre el Impacto de Voces Vitales Honduras como Plataforma de Crecimiento Económico de las emprendedoras adscrita en la Ciudad de Tegucigalpa, la matriz metodológica se organiza de la siguiente manera:

1. Tema de investigación: Aquí se proporciona una descripción concisa del tema de investigación, que en este caso es el “Impacto de Voces Vitales Honduras como Plataforma de Crecimiento Económico de las emprendedoras adscrita en la Ciudad de Tegucigalpa”.
2. Objetivo general: Se enuncia el propósito general de la investigación.
3. Objetivos específicos: En esta sección, se detallan los objetivos específicos que ayudarán a alcanzar el objetivo general.
4. Dimensiones de análisis: Aquí se identifican las dimensiones financieras claves que se explorarán en la investigación.
5. Variables: Se detallan las variables que serán objeto de estudio dentro de cada dimensión.
6. Indicadores: se establecen los indicadores específicos que se utilizarán para medir cada variable.

La matriz metodológica que se muestra en la Tabla 4 ofrece una base sólida para la investigación al proporcionar una estructura organizada. Esto asegura que los objetivos estén perfectamente alineados con las dimensiones y variables relevantes, a la vez brinda una hoja de ruta clara para la recolección y el análisis de datos.

Tabla 4 Matriz Metodológica

| MATRIZ METODOLÓGICA | | | | | |
|--|--|--|------------------------|---|---|
| Título de la Investigación | Objetivos de Investigación | | VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES |
| | General | Específicos | | | |
| IMPACTO DE VOCES VITALES HONDURAS COMO PLATAFORMA DE CRECIMIENTO ECONOMICO DE LAS EMPRENDEDORAS AFILIADAS EN LA CIUDAD DE TEGUCIGALPA | Analizar el Impacto de Voces Vitales Honduras como Plataforma de Crecimiento Económico de las emprendedoras adscrita en la Ciudad de Tegucigalpa | 1. Analizar el crecimiento económico en términos de ingresos, ventas y utilidades de las emprendedoras afiliadas a los diferentes programas que promueve “Voces Vitales Honduras”. | Crecimiento económico | Ingresos | Variación Porcentual |
| | | | | Rentabilidad o Utilidades | Costos |
| | | | | | Gestión Financiera |
| | | | | Expansión del negocio | Sucursales, expansión geográfica |
| | Diversificación de productos | | | | |
| | Honduras como Plataforma de Crecimiento Económico de las emprendedoras adscrita en la Ciudad de Tegucigalpa | 2. Identificar los factores empresariales que proporciona “Voces Vitales Honduras” y que han contribuido al crecimiento económico de las emprendedoras en Tegucigalpa. | Factores Empresariales | Desarrollo de habilidades empresariales | Adquisición de nuevas habilidades |
| | | | | | Finanzas |
| | | | | | Formación académica |
| | | | | | Participación continua en programas de capacitación |
| | | | | Generación de empleo | Número de empleados |
| Satisfacción y motivación | | | | Escala de satisfacción empresarial | |
| | continuidad del negocio/plan de sucesión | | | | |
| | | | | Factores Externos | |

| MATRIZ METODOLÓGICA | | | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|--|----------------------|---|--------------------|
| Título de la Investigación | Objetivos de Investigación | | Variables | Dimensiones | Indicadores |
| | General | Específicos | | | |
| | | 3. Identificar los desafíos financieros que enfrentan las emprendedoras que participan en los diferentes programas que promueve Voces Vitales Honduras | Desafíos Financieros | Desafíos que limitan el crecimiento económico | Factores Internos |

Fuente: Elaboración Propia

3.1.2 ESQUEMA DE VARIABLES DE ESTUDIO

En la Figura 20 se proporciona una estructura organizada para comprender cómo las dimensiones de análisis se relacionan con el tema de investigación y cómo las variables específicas dentro de cada dimensión se utilizarán para medir el impacto del programa.

La variable de estudio central es el "Crecimiento Económico". Este término se refiere al aumento sostenido y medible en los ingresos, ganancias y activos de las emprendedoras afiliadas al programa. Para medir este crecimiento, utilizaremos indicadores cuantitativos clave, como el crecimiento porcentual de los ingresos, el margen de ganancia y el retorno sobre la inversión. Estos indicadores se relacionan estrechamente con las dimensiones de análisis, que incluyen aspectos económicos, financieros y empresariales.

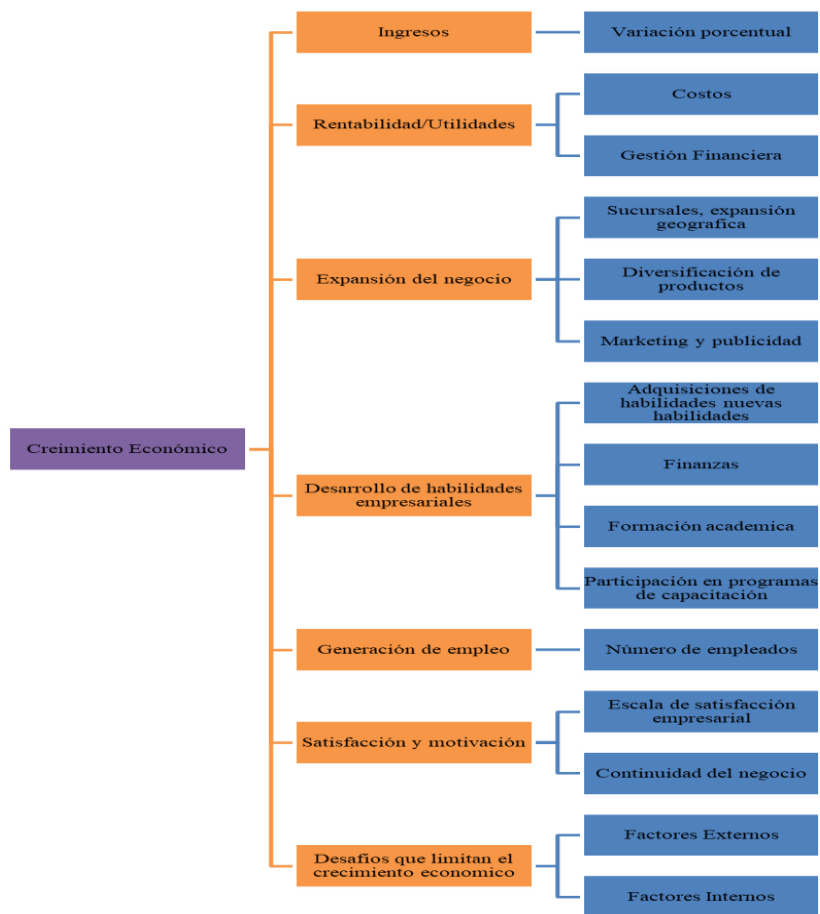


Figura 20 Esquema de variables de estudio

Fuente: Elaboración Propia

3.1.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

La matriz de operacionalización de variables consiste en descomponer la variable de estudio de la investigación y traducirla en dimensiones de análisis y estas a su vez en indicadores medibles que permitan cuantificar, comprender y registrar a través del instrumento de recolección de datos la información objetiva para llegar a conclusiones concretas que den respuesta a las preguntas planteadas, y cumplir con el objetivo de la investigación.

En la Tabla 5, se muestra la Matriz de Operacionalización de variables de la investigación, en la cual el crecimiento económico se establece como la variable principal de estudio, misma que se define como el aumento sostenido en la producción, ventas y rentabilidad de las mismas durante un período de tiempo determinado y se puede medir a través de la expansión de su presencia en el mercado, adopción de nuevas tecnologías y la diversificación de sus productos o servicios y creación de nuevas fuentes de empleo.

A partir de esta variable principal, se derivan las dimensiones de análisis, que son aspectos más específicos y relevantes que ayudan a desglosar el concepto de estudio en partes más manejables y concretas.

Luego, dentro de cada dimensión de análisis, se establecen los indicadores, que se definen como herramientas concretas de medición que nos permiten cuantificar y evaluar cada dimensión.

En última instancia, estos indicadores se miden a través del instrumento de recolección de datos, mismo que se conforma de ítems (preguntas) que pueden estar formuladas bajo las categorías de escala de rangos, ordinal o nominal.

Los ítems sirven como base para la construcción del instrumento de recolección de datos, mismo que está orientado a evaluar el comportamiento de la unidad de análisis.

Para mayor comprensión de lo antes expuesto, visualizar la Tabla 5 y como complemento ver anexo 1, en el cual se enlistan los ítems relacionados con cada indica.

Tabla 5 Matriz de Operacionalización de Variables

| <p style="text-align: center;">MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES</p> <p style="text-align: center;">IMPACTO DE “VOCES VITALES HONDURAS” COMO PLATAFORMA DE IMPULSO AL CRECIMIENTO ECONOMICO DE LAS EMPRENDEDORAS AFILIADAS EN TEGUCIGALPA</p> | | | | | | |
|---|---|---|--|---|---------|-------------------|
| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones de análisis | Indicadores | Ítems | Nivel de medición |
| Crecimiento económico | El crecimiento económico de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes) refiere al aumento sostenido en la producción, ventas y rentabilidad de las mismas durante un período de tiempo determinado. Asi mismo, se puede medir a través de la expansión de su presencia en el mercado, adopción de nuevas tecnologías y la diversificación de sus productos o servicios, creación de nuevas fuentes de empleo. | El crecimiento económico de una empresa se define operacionalmente como el aumento porcentual de sus ingresos netos en un año fiscal en comparación con los ingresos netos del año fiscal anterior. Fórmula de Medición: $(\text{Ingresos netos del año actual} - \text{Ingresos netos del año anterior}) \times 100$ Ingresos netos del año anterior | <u>Ingresos</u> | <u>Variación porcentual</u> | 1 y 3 | Nominal |
| | | | | | 2 y 4 | Escala por rangos |
| | | | <u>Rentabilidad/ganancias/utilidades</u> | <u>Costos</u> | 5 - 6 | Nominal |
| | | | | <u>Gestión financiera</u> | 7 | Ordinal |
| | | | <u>Expansión del negocio</u> | <u>Sucursales, expansión geográfica</u> | 8 | Nominal |
| | | | | <u>Diversificación de productos</u> | 9 | Nominal |
| | | | <u>Marketing y publicidad</u> | 10 | Nominal | |

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES
IMPACTO DE “VOCES VITALES HONDURAS” COMO PLATAFORMA DE IMPULSO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS
EMPRENDEDORAS AFILIADAS EN TEGUCIGALPA

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones de análisis | Indicadores | Ítems | Nivel de medición |
|----------|--------------------------------|--|---|--|---------|-------------------|
| | Fuente: (Dini & Stumpo, 2020). | <p>- Ingresos Netos del Año Actual: Representa los ingresos totales de la empresa después de deducir todos los costos y gastos durante el año fiscal actual.</p> <p>- Ingresos Netos del Año Anterior: Representa los ingresos totales de la empresa después de deducir todos los costos y gastos durante el año fiscal anterior.</p> <p>Esta fórmula calcula el aumento porcentual en los ingresos netos de la empresa entre dos años</p> | <p>Desarrollo de habilidades empresariales/Capacitaciones</p> | <p>Adquisición de nuevas habilidades</p> | 11 - 12 | Nominal |
| | | | | <p>Finanzas</p> | 13- 15 | Nominal |
| | | | | <p>Formación académica</p> | 16 | Nominal |
| | | | | <p>Participación continua en programas de capacitación</p> | 17 | Nominal |
| | | | <p>Generación de empleo</p> | <p>Número de empleados</p> | 18 | Escala de rangos |
| | | | | | 19 | Escala de rangos |
| | | | | | 20 | Nominal |

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES
IMPACTO DE “VOCES VITALES HONDURAS” COMO PLATAFORMA DE IMPULSO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS
EMPRENDEDORAS AFILIADAS EN TEGUCIGALPA

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones de análisis | Indicadores | Ítems | Nivel de medición | |
|----------|-----------------------|--|---|---|--|-----------------------------------|------------------|
| | | fiscales consecutivos, lo que proporciona una medida cuantitativa del crecimiento económico de la empresa en términos de generación de ingresos. | Satisfacción y motivación | Escala de satisfacción empresarial | 21 | Ordinal | |
| | | | | | | 22 | Nominal |
| | | | | | Continuidad del negocio/plan de sucesión | 23 | Escala de rangos |
| | | | | | | 24 | Nominal |
| | | | | Desafíos que enfrentan y que limitan su crecimiento económico | Factores externos | 25-26 | Nominal |
| | | | | | | Factores Internos | 27 |

Fuente: Elaboración propia

3.1.4 HIPÓTESIS

Este estudio adopta un enfoque descriptivo que se fundamenta en la ausencia de hipótesis predefinidas. En este contexto, no formular hipótesis específicas permite mantener una mente abierta y receptiva a nuevas perspectivas y hallazgos durante la investigación.

Al no adoptar hipótesis previas, se evita limitar la exploración y se está mejor preparado para comprender a fondo los factores y las dinámicas que rodean el objeto de estudio, lo que, a su vez, sienta las bases para futuras investigaciones más específicas y detalladas.

3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS

El desarrollo de esta investigación se fundamenta en un enfoque cuantitativo que tiene como objetivo ampliar su alcance mediante la recopilación y análisis de datos numéricos. Este enfoque se orienta hacia la obtención de resultados objetivos, apoyándose en la verificación de hipótesis que van desde lo más general hasta lo más específico.

Para lograr esta objetividad, se emplean instrumentos de recolección de datos estandarizados, tales como cuestionarios y entrevistas, que tienen como finalidad recabar información confiable y cuantificable. Según Sampieri (2014), el enfoque cuantitativo se caracteriza por el uso de la recolección de datos para poner a prueba hipótesis mediante mediciones numéricas y análisis estadísticos, lo que permite establecer patrones de comportamiento y verificar teorías.

La relevancia del alcance de investigación radica en la realización de un estudio descriptivo, el cual se justifica por la necesidad de comprender los aspectos cuantitativos del crecimiento económico de las emprendedoras afiliadas Voces Vitales Honduras en la ciudad de Tegucigalpa. Un estudio descriptivo permitirá cuantificar y analizar los indicadores económicos claves, como ingresos y rentabilidad.

En la Figura 21 se muestra un resumen de la estructura del Marco Metodológico que se aplicará en la investigación.



Figura 21 Infografía del Marco Metodológico

Fuente: Elaboración propia

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Se ha determinado que para cumplir con los objetivos de investigación y dar respuesta a las preguntas planteadas el diseño más apropiado a aplicar es el denominado “Diseño de investigación no experimental”.

De acuerdo a Sampieri (2014), el diseño no experimental, tiene como principal característica ser un estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en la que se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.

Lo anterior, revela que los resultados obtenidos en la misma, no tendrán sesgo alguno, dado que no hay influencia ni manipulación intencional por parte de los investigadores ni de las unidades de análisis.

3.3.1 POBLACIÓN

La caracterización de la población en la investigación reviste una importancia fundamental, ya que define el alcance y la aplicabilidad de los resultados. Bajo este contexto, la población de interés se compone de las emprendedoras que forman parte activa de Voces Vitales Honduras, plataforma que está orientada a brindar apoyo a los emprendedoras en Tegucigalpa.

Este universo engloba a todas las emprendedoras afiliadas en Tegucigalpa, lo que abarca una amplia diversidad de perfiles y actividades comerciales. Este enfoque en la población total permite que los hallazgos sean representativos de la comunidad de emprendedoras a la que se dirigen los diferentes programas que facilita Voces Vitales Honduras y, por lo tanto, brinda una base sólida para generalizar los resultados y formular recomendaciones que tengan un impacto significativo en la mejora de la plataforma y en el apoyo a las emprendedoras en su búsqueda de crecimiento económico.

De acuerdo lo expresado por la Gerente de programas, la licenciada Isiss Durón, en fecha 21 de noviembre 2023, actualmente Voces Vitales Honduras cuenta con aproximadamente 160 emprendedoras activas afiliadas en la ciudad de Tegucigalpa.

3.3.2 MUESTRA

Para el proceso cuantitativo, (Sampieri, 2014) refiere que la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población.

Para realizar el cálculo del tamaño de la muestra a la que se le aplicara el cuestionario, se ha utilizado la fórmula que se muestra en la Figura 20.

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{E^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

Figura 22 Formula de cálculo de muestra

Fuente: (Molina, 2023)

Donde:

n: Es el número de elementos de la muestra

N: Es la población

p: Es la probabilidad que el evento suceda

q: Es la probabilidad que el evento no suceda

E: es el error estándar (error muestral)

Z: Es el nivel de confianza

Para términos del estudio se ha decidido aplicar un nivel de confianza del 93% (Z=1.81) y un error muestral del 7% (E= 0.07), tal como se observa en la Figura 21.

| | | | | | | | |
|-----------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| Valor de Z_{α} | 1.28 | 1.65 | 1.69 | 1.75 | 1.81 | 1.88 | 1.96 |
| Nivel de confianza | 80% | 90% | 91% | 92% | 93% | 94% | 95% |

Figura 23 Nivel de Confianza y Valor de Z

Fuente: (Molina, 2023)

$$n: \frac{160 * 1.81^2 * 0.5 * 0.5}{0.07^2 * (160 - 1) + 1.81^2 * 0.5 * 0.5} = 82 \text{ Emprendedoras}$$

De acuerdo a los resultados obtenidos en el cálculo de la muestra, se deberá encuestar un total de 82 emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras de la ciudad de Tegucigalpa.

3.3.3 TÉCNICAS DE MUESTREO

La elección de aplicar el método de muestreo probabilístico aleatorio simple es crucial en la investigación, ya que garantiza que todas las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras en Tegucigalpa tengan una oportunidad igual de ser seleccionadas como parte de la muestra. Esto significa que cada miembro de la población tiene una probabilidad conocida y no nula de ser incluida en la muestra, lo que aporta imparcialidad y representatividad a la investigación.

Este enfoque de muestreo es particularmente apropiado en un estudio donde se busca generalizar los resultados de la muestra a la población total. Al recopilar datos de manera aleatoria simple, se reduce el riesgo de sesgos de selección y se aumenta la validez externa de los resultados.

Además, al proporcionar a todas las emprendedoras la misma oportunidad de participar, se

asegura que la muestra sea un reflejo fiel de la diversidad dentro de la población de interés.

Este método de muestreo también simplifica la aplicación y el análisis de la investigación, lo que facilita la interpretación de los resultados y la formulación de conclusiones que se pueden extrapolar de manera más sólida a toda la población de emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras en Tegucigalpa.

3.4 TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS

En todo proceso de investigación es necesario conocer la fuente de donde se obtiene la información ya que de esta depende en gran manera la validación y confiabilidad de los datos brindados.

Para ejecutar este proceso de validación existen diferentes técnicas, instrumentos y procedimientos las cuales se detallan a continuación:

3.4.1 TÉCNICAS

Para la recopilación de información se empleará la técnica de encuesta, a través del instrumento del cuestionario en formato online (Google Forms) aplicados a las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras en la ciudad de Tegucigalpa, de acuerdo a la muestra obtenida en el numeral 3.3.2 de este documento.

3.4.2 INSTRUMENTO

Se diseñó el instrumento de cuestionario, para aplicar a las Emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras en la Ciudad de Tegucigalpa, el cual se deriva del esquema de operacionalización de variables, con el propósito de recopilar datos relevantes y significativos que respalden el objetivo de la investigación.

Este cuestionario se compone de 27 preguntas estratégicas y estructuradas cuidadosamente para explorar diversas dimensiones críticas, como los ingresos, la rentabilidad, la expansión del negocio y las experiencias de las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras.

Además, se han incluido preguntas que evalúan la satisfacción y la percepción de la efectividad de los diferentes programas que ofrece Voces Vitales Honduras. Este instrumento de cuestionario se considera esencial para obtener información precisa y valiosa que permitirá una evaluación integral de cómo Voces Vitales Honduras impacta en el crecimiento económico de las

emprendedoras afiliadas a este.

3.4.3 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

El instrumento se sometió a un riguroso proceso de validación a través de tres (3) expertos en el área de finanzas, que evaluaron minuciosamente cada ítem del cuestionario, a fin de garantizar su relevancia, claridad y coherencia con los objetivos de la investigación.

Esta validación se aplicó bajo la técnica de “juicio de experto”, que de acuerdo a (Cabero Almenara & Llorente Cejudo, 2013) consiste básicamente, en solicitar a personas altamente calificadas en el tema de estudio, la demanda de un juicio hacia un instrumento, un material de enseñanza, o su opinión respecto a un aspecto concreto. En la tabla 6 se muestra un resumen de los resultados obtenidos en la validación realizada.

Tabla 6 Resumen de Validación de Instrumento

**Tabla Resumen de Validación de Instrumento
Técnica Juicio Experto**

| No. | Preguntas Evaluadas | Experto A | Experto B | Experto C | Validez del Ítem |
|-----|---|---------------------|--------------|--------------|---------------------|
| | | ¿Tiene Observación? | | | |
| 1 | ¿Cuál es su edad? a. Menos de 18 años b. de 19 a 30 años c. de 31 a 40 años d. de 41 a 50 años e. más de 51 años | NO | NO | NO | 100% |
| 2 | ¿Cuál es su nivel académico? a. Educación Primaria b. Educación Secundaria c. Educación Universitaria d. Ninguna de las anteriores | NO | NO | SI | 67% |
| 3 | ¿Cuánto tiempo lleva afiliado a Voces Vitales Honduras? a. de 1 a 6 meses b. de 7 a 12 meses c. de 1 a 2 años | SI | NO | SI | 33% |

Tabla Resumen de Validación de Instrumento
Técnica Juicio Experto

| No. | Preguntas Evaluadas | Experto A | Experto B | Experto C | Validez del Ítem |
|-----|--|---------------------|-----------|-----------|------------------|
| | | ¿Tiene Observación? | | | |
| | d. de 2 a 5 años e. más de 5 años | | | | |
| 4 | ¿Ha logrado incrementar sus ingresos desde que forma parte del programa? a. Si b. No | SI | NO | NO | 67% |
| 5 | Si su respuesta a la pregunta anterior es si ¿En qué porcentaje ha logrado incrementar sus ingresos) a. 1% al 10% b. 11% al 15% c. 16% al 20% d. 21% al 25% e. más del 25% | NO | NO | NO | 100% |
| 6 | En caso de no tener crecimiento en sus ingresos, favor seleccionar la causa a la que se atribuye. Puede elegir más de una opción a. Situación económica del país b. Existe mucha competencia de los productos y/o servicios que ofrezco c. No puedo competir en precios d. Limitados recursos para comprar inventarios e. No he promocionado mi producto y/o servicios en otros medios | SI | NO | NO | 67% |
| 7 | Cuál es el porcentaje de utilidad (Precio de venta - costo de venta) de sus productos y/o servicios? a. del 1 al 10% b. del 11% al 20% c. del 21 al 30% | SI | NO | NO | 67% |

Tabla Resumen de Validación de Instrumento
Técnica Juicio Experto

| No. | Preguntas Evaluadas | Experto A | Experto B | Experto C | Validez del Ítem |
|-----|---|---------------------|-----------|-----------|------------------|
| | | ¿Tiene Observación? | | | |
| | d. del 31% al 40% e. más del 41% | | | | |
| 8 | ¿Realiza análisis de sus costos y gastos operativos que le permitan optimizar sus ganancias? a. Si b. No c. Eventualmente | SI | NO | SI | 33% |
| 9 | ¿Ha logrado diversificar los productos y/o servicios que ofrece? a. Si b. No | SI | NO | NO | 67% |
| 10 | ¿Cómo calificaría su nivel de competencia en la gestión financiera de su negocio? a. Muy buena b. Buena c. Mala d. Desconozco el tema | SI | NO | NO | 67% |
| 11 | ¿A partir de formar parte del programa Voces Vitales Honduras, ha logrado la apertura de más puntos de venta? a. Si b. No | NO | NO | NO | 100% |
| 12 | Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa ¿Cuántos? a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5 f. 6 | NO | SI | NO | 67% |

Tabla Resumen de Validación de Instrumento
Técnica Juicio Experto

| No. | Preguntas Evaluadas | Experto A | Experto B | Experto C | Validez del Ítem |
|-----|--|---------------------|-----------|-----------|------------------|
| | | ¿Tiene Observación? | | | |
| | g. 7 h. 8 i. 9 j. más de 9 puntos de venta | | | | |
| 13 | ¿ Qué tipos de estrategias utiliza para promocionar sus productos y/o servicio? Puede elegir más de una opción a. Redes Sociales b. Volantes c. Medios de comunicación (Televisión, Diarios, Revistas, otros) d. No utilizo ningún tipo de publicidad | SI | NO | SI | 33% |
| 14 | ¿Cuál de los siguientes medios utiliza para realizar las actividades económicas relacionadas con su negocio? a. Realizo pagos a través de ventanilla del banco b. Pago proveedores y planilla en efectivo c. Hago uso de la banca en línea d. Otro, favor especifique: _____ | SI | SI | SI | 0% |
| 15 | Si su respuesta a la pregunta anteriores No, cuales son las razones: Puede elegir más de una opción a. Piensa que no es necesario no sabe cómo utilizarlo no tiene recursos para contratarlo | SI | NO | SI | 33% |
| 16 | ¿Cuenta con un plan de negocios Financiero con metas y objetivos a corto y mediano plazo? a. Si b. No | SI | NO | NO | 67% |

Tabla Resumen de Validación de Instrumento
Técnica Juicio Experto

| No. | Preguntas Evaluadas | Experto A | Experto B | Experto C | Validez del Ítem |
|-----|---|---------------------|-----------|-----------|------------------|
| | | ¿Tiene Observación? | | | |
| 17 | ¿Lleva algún tipo de registros de las cuentas de su negocio (compras, gastos, ventas) a. Si b. No | NO | NO | NO | 100% |
| 18 | Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa ¿Qué herramientas utiliza para estos registros? a. Programa contable (software) b. A través de contabilidad formal (contador externo) c. Registros personales en Excel u otra aplicación d. Registro personal en libro diario (manual) | SI | NO | NO | 67% |
| 19 | ¿A través de Voces Vitales Honduras, tiene acceso a programas de capacitación que le ayuden en la administración de su negocio? a. Si b. No | NO | NO | NO | 100% |
| 20 | Si respuesta a la pregunta anterior es si ¿Cuándo fue la última capacitación que recibió? a. Hace un mes b. Más de 3 meses c. Hace un año d. No recuerdo | NO | NO | SI | 67% |
| 21 | ¿Cuántos empleados tiene actualmente en su negocio? a. 1-3 empleados b. 4-6 empleados c. 7-10 empleados d. más de 10 empleados | SI | NO | SI | 33% |
| 22 | ¿Desde que se afilio a Voces Vitales Honduras, ha logrado contratar más empleados? a. Si b. No | NO | NO | NO | 100% |

Tabla Resumen de Validación de Instrumento
Técnica Juicio Experto

| No. | Preguntas Evaluadas | Experto A | Experto B | Experto C | Validez del Ítem |
|-----|--|---------------------|-----------|-----------|------------------|
| | | ¿Tiene Observación? | | | |
| 23 | Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa ¿Cuántos? a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5 f. 6 g. 7 h. 8 i. 9 j. más de 9 empleados | NO | SI | SI | 33% |
| 24 | ¿Qué tan satisfecho esta de formar parte de Voces Vitales Honduras? a. Muy satisfecho b. Satisfecho c. Neutral d. Insatisfecho e. Muy insatisfecho | SI | NO | NO | 67% |
| 25 | ¿Cuál es el principal beneficio que recibe al estar afiliado a Voces Vitales Honduras? Puede seleccionar más de una opción a. Acceso a nuevos mercados b. Acceso a un lugar seguro donde puedo vender mis productos y/o servicios c. Acceso a promoción y publicidad d. Acceso a capacitación e. Acceso a financiamiento f. Asesoría legal g. otra | SI | NO | SI | 33% |

Tabla Resumen de Validación de Instrumento
Técnica Juicio Experto

| No. | Preguntas Evaluadas | Experto A | Experto B | Experto C | Validez del Ítem |
|---------------------------|---|---------------------|-----------|-----------|------------------|
| | | ¿Tiene Observación? | | | |
| 26 | ¿Posee un plan de sucesión para su negocio, es decir, tiene el apoyo de familiar cercano que conoce muy bien la operativa de la empresa? a. Si b. No | SI | NO | NO | 67% |
| 27 | ¿Ha hecho uso del acceso al financiamiento que Voces Vitales Honduras? a. Si b. No | NO | NO | NO | 100% |
| 28 | ¿Cuáles de los siguientes factores externos considera que limita el crecimiento de su negocio? a. Falta de insumos (materia prima) b. Falta de acceso a financiamientos c. Falta de trabajadores capacitados d. Altos costos de las regulaciones e impuestos (permisos de operación, registros sanitarios, etc.) e. Altos índices de criminalidad (extorsión, robos, etc.) f. Competencia informal (no legalizados, no pagan impuestos) g. Otros | NO | NO | NO | 100% |
| 29 | ¿Cuáles de los siguientes factores internos considera que limita el crecimiento de su negocio? a. Falta de controles b. Carencia de habilidades administrativas c. Falta de apoyo en la administración d. Limitados recursos propios | SI | NO | SI | 33% |
| 30 | ¿Recomendaría a Voces Vitales Honduras a otros emprendedores? a. Si b. No | NO | NO | NO | 100% |
| ASPECTOS GENERALES | | | | | |

Tabla Resumen de Validación de Instrumento
Técnica Juicio Experto

| No. | Preguntas Evaluadas | Experto A | Experto B | Experto C | Validez del Ítem |
|-----|---|---------------------|-----------|-----------|------------------|
| | | ¿Tiene Observación? | | | |
| 1 | El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario | SI | SI | SI | 100% |
| 2 | Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación | SI | SI | | 67% |
| 3 | Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial | SI | SI | SI | 100% |
| 4 | El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir | NO | SI | | 33% |

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la aplicación de la técnica “juicio de experto” se observa que 68% de los ítems del instrumento están claramente y coherentemente redactados, no inducen las respuestas (riesgo de sesgo), están contenidas con un lenguaje adecuado al nivel del informante y miden lo que se pretende conocer.

En cuanto al 32% de los ítems restantes, se realizó la revisión y ajuste de acuerdo a las observaciones emitidas por los expertos, obteniendo como resultado final un instrumento con alto nivel de confiabilidad y viabilidad para obtener la información necesaria y lograr los objetivos de la investigación (Ver anexo 5).

Para mayor comprensión de los resultados reflejados en la Tabla 6 se adjunta las validaciones realizadas por cada experto (Ver anexos 2, 3 y 4).

3.4.4 PROCEDIMIENTOS

El procedimiento para aplicar el instrumento de encuesta a las emprendedoras del "Voces Vitales Honduras" se llevará a cabo de manera sistemática y organizada, siguiendo los siguientes pasos:

Paso 1: Preparación: Contactar a la Gerente de Programas Voces Vitales Honduras, para agendar reunión, con el fin de exponer el alcance del tema de investigación, e informarle sobre la encuesta que se aplicaría a las emprendedoras afiliadas en la Ciudad de Tegucigalpa y programar la recolección de datos.

Paso 2: Aplicación del instrumento: Se aplicará el instrumento de manera online (Google Forms) a las emprendedoras. Se solicitará el consentimiento voluntario del emprendedor para participar en la encuesta.

Paso 3: Aclaración de Dudas: Durante el llenado del cuestionario, las encuestadoras estarán disponible (vía WhatsApp) para aclarar cualquier duda que pueda surgir y para garantizar que las respuestas sean entendidas correctamente.

Paso 4: Recopilación de Datos: Dado que la aplicación del instrumento es online, las respuestas se registran de forma automática. Las encuestadoras revisarán cuidadosamente las respuestas proporcionadas por la emprendedora en el cuestionario.

Paso 5: Agradecimiento; Las encuestadoras, a través de la Gerencia de Programas expresan su agradecimiento a las emprendedoras por su participación y enfatizan respecto del entregable que recibirán una vez culminado el proyecto de investigación.

Paso 6: Análisis de Datos: Los datos recopilados se someterán a un análisis estadístico para obtener resultados significativos que ayudarán a responder a las preguntas de investigación.

Este procedimiento garantiza la recopilación sistemática y precisa de datos de las emprendedoras afiliadas al programa "Voces Vitales Honduras" en Tegucigalpa, lo que permitirá una evaluación detallada del impacto económico del programa en sus actividades empresariales.

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información desempeñan un papel crucial en cualquier investigación. En esta investigación se distinguen las fuentes primarias y fuentes secundarias que combinadas permiten obtener una visión integral y equilibrada del tema.

3.5.1 FUENTES PRIMARIAS

Las fuentes primarias desempeñan un papel fundamental en la investigación, ya que permiten obtener información directamente de las personas y actores involucrados en Voces Vitales Honduras.

Estas fuentes se desglosan en dos categorías principales:

1. Datos de las emprendedoras: Los datos que se recopilen directamente de las emprendedoras a través de cuestionario son una fuente primaria clave. A través del cuestionario

proporcionarán información cuantitativa sobre sus ingresos, ganancias netas, expansión del negocio y otros aspectos relevantes relacionados con el crecimiento económico. La participación activa de las emprendedoras es esencial para comprender sus perspectivas y experiencias, lo que contribuye a la validez y la relevancia de la investigación.

2. Entrevistas con la Gerente del programa: La entrevista con la Gerente de programas Voces Vitales Honduras también se considera fuente primaria crucial. Esta entrevista brindará una visión interna y cualitativa de cómo se implementa y gestiona el programa.

La Gerente es testigo directo de la operación de Voces Vitales Honduras, sus desafíos y sus éxitos. Sus experiencias y conocimientos agregan una capa adicional de comprensión a la investigación y pueden proporcionar información valiosa sobre las estrategias y políticas que impactan a las emprendedoras.

El uso de fuentes primarias permite obtener datos de primera mano, lo que aumenta la credibilidad y la autenticidad de la investigación.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias, como informes económicos, estudios gubernamentales y de ONG, normativas legales, revistas académicas y datos internacionales, son esenciales para enriquecer y respaldar la investigación.

Proporcionan un contexto histórico, marco regulatorio y datos comparativos, permitiendo evaluar tendencias, desafíos y desarrollos teóricos relevantes. Estas fuentes enriquecen el conocimiento y aseguran que la investigación se base en información actualizada y confiable.

Se utilizarán fuentes secundarias para obtener información contextual sobre Voces Vitales Honduras, como informes previos y documentos de la Organización.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en la investigación, mismos que aportan los datos necesarios para responder las preguntas de investigación, lo cual determinara el impacto de Voces Vitales Honduras como plataforma de impulso al crecimiento económico de las emprendedoras afiliadas en Tegucigalpa.

4.1 INFORME DE PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la recolección de datos se diseñó y utilizo el instrumento de cuestionario, para ser aplicado a 82 emprendedoras, de acuerdo a la muestra calculada mediante el método de muestreo probabilístico aleatorio simple (Ver capítulo III, Sección 3.3.2).

Con el propósito de recopilar datos relevantes y significativos que respalden el objetivo de la investigación, se remitió cuestionario de forma online (Google Forms) a la Gerente de Programas Licenciada Isiss Durón, y a través de sus medios, dicho enlace fue enviado a las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras.

Se dio un espacio de cuatro (4) días hábiles para el llenado del cuestionario, a partir del 21 de noviembre hasta el 24 de noviembre del año en curso, obteniendo un total 98 respuestas, con las cuales se realizó el análisis que se detalla a continuación:

4.2 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS TÉCNICAS APLICADAS

Para el análisis de los resultados se estructura la siguiente sección conforme a las variables identificadas en la Matriz de Operacionalización de variables (Ver Capítulo III, Sección 3.1.3), misma que va alineada con el Objetivo General y Objetivos Específicos de la investigación y que buscan dar respuesta a las Preguntas de Investigación planteadas en el Capítulo I, sección 1.3.3.

Para mayor comprensión de los resultados obtenidos, se presentarán esto a través de gráficos y tablas, cada cual con su respectivo análisis.

4.2.1 DATOS GENERALES

Como parte de la información general solicitada a las emprendedoras, se requirió edad y nivel académico, a fin de correlacionar ambas variables y analizar como el tema de la educación impacta hoy en día en el sector MIPYME, así como los rangos de edad de estas.

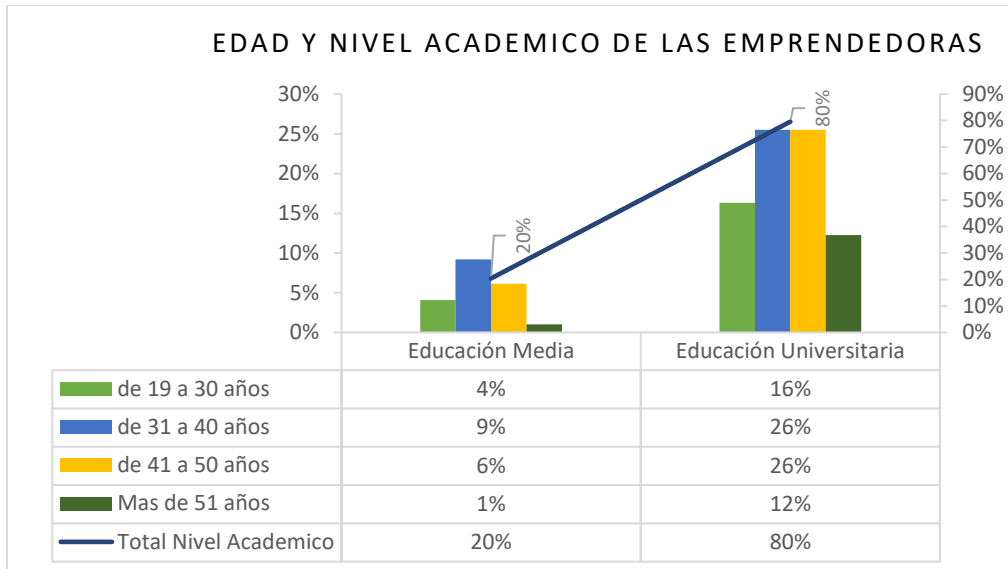


Figura 24 Edad y Nivel Educativo de las Emprendedoras

De acuerdo a los resultados que muestra el Figura 24, se observa que el 80% de las emprendedoras cuentan con "Educación Universitaria", lo cual revela que actualmente las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras consideran de alta importancia la Formación Académica, lo cual les brinda ventaja competitiva para enfrenar desafíos empresariales y toma de decisiones más acertadas. Y en términos de edad, más del 50% de las emprendedoras se encuentran entre los 31 a 50 años, edad propicia donde se estima que se ha adquirido sólida experiencia laboral, que impulse su visión y asegure el éxito de su negocio.

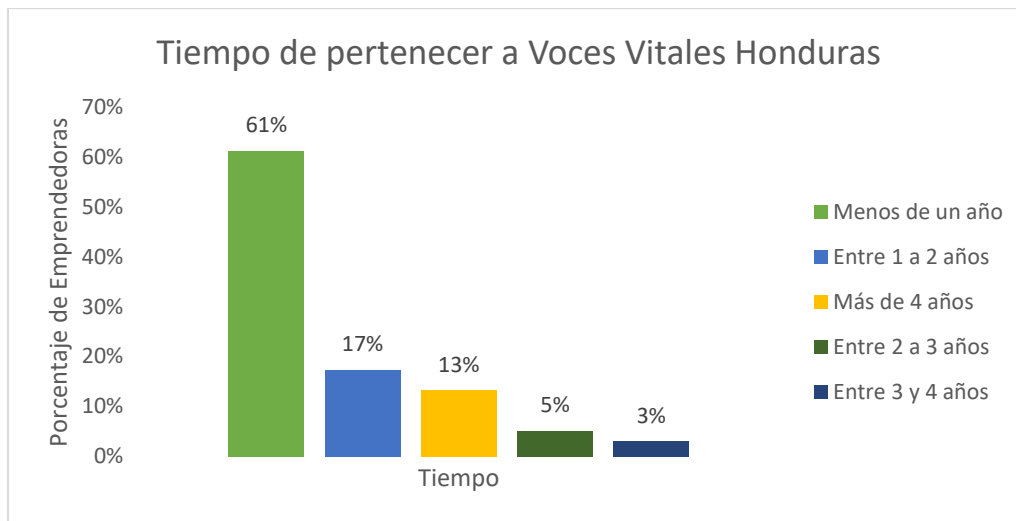


Figura 25 Tiempo de pertenecer a Voces Vitales Honduras

Voces Vitales Honduras brinda apoyo a las emprendedoras desde 2011, y ha dedicado esfuerzos significativos para empoderar a las mujeres, no obstante, de acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que el 60% tienen menos de un año de estar afiliadas al mismo y únicamente un 13% tiene más de cuatro años, lo cual revela una población relativamente nueva.

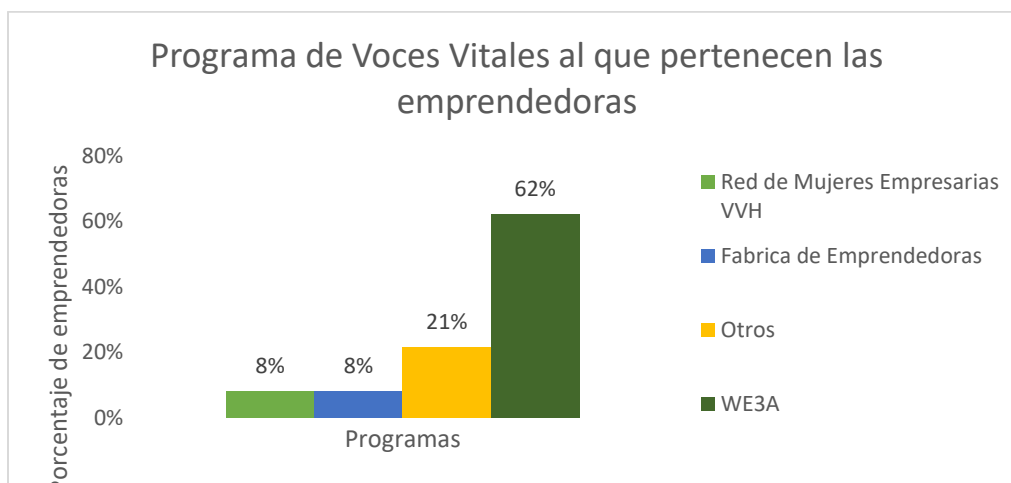


Figura 26 Programas de VVH al que pertenecen las emprendedoras

De acuerdo a lo informado por las emprendedoras, más del 60% de estas son impulsadas en sus MIPYMES a través del Programa “**WE3A: Fortaleciendo Empresarias en Cadenas Productivas**”, una iniciativa de colaboración con Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que busca inspirar a las emprendedoras, activarlas a través de capacitaciones y acelerar su proceso de crecimiento, lo cual denota que dichas emprendedoras ya no se encuentran en una etapa incipiente, si no en procesos de aceleración, que coadyuvan a fortalecer su crecimiento económico y conectividad con intermediarios.

El restante 38% de las emprendedoras informó se parte de otros programas que dirige VVH, y entre los más representativos se encuentran Fabrica de Emprendedoras y Red de Mujeres Empresarias, que están también orientados en el desarrollo profesional y empresarial de las emprendedoras a través de mentoría y capacitaciones, mismos que se consideran en etapa de madurez.

4.2.2 INGRESOS

El crecimiento económico de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) que impulsa Voces Vitales Honduras, inicialmente se evalúa a través de conocer si se registró

incremento en los ingresos de las emprendedoras, y de ser positiva la respuesta de ¿cuánto es este?, para tal efecto, se planteó la siguiente pregunta ¿Ha logrado incrementar sus ingresos desde que forma parte de Voces Vitales Honduras?, obteniendo los siguientes resultados:

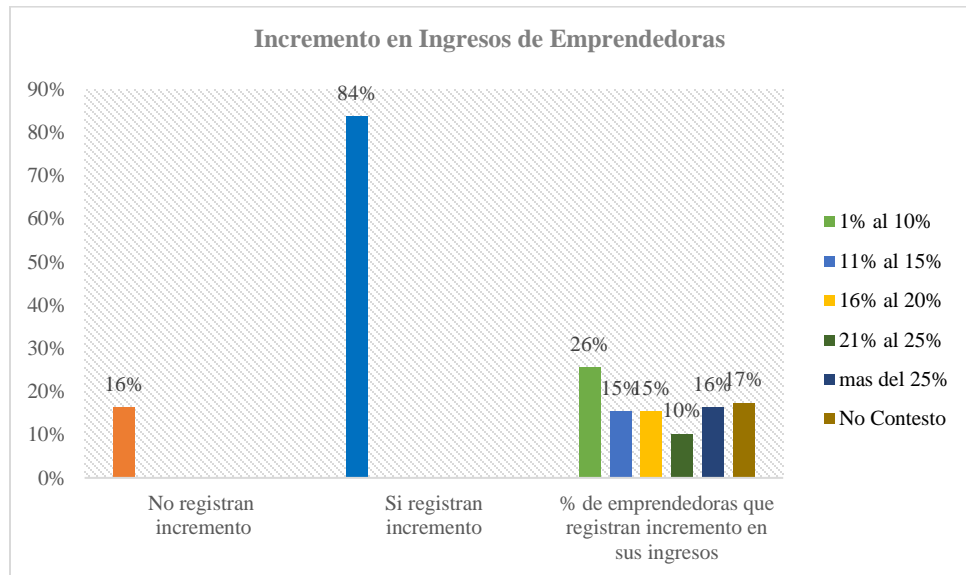


Figura 27 Incremento en Ingresos de Emprendedoras

El 84% de las emprendedoras encuestadas refieren que a partir de formar parte de Voces Vitales Honduras han registrado incrementos en sus ingresos.

Derivado de lo anterior, se observa que el rango predominante en incremento de ingresos se registra en la escala más baja del 1% al 10%, que está representada por el 26% de las emprendedoras que confirman haber contabilizado aumento en sus ingresos.

Y como segunda escala predominante un 30% las emprendedoras indican que sus ingresos han incrementado entre un 11% a 20%.

Es fundamental destacar que un reducido, aunque significativo, 16% de las emprendedoras señala un aumento de más del 25% en sus ingresos. A pesar de constituir un porcentaje mínimo, este grupo sobresale por sus características distintivas que impulsan el crecimiento empresarial. La presencia de un nivel académico universitario resalta su compromiso con la formación y el conocimiento, mientras que la eficiente gestión de gastos e ingresos evidencia prácticas financieras sólidas. Con utilidades superiores al 31%, estas emprendedoras demuestran habilidades excepcionales para maximizar rendimientos. Además, su contribución como fuentes generadoras

de empleo a terceros va más allá de la gestión interna del negocio, promoviendo el desarrollo económico y el bienestar laboral en la comunidad.

4.2.3 GESTION FINANCIERA Y RENTABILIDAD

La gestión financiera para las MIPYME es un aspecto de suma importancia para asegurar su éxito y supervivencia en el entorno competitivo en el que actúa, bajo este contexto en la Tabla 7 se describe el nivel de conocimiento referido por las emprendedoras con respecto a la gestión de sus ingresos, gastos y utilidades de su negocio.

Tabla 7 Nivel de Conocimiento de la Gestión Financiera

| ¿Cómo califica usted su nivel de conocimiento en la gestión de los ingresos, gastos y ganancias de su negocio? | | | | | |
|--|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Buena | 61 | 62.2 | 62.2 | 62.2 |
| | Muy buena | 32 | 32.7 | 32.7 | 94.9 |
| | Mala | 5 | 5.1 | 5.1 | 100.0 |
| | Total | 98 | 100.0 | 100.0 | |

El 62% de las emprendedoras refieren un buen nivel de conocimiento en la gestión financiera, seguido de un 32% que indican contar con un mayor nivel de conocimiento en este tema, el cual demanda implementar actividades orientadas a la planificación, seguimiento y evaluación de los recursos financieros.

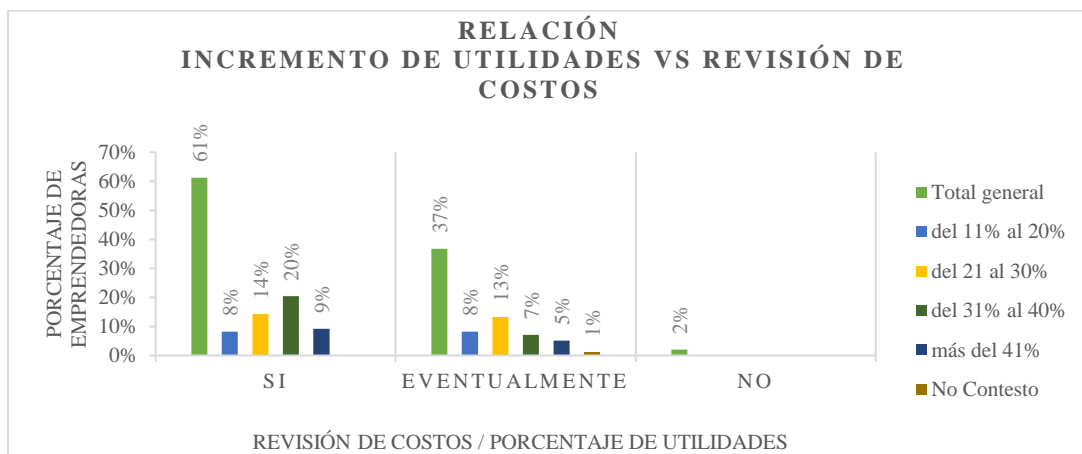


Figura 28 Relación Incremento de Utilidades -Revisión de Costos

En concordancia con lo antes expuesto, la Figura 28 muestra de forma clara la correlación que existe entre las variables gestión efectiva de los costos con respecto a la maximización de utilidades

Los resultados revelan que el 61% de las emprendedoras que indican efectuar revisión de sus costos y gastos de manera constante, logran maximizar sus utilidades en un mayor porcentaje (del 31% al 40%), en cambio el 37% que lo realiza eventualmente perciben utilidades en menor proporción (del 21% al 30%).

Lo anterior denota la importancia que tiene la eficiente gestión financiera que implica el control de gastos e ingresos a fin de implementar estrategias que coadyuven al crecimiento económico sostenible en el tiempo.

4.2.4 EXPANSIÓN DEL NEGOCIO

En esta sección se analizará el crecimiento económico de las emprendedoras en función a la expansión de su emprendimiento a nuevos mercados, adopción de nuevas tecnologías (Marketing) y la diversificación de sus productos y/o servicios.

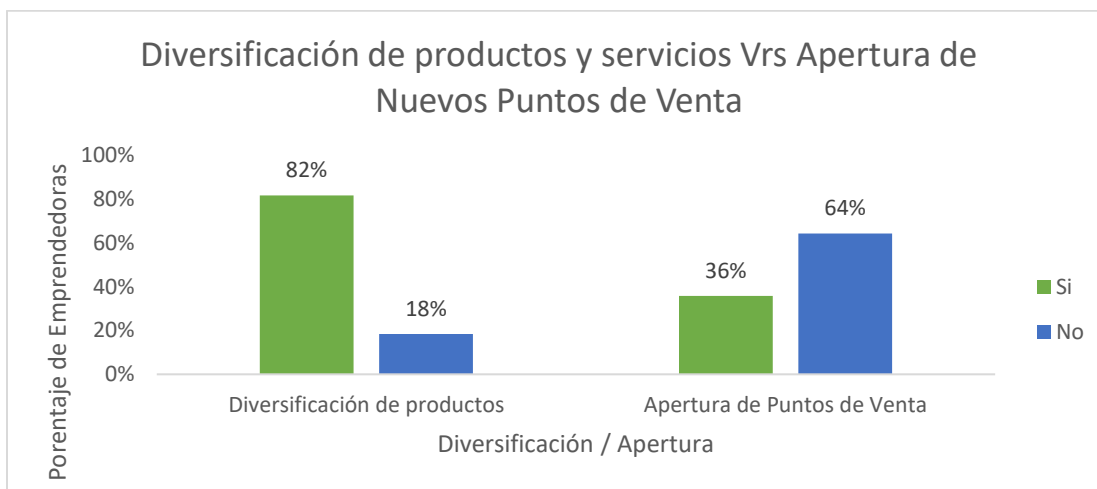


Figura 29 Diversificación de Productos y Servicios - Apertura de Nuevos Puntos de Venta

La estrategia de diversificar productos y/o servicios generalmente impulsa la expansión del negocio (apertura de nuevos puntos de venta) y según los resultados obtenidos el 82% de las emprendedoras refieren que a partir de ser parte de Voces Vitales Honduras han logrado

diversificar sus productos y servicios y por ende, esto les ha permitido la apertura de nuevos puntos de venta; en cambio el 18% de las emprendedoras indican que no han logrado diversificar sus productos y/o servicios, por tanto esto explica la no apertura de nuevos puntos de venta.

Tabla 8 Apertura de Nuevos Puntos de venta

| Apertura de Nuevos Puntos de venta | | | | |
|---------------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| No han aperturado más puntos de venta | 63 | 64.3 | 64.3 | 64.3 |
| Un (1) punto de venta | 24 | 24.5 | 24.5 | 88.8 |
| Dos (2) puntos de venta | 7 | 7.1 | 7.1 | 95.9 |
| Tres (3) o más puntos de venta | 4 | 4.1 | 4.1 | 100.0 |
| Total | 98 | 100.0 | 100.0 | |

La Tabla 8 muestra que el 24% de las emprendedoras han logrado abrir un punto de venta desde que forman parte de Voces Vitales Honduras, por otra parte, el 7% indican que cuentan con dos puntos de venta y en menor proporción (4%) respondieron que cuentan con tres o más puntos de venta.

En concordancia con el tema de la expansión del negocio, a continuación, se evalúan los medios que utilizan las emprendedoras para promocionar sus productos y servicios.

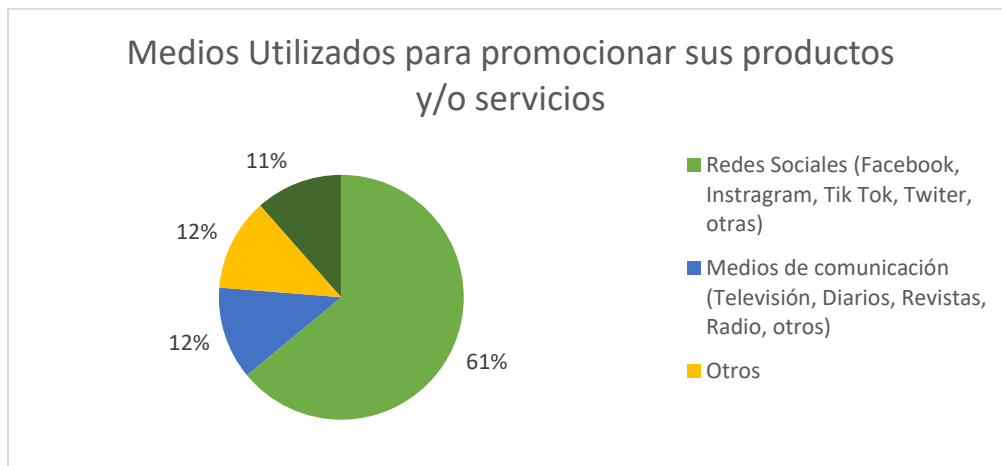


Figura 30 Medios utilizados para promocionar productos y servicios

Como se observa en la Figura 30, las emprendedoras utilizan en un mayor porcentaje (61%) las Redes Sociales para realizar la promoción y publicidad de sus productos y/o servicios.

4.2.5 DESARROLLO DE HABILIDADES EMPRESARIALES

Como parte del análisis del impacto de Voces Vitales Honduras en el fomento del crecimiento económico de las MIPYMES lideradas por mujeres de Tegucigalpa, se considera importante evaluar las diferentes habilidades financieras que son fundamentales para garantizar el éxito de sus emprendimientos.

Bajo el contexto anterior, se han realizado preguntas a las emprendedoras relacionadas con el uso de herramientas de registros contables, medios de pago que utiliza, acceso a programas de capacitación y definición clara de sus objetivos a corto, mediano y largo plazo, obteniendo los resultados siguientes:

- **HERRAMIENTAS DE REGISTROS CONTABLES**



Figura 31 Porcentaje de emprendedoras que llevan registros contables

De acuerdo a la Figura 31, el 84% de las emprendedoras refieren llevar registros contables de sus ventas, compras y gastos, y únicamente un 16% respondió que no realizan dicha gestión. Entre los métodos de control de las 82 emprendedoras que confirmaron llevar registros de sus finanzas, se describen los siguientes:

Tabla 9 Herramientas de Registros Contables utilizados por las emprendedoras

| | | Q | % |
|---|---|----|--------|
| ¿Qué herramientas utiliza para estos registros? | Registros personales en Excel u otra aplicación | 36 | 43,9% |
| | Registro personal en libro diario (manual) | 29 | 35,4% |
| | Programa contable (Sistema) | 4 | 4,9% |
| | Otro | 1 | 1,2% |
| | A través de contabilidad formal (contador contratado) | 12 | 14,6% |
| | No Contesto | 0 | 0,0% |
| Total | | 82 | 100,0% |

Como se visualiza en la Tabla 9, el 84% de las emprendedoras encuestadas utilizan registros manuales (Registros Excel 43.9% y libros diarios 35.4%), lo que puede sugerir una preferencia por enfoques más prácticos y accesibles.

El 12% refirió, realizar sus registros a través de la contabilidad formal, es decir con un contador externo, lo cual destaca la externalización de tareas contables, que conlleva múltiples beneficios, dado que facilita el cumplimiento de obligaciones fiscales y contables y su vez aporta beneficios estratégicos y operativos que contribuyen al éxito financiero a largo plazo de la empresa.

Respecto de la opción "otro", que porcentualmente no es representativa, podría indicar que utilizan una diversidad de métodos personalizados o quizás una falta de claridad en la encuesta sobre opciones específicas. Es importante mencionar que de las 16 emprendedoras que indicaron no llevar registros contables, 11 seleccionaron la opción de "otros" y registros manuales y de Excel, esto confirma que para estas emprendedoras este tipo de gestión no representa un tipo de control formal.

Hay una correlación notable entre la preferencia por métodos manuales y el uso extendido de hojas de cálculo como Excel. Además, la elección de métodos más automatizados, como programas contables, es menos común, pero algunas emprendedoras recurren a servicios de

contadores externos, indicando una diversidad en las prácticas contables de las emprendedoras encuestadas.

- MEDIOS DE PAGO

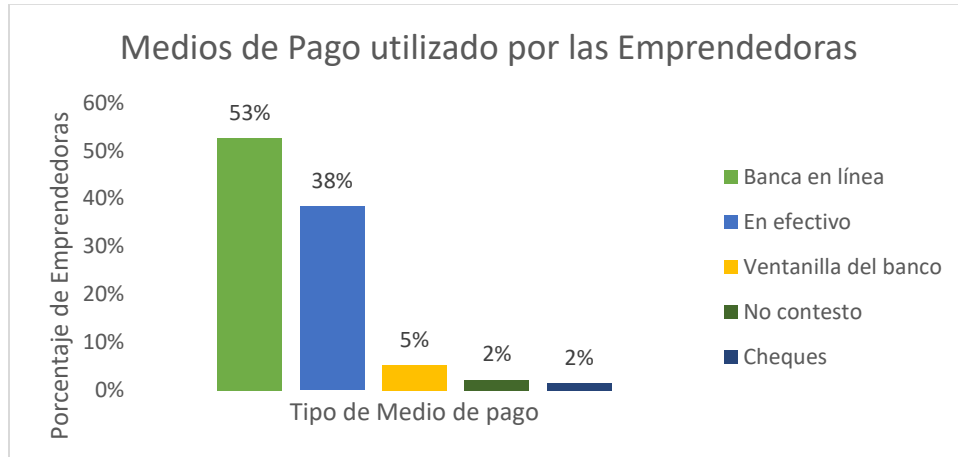


Figura 32 Medios de pagos utilizados por las emprendedoras

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 53% de las emprendedoras encuestadas indican hacer uso de los servicios de banca en línea para efectuar el pago de sus obligaciones y pagos operativos, lo cual evidencia que dichas emprendedoras son anuentes al uso de nuevas tecnologías que ofrece el sistema financiero mismas que brindan un sin número de beneficios que coadyuvan en su gestión administrativa y financiera.

El 38% de las encuestadas refieren realizar sus operaciones financieras en efectivo, no obstante utilizar este medio de pago podría representar riesgos operativos dado que normalmente carecen de registros formales que respalden las transacciones realizadas.

Como se observa, los medios menos utilizados son los pagos por ventanilla y pagos por medio de cheque, esto demuestra el nivel de evolución en temas de educación financiera de las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras.

- ACCESO A CAPACITACION

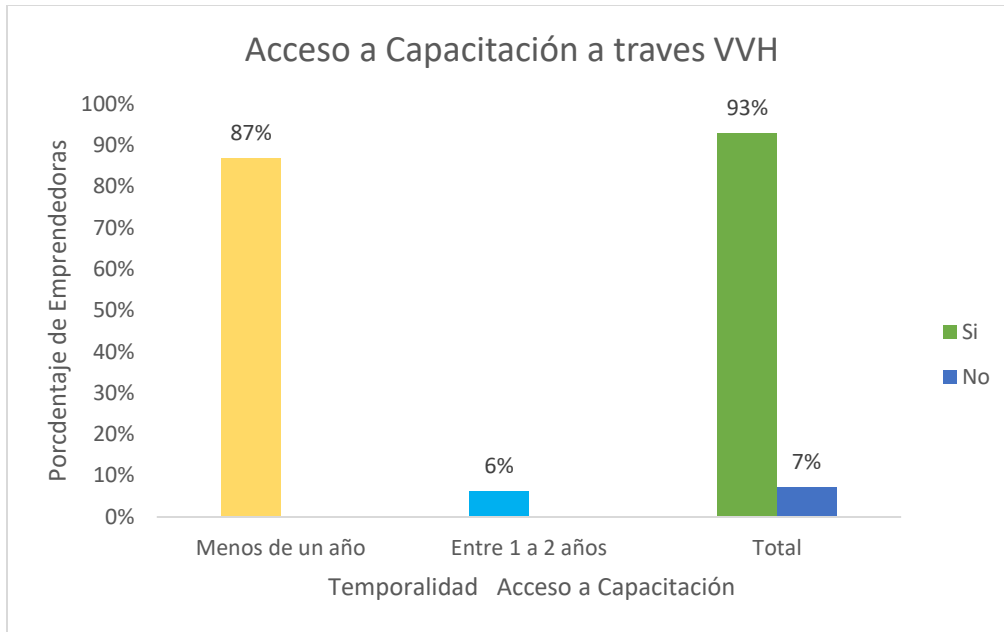


Figura 33 Acceso a Capacitación a través de Voces Vitales Honduras

La Figura 33 revela que el 93% de las emprendedoras, confirman tener acceso a programas de capacitación a través de Voces Vitales Honduras.

En concordancia al resultado anterior, se observa que la temporalidad de capacitación es relativamente reciente, dado que el 87% han sido capacitadas en un periodo menor de un año, asimismo un pequeño grupo (6%) indicó haber recibido capacitación hace más de un año.

Se identificó que el 7% de las emprendedoras que respondieron no tener acceso a capacitación, tienen menos de un año de estar afiliadas a Voces Vitales Honduras.

- **PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS**



Figura 34 Planteamiento de objetivos a Corto, Mediano y Largo Plazo

El 89% de las emprendedoras afirman tener bien claros los objetivos que quieren alcanzar a corto, mediano y largo plazo y apenas un porcentaje del 10% indicó que no tiene bien definidos sus objetivos.

Lo anterior demuestra que la mayoría de las emprendedoras tienen una comprensión clara de sus objetivos empresariales y su visión de negocio que son aspectos sólidos para asegurar la continuidad de su emprendimiento.

4.2.6 GENERACIÓN DE EMPLEO

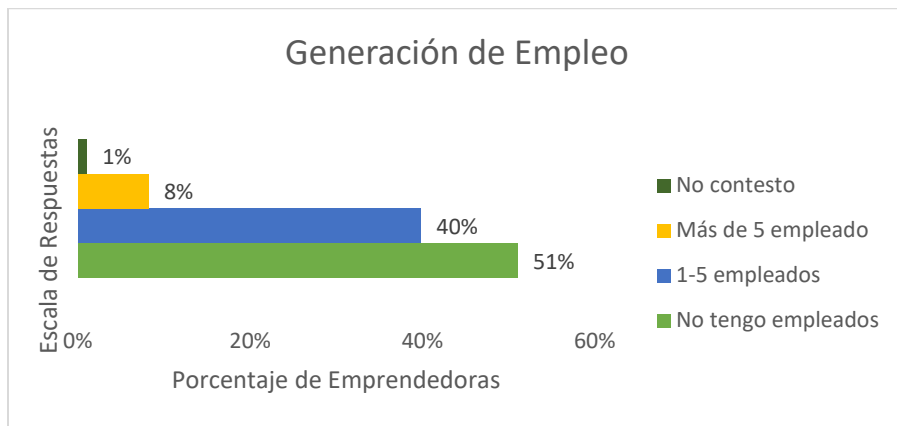


Figura 35 Generación de empleo

En la Figura 35 se hace referencia que la mayoría de las emprendedoras (51%) no tiene empleados y gestiona sus negocios de manera independiente, de igual forma un porcentaje significativo (40%) tiene entre 1-5 empleados, mientras que un pequeño grupo (8%) tiene más de 5 empleados.

La distribución muestra una diversidad en el tamaño de los negocios representados ya que la mayoría de las emprendedoras gestionan negocios más pequeños sin empleados adicionales, de igual forma la presencia de negocios con más de 5 empleados destaca la existencia de empresas más grandes dentro de la muestra.

4.2.7 DESAFIOS

Este análisis proporciona una visión detallada de los desafíos empresariales tanto externos como internos que limitan el crecimiento económico y que a su vez se pueden utilizar como base

para desarrollar estrategias específicas de apoyo a las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras en la ciudad de Tegucigalpa.

- FACTORES EXTERNOS E INTERNOS

Tabla 10 Análisis Comparativo de Factores Internos y Externos que limitan el Crecimiento Económico de las Emprendedoras

| Tabla Comparativa de Factores Internos y Externos que limitan el crecimiento económico de las emprendedoras | | | |
|--|--------------|-----|--|
| Factores Internos | Porcentajes* | | Factores Externos |
| Limitados recursos económicos para invertir en compras de inventario | 34% | 24% | Falta de acceso a financiamientos |
| Limitados recursos económicos para invertir en publicidad | 26% | 19% | Falta de insumos (materia prima) |
| Debilidad de controles internos (Ingresos, gastos, inventarios, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, etc.) | 15% | 16% | Altos costos de las regulaciones e impuestos (permisos de operación, registros sanitarios, etc.) |
| Falta de colaboradores (empleados) | 14% | 15% | Altos índices de criminalidad (extorsión, robos, etc.) |
| Falta de conocimientos para administrar el negocio | 9% | 12% | Competencia informal (no legalizados, no pagan impuestos) |
| Otros | 2% | 12% | Falta de trabajadores capacitados |
| | | 3% | Otros |

*Los porcentajes están calculados en base a 100% en cada columna, de acuerdo a los resultados obtenidos en las preguntas realizadas a las emprendedoras, se ha elaborado “Mapa de Calor” a fin de resaltar el nivel de relevancia de los factores más predominantes.

A través de la técnica "Juicio de Experto" aplicada para la valoración del instrumento de recolección de datos, se consideró que los factores internos y externos que mayor impacto pueden generar en el crecimiento económico de las emprendedoras, son los descritos en la Tabla 10.

Se observa que un 34% de las emprendedoras indica que el factor interno que más impacta en el crecimiento de su emprendimiento es la limitación de recursos económicos para invertir en compra de inventario, seguido del limitado acceso a recursos para invertir en publicidad (26%), lo cual va relacionado con la falta de acceso a financiamiento que es el factor externo con mayor puntuación (24%).

Asimismo, se ha identificado que, como parte de las limitantes internas, las emprendedoras refieren tener debilidades en sus controles internos para registros contables (15%), esto está en concordancia con lo expuesto en la sección 4.2.5 Desarrollo de Habilidades Empresariales, donde se señaló que las emprendedoras en su mayoría efectúan sus registros de forma manual, lo cual genera riesgos operativos y financieros.

Por otra parte, las emprendedoras destacan que otro de los factores externos relevantes está relacionado con los altos costos de las regulaciones e impuestos (16%), lo que indica la necesidad de políticas públicas orientadas a fortalecer e incentivar el emprendedurismo en Honduras.

4.2.8 SATISFACCIÓN Y MOTIVACIÓN

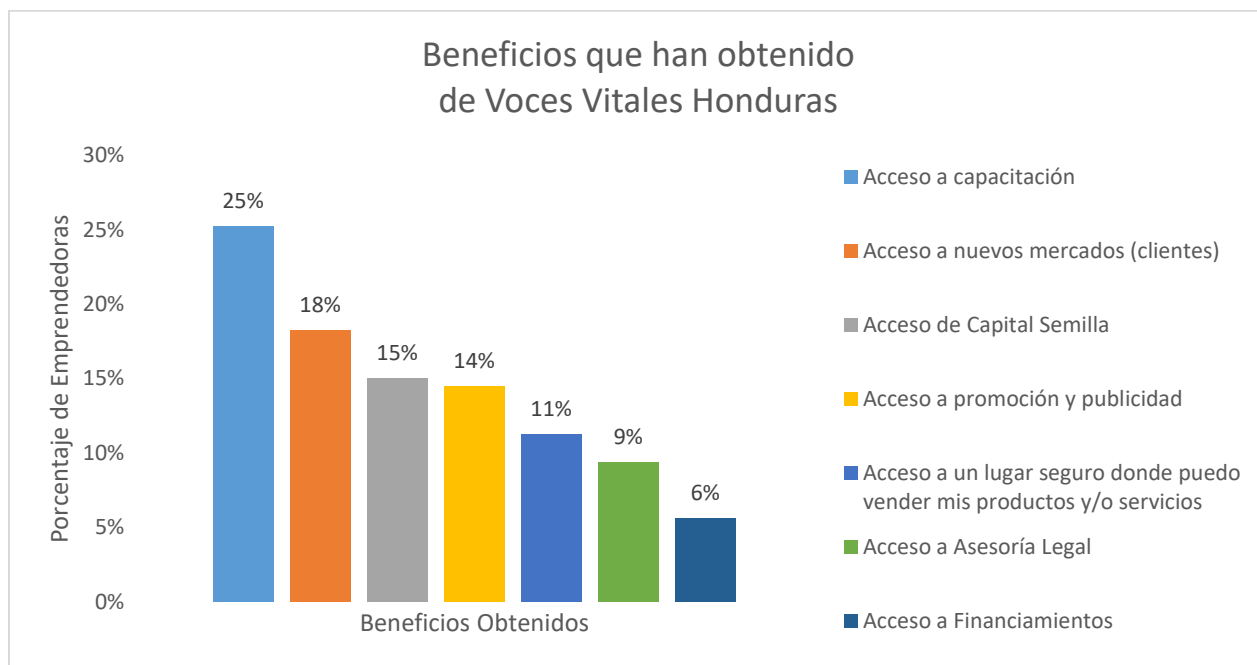


Figura 36 Beneficios que obtiene las Emprendedoras a través de Voces Vitales Honduras

La Figura 36 revela por nivel de importancia para las emprendedoras, los diferentes beneficios que estas obtienen al formar parte de los diferentes programas que lidera Voces Vitales Honduras siendo el más representativo el acceso a capacitación (25%), seguido de acceso a nuevos mercados (18%), a capital semilla (15%) y a promoción y publicidad (14%)

Aunado a los beneficios directos que perciben las emprendedoras, se consultó sobre el nivel de satisfacción de estas en relación a formar parte de Voces Vitales Honduras, obteniendo los

resultados que se ilustran en la siguiente tabla:

Tabla 11 Cruce de Variables Recomendación de Voces Vitales Honduras por parte de las Emprendedoras y su Nivel de Satisfacción

| Tabla cruzada ¿Recomendaría Voces Vitales Honduras como plataforma de impulso a las Emprendedoras Hondureñas? ¿Qué tan satisfecho esta de formar parte Voces Vitales de Honduras? | | | | | |
|--|---|---|----------------|------------|--------|
| | | ¿Qué tan satisfecho esta de formar parte Voces Vitales de Honduras? | | | Total |
| | | Muy insatisfecho | Muy satisfecho | Satisfecho | |
| ¿Recomendaría Voces Vitales Honduras como plataforma de impulso a las Emprendedoras Hondureñas? | Sí | 4 | 80 | 14 | 98 |
| | ¿Qué tan satisfecho esta de formar parte Voces Vitales de Honduras? | 4.1% | 81.6% | 14.3% | 100.0% |
| | ¿Recomendaría Voces Vitales Honduras como plataforma de impulso a las Emprendedoras Hondureñas? | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

El 100% de las emprendedoras recomiendan Voces Vitales Honduras, lo cual indica que la experiencia por parte de las emprendedoras es muy satisfactoria por los diferentes beneficios tangibles derivados de la participación en programas o actividades lideradas por Voces Vitales Honduras. La recomendación unánime es el resultado de la efectividad y relevancia percibida de los servicios proporcionados por esta organización en el apoyo y desarrollo de las emprendedoras en la ciudad de Tegucigalpa.

Para finalizar el análisis de los datos recopilados, se resumen las respuestas de las emprendedoras con respecto a la siguiente pregunta:

¿Qué considera usted que podría mejorar o incluir Voces Vitales Honduras para que las emprendedoras puedan tener mayor oportunidad de crecimiento?

Al respecto, las emprendedoras han compartido valiosas recomendaciones y sugerencias

para mejorar la experiencia con Voces Vitales Honduras, entre ellas se enfatiza la necesidad de una mayor disponibilidad de ferias/acceso a más puntos de venta, asimismo expresan la importancia de ampliar el catálogo de capacitaciones.

Otra de las oportunidades de mejoras que solicitan a Voces Vitales Honduras, es la de afianzar alianzas con instituciones financieras para facilitar el acceso a financiamientos blandos (tasas de interés bajas y planes de pago flexibles), capital semilla, esto con el fin de impulsar el crecimiento empresarial de las emprendedoras a mediano y largo plazo.

Así mismo, han destacado otras áreas que consideran claves a fortalecer, entre ellas, la necesidad de proporcionar un acompañamiento personalizado, acceso a más publicidad y el interés en establecer alianzas con empresas de mayor envergadura para generar un mayor encadenamiento de mercado.

Las observaciones antes detalladas por las emprendedoras ofrecen un insumo valioso, para optimizar los programas y servicios proporcionados por Voces Vitales Honduras, alineándolos más estrechamente con las expectativas y aspiraciones de las emprendedoras afiliadas a la institución.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras en la ciudad de Tegucigalpa, proporcionan información valiosa que responde a las preguntas de investigación y a los objetivos establecidos. Estas conclusiones representan un aporte valioso para que Voces Vitales Honduras pueda considerar la opción de evaluar estrategias dirigidas a robustecer el apoyo que brindan a las emprendedoras en la ciudad de Tegucigalpa. Estas conclusiones específicas permitirán a la organización adaptar sus programas de manera más precisa, abordando las necesidades identificadas y garantizando un impacto más efectivo en el empoderamiento económico de las mujeres emprendedoras.

A continuación, se enlistan las conclusiones obtenidas del análisis de los datos recopilados de los cuestionarios aplicados a las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras en la ciudad de Tegucigalpa

1. El análisis refleja un impacto positivo de Voces Vitales Honduras en el crecimiento económico de las emprendedoras de Tegucigalpa. La capacitación y formación empresarial han sido catalizadores clave para el aumento de ingresos y la diversificación de productos. Este programa ha demostrado ser una fuerza motivadora, empoderando a las emprendedoras y proporcionándoles herramientas esenciales para la gestión eficiente de sus negocios. La diversidad de áreas abordadas resalta la integralidad de la intervención de Voces Vitales Honduras.

Objetivo 1: Analizar el crecimiento económico en términos de ingresos, ventas y utilidades de las emprendedoras afiliadas a los diferentes programas que promueve “Voces Vitales Honduras”.

2. La percepción positiva de las emprendedoras hacia los beneficios ofrecidos por Voces Vitales Honduras destaca la relevancia de la formación continua para el desarrollo empresarial. La capacitación, acceso a nuevos mercados, capital semilla y promoción/publicidad emergen como elementos cruciales en la experiencia de las emprendedoras. Estos hallazgos consolidan la posición de la organización como un actor

clave en el respaldo integral y el empoderamiento de las emprendedoras en Tegucigalpa.

Objetivo 2: Identificar los factores empresariales que proporciona “Voces Vitales Honduras” y que han contribuido al crecimiento económico de las emprendedoras en Tegucigalpa.

3. A pesar de los logros, se identifican desafíos financieros que requieren atención continua. La gestión financiera y la diversificación de métodos de registro contable son áreas que podrían beneficiarse de enfoques innovadores. Fortalecer las alianzas con instituciones financieras y ampliar oportunidades de networking podrían potenciar aún más el impacto positivo en el crecimiento económico.

Objetivo 3: Identificar los desafíos financieros que enfrentan las emprendedoras que participan en los diferentes programas que promueve Voces Vitales Honduras.

4. La prevalencia de registros manuales destaca una oportunidad para explorar soluciones digitales que simplifiquen la gestión financiera. Se podría considerar la implementación de talleres específicos o recursos para fomentar la adopción de herramientas digitales que mejoren la eficiencia y precisión de los registros contables.

Esta conclusión no está directamente asociada a un objetivo específico, pero complementa la identificación de desafíos financieros.

5. El 100% de las emprendedoras recomiendan Voces Vitales Honduras, indicando la efectividad y relevancia percibida de los servicios proporcionados. Este alto nivel de satisfacción sugiere la necesidad de mantener y mejorar continuamente las iniciativas actuales para seguir cumpliendo con las expectativas de las emprendedoras.

Esta conclusión no está directamente asociada a un objetivo específico, pero respalda la efectividad y relevancia del programa.

5.2 RECOMENDACIONES

Basándonos en las conclusiones derivadas del análisis de datos recopilados de los cuestionarios aplicados a las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras en la ciudad de Tegucigalpa, se presentan algunas recomendaciones que son formuladas para optimizar los servicios de Voces Vitales Honduras, buscando maximizar el impacto positivo en las emprendedoras y contribuir al fortalecimiento continuo de sus iniciativas empresariales.

A Voces Vitales Honduras:

1. Gestionar a mediano plazo la implementación de una plataforma digital integral y accesible, que les permita a las emprendedoras afiliadas contar con una herramienta que coadyuve a fortalecer la gestión contable y financiera, así como los procesos operativos y administrativos, con el objetivo de minimizar los riesgos por falta de controles, y a su vez de optimizar los resultados.
2. Fortalecer la red de alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas con la finalidad de ampliar las oportunidades de desarrollo de habilidades empresariales y el acceso a servicios de apoyo financiero, a través de programas de capacitación, mentorías, y asesorías financieras diseñadas específicamente para satisfacer las necesidades de las emprendedoras, proporcionando así, un entorno propicio para la innovación empresarial, crecimiento económico y la sostenibilidad en el tiempo de los emprendimientos.

A las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras:

1. Implementar en el corto plazo la “Guía Financiera para Emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras” con el objetivo de fortalecer la gestión contable y financiera. Esta herramienta práctica agilizará los procesos operativos y administrativos, además de facilitar la toma de decisiones estratégicas.
2. Desarrollar plan estratégico que impulse la innovación y diversificación de productos y/o servicios que permita mantenerse competitivas y adaptarse de manera ágil a las cambiantes demandas del mercado, generando un impacto positivo en el crecimiento económico de sus negocios.

3. Participar en los programas de capacitación continua que promueve Voces Vitales Honduras como parte integral de la estrategia de fomento al crecimiento empresarial y que les permite mantenerse actualizadas en un entorno altamente competitivo y a su vez les brinda las habilidades y conocimientos necesarios para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que surjan.

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

6.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA

Tras un minucioso análisis, se ha constatado que las emprendedoras cuentan con una oportunidad clave para mejorar su desempeño en la gestión empresarial y financiera. En consecuencia, como fruto de esta investigación, se pondrá a su disposición la **“Guía Financiera para Emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras”**.

6.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

La necesidad de proporcionar la "Guía Financiera para Emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras" surge del análisis exhaustivo de los resultados del cuestionario aplicado. Este análisis reveló una oportunidad significativa para mejorar las habilidades de gestión empresarial y financiera entre las emprendedoras actuales. La carencia identificada en este ámbito representa una brecha que limita el potencial de crecimiento y desarrollo de estas mujeres emprendedoras. Aunque el 84% de las emprendedoras llevan registros contables, lo cual evidencia un compromiso notable con la gestión financiera, el predominio de métodos manuales indica la necesidad de explorar opciones más eficientes y tecnológicas. La propuesta de mejora se basa en aprovechar estos hallazgos para ofrecer capacitación en herramientas digitales de contabilidad. Esta iniciativa no solo mejorará la gestión financiera de las emprendedoras, sino que también promoverá su éxito a largo plazo al equiparlas con las habilidades y herramientas necesarias para prosperar en un entorno empresarial cada vez más digitalizado.

La guía financiera se fundamenta en abordar estas deficiencias específicas al proporcionar información clara, y ofrece las siguientes ventajas:

1. Empoderamiento financiero: Esta guía proporcionará las emprendedoras el conocimiento necesario para tomar decisiones financieras estratégicas, lo que les otorga mayor autonomía y control sobre sus emprendimientos.
2. Mejora en la toma de decisiones: Al comprender mejor los conceptos financieros relevantes para sus negocios, las emprendedoras podrán tomar decisiones más informadas y acertadas, optimizando así sus recursos y estrategias.
3. Acceso a recursos financieros: Al tener una gestión financiera más sólida, estas emprendedoras podrían mejorar su perfil de crédito y ser más atractivas para las entidades

financieras y otras organizaciones que impulsan los emprendimientos, abriendo así puertas a oportunidades de financiamiento y acceso a capital semilla.

6.3 ALCANCE DE LA PROPUESTA

La propuesta se centra en la creación una "Guía Financiera para Emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras", la cual abordará de manera detallada y accesible los aspectos fundamentales de la gestión empresarial y financiera (ingresos, gastos, utilidades, etc.), adaptados específicamente a las necesidades de las emprendedoras, misma que está diseñada con contenidos prácticos y de fácil manejo.

Así mismo, se contempla un plan de socialización y acompañamiento para garantizar la efectiva adopción e implementación por parte del personal de Voces Vitales Honduras y las emprendedoras actuales y futuras.

6.4 ANALISIS COSTO- BENEFICIO

Para llevar a cabo un análisis de costo-beneficio y establecer un escenario probable de los beneficios financieros futuros que podrían derivarse de la implementación de la "Guía Financiera para Emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras", es crucial considerar los siguientes aspectos:

Costos: La implementación de la guía financiera no conlleva costos directos para las emprendedoras, dado que es de acceso gratuito y será entregada a Voces Vitales Honduras para su administración. Además, la socialización de la guía será realizada por las autoras de este proyecto de tesis.

Beneficios:

1. **Ahorro de tiempo:** La implementación de la guía financiera permitirá a las emprendedoras llevar registros de manera más eficiente, lo que reducirá el tiempo dedicado a tareas administrativas.

2. **Reducción de errores:** La guía financiera tiene funciones automatizadas que minimizan la posibilidad de errores en los registros contables, lo que podría evitar costos asociados con correcciones posteriores.

3. **Mejora en la toma de decisiones:** Al tener información financiera más precisa y

actualizada, las emprendedoras podrán tomar decisiones más informadas sobre sus negocios, lo que podría conducir a un aumento en la rentabilidad.

4. Atracción de inversionistas/ Contratación de financiamientos: La capacidad de presentar estados financieros precisos y actualizados podría aumentar la confianza de los inversionistas y facilitar la obtención de financiamiento para el crecimiento del negocio.

Escenario probable de beneficios financieros futuros:

Las emprendedoras no incurrirán en costo alguno para la capacitación ni para tener acceso a la guía financiera, ya que ambas son proporcionadas de forma gratuita. Si estimamos que estas mejoras podrían generar un ahorro anual de L10,000 en costos administrativos y evitar errores que podrían costar otros L5,000 en correcciones, y que también podrían conducir a un aumento del 10% en la rentabilidad del negocio, que tiene un ingreso anual de L300,000, podríamos calcular los beneficios anuales esperados:

Ahorro en costos administrativos: L10,000

Ahorro por evitar errores: L5,000

Aumento en la rentabilidad: L30,000 ($L300,000.00 * 0.10$)

Total beneficios anuales: L45,000.00

Con este escenario, los beneficios anuales superan los costos, lo que indica un retorno positivo de la inversión, aunque no se incurra en gastos directos. Además, estos beneficios podrían aumentar con el tiempo a medida que las emprendedoras continúen su plan de desarrollo empresarial.

6.5 DESCRIPCIÓN, DESARROLLO Y DISPONIBILIDAD

6.5.1 DESCRIPCIÓN

La “**Guía Financiera para Emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras**” es un recurso diseñado para ayudar a las emprendedoras que están en la etapa de iniciación y/o etapa avanzada y que realizan la administración de sus propios negocios, y que necesitan comprender y manejar aspectos financieros claves.

La guía en mención, proporcionará información sobre cómo manejar el registro de sus ventas y gastos, inventarios, cuentas por pagar y cuentas por cobrar, flujo de efectivo, entender sus estados financieros básicos, plan de inversión, planificación de obligaciones y gestionar de forma efectiva la toma de decisiones financieras inteligentes para el crecimiento del negocio.

Enfrentarse al desafío del acceso al financiamiento es una preocupación común para las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras, y esta guía está diseñada para abordar esta dificultad de frente. Proporciona un método para evaluar su capacidad de endeudamiento y la gestión de pagos, permitiendo así tomar decisiones fundamentadas en cuanto a las oportunidades de financiamiento que se ajusten a sus necesidades y objetivos comerciales.

La **“Guía Financiera para Emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras”** no solo se enfoca en brindar información, sino que también busca capacitar a las emprendedoras para que adquieran habilidades financieras sólidas y puedan aplicar estrategias prácticas que impulsen el éxito sostenible de sus negocios.

Además de los recursos ya mencionados, se incluye como complemento el manual de usuario, mismo que de forma detallada proporciona una guía exhaustiva sobre cómo sacar el máximo provecho de la herramienta financiera proporcionada.

Diseñado para ser accesible y comprensible, el manual de usuario abarca desde los conceptos básicos hasta las funcionalidades más avanzadas de la herramienta financiera. Con explicaciones claras que permitan a las emprendedoras aprender a utilizar la herramienta de manera eficaz y estratégica.

El objetivo de este segmento es brindar un recurso completo que no solo informe sobre los resultados financieros que están obteniendo, sino que también capacite a las emprendedoras para implementar estrategias de manera efectiva en la gestión diaria de sus negocios. Al unir la información detallada de la guía financiera con el manual de usuario, se ofrece un recurso completo y práctico que empodera a las emprendedoras para tomar decisiones financieras sólidas y estratégicas, contribuyendo así al crecimiento y éxito de sus empresas.

6.5.2 DESARROLLO

La Guía Financiera fue diseñada en Formato Excel, para fortalecer la gestión financiera de las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras. Esta herramienta busca proporcionar

conocimientos prácticos y estratégicos para optimizar la salud financiera de sus emprendimientos.

A continuación, se resume la estructura de la guía financiera, la cual facilitara el uso de la plantilla en Excel registrada bajo el nombre de “**Guía Financiera para Emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras**”:

1) REGISTRO DE VENTAS A CLIENTES

La hoja de “Registro de Ventas” permite analizar y monitorear las ventas, focalizado en el comportamiento de sus clientes. A continuación, se describen los pesos a seguir:

- En la hoja "BD Negocio" especifique:
 - ✓ Sucursales: El nombre de sus puntos de venta (en caso de tener).
 - ✓ Online: Los canales de venta online (redes sociales, pagina web, entre otros).
 - ✓ Medios de pago: aquellos medios de pago que ofrece a sus clientes (Efectivo, transferencias, tarjeta de crédito, entre otros)
- En la hoja "BD Negocios "especifique los productos que maneja, el precio de venta y el costo.
- En la hoja "Registro ventas" ingrese toda la información de la venta (las columnas en gris son automáticas, estas no se deben modificar).
- **Paso importante:** En la hoja "Dashboard" actualice todas las tablas para que pueda generar la información.

Aclaración: Para evitar que aparezcan valores en blanco asegúrese que toda la tabla esté completa: borre las filas sin contenido.

2) CUENTAS POR COBRAR

En la hoja “Cuentas por Cobrar” encontrará una manera práctica de poder llevar el seguimiento de los saldos pendientes de cobro a sus clientes a un nivel muy detallado.

Debe registrar cada una de las facturas emitidas por ventas al crédito, incluir los siguientes campos:

- Fecha de la factura (en caso de tener factura, si no registrar fecha de venta)
- Número de la factura (en caso que aplique)
- Nombre del cliente

- Importe total de la factura al crédito (total de la venta)
- Abonos o pagos realizados por el cliente
- Fecha de vencimiento de la factura: La hoja incluye el análisis de la concentración según antigüedad de las cuentas por cobrar (de 1 a 30 días, de 31 a 60 días, de 61 a 90 días y más de 90 días).

Es importante actualizar la plantilla regularmente para reflejar con precisión la situación actual de las cuentas por cobrar. Esto facilitará un seguimiento efectivo y una gestión financiera más eficiente.

Como resultado final podrá generar el reporte de saldo pendiente de pago por parte de los clientes, la antigüedad de estos saldos y la concentración de saldos por cobrar a nivel global y particular por cliente, esto le permitirá definir una política de cobro más efectiva que apoye la liquidez y solvencia de su negocio en el corto plazo.

3) COMPRAS A PROVEEDORES Y CUENTAS POR PAGAR

En la hoja de control de “Compras y Cuentas por Pagar” encontrará una forma práctica de poder llevar el registro y seguimiento de las compras realizadas y los saldos pendientes de pago a sus proveedores, a un nivel muy detallado.

Debe registrar cada una de las facturas emitidas por compras al crédito, incluir los siguientes campos:

- Fecha de la factura
- Número de la factura
- Nombre del Proveedor
- Importe total de la factura al crédito o al contado
- Abonos o pagos realizados a los proveedores
- Fecha de vencimiento de la factura

Es importante actualizar la plantilla a diario para reflejar con precisión la situación actual de las cuentas por pagar. Esto facilitará un seguimiento efectivo y una gestión financiera más eficiente.

Como resultado final podrá generar el reporte de saldo pendiente de pago a los proveedores donde podrá realizar análisis del volumen de compra a cada proveedor, esto te permitirá poder

negociar mejores condiciones de precio tanto de compras al contado y crédito con su proveedor.

4) CONTROL DE INVENTARIO

La hoja “Control de inventario” es una herramienta esencial para gestionar de manera eficiente el flujo de productos. Esta plantilla proporciona una visión detallada de los niveles de existencias, permitiendo un monitoreo efectivo de la cantidad y disponibilidad de cada producto.

Con esta herramienta, podrá realizar un seguimiento preciso de las entradas y salidas de inventario, identificar posibles desajustes, y optimizar la gestión administrativa. Asimismo, la plantilla facilita la planificación de pedidos y la toma de decisiones para mantener el inventario en niveles óptimos. Al integrar esta plantilla, mejorará la eficiencia y la capacidad de respuesta ante las demandas del mercado, asegurando un control exhaustivo y una gestión proactiva de su inventario.

5) CONTROL DE GASTOS OPERATIVOS

En la hoja de Excel para “Gastos Operativos” va a encontrar una manera simple de poder llevar el seguimiento de sus erogaciones a un nivel muy detallado. Su llenado es bastante simple, solo debe completar los gastos diarios, de esta forma el reporte genera un consolidado de los gastos a nivel mensual y consolidado anual, el cual será valioso para la toma de decisiones.

6) BALANCE GENERAL

El Balance General o también conocido como Estado financiero de Situación Patrimonial, nos permite conocer la situación de la empresa en un periodo determinado, en este se detalla el Activo, Pasivo y Patrimonio neto.

Un Balance General, debe tener de manera oficial un encabezado, con el nombre de la empresa (razón social), el periodo de tiempo de la información presentada y la moneda oficial en la que se presentan las cifras. Además, en el cuerpo de la plantilla, deben estar representados los saldos de cierre correspondientes a las partidas que conforman el activo, el pasivo y el patrimonio de la empresa.

- Los activos son esos bienes o derechos que tiene la empresa para generar beneficios e ingresos y estos están clasificados en dos:
 - ✓ Activos Corrientes los cuales generan efectivo en un plazo igual o inferior a un año.

- ✓ Activos no Corrientes que para poder convertirlos en efectivo se necesita de un plazo mayor a un año.
- Los pasivos son todas las deudas y obligaciones que tiene la empresa y se clasifican en dos:
 - ✓ Pasivos Corrientes los cuales se deben de pagar en un plazo inferior a un año.
 - ✓ Pasivos no Corrientes que son las obligaciones que permiten ser canceladas a un plazo mayor a un año.
- El Patrimonio es la parte de los activos que pertenecen realmente a la empresa, el resto le pertenece a quien le ha financiado, a sus acreedores y a utilidades de los ejercicios contables pendientes por distribuir entre los socios.

Características de la Plantilla de balance general:

- Muestra la composición contable de los Activos, Pasivos y Patrimonio Neto.
- Proporciona la comparación de dos años o cortes determinados.
- Permite realizar un análisis horizontal por medio de una variación absoluta y relativa.
- Permite realizar el cálculo de la ecuación patrimonial. (Activo= Pasivo + Patrimonio). Esta diferencia siempre debe de ser cero, respectando la ecuación y el principio de partida doble contable, con lo que se determina que el balance general está "cuadrado".

7) ESTADO DE RESULTADOS

El Estado de Resultados, es aquel informe que permite conocer los resultados financieros de la compañía en un periodo determinado, que puede ser una utilidad o una pérdida.

Este informe financiero básicamente sirve para representar la forma en que la empresa llega al resultado final del ejercicio o de un periodo determinado y cuenta con los rubros contables denominados (ingresos, costos, gastos, impuestos).

Características del formato de Estado de Resultados:

- Ingresos: Generalmente contiene una línea, denominada ventas y se encuentra después del encabezado de la plantilla.
- Costo bienes vendidos: Regularmente aparece como un solo valor, el cual incluye el costo de la mercadería vendida.
- Utilidad Bruta: Esta es un subtotal que se desprende después de tomar las ventas y descontarle los descuentos y el costo de los bienes vendidos.

- Gastos de Operación: Esta sección es donde se incurre en gastos operacionales con el fin de producir ingresos y estos se dividen en gastos administrativos y de ventas.
- Utilidad Operacional: Esta muestra la relación entre los ingresos obtenidos de clientes y los gastos en los cuales se incurre para producir estos ingresos.
- Renglones No Operacionales: Son los rubros que no están relacionados directamente con la actividad principal de la compañía, y su manejo financiero es sumar los ingresos y restar los costos o gastos después de la utilidad operacional.
- Utilidad Neta: Es el rubro con mayor incidencia dentro del Estado Financiero ya que define el resultado final del ejercicio después de deducir los rubros a que dan lugar, y este representa la utilidad o pérdida dentro de un periodo determinado.

Para facilitarle el llenado de esta plantilla, recomendamos trabajar con las columnas año "202x" y "202x" para que la información sea comparativa, y debe gestionar los rubros que se encuentran en cada bloque debidamente resaltados., esto le permitirá realizar un análisis horizontal para la toma de decisiones.

Las líneas que se encuentran resaltadas en negrita son los resultados obtenidos de cada bloque, además en la parte inferior de cada uno se encuentra su respectivo indicador financiero el cuál se genera de manera automática.

8) FLUJO DE EFECTIVO

El “Flujo de Efectivo” ofrece una representación detallada de las entradas y salidas de efectivo del negocio, proporcionando una visión clara de la liquidez y permitiendo anticipar posibles desafíos financieros.

Las emprendedoras podrán realizar un seguimiento minucioso de las transacciones diarias, evaluar la salud financiera de su negocio y anticipar períodos de posible escasez de efectivo.

La hoja de flujo de efectivo es esencial para la toma de decisiones permitiendo manejar de manera proactiva las finanzas del emprendimiento y garantizando una gestión financiera sólida y sostenible a lo largo del tiempo.

9) INDICADORES FINANCIEROS

La hoja “Indicadores Financieros” es un elemento esencial para evaluar y comprender la salud financiera del negocio; ofrece una visión detallada de diversos aspectos financieros,

incluyendo ingresos, gastos, rentabilidad y liquidez.

A través de esta sección se pueden identificar tendencias y tomar decisiones estratégicas para optimizar los resultados. Los indicadores, como el margen de utilidad, el índice de liquidez, y la rotación de activos de trabajo son insumos valiosos que permiten a emprendedoras evaluar el desempeño y diseñar estrategias para mejorar y mantener la estabilidad financiera de su emprendimiento en el periodo analizado.

Así mismo, genera de manera automática conforme la información registrada en la plantilla de Balance General y Estado de Resultado.

10) PUNTO DE EQUILIBRIO

Esta plantilla es esencial para la toma de decisiones empresariales ya que proporciona una visión clara de los umbrales financieros críticos para los emprendimientos, permite identificar el punto en el cual los ingresos igualan los costos, permitiendo comprender cuántas unidades o servicios debes vender para cubrir los gastos. Esta información es fundamental para la planificación financiera, ya que ayudará a evaluar la viabilidad del modelo de negocio y a tomar decisiones estratégicas para mejorar la rentabilidad.

Ya sea que se esté iniciando un nuevo proyecto o buscando optimizar operaciones existentes, la plantilla de punto de equilibrio será una herramienta valiosa para la gestión efectiva de las finanzas.

11) PLAN DE INVERSION

Dentro de la guía financiera, se ha incorporado una hoja detallada de un plan de inversión, diseñada para facilitar la identificación de las necesidades tanto de activos como de capital de trabajo necesarios para el desarrollo de nuevos proyectos. Este apartado proporcionará una estructura clara para evaluar los recursos requeridos, ayudando a las emprendedoras a diseñar sus metas financieras y a comprender los aspectos críticos de financiamiento.

En la hoja “Plan de Inversión” se podrán visualizar de manera organizada y precisa los costos asociados al proyecto, permitiendo una toma de decisiones estratégica. Ya sea que se esté iniciando un nuevo negocio o expandiendo operaciones existentes, esta plantilla de plan de inversión guiará en la identificación y planificación efectiva de los recursos necesarios para llevar

a cabo los proyectos con éxito.

12) TABLA DE AMORTIZACION DE FINANCIAMIENTO

Dentro de la guía financiera, hemos incorporado una herramienta esencial para el manejo de financiamientos: una plantilla de tabla de amortización. Esta herramienta facilitará la generación de un plan de pago estructurado para cualquier financiamiento que decidas gestionar.

6.5.3 DISPONIBILIDAD

La guía financiera se encuentra disponible en One Drive, lo que facilita su acceso y utilización. Para acceder a esta valiosa herramienta, simplemente se debe hacer clic en el siguiente enlace: https://drive.google.com/file/d/1ikPXZxnabIgFp0QF3G4wBd3_9AFZisS7/view?usp=drive_link

Esta plataforma en línea proporciona una experiencia conveniente y accesible para que todas las emprendedoras y personal de Voces Vitales Honduras puedan beneficiarse de los recursos financieros y estratégicos ofrecidos en la guía.

La expectativa es que logren explorar y aprovechar al máximo esta valiosa fuente de conocimiento para fortalecer sus habilidades financieras y optimizar el crecimiento de sus emprendimientos.

6.6 MEDIDAS DE CONTROL

La matriz descrita en la Tabla 12 proporciona la estructura para medir, organizar y gestionar la socialización, implementación y evaluación de la guía financiera en el contexto de Voces Vitales Honduras. Los indicadores, instrumentos y actores claves se diseñan para capturar la efectividad y el impacto de la guía en el desarrollo financiero de las emprendedoras.

Tabla 12 Matriz de caracterización de medidas de control del proceso de implementación de la Guía Financiera

| Etapa | Indicadores | Instrumentos | Actores Claves |
|-----------------------|--|--|--|
| Socialización | Nivel de comprensión inicial de la guía financiera | Encuestas de conocimiento previo. | Emprendedoras de Voces Vitales Honduras. |
| | Participación de las emprendedoras en sesiones informativas | Registro de asistencia y participación | Facilitadores de la socialización. |
| | Interacción en eventos de preguntas y respuestas. | Registro de preguntas y comentarios. | Coordinadora de Programa |
| Implementación | Frecuencia de aplicación de la guía por parte de las emprendedoras | Seguimiento de actividades planificadas. | Emprendedoras participantes. |

| Etapa | Indicadores | Instrumentos | Actores Claves |
|-------------------|--|--|--|
| | Integración de la guía en procesos empresariales. | Evaluación de la incorporación en negocios. | Mentores de Voces Vitales Honduras. |
| | Utilización de recursos sugeridos en la guía. | Registro de adopción de prácticas sugeridas. | Gerente de Programas de Voces Vitales Honduras |
| Evaluación | Mejoras identificadas en la gestión financiera. | Encuestas de retroalimentación post-implementación. | Gerente de Programas de Voces Vitales Honduras |
| | Cambios en la autonomía financiera de las emprendedoras. | Entrevistas en profundidad post-implementación. | |
| | Impacto en el crecimiento económico de los negocios. | Análisis de indicadores financieros post-implementación. | |

6.7 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

En el cronograma adjunto se detallan las diversas actividades planificadas para la socialización de la guía financiera entre las emprendedoras de Voces Vitales Honduras. Es crucial destacar que la efectividad en la ejecución de este cronograma está sujeta a la confirmación por parte de la Gerente de Programas de Voces Vitales Honduras.

Su confirmación garantizará la coordinación y alineación adecuada de los esfuerzos, asegurando así el éxito y la participación activa de las emprendedoras en las actividades propuestas. Este nivel de colaboración es esencial para maximizar el impacto de la capacitación y garantizar que las emprendedoras puedan aprovechar al máximo la guía financiera facilitada.

Tabla 13 Cronograma de Socialización de la Guía Financiera

CRONOGRAMA DE SOCIALIZACIÓN GUÍA FINANCIERA PARA EMPRENDEDORAS ADSCRITAS A VOCES VITALES HONDURAS

NOMBRE DEL PROYECTO

Socializar "Guía financiera a las emprendedoras adscritas a Voces Vitales Honduras"

PREPARADO POR

Elky López y Laura Lanza

| | | feb-24 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|--|--------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| TAREA | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| PLANIFICACION Y DISEÑO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Preparar la Presentacion en PPT y afinar la plantilla en Excell | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| LOGISTICA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Definir medio a traves del cual se brindara la capacitacion | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Coordinar recursos y materiales a utilizar | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | |
| INVITACION A LAS EMPRENDEDORAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Diseño de spot publicitario para captar la atencion de las emprendedoras | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | |
| | Circular la invitacion a las emprendedoras | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | |
| | Confirmacion de asistencia | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | | | |
| CESION DE CAPACITACION | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Impartir la capacitacion a las emprendedoras | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | |

6.8 CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA

Producto de los resultados de la investigación, nace la propuesta de una Guía Financiera, la cual va aunada a los objetivos de la investigación, así como a las teorías planteadas, variables establecidas en la matriz de operacionalización. Así mismo, en función de l

Tabla 14 Concordancia De Los Segmentos De La Tesis Con La Propuesta

| CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA | | | | | | | | |
|---|--|---|--|--|---|---|--|---|
| IMPACTO DE “VOCES VITALES HONDURAS” COMO PLATAFORMA DE IMPULSO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS EMPRENDEDORAS AFILIADAS EN TEGUCIGALPA | | | | | | | | |
| CAÍTULO I | | CAPITULO II | CAPITULO III | | | CAPITULO V | CAPITULO VI | |
| Objetivo General | Objetivo Especifico | Teorías | Variables | Población | Técnicas | Conclusiones | Nombre de la Propuesta | Ventajas |
| Analizar el impacto de “Voces Vitales Honduras” como plataforma de impulso al crecimiento económico de las emprendedoras en Tegucigalpa | 1. Analizar el crecimiento económico en términos de ingresos, ventas y utilidades de las emprendedoras afiliadas a los diferentes programas que promueve “Voces Vitales Honduras”. | 1. Teoría del Equilibrio Estático: Desde la perspectiva de la Teoría del Equilibrio Estático, las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) tienden a mantener un | 1. Ingresos 2. Rentabilidad / Utilidades 3. Expansión del Negocio 4. Desarrollo de Habilidades 5. Generación de Empleo | Actualment e Voces Vitales Honduras cuenta con aproximada mente 160 emprendedo ras activas afiliadas en la ciudad de Tegucigalpa . | Técnica de Muestreo: La elección de aplicar el método de muestreo probabilístico aleatorio simple. Técnica de recopilación de datos: | 3. A pesar de los logros alcanzados por Voces Vitales Honduras, se identifican desafíos internos y externos que requieren atención continua. La gestión financiera y la diversificación de métodos de registro contable son áreas que podrían beneficiarse de enfoques innovadores. Además, fortalecer las alianzas con | “Guía Financiera Para Emprendedo ras Afiliadas A Voces Vitales Honduras | 1. Empoderamiento financiero: Esta guía proporcionará las emprendedoras el conocimiento necesario para tomar decisiones financieras estratégicas, lo que les otorga mayor autonomía y control |

CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA
IMPACTO DE “VOCES VITALES HONDURAS” COMO PLATAFORMA DE IMPULSO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS EMPRENDEDORAS
AFILIADAS EN TEGUCIGALPA

| CAÍTULO I | | CAPITULO II | CAPITULO III | | | CAPITULO V | CAPITULO VI | |
|------------------|---|--|--|-----------|---|--|------------------------|----------------------------------|
| Objetivo General | Objetivo Especifico | Teorías | Variables | Población | Técnicas | Conclusiones | Nombre de la Propuesta | Ventajas |
| | <p>2. Identificar los factores empresariales que proporciona “Voces Vitales Honduras” y que han contribuido al crecimiento económico de las emprendedoras en Tegucigalpa.</p> <p>3. Identificar los desafíos financieros que enfrentan las emprendedoras que participan en los diferentes</p> | <p>nivel bajo de apalancamiento.</p> <p>2. Teoría de los Costos de Transacción: La teoría se centra en entender cómo los costos asociados con la coordinación y realización de transacciones económicas afectan la estructura y organización de las empresas.</p> | <p>6. Desafíos Internos y Externos que limitan el crecimiento del negocios</p> | | <p>Para la recopilación de información se empleó la técnica del cuestionario online (Google Forms) a las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras en la ciudad de Tegucigalpa</p> | <p>instituciones financieras con el fin de fortalecer el acceso a financiamientos y ampliar las oportunidades de networking (espacios virtuales donde las emprendedoras puedan interactuar entre ellas e incluso con mentores de alto perfil) podrían potenciar aún más el impacto positivo en el crecimiento económico de las emprendedoras.</p> <p>Las limitaciones señaladas resaltan desafíos reales que impactan el desarrollo financiero de las emprendedoras. Estos</p> | | <p>sobre sus emprendimientos</p> |

CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA
IMPACTO DE “VOCES VITALES HONDURAS” COMO PLATAFORMA DE IMPULSO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS EMPRENDEDORAS
AFILIADAS EN TEGUCIGALPA

| CAÍTULO I | | CAPITULO II | CAPITULO III | | | CAPITULO V | CAPITULO VI | |
|------------------|---|-------------|--------------|-----------|----------|---|------------------------|---|
| Objetivo General | Objetivo Específico | Teorías | Variables | Población | Técnicas | Conclusiones | Nombre de la Propuesta | Ventajas |
| | programas que promueve Voces Vitales Honduras 4. Elaborar una guía financiera para las emprendedoras afiliadas a Voces Vitales Honduras con el propósito de fortalecer su gestión empresarial. | | | | | hallazgos subrayan la importancia de abordar no solo los éxitos, sino también las áreas de oportunidad y las barreras percibidas para garantizar un impacto más integral y positivo. | | |
| | | | | | | 4. Referente a la diversificación de métodos de registros contables, se concluye que la prevalencia de registros manuales destaca una oportunidad para explorar soluciones digitales que simplifiquen | | 2. Mejora en la toma de decisiones: Al comprender mejor los conceptos financieros relevantes para sus negocios, las emprendedoras |

CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA
IMPACTO DE “VOCES VITALES HONDURAS” COMO PLATAFORMA DE IMPULSO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS EMPRENDEDORAS
AFILIADAS EN TEGUCIGALPA

| CAÍTULO I | | CAPITULO II | CAPITULO III | | | CAPITULO V | CAPITULO VI | |
|------------------|---------------------|-------------|--------------|-----------|----------|--|------------------------|--|
| Objetivo General | Objetivo Especifico | Teorías | Variables | Población | Técnicas | Conclusiones | Nombre de la Propuesta | Ventajas |
| | | | | | | la gestión financiera. Se podría considerar la implementación de talleres específicos o recursos para fomentar la adopción de herramientas digitales que mejoren la eficiencia y precisión de los registros contables. | | podrán tomar decisiones más informadas y acertadas, optimizando así sus recursos y estrategias. |
| | | | | | | 5. El 100% de las emprendedoras afiliadas en Tegucigalpa recomiendan Voces Vitales Honduras como ente de impulso al crecimiento económico de sus emprendimientos, lo cual es un indicador clave de la efectividad y relevancia percibida de los servicios proporcionados | | 3. Acceso a recursos financieros: Al tener una gestión financiera más sólida, estas emprendedoras podrían mejorar su perfil de crédito y ser más atractivas para las entidades financieras y otras |

CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA
IMPACTO DE “VOCES VITALES HONDURAS” COMO PLATAFORMA DE IMPULSO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS EMPRENDEDORAS
AFILIADAS EN TEGUCIGALPA

| CAÍTULO I | | CAPITULO II | CAPITULO III | | | CAPITULO V | CAPITULO VI | |
|------------------|---------------------|-------------|--------------|-----------|----------|---|------------------------|--|
| Objetivo General | Objetivo Especifico | Teorías | Variables | Población | Técnicas | Conclusiones | Nombre de la Propuesta | Ventajas |
| | | | | | | <p>por la entidad. Esta alta satisfacción sugiere la necesidad de mantener y mejorar continuamente las iniciativas actuales para seguir cumpliendo con las expectativas de las emprendedoras.</p> <p>Al centrarse en áreas clave como el acceso a capacitación, nuevos mercados, capital semilla y promoción, Voces Vitales Honduras puede fortalecer su impacto positivo en el crecimiento económico de las emprendedoras, brindándoles herramientas y recursos esenciales para el</p> | | <p>organizaciones que impulsan los emprendimientos, abriendo así puertas a oportunidades de financiamiento y acceso a capital semilla.</p> |

CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA
IMPACTO DE “VOCES VITALES HONDURAS” COMO PLATAFORMA DE IMPULSO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS EMPRENDEDORAS
AFILIADAS EN TEGUCIGALPA

| CAÍTULO I | | CAPITULO II | CAPITULO III | | | CAPITULO V | CAPITULO VI | |
|------------------|---------------------|-------------|--------------|-----------|----------|--|------------------------|----------|
| Objetivo General | Objetivo Especifico | Teorías | Variables | Población | Técnicas | Conclusiones | Nombre de la Propuesta | Ventajas |
| | | | | | | desarrollo sostenible de sus negocios. Además, la constante retroalimentación y colaboración con las emprendedoras pueden ser fundamentales para adaptar los programas según las necesidades cambiantes y garantizar un apoyo continuo y efectivo. | | |

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acción Opportunity Fund. (2023). Estados de Flujo de Caja. *Acción Opportunity Fund*.
<https://aofund.org/es/resource/estados-de-flujo-de-caja-2/>

Allen, F., Myers, S., & Brealey, R. (2010). Principios de Finanzas Corporativas. *Novena*.

Banco de Desarrollo de America Latina y El Caribe. (2021). *La importancia de la educación financiera para las mipyme*.
<https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2021/06/la-importancia-de-la-educacion-financiera-para-las-mipyme/>

Banco Mundial. (2023). *Honduras: Panorama general* [Text/HTML]. World Bank.
<https://www.bancomundial.org/es/country/honduras/overview>

Banco Mundial. (2023). *Índice de facilidad para hacer negocios- México*.
<https://data.worldbank.org>

Barahona, G. M., Camargo, M., Pratt, L., & Delgado, A. (2020). *Estado de Situación del Acceso de la Mujer Emprendedora al Sistema Financiero en Honduras Marzo 2021.pdf*.
https://www.bch.hn/varios/MIF/Documentos/Estado%20de%20Situaci%C3%B3n%20del%20Acceso%20de%20la%20Mujer%20Emprendedora%20al%20Sistema%20Financiero%20en%20Honduras%20Marzo%202021.pdf?id_sub=0&id=4

Barbero, A. (2006). *Estudios Económicos—Los costos de transacción en la comercialización agropecuaria: Un estudio de caso*.
http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2525-12952006001100002&lng=es

BCH. (2022). *Informe de Estabilidad Financiera Junio de 2022*
<https://www.bch.hn/estadisticos/EF/LIBINFORME/IEF%20Junio%202022.pdf>

BCH. (2023). *Producto Interno Bruto II trimestre 2023.pdf*.
<https://www.bch.hn/estadisticos/EME/Informe%20del%20Producto%20Interno%20Bruto%20Trimestral/Producto%20Interno%20Bruto%20II%20trimestre%202023.pdf>

BCH. (2023). *Programa Monetario 2023-2024*.
<https://www.bch.hn/estadisticos/EF/LIBINFORME/IEF%20Junio%202022.pdf>

BCIE. (2022). *BCIE: comprometido con el desarrollo económico de Guatemala al apoyar activamente a las mipymes*.
https://www.bcie.org/fileadmin/user_upload/BCIE_apoyo_mipymes.pdf

BCIE. (2022). *Estrategia de País 2022 2026 Honduras*.
https://bcie2014.sharepoint.com/sites/DocPub/Doc_Pub/Forms/Tipo%20documental.aspx?id=%2Fsites%2FDocPub%2FDoc%5FPub%2F645%2FEstrategia%20de%20Pa%C3%ADs%202022%202026%20Honduras%20%2Epdf&parent=%2Fsites%2FDocPub%2FDoc%5FPub%2F645&p=true&ga=1

BCIE. (2023). *En BCIE apoyamos a las mipymes*.
https://www.bcie.org/fileadmin/user_upload/BCIE_Articulo_a_profundidad_2_20230629.pdf

BCIE (2023). *BCIE fortalece el empoderamiento y autonomía económica de más de 4,600 mujeres empresarias de la región*. <https://www.bcie.org/novedades/noticias/articulo/bcie-fortalece-el-empoderamiento-y-autonomia-economica-de-mas-de-4600-mujeres-empresarias-de-la-region>

Banco Central de Nicaragua (2023). *Informe de Estado de la Economía y Perspectivas*.
https://www.bcn.gob.ni/sites/default/files/documentos/Informe%20de%20Estado%20de%20la%20Econom%C3%ADa%20y%20Perspectivas_abril%202023.pdf

Cabero Almenara, J., & Llorente Cejudo, M. del C. (2013). *La Aplicación del Juicio de*

Experto como Técnica de Evaluación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

Castañeda, J. (2022, junio 28). *Falta de financiación, uno de los mayores obstáculos de MiPymes hondureñas*. Forbes Centroamérica. <https://forbescentroamerica.com/2022/06/28/falta-de-financiacion-uno-de-los-mayores-obstaculos-de-mipymes-hondurenas/>

CENPROMYPE. (2022). Informe 2022 Digitalización y desarrollo sostenible en las mipymes de la región SICA.

CENPROMYPE. (2021). *Escenarios y evolución de las MIPYMES en la región SICA*.

CEPAL. (2023). *Acerca de Microempresas y Pymes* [Text]. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca-microempresas-pymes>

CEPAL. (2023). Estudio Económico de América Latina y el Caribe, 2023. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/1f15f6f6-df99-409b-bfa1-b8f34a72d918/content>

CNBS. (2023). *Informe de Brecha Financiera de Género en Honduras*. <https://publicaciones.cnbs.gob.hn/Home/Viewer/Publicaciones%20Estad%C3%ADsticas%20y%20Financieras%20Inclusi%C3%B3n%20Financiera%20Brecha%20de%20G%C3%A9nero/Informe%20de%20Brecha%20Financiera%20de%20G%C3%A9nero%20en%20Honduras,%202023.pdf>

COHEP. (2021). *Las Mujeres en el desarrollo empresarial*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_846619.pdf

Consejo Hondureño de la Empresa Privada. (2022). *Boletín-Mercado-Laboral-Edición-Género.pdf*. <https://www.cohep.org/wp-content/uploads/2023/05/Boleti%CC%81n-Mercado-Laboral-Edicio%CC%81n-Ge%CC%81nero.pdf>

Consejo Hondureño de la Empresa Privada, C. (2023). *Boletín Laboral. Código: (F-GPE-04)*, 4.

Consejo Monetario Centroamericano (2023). *El Producto Interno Bruto (PIB)*. <https://www.secmca.org/chart/>

Corrales, D. (2023, enero 5). Plataforma del Pueblo: Unos 1,393 emprendedores venden sus productos en COMERCIA.HN. *Gobierno Solidario*. <https://gobiernosolidario.sgjd.gob.hn/4286/plataforma-del-pueblo-unos-1393-emprendedores-venden-sus-productos-en-comercia-hn/>

Diario La Prensa. (2019). *Voces Vitales: Mujeres transformando Honduras*. <https://www.laprensa.hn/economia/dineroynegocios/voces-vitales-mujeres-transformando-honduras-GXLP1302127>

Díaz, R. R. G., & Pérez, L. A. B. (2021). PYMES en América Latina: Clasificación, productividad laboral, retos y perspectivas. *CIID Journal*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.46785/ciidj.v1i1.100>

Dini, M., & Stumpo, G. (2020). Mipymes en América Latina: Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. *CEPAL*, 491.

El Instituto de Desarrollo y Emprendimiento Global. (2023). *Estadísticas de emprendimiento y negocios | GEDI*. <http://thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/>

Elizalde, A., Bravo, L.Y., Vásquez, J.A. (2009). *Barreras al emprendimiento femenino universitario en estudiantes de la Universidad Técnica de Machala*. <https://institutojubones.edu.ec/ojs/index.php/societec/article/view/208>

Ferrer, M. A., & Sierra Tanaka, A. (2009). *LAS PyMEs Y LAS TEORÍAS MODERNAS SOBRE ESTRUCTURA DE CAPITAL*.

Fondo Monetario Internacional (2022). *Perspectivas para Las Américas: Navegando condiciones financieras más restrictivas*.
<https://www.imf.org/es/Publications/REO/WH/Issues/2022/10/13/regional-economic-outlook-western-hemisphere-october-2022>

Forbes, S. (2022, octubre 10). *Mujeres emprendedoras abren camino en Latinoamérica con negocios exitosos*. Forbes Centroamérica.
<https://forbescentroamerica.com/2022/10/10/mujeres-emprendedoras-abren-camino-en-latinoamerica-con-negocios-exitosos/>

Forbes, S. (2023). *El FMI mejora sus previsiones económicas para Centroamérica con 3,8% para 2023*. <https://forbescentroamerica.com/2023/10/10/el-fmi-mejora-sus-previsiones-economicas-para-centroamerica-con-38-para-2023/>

Gallegos Toussaint, R. (2020). *La digitalización de las Pymes _propuestas de solución para la recuperación económica post-COVID.pdf*.
https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/media/uploads/documents/La%20digitalizacion%20de%20las%20Pymes_propuestas%20de%20soluci%C3%B3n%20para%20la%20recuperaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mica%20post-COVID.pdf

Goitia, M.F, Amaya, K.V. (2022). *Informe Macroeconómico de Honduras*.
https://sriesgo.com/files/publication/393_informemacrod honduras0622.pdf

Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*.

Hill, S. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption*

Gitman, L. J., Zutter, C. J., & Gitman, L. J. (2012). *Principios de administración financiera* (12. ed). Pearson Educación.

Ibarra, G., Vullings, S., & Burgos, F. J. (2021). *Panorama-digital-de-las-mipymes-america-latina-2021.pdf*. <https://www.sela.org/media/3223266/panorama-digital-de-las-mipymes-america-latina-2021.pdf>

Iglesias, P. (2011). *La economía de los costos de transacción*

INEGI (2022). *DEMOGRAFÍA DE LOS ESTABLECIMIENTOS MIPYME EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA POR COVID-19*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_Demog_MIPYME22.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas. (2023, abril 11). *Cifras del mercado laboral 2021—2022—INE*. <https://ine.gob.hn/v4/2023/04/11/cifras-del-mercado-laboral-2021-2022/>

Ley de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa. (2018, noviembre 7). <https://www.tsc.gob.hn/biblioteca/index.php/leyes/787-ley-de-apoyo-a-la-micro-y-pequena-empresa>

Ley Para el Fomento de Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. (s. f.). Recuperado 25 de agosto de 2023, de <https://sde.gob.hn/wp-content/uploads/2017/07/LEY-PARA-EL-FOMENTO-DE-DESARROLLO-DE-LA-COMPETITIVIDAD-DE-LA-MICRO-PEQUE%3%91A-Y-MEDIANA-EMPRESA-1.pdf>

Ley para la generación de empleo, fomento a la iniciativa empresarial, formalización de negocios y protección a los derechos de los inversionistas. (s. f.). Recuperado 25 de agosto de 2023, de https://www.ccichonduras.org/website/Descargas/LEYES/LEYES_MERCANTILES/DECRETO_284-

2013_LEY_DE_GENERACION_DE_EMPLEO_Y_FOMENTO_A_LA_INICIATIVA_EMPRESARIAL.pdf

Mariz Pérez, R. M., & Calvo Silvosa, A. R. (1999). *La Estrategia De Crecimiento Empresarial*.

MasterCard. (2022). *Índice Mastercard de Mujeres Emprendedoras: Las Latinoamericanas son Resilientes y Optimistas*. <https://www.mastercard.com/news/latin-america/es/sala-de-prensa/comunicados-de-prensa/pr-es/2022/marzo/2021-indice-mastercard-de-mujeres-emprendedoras/>

Mena, F. (S.F). *Autoridades de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA)*

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (2021). *GUÍA-MiPYMES-AGOSTO-2021.pdf*. <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2021/08/GUI%CC%81A-MiPYMES-AGOSTO-2021.pdf>

Molina, O. (2023). *Presentación Clase Magistral_Marco Metodológico (Cap. III).pdf: 10019 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. https://unitechonduras.instructure.com/courses/21364/files/4597873?module_item_id=1684782

OIT (2019). *Argumentos para un cambio*

OIT (2019). *Cuatro estudios de caso sobre las mujeres empresarias en América Central*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---act_emp/documents/publication/wcms_732547.pdf

OIT. (2020). *ENTORNO MIPYME Medidas de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina y el Caribe frente a la crisis de la COVID-19 (Primera Edición)*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---

act_emp/documents/publication/wcms_762907.pdf

OIT. (2022). *PANORAMA LABORAL 2022 América Latina y el Caribe*.
[https://www.ilo.org/wcmstp5/groups/public/---americas/---ro-
lima/documents/publication/wcms_867497.pdf](https://www.ilo.org/wcmstp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_867497.pdf)

ONU. (2022). *Fortalecimiento de la empresarialidad de las mujeres v02.pdf*.
[https://lac.unwomen.org/sites/default/files/2022-
02/Fortalecimiento%20de%20la%20empresarialidad%20de%20las%20mujeres%20v02.pdf](https://lac.unwomen.org/sites/default/files/2022-02/Fortalecimiento%20de%20la%20empresarialidad%20de%20las%20mujeres%20v02.pdf)

Oviedo, A., Balansá, D., Caceres, S., Flores, L., Espinola, F., Vera, E. (2015). *Manual de Emprendedorismo*.
[https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-
att/info_11_01.pdf](https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_01.pdf)

Rivas, P. (2017). *INFORME DE CENTROS DE ATENCIÓN MIPYME DE CENTROAMÉRICA Y REPÚBLICA DOMINICANA*.

Saavedra, M., Briseño, N., Velasquez, K. (2022). *Análisis y Evolución del Emprendimiento Femenino en Latinoamérica*. <https://recai.uaemex.mx/article/view/19391>

Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación—Sampieri (6ta edición).pdf*. Google Docs.
[https://drive.google.com/file/d/0B7fKI4RAT39QeHNzTGh0N19SME0/view?resourcekey=0-
Tg3V3qROROH0Aw4maw5dDQ&usp=embed_facebook](https://drive.google.com/file/d/0B7fKI4RAT39QeHNzTGh0N19SME0/view?resourcekey=0-Tg3V3qROROH0Aw4maw5dDQ&usp=embed_facebook)

Sanchez Vidal, J., & Martin Ugedo, J. F. (2005). *DETERMINANTES DEL CONSERVADURISMO FINANCIERO DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS*.

Sauceda, L. (2022, julio 20). *Mipymes en Honduras: Héroes de los negocios – AHIBA*.
<https://ahiba.hn/mipymes-en-honduras-heroes-de-los-negocios/>

Secretaría de Economía de México. (2020a). *MUJERES EMPRESARIAS: UN PLAN PARA LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA*. https://mipymes.economia.gob.mx/wp-content/uploads/2020/11/Reporte-TMEC_n68-esp_20201109_b.pdf

Secretaría de Economía de México. (2020b). *Reporte T-MEC CAPÍTULO 25 PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS*. https://mipymes.economia.gob.mx/wp-content/uploads/2020/06/Reporte-TMEC_n34-esp_20200224_.pdf

Secretaría de Economía de México. (2022). *La Secretaría de Economía firma convenio de colaboración con Amazon México en apoyo a las MiPyMEs mexicanas*. <http://www.gob.mx/se/articulos/la-secretaria-de-economia-firma-convenio-de-colaboracion-con-amazon-mexico-en-apoyo-a-las-mipymes-mexicanas-304564?idiom=es>

Secretaría de Estado de Desarrollo Económico. (2018). *Estrategia Fomento Emprendimiento HND_s.pdf*. http://www.sice.oas.org/SME_CH/HND/Estrategia_Fomento_Emprendimiento_HND_s.pdf

SEMPRENDE. (2023, febrero 7). 1,393 emprendedores venden sus productos en COMERCIA.HN. *Servicios para Emprendedores en Honduras*. <https://senprende.hn/?p=13019>

SIECA. (2021). *Perspectivas económicas y comerciales 2021 “Reactivación económica en la era post COVID-19”* (p. 22). <https://www.sica.int/download/?75019>

SIECA, S. de I. E. C. (2023). *Informe Económico Regional 2022-2023* (p. 121). Secretaría de Integración Económica Centroamericana. <https://www.sieca.int/>

SIECA. (2023). Monitor del Comercio de bienes de Centroamérica. https://estadisticas.sieca.int/documentos/ver/2023116172256211_Monitor%20de%20Comercio%20IIT-2023.pdf

SSLATAM (2021). *Latinoamérica se destaca por su porcentaje de mujeres emprendedoras*. <https://www.soystartuplatam.com/mujeres-emprendedoras-latam/>

Teruel, S. (2021). *Control financiero: Definición, objetivos e implementación*. <https://www.captio.net/blog/control-financiero-definicion-objetivos-utilidades-y-estrategias-de-implementacion>

Vera Pérez, B. L., & Lugo Ortiz, S. (2016). *Matriz de consistencia metodológica*. Reportorio UAEH. https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/huejutla/article/download/318/4703?inline=1&as_qdr=y

Vital Voices Global Partnership. (2023). *HISTORIA Y MISIÓN*. Vital Voices. <https://www.vitalvoices.org/chapters/>

Voces Vitales Honduras. (2023). *Voces Vitales Honduras*. <https://wiconnect.iadb.org/osc/voces-vitales-honduras/>

Westreicher, G. (2023). *Gestión financiera*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/gestion-financiera.html>

Zambrano Vargas, S. M., & Acuña Corredor, G. A. (2011). *Estructura de capital. Evolución teórica*.

ANEXOS

Anexo 1 Matriz Anexo Operacionalización de Variables

| MATRIZ ANEXO OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES | |
|---|---|
| I. | Ingresos |
| a. | Variación porcentual |
| 1 | ¿Ha logrado incrementar sus ingresos desde que forma parte Voces Vitales Honduras? a. Si___ b. No___ |
| 2 | Si la respuesta es sí, ¿En qué porcentaje ha logrado incrementarlos? a. 1% al 10% b. 11% al 15% c. 16% 20% d. 21% al 25% e. Más del 25% |
| 3 | En caso de no tener crecimiento en sus ingresos, favor seleccionar la casusa a la que se atribuye: a. Situación económica del país b. Existe mucha competencia de los productos y/o servicios que ofrezco c. No puedo competir en precios d. Limitados recursos para comprar inventario e. No he promocionado mi producto y/o servicio en otros medios |
| 4 | ¿Cuál es el porcentaje de utilidad (Precio de venta - costo de venta) de sus productos y/o servicios? a. 1-10% b. 11% al 20% c. 21% al 30% d. 31% al 40% e. más del 41% |
| II. | Rentabilidad/ganancias/utilidades |
| a. | Costos |
| 5 | ¿Realiza análisis de sus costos y gastos operativos que le permitan optimizar sus ganancias? a. Si b. Eventualmente c. No |
| 6 | Que beneficios le brindan sus proveedores: a. Acceso a Linea de Creditico b. Descuentos por compras de contado |

| | |
|-------------|--|
| | <p>c. Descuentos por pago anticipado</p> <p>c. Ningún beneficio</p> |
| b. | Gestión financiera |
| 7 | <p>¿Cómo calificaría su nivel de competencia en la gestión financiera de su negocio?</p> <p>a. Muy buena</p> <p>b. Buena</p> <p>c. Mala</p> <p>d. Desconozco este tema</p> |
| III. | Expansión del negocio |
| a. | Sucursales, expansión geográfica |
| 8 | <p>¿A partir de formar parte de Voces Vitales Honduras, ha logrado la apertura de más puntos de venta?</p> <p>a. si</p> <p>b. No.</p> <p>Si su respuesta es afirmativa, cuantos _____</p> |
| b. | Diversificación de productos |
| 9 | <p>Ha logrado diversificar los productos y/o servicios que ofrece?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> |
| c. | Marketing y publicidad |
| 10 | <p>¿Qué tipos de estrategias utiliza para promocionar sus productos y/o servicio</p> <p>a. Redes sociales</p> <p>b. Volantes</p> <p>c. Medios de comunicación</p> <p>d. No utilizo ningún tipo de publicidad</p> |
| IV. | Desarrollo de habilidades empresariales/Capacitaciones |
| a. | Adquisición de nuevas habilidades |
| 11 | <p>¿Para realizar sus actividades económicas relacionadas con su negocio, usted utiliza internet para pagar proveedores, pagar planilla, realizar transferencias bancarias, pagar impuestos, etc.?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> |
| 12 | <p>Si su respuesta es No, cuales son las razones:</p> <p>a. Piensa que no es necesario</p> <p>b. No sabe cómo utilizarlo</p> <p>c. No tiene los recursos para contratarlo</p> |
| b. | Finanzas |

| | |
|---|--|
| 13 | <p>¿Cuenta con un plan de negocios Financiero con metas y objetivos a corto y mediano plazo?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> |
| 14 | <p>¿Lleva algún tipo de registros de las cuentas de su negocio (compras, gastos, ventas)</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> |
| 15 | <p>Si su respuesta es afirmativa Que herramientas utiliza para estos registros?</p> <p>a. Programa contable (Software)</p> <p>b. A través de contabilidad formal (Contador externo)</p> <p>c. Registros personales en Excel</p> <p>d. Registro personal en libro diario (manual)</p> |
| c. Formación académica | |
| 16 | <p>¿Cuál es su nivel académico?</p> <p>a. Educación primaria</p> <p>b. Educación media</p> <p>c. Educación universitaria</p> <p>d. Ninguna de las anteriores</p> |
| d. Participación continua en programas de capacitación | |
| 17 | <p>¿A través de Voces Vitales Honduras, tiene acceso a programas de capacitación que le ayuden en la administración de su negocio?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> |
| 18 | <p>¿Cuándo fue la última capacitación que recibió?</p> <p>a. Hace un mes</p> <p>b. Más de 3 meses</p> <p>c. Hace un año</p> <p>d. No recuerdo.</p> |
| V. Generación de empleo | |
| a. Número de empleados | |
| 19 | <p>¿Cuántos empleados tiene actualmente en su negocio?</p> <p>a. Soy única(o), no tengo empleados</p> <p>b. 1-3 empleados</p> <p>c. 4-6 empleados</p> <p>d. 7-10 empleados</p> <p>e. más de 10 empleados</p> |

| | |
|---|---|
| 20 | <p>¿Desde que forma parte de Voces Vitales Honduras, ha logrado contratar más empleados?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> <p>Si su respuesta es sí, Cuantos? _____</p> |
| VI. Satisfacción y motivación | |
| a. Escala de satisfacción empresarial | |
| 21 | <p>¿Qué tan satisfecho esta de formar parte de Voces Vitales Honduras?</p> <p>a. Muy satisfecho</p> <p>b. Satisfecho</p> <p>c. Neutral</p> <p>d. Insatisfecho</p> <p>e. Muy insatisfecho</p> |
| 22 | <p>¿Cuál es el principal beneficio que recibe al estar adscrito a Voces Vitales Honduras?</p> <p>a. Acceso a nuevos mercados</p> <p>b. Acceso a un lugar seguro donde puedo vender mis productos y/o servicios</p> <p>c. Acceso a promoción y publicidad</p> <p>d. Acceso a capacitación</p> <p>e. Acceso a financiamientos</p> <p>f. Asesoría legal.</p> |
| b. Continuidad del negocio/plan de sucesión | |
| 23 | <p>¿Cuánto tiempo lleva adscrito a Voces Vitales Honduras?</p> <p>a. 1- 6 meses</p> <p>b. 7-12 meses</p> <p>c. 1- 2 años</p> <p>c. 2-5 años</p> <p>d. más de 5 años</p> |
| 24 | <p>¿Posee un plan de sucesión para su negocio, es decir, tiene el apoyo de familiar cercano que conoce muy bien la operativa de la empresa?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> |
| VII. Desafíos que enfrentan y que limitan su crecimiento económico | |
| a. Factores externos | |
| 25 | <p>¿Ha hecho uso del acceso al financiamiento que facilita Voces Vitales Honduras?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> |

| | |
|-----------|--|
| 26 | <p>¿Cuáles de los siguientes factores externos considera que limita el crecimiento de su negocio?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Falta de insumos (materia prima) b. Falta de acceso a financiamientos c. Falta de trabajadores capacitados d. Altos costos de las regulaciones e impuestos (permisos de operación, registros sanitarios, etc.) e. Altos índices de criminalidad (extorsión, robos, etc.) competencia informal (no legalizados, no pagan impuestos) g. Otros |
| b. | Factores Internos |
| 27 | <p>¿Cuáles de los siguientes factores internos considera que limita el crecimiento de su negocio?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Falta de controles b. Carencia de habilidades administrativas c. Falta de apoyo en la administración d. Limitados recursos propios |

Anexo 2 Matriz de validación experto “A”

IMPACTO DE “VOCES VITALES HONDURAS” COMO PLATAFORMA DE IMPULSO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS EMPRENDEDORAS AFILIADAS EN TEGUCIGALPA

| <p>INSTRUCCIONES: Esta matriz tiene como objetivo validar el instrumento de encuesta a aplicar a los emprendedoras afiliadas a Voces Vitales honduras. Favor marcar con una "X" en la casilla de "Si" o "No" en cada uno de los criterios a evaluar, de acuerdo a su buen criterio de experto.</p> <p>**La información proporcionada es de carácter confidencial**</p> | | | | | | | | | | | |
|--|--|----|--------------------|----|----------------------------------|----|---|----|----------------------|----|--|
| MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO | | | | | | | | | | | |
| ITEM | CRITERIOS A EVALUAR | | | | | | | | | | Observaciones (Si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique) |
| | Claridad en la redacción | | Coherencia Interna | | Inducción a la respuesta (sesgo) | | Lenguaje adecuado con el nivel del informante | | Mide lo que pretende | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| 1 | <p>¿Cuál es su edad?</p> <p>a. Menos de 18 años</p> <p>b. de 19 a 30 años</p> <p>c. de 31 a 40 años</p> <p>d. de 41 a 50 años</p> <p>e. más de 51 años</p> | | | | | | | | | | |
| 2 | <p>¿Cuál es su nivel académico?</p> <p>a. Educación Primaria</p> <p>b. Educación Secundaria</p> <p>c. Educación Universitaria</p> <p>d. Ninguna de las anteriores</p> | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|--|---|---|---|
| 3 | <p>¿Cuánto tiempo lleva afiliado a Voces Vitales Honduras</p> <p>a. de 1 a 6 meses</p> <p>b. de 7 a 12 meses</p> <p>c. de 1 a 2 años</p> <p>d. de 2 a 5 años</p> <p>e. más de 5 años</p> | | X | | X | | X | X | | | X | <p>Cambiar redacción a:</p> <p>¿Cuánto tiempo tiene de estar afiliado a los Programas de Voces Vitales Honduras?</p> <p>La palabra "lleva" no va acorde a lo que se pretende conocer</p> |
| 4 | <p>¿Ha logrado incrementar sus ingresos desde que forma parte del programa?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> | X | | X | | X | X | | | X | <p>agregar si su respuesta es "no" pase a la pregunta 7</p> | |
| 5 | <p>Si su respuesta a la pregunta anterior es si ¿En qué porcentaje ha logrado incrementar sus ingresos)</p> <p>a. 1% al 10%</p> <p>b. 11% al 15%</p> <p>c. 16% al 20%</p> <p>d. 21% al 25%</p> <p>e. más del 25%</p> | X | | X | | X | X | | | X | | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|--|---|--|---|--|---|---|--|--|---|
| 6 | <p>En caso de no tener crecimiento en sus ingresos, favor seleccionar la causa a la que se atribuye.</p> <p>Puede elegir más de una opción</p> <p>a. Situación económica del país</p> <p>b. Existe mucha competencia de los productos y/o servicios que ofrezco</p> <p>c. No puedo competir en precios</p> <p>d. Limitados recursos para comprar inventarios</p> <p>e. No he promocionado mi producto y/o servicios en otros medios</p> | | X | | X | | X | X | | | <p>Mejorar redacción de la pregunta:</p> <p>Si usted no ha tenido crecimiento en sus ingresos, ¿Cuáles considera sean las causas? Puede seleccionar más de una opción</p> <p>Mejorar la redacción y claridad en las opciones:</p> <p>*Situación económica del país</p> <p>*Competencia de otros emprendedores con productos y/o servicios iguales o similares</p> <p>*Competencia de otros emprendedores en términos de precios</p> <p>*Recursos económicos limitados para compra de inventarios</p> <p>*Falta de promoción y publicidad del negocio</p> <p>*Tiempo limitado</p> |
|---|---|--|---|--|---|--|---|---|--|--|---|

| | | | | | | | | | | | | |
|----------|--|----------|----------|----------|--|--|----------|----------|----------|----------|----------|---|
| | | | | | | | | | | | | para atender el negocio (tiene otro empleo) |
| 7 | <p>Cuál es el porcentaje de utilidad (Precio de venta - costo de venta) de sus productos y/o servicios?</p> <p>a. del 1 al 10%</p> <p>b. del 11% al 20%</p> <p>c. del 21 al 30%</p> <p>d. del 31% al 40%</p> <p>e. más del 41%</p> | | X | X | | | X | X | | | X | Agregar el término "menos" para mayor comprensión de la ecuación por parte de los encuestados |
| 8 | <p>¿Realiza análisis de sus costos y gastos operativos que le permitan optimizar sus ganancias?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> <p>c. Eventualmente</p> | | X | X | | | X | | X | X | | Mejorar la redacción: ¿Usted realiza revisión de sus costos y gastos para buscar estrategias de como incrementar sus ganancias? |
| 9 | <p>¿Ha logrado diversificar los productos y/o servicios que ofrece?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> | X | | X | | | X | X | | | X | Agregar "A partir de su afiliación a Voces Vitales Honduras" |

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|--|---|--|--|---|---|---|---|--|
| 10 | <p>¿Cómo calificaría su nivel de competencia en la gestión financiera de su negocio?</p> <p>a. Muy buena b. Buena c. Mala d. Desconozco el tema</p> | X | | X | | | X | | X | X | <p>Redactar con palabras más simplificadas, dado que se desconoce el nivel educativo o de conocimiento en temas financieros del encuestado</p> <p>¿Cómo califica usted su nivel de conocimiento en la gestión de los ingresos, gastos y ganancias de su negocio?</p> |
| 11 | <p>¿A partir de formar parte del programa Voces Vitales Honduras, ha logrado la apertura de más puntos de venta?</p> <p>a. Si b. No</p> | X | | X | | | X | X | | X | |
| 12 | <p>Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa ¿Cuántos?</p> <p>a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5 f. 6 g. 7 h. 8 i. 9 j. más de 9 puntos de venta</p> | X | | X | | | X | X | | X | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|---|---|
| 13 | <p>¿Qué tipos de estrategias utiliza para promocionar sus productos y/o servicio? Puede elegir más de una opción</p> <p>a. Redes Sociales b. Volantes c. Medios de comunicación (Televisión, Diarios, Revistas, otros) d. No utilizo ningún tipo de publicidad</p> | | X | | X | | X | X | | | | X | <p>Describir redes sociales, no poner otros sino al final poner una línea de otros (Ellos pueden estar utilizando un medio que usted ni se imagina)</p> |
| 14 | <p>¿Cuál de los siguientes medios utiliza para realizar las actividades económicas relacionadas con su negocio?</p> <p>a. Realizo pagos a través de ventanilla del banco b. Pago proveedores y planilla en efectivo c. Hago uso de la banca en línea d. Otro, favor especifique: _____ —</p> | X | | X | | X | | X | X | X | | | <p>redactar más sencillo ¿A través de que medio realiza el pagos de sus obligaciones (planilla, proveedores, gastos varios, otros)? Ventanilla del banco En efectivo Cheques Banca en línea</p> |
| 15 | <p>Si su respuesta a la pregunta anteriores No, cuales son las razones: Puede elegir más de una opción</p> <p>a. Piensa que no es necesario no sabe cómo utilizarlo no tiene recursos para contratarlo</p> | | X | | X | | X | | X | X | | X | <p>Esta pregunta no tiene relación con la anterior, eliminar</p> |

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|--|---|---|---|---|---|--|
| 16 | <p>¿Cuenta con un plan de negocios Financiero con metas y objetivos a corto y mediano plazo?</p> <p>a. Si b. No</p> | | X | X | | | X | | X | X | <p>preguntar de forma más sencilla (no todos comprenden que es un plan de negocios)</p> <p>¿Lleva un control de los objetivos que quiere alcanzar y los resultados que ha obtenido?</p> <p>¿Tiene bien claros los objetivos que quiere alcanzar a corto, mediano y largo plazo?</p> |
| 17 | <p>¿Lleva algún tipo de registros de las cuentas de su negocio (compras, gastos, ventas)</p> <p>a. Si b. No</p> | X | | X | | X | X | | | X | |
| 18 | <p>Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa ¿Qué herramientas utiliza para estos registros?</p> <p>a. Programa contable (software) b. A través de contabilidad formal (contador externo) c. Registros personales en Excel u otra aplicación d. Registro personal en libro diario (manual)</p> | X | | X | | X | | X | X | X | <p>Cambiar en vez de software el termino sistema inciso b)</p> <p>considerar mejor la opción de Contador contratado agregar la opción de "otros"</p> |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|--|---|--|---|--|--|--|---|---|--|---|--|--|
| 19 | ¿A través de Voces Vitales Honduras, tiene acceso a programas de capacitación que le ayuden en la administración de su negocio? a. Si b. No | X | | X | | | | X | X | | X | | |
| 20 | Si respuesta a la pregunta anterior es si ¿Cuándo fue la última capacitación que recibió? a. Hace un mes b. Más de 3 meses c. Hace un año d. No recuerdo | X | | X | | | | X | X | | X | | |
| 21 | ¿Cuántos empleados tiene actualmente en su negocio? a. 1-3 empleados b. 4-6 empleados c. 7-10 empleados d. más de 10 empleados | X | | X | | | | X | X | | X | | micro se considera hasta 10 empleados |
| 22 | ¿Desde que se afilio a Voces Vitales Honduras, ha logrado contratar más empleados? a. Si b. No | X | | X | | | | X | X | | X | | |
| 23 | Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa ¿Cuántos? a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5 f. 6 | X | | X | | | | X | X | | X | | |

| | | | | | | | | | | | |
|----|--|---|--|---|--|--|---|---|--|---|---|
| | g. 7 h. 8 i. 9 j. más de 9 empleados | | | | | | | | | | |
| 24 | ¿Qué tan satisfecho esta de formar parte de Voces Vitales Honduras? a. Muy satisfecho b. Satisfecho c. Neutral d. Insatisfecho e. Muy insatisfecho | X | | X | | | X | X | | X | revisar neutral, eliminar termino Ni satisfecho, ni insatisfecho |
| 25 | ¿Cuál es el principal beneficio que recibe al estar afiliado a Voces Vitales Honduras? Puede seleccionar más de una opción a. Acceso a nuevos mercados b. Acceso a un lugar seguro donde puedo vender mis productos y/o servicios c. Acceso a promoción y publicidad d. Acceso a capacitación e. Acceso a financiamiento f. Asesoría legal g. otra | X | | X | | | X | X | | X | agregar en la opción de "otra" y que detallen que otro beneficio consideran han recibido. |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|--|---|--|---|---|--|---|---|--|--|---|--|---|
| 26 | <p>¿Posee un plan de sucesión para su negocio, es decir, tiene el apoyo de familiar cercano que conoce muy bien la operativa de la empresa?</p> <p>a. Si b. No</p> | X | | | X | | X | X | | | X | | <p>cambiar el término "familia", dado que no solo puede ser un familiar quien conozca el negocio</p> |
| 27 | <p>¿Ha hecho uso del acceso al financiamiento que Voces Vitales Honduras?</p> <p>a. Si b. No</p> | X | | X | | | X | X | | | X | | |
| 28 | <p>¿Cuáles de los siguientes factores externos considera que limita el crecimiento de su negocio?</p> <p>a. Falta de insumos (materia prima) b. Falta de acceso a financiamientos c. Falta de trabajadores capacitados d. Altos costos de las regulaciones e impuestos (permisos de operación, registros sanitarios, etc.) e. Altos índices de criminalidad (extorsión, robos, etc.) f. Competencia informal (no legalizados, no pagan impuestos) g. Otros</p> | X | | X | | | X | X | | | X | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|--|---|---|---|---|--|---|---|---|----|--|---|
| 29 | ¿Cuáles de los siguientes factores internos considera que limita el crecimiento de su negocio? a. Falta de controles b. Carencia de habilidades administrativas c. Falta de apoyo en la administración d. Limitados recursos propios | | X | | X | | X | | X | X | controles de qué? *Falta de conocimientos para administrar el negocio *Falta de personal contratado para administración o algo así *limitados recursos económicos para compras de inventario o publicidad | |
| 30 | ¿Recomendaría a Voces Vitales Honduras a otros emprendedores? a. Si b. No | X | | X | | | X | X | | X | | |
| ASPECTOS GENERALES | | | | | | | | | | SI | NO | OBSERVACIONES |
| El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario | | | | | | | | | | x | | |
| Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación | | | | | | | | | | x | | |
| Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial | | | | | | | | | | x | | |
| El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir | | | | | | | | | | | | Agregar una pregunta final que genere recomendaciones: ¿Que considera que podría mejorar o incluir Voces Vitales Honduras para |

| | | | |
|---|-------------------------------------|---|----------|
| | | que usted pueda tener mayor oportunidad de crecimiento? | |
| VALIDEZ | | | |
| APLICABLE | | NO APLICABLE | |
| APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES | | | x |
| VALIDACIÓN EXPERTO "A" | Fecha: 21 de septiembre 2023 | | |

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3 Matriz de validación experto “B”

**IMPACTO DE “VOCES VITALES HONDURAS” COMO PLATAFORMA DE IMPULSO AL
CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS EMPRENDEDORAS AFILIADAS EN TEGUCIGALPA**

INSTRUCCIONES: Esta matriz tiene como objetivo validar el instrumento de encuesta a aplicar a los emprendedoras afiliadas a Voces Vitales honduras. Favor marcar con una "X" en la casilla de "Si" o "No" en cada uno de los criterios a evaluar, de acuerdo a su buen criterio de experto.

****La información proporcionada es de carácter confidencial****

| MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|--|----|--------------------|----|----------------------------------|----|---|----|----------------------|----|--|--|
| ITEM | CRITERIOS A EVALUAR | | | | | | | | | | Observaciones (Si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique) | |
| | Claridad en la redacción | | Coherencia Interna | | Inducción a la respuesta (sesgo) | | Lenguaje adecuado con el nivel del informante | | Mide lo que pretende | | | |
| | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | | |
| 1 | ¿Cuál es su edad? a. Menos de 18 años b. de 19 a 30 años c. de 31 a 40 años d. de 41 a 50 años e. más de 51 años | | | | | | | | | | | |
| 2 | ¿Cuál es su nivel académico? a. Educación Primaria b. Educación Secundaria c. Educación Universitaria d. Ninguna de las anteriores | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|--|--|----------|
| 3 | <p>¿Cuánto tiempo lleva afiliado a Voces Vitales Honduras</p> <p>a. de 1 a 6 meses</p> <p>b. de 7 a 12 meses</p> <p>c. de 1 a 2 años</p> <p>d. de 2 a 5 años</p> <p>e. más de 5 años</p> | X | | x | | X | | X | | X | | | | | | |
| 4 | <p>¿Ha logrado incrementar sus ingresos desde que forma parte del programa?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> | X | | X | | X | | X | | X | | X | | | | |
| 5 | <p>Si su respuesta a la pregunta anterior es si ¿En qué porcentaje ha logrado incrementar sus ingresos)</p> <p>a. 1% al 10%</p> <p>b. 11% al 15%</p> <p>c. 16% al 20%</p> <p>d. 21% al 25%</p> <p>e. más del 25%</p> | X | | X | | X | | X | | X | | X | | | | ingresos |
| 6 | <p>En caso de no tener crecimiento en sus ingresos, favor seleccionar la casusa a la que se atribuye. Puede elegir más de una opción</p> <p>a. Situación económica del país</p> <p>b. Existe mucha competencia de los productos y/o servicios que ofrezco</p> <p>c. No puedo competir en precios</p> | X | | X | | X | | X | | X | | X | | | | causa |

| | | | | | | | | | | | |
|-----------|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|--|
| | d. Limitados recursos para comprar inventarios e. No he promocionado mi producto y/o servicios en otros medios | | | | | | | | | | |
| 7 | Cuál es el porcentaje de utilidad (Precio de venta - costo de venta) de sus productos y/o servicios? a. del 1 al 10% b. del 11% al 20% c. del 21 al 30% d. del 31% al 40% e. más del 41% | X | X | X | X | X | X | X | X | X | |
| 8 | ¿Realiza análisis de sus costos y gastos operativos que le permitan optimizar sus ganancias? a. Si b. No c. Eventualmente | x | x | x | x | x | x | x | x | x | |
| 9 | ¿Ha logrado diversificar los productos y/o servicios que ofrece? a. Si b. No | x | x | x | x | x | x | x | x | x | |
| 10 | ¿Cómo calificaría su nivel de competencia en la gestión financiera de su negocio? a. Muy buena b. Buena | x | X | x | x | x | x | x | x | x | |

| | | | | | | | | | | | |
|-----------|---|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|
| | c. Mala d. Desconozco el tema | | | | | | | | | | |
| 11 | ¿A partir de formar parte del programa Voces Vitales Honduras, ha logrado la apertura de más puntos de venta? a. Si b. No | x | | X | | x | | x | | x | |
| 12 | Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa ¿Cuántos? a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5 f. 6 g. 7 h. 8 i. 9 j. más de 9 puntos de venta | X | | X | | X | | x | | X | Importante que sea por rango, con solamente 5 opciones para la tabulación de datos. |
| 13 | ¿Qué tipos de estrategias utiliza para promocionar sus productos y/o servicio? Puede elegir más de una opción a. Redes Sociales b. Volantes c. Medios de comunicación (Televisión, Diarios, Revistas, otros) d. No utilizo ningún tipo de publicidad | X | | X | | X | | X | | X | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|--|---|--|---|---|---|---|---|--|--|---|
| 14 | <p>¿Cuál de los siguientes medios utiliza para realizar las actividades económicas relacionadas con su negocio?</p> <p>a. Realizo pagos a través de ventanilla del banco</p> <p>b. Pago proveedores y planilla en efectivo</p> <p>c. Hago uso de la banca en línea</p> <p>d. Otro, favor especifique:</p> <p>_____</p> <p>—</p> | X | | X | | | X | | X | X | | | <p>No está claro que mide la pregunta.</p> |
| 15 | <p>Si su respuesta a la pregunta anteriores No, cuales son las razones:</p> <p>Puede elegir más de una opción</p> <p>a. Piensa que no es necesario</p> <p>no sabe cómo utilizarlo</p> <p>no tiene recursos para contratarlo</p> | X | | X | | X | | X | | X | | | |
| 16 | <p>¿Cuenta con un plan de negocios Financiero con metas y objetivos a corto y mediano plazo?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> | X | | X | | X | | X | | X | | | |
| 17 | <p>¿Lleva algún tipo de registros de las cuentas de su negocio (compras, gastos, ventas)</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> | X | | X | | X | | X | | X | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|--|---|---|---|---|---|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 18 | <p>Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa ¿Qué herramientas utiliza para estos registros?</p> <p>a. Programa contable (software)</p> <p>b. A través de contabilidad formal (contador externo)</p> <p>c. Registros personales en Excel u otra aplicación</p> <p>d. Registro personal en libro diario (manual)</p> | X | X | X | X | X | X | | | | | | | | | |
| 19 | <p>¿A través de Voces Vitales Honduras, tiene acceso a programas de capacitación que le ayuden en la administración de su negocio?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> | X | X | X | X | X | X | | | | | | | | | |
| 20 | <p>Si respuesta a la pregunta anterior es si ¿Cuándo fue la última capacitación que recibió?</p> <p>a. Hace un mes</p> <p>b. Más de 3 meses</p> <p>c. Hace un año</p> <p>d. No recuerdo</p> | X | X | X | X | X | X | | | | | | | | | |
| 21 | <p>¿Cuántos empleados tiene actualmente en su negocio?</p> <p>a. 1-3 empleados</p> <p>b. 4-6 empleados</p> <p>c. 7-10 empleados</p> <p>d. más de 10 empleados</p> | X | X | X | X | X | X | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|--|
| 22 | ¿Desde que se afilio a Voces Vitales Honduras, ha logrado contratar más empleados? a. Si b. No | X | | X | | X | | X | | X | | |
| 23 | Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa ¿Cuántos? a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5 f. 6 g. 7 h. 8 i. 9 j. más de 9 empleados | X | | X | | X | | X | | X | | Requiere solamente 5 opciones para tabular, por lo que requiere colocarse en rango. |
| 24 | ¿Qué tan satisfecho esta de formar parte de Voces Vitales Honduras? a. Muy satisfecho b. Satisfecho c. Neutral d. Insatisfecho e. Muy insatisfecho | X | | X | | X | | X | | X | | |
| 25 | ¿Cuál es el principal beneficio que recibe al estar afiliado a Voces Vitales Honduras? Puede seleccionar más de una opción a. Acceso a nuevos mercados b. Acceso a un lugar seguro donde puedo vender mis | X | | X | | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | | | | |
|----|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|
| | <p>productos y/o servicios</p> <p>c. Acceso a promoción y publicidad</p> <p>d. Acceso a capacitación</p> <p>e. Acceso a financiamiento</p> <p>f. Asesoría legal</p> <p>g. otra</p> | | | | | | | | | | |
| 26 | <p>¿Posee un plan de sucesión para su negocio, es decir, tiene el apoyo de familiar cercano que conoce muy bien la operativa de la empresa?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> | X | | X | | X | | X | | X | |
| 27 | <p>¿Ha hecho uso del acceso al financiamiento que Voces Vitales Honduras?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> | X | | X | | X | | X | | X | |
| 28 | <p>¿Cuáles de los siguientes factores externos considera que limita el crecimiento de su negocio?</p> <p>a. Falta de insumos (materia prima)</p> <p>b. Falta de acceso a financiamientos</p> <p>c. Falta de trabajadores capacitados</p> <p>d. Altos costos de las regulaciones e impuestos (permisos de operación, registros sanitarios, etc.)</p> <p>e. Altos índices de</p> | X | | X | | X | | X | | X | |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|--|----------|----------|----------|---------------------|----------|--|--|-----------|-----------|----------------------|--|
| | criminalidad (extorsión, robos, etc.) f. Competencia informal (no legalizados, no pagan impuestos) g. Otros | | | | | | | | | | | |
| 29 | ¿Cuáles de los siguientes factores internos considera que limita el crecimiento de su negocio? a. Falta de controles b. Carencia de habilidades administrativas c. Falta de apoyo en la administración d. Limitados recursos propios | X | X | X | X | X | | | | | | |
| 30 | ¿Recomendaría a Voces Vitales Honduras a otros emprendedores? a. Si b. No | X | X | X | X | X | | | | | | |
| ASPECTOS GENERALES | | | | | | | | | SI | NO | OBSERVACIONES | |
| El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario | | | | | | | | | X | | | |
| Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación | | | | | | | | | X | | | |
| Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial | | | | | | | | | X | | | |
| El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir | | | | | | | | | X | | | |
| VALIDEZ | | | | | | | | | | | | |
| APLICABLE | | | | X | NO APLICABLE | | | | | | | |

| | |
|---|---|
| APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES | |
| VALIDACIÓN EXPERTO "B" | Fecha: 21 de septiembre 2023 |

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4 Matriz de validación experto “C”

**IMPACTO DE “VOCES VITALES HONDURAS” COMO PLATAFORMA DE IMPULSO AL
CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS EMPRENDEDORAS AFILIADAS EN TEGUCIGALPA**

| <p>INSTRUCCIONES: Esta matriz tiene como objetivo validar el instrumento de encuesta a aplicar a los emprendedoras afiliadas a Voces Vitales honduras. Favor marcar con una "X" en la casilla de "Si" o "No" en cada uno de los criterios a evaluar, de acuerdo a su buen criterio de experto.</p> <p>**La información proporcionada es de carácter confidencial**</p> | | | | | | | | | | | | |
|--|--|---------------------------------|----|---------------------------|----|---|----|--|----|-----------------------------|----|--|
| MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO | | | | | | | | | | | | |
| ITEM | | CRITERIOS A EVALUAR | | | | | | | | | | Observaciones (Si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique) |
| | | Claridad en la redacción | | Coherencia Interna | | Inducción a la respuesta (sesgo) | | Lenguaje adecuado con el nivel del informante | | Mide lo que pretende | | |
| | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| 1 | ¿Cuál es su edad? a. Menos de 18 años b. de 19 a 30 años c. de 31 a 40 años d. de 41 a 50 años e. más de 51 años | X | | X | | | X | X | | X | | NO |
| 2 | ¿Cuál es su nivel académico? a. Educación Primaria b. Educación Secundaria c. Educación Universitaria d. Ninguna de las anteriores | | X | X | | X | | X | | X | | no tengo claro que pretende la pregunta, en cada que uno de los niveles esté parcialmente completado seguramente tendrá algún valor indicativo |

| | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|----|--|
| 3 | <p>¿Cuánto tiempo lleva afiliado a Voces Vitales Honduras</p> <p>a. de 1 a 6 meses</p> <p>b. de 7 a 12 meses</p> <p>c. de 1 a 2 años</p> <p>d. de 2 a 5 años</p> <p>e. más de 5 años</p> | | X | | X | | X | X | | X | <p>a lo plantearía: menos de medio año, la b: menos de un año; así todos los incisos tendrían la misma unidad de medida</p> |
| 4 | <p>¿Ha logrado incrementar sus ingresos desde que forma parte del programa?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> | X | | X | | X | X | | X | No | |
| 5 | <p>Si su respuesta a la pregunta anterior es si ¿En qué porcentaje ha logrado incrementar sus ingresos)</p> <p>a. 1% al 10%</p> <p>b. 11% al 15%</p> <p>c. 16% al 20%</p> <p>d. 21% al 25%</p> <p>e. más del 25%</p> | X | | X | | X | X | | X | NO | |
| 6 | <p>En caso de no tener crecimiento en sus ingresos, favor seleccionar la casusa a la que se atribuye. Puede elegir más de una opción</p> <p>a. Situación económica del país</p> <p>b. Existe mucha competencia de los productos y/o servicios que ofrezco</p> <p>c. No puedo competir en precios</p> | X | | X | | X | X | | X | NO | |

| | | | | | | | | | | | |
|-----------|---|----------|----------|----------|--|----------|----------|----------|----------|----------|--------------------------------|
| | d. Limitados recursos para comprar inventarios e. No he promocionado mi producto y/o servicios en otros medios | | | | | | | | | | |
| 7 | Cuál es el porcentaje de utilidad (Precio de venta - costo de venta) de sus productos y/o servicios? a. del 1 al 10% b. del 11% al 20% c. del 21 al 30% d. del 31% al 40% e. más del 41% | X | X | | | X | X | | X | | NO |
| 8 | ¿Realiza análisis de sus costos y gastos operativos que le permitan optimizar sus ganancias? a. Si b. No c. Eventualmente | | X | X | | X | | X | | X | Muy técnica la pregunta |
| 9 | ¿Ha logrado diversificar los productos y/o servicios que ofrece? a. Si b. No | X | X | | | X | X | | X | | No |
| 10 | ¿Cómo calificaría su nivel de competencia en la gestión financiera de su negocio? a. Muy buena b. Buena c. Mala d. Desconozco el tema | X | X | | | X | X | | X | | NO |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|--|---|---|---|---|--|---|---|---|--|---|---|---|
| 11 | <p>¿A partir de formar parte del programa Voces Vitales Honduras, ha logrado la apertura de más puntos de venta?</p> <p>a. Si b. No</p> | X | | X | | | X | X | | | X | | NO |
| 12 | <p>Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa ¿Cuántos?</p> <p>a. 1 b. 2 c. 3 d. 4 e. 5 f. 6 g. 7 h. 8 i. 9 j. más de 9 puntos de venta</p> | X | | X | | | X | X | | | | X | NO |
| 13 | <p>¿Qué tipos de estrategias utiliza para promocionar sus productos y/o servicio? Puede elegir más de una opción</p> <p>a. Redes Sociales b. Volantes c. Medios de comunicación (Televisión, Diarios, Revistas, otros) d. No utilizo ningún tipo de publicidad</p> | | X | | X | | X | | X | | | X | <p>En la pregunta agregaría "estrategias de publicidad" ya que existe un abanico más amplio de estrategias</p> |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|--|---|---|---|--|---|---|
| 14 | <p>¿Cuál de los siguientes medios utiliza para realizar las actividades económicas relacionadas con su negocio?</p> <p>a. Realizo pagos a través de ventanilla del banco</p> <p>b. Pago proveedores y planilla en efectivo</p> <p>c. Hago uso de la banca en línea</p> <p>d. Otro, favor especifique:</p> <p>_____</p> <p>—</p> | | X | | X | | X | | X | | X | <p>reformularía: "de qué forma realiza pagos relacionados a su negocio" (puede escoger más de una). Actividad económica también incluye captación de efectivo</p> |
| 15 | <p>Si su respuesta a la pregunta anteriores No, cuales son las razones: Puede elegir más de una opción</p> <p>a. Piensa que no es necesario no sabe cómo utilizarlo no tiene recursos para contratarlo</p> | | X | | X | | X | | X | | X | <p>la pregunta anterior no capta la respuesta "No" o al menos no es intuitivo</p> |
| 16 | <p>¿Cuenta con un plan de negocios Financiero con metas y objetivos a corto y mediano plazo?</p> <p>a. Si b. No</p> | X | | X | | | X | X | | | X | NO |
| 17 | <p>¿Lleva algún tipo de registros de las cuentas de su negocio (compras, gastos, ventas)</p> <p>a. Si b. No</p> | X | | X | | | X | X | | | X | NO |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|--|---|---|--|---|--|---|---|---|--|---|---|---|
| 18 | <p>Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa ¿Qué herramientas utiliza para estos registros?</p> <p>a. Programa contable (software)</p> <p>b. A través de contabilidad formal (contador externo)</p> <p>c. Registros personales en Excel u otra aplicación</p> <p>d. Registro personal en libro diario (manual)</p> | X | X | | | | X | X | | | X | | NO |
| 19 | <p>¿A través de Voces Vitales Honduras, tiene acceso a programas de capacitación que le ayuden en la administración de su negocio?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> | X | X | | | | X | X | | | | X | NO |
| 20 | <p>Si respuesta a la pregunta anterior es si ¿Cuándo fue la última capacitación que recibió?</p> <p>a. Hace un mes</p> <p>b. Más de 3 meses</p> <p>c. Hace un año</p> <p>d. No recuerdo</p> | | X | | X | | X | | X | | | X | <p>la escala de tiempo tiene redundancia, +de 3meses incluye hace un año</p> |
| 21 | <p>¿Cuántos empleados tiene actualmente en su negocio?</p> <p>a. 1-3 empleados</p> <p>b. 4-6 empleados</p> <p>c. 7-10 empleados</p> <p>d. más de 10 empleados</p> | | X | | X | | X | | X | | | X | <p>+ de 10 empleados no creo que sea parte de este programa</p> |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|--|---|---|---|--|---|---|---|---|
| 22 | <p>¿Desde que se afilio a Voces Vitales Honduras, ha logrado contratar más empleados?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> | X | | X | | | X | X | | | X | | NO |
| 23 | <p>Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa ¿Cuántos?</p> <p>a. 1</p> <p>b. 2</p> <p>c. 3</p> <p>d. 4</p> <p>e. 5</p> <p>f. 6</p> <p>g. 7</p> <p>h. 8</p> <p>i. 9</p> <p>j. más de 9 empleados</p> | | X | X | | X | | X | | | X | | ídem 22 |
| 24 | <p>¿Qué tan satisfecho esta de formar parte de Voces Vitales Honduras?</p> <p>a. Muy satisfecho</p> <p>b. Satisfecho</p> <p>c. Neutral</p> <p>d. Insatisfecho</p> <p>e. Muy insatisfecho</p> | X | | X | | | X | X | | | X | | NO |
| 25 | <p>¿Cuál es el principal beneficio que recibe al estar afiliado a Voces Vitales Honduras?</p> <p>Puede seleccionar más de una opción</p> <p>a. Acceso a nuevos mercados</p> <p>b. Acceso a un lugar seguro donde puedo vender mis</p> | | X | X | | | X | | | X | | X | <p>replantearía:</p> <p>identifica algún beneficio... incluir "ninguno"</p> |

| | | | | | | | | | | |
|-----------|--|----------|----------|--|--|----------|----------|--|----------|-----------|
| | <p>productos y/o servicios</p> <p>c. Acceso a promoción y publicidad</p> <p>d. Acceso a capacitación</p> <p>e. Acceso a financiamiento</p> <p>f. Asesoría legal</p> <p>g. otra</p> | | | | | | | | | |
| 26 | <p>¿Posee un plan de sucesión para su negocio, es decir, tiene el apoyo de familiar cercano que conoce muy bien la operativa de la empresa?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> | X | X | | | X | X | | X | NO |
| 27 | <p>¿Ha hecho uso del acceso al financiamiento que Voces Vitales Honduras?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> | X | X | | | X | X | | X | NO |
| 28 | <p>¿Cuáles de los siguientes factores externos considera que limita el crecimiento de su negocio?</p> <p>a. Falta de insumos (materia prima)</p> <p>b. Falta de acceso a financiamientos</p> <p>c. Falta de trabajadores capacitados</p> <p>d. Altos costos de las regulaciones e impuestos (permisos de operación, registros sanitarios, etc.)</p> <p>e. Altos índices de</p> | X | X | | | X | X | | X | NO |

| | | | | | | | | | | | | |
|--|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|---|
| | criminalidad (extorsión, robos, etc.) f. Competencia informal (no legalizados, no pagan impuestos) g. Otros | | | | | | | | | | | |
| 29 | ¿Cuáles de los siguientes factores internos considera que limita el crecimiento de su negocio? a. Falta de controles b. Carencia de habilidades administrativas c. Falta de apoyo en la administración d. Limitados recursos propios | | X | | X | | X | | X | | X | agregar otros |
| 30 | ¿Recomendaría a Voces Vitales Honduras a otros emprendedores? a. Si b. No | X | | X | | X | | X | | X | | NO |
| ASPECTOS GENERALES | | | | | | | | | | SI | NO | OBSERVACIONES |
| El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario | | | | | | | | | | X | | |
| Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación | | | | | | | | | | | | desconozco los objetivos |
| Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial | | | | | | | | | | X | | |
| El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir | | | | | | | | | | | | desconozco objetivos por lo tanto no puedo |

| | | | |
|---|---------------------------------|--|----------|
| | | precisar la suficiencia de ítems | |
| VALIDEZ | | | |
| APLICABLE | | NO APLICABLE | |
| APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES | | | X |
| VALIDACIÓN EXPERTO "C" | Fecha: 21 de septiembre 2023 | | |

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



ENCUESTA EMPRENDEDORAS VOCES VITALES HONDURAS

¡¡Estimada Emprendedora!!

Este cuestionario tiene como objetivo recopilar información sobre su experiencia formando parte de Voces Vitales Honduras. Sus respuestas son importantes para analizar el impacto económico que genera dicha institución en las emprendedoras de Tegucigalpa. Sus respuestas son completamente confidenciales y para uso académico estrictamente.

¡Muchas gracias por su colaboración!

| No. | ITEM |
|-----|--|
| 1 | <p>¿Cuál es su edad?</p> <p>a. Menos de 18 años</p> <p>b. de 19 a 30 años</p> <p>c. de 31 a 40 años</p> <p>d. de 41 a 50 años</p> <p>e. más de 51 años</p> |
| 2 | <p>¿Cuál es su nivel académico?</p> <p>a. Educación Primaria</p> <p>b. Educación Secundaria</p> <p>c. Educación Universitaria</p> <p>d. Ninguna de las anteriores</p> |
| 3 | <p>¿Cuánto tiempo lleva afiliado al Programa Bazar del Sábado?</p> <p>a. Menos de un año</p> <p>b. Entre 1 a 2 años</p> <p>c. Entre 2 a 3 años</p> <p>d. Entre 3 y 4 años</p> <p>e. Más de 4 años</p> |
| 4 | <p>¿A qué Programa de Voces Vitales Honduras pertenece?</p> |

| No. | ITEM |
|-----|--|
| 5 | <p>¿Ha logrado incrementar sus ingresos desde que forma parte de Voces Vitales Honduras?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> |
| 6 | <p>¿En qué porcentaje considera usted que ha logrado incrementar sus ingreso</p> <p>a. 1% al 10%</p> <p>b. 11% al 15%</p> <p>c. 16% al 20%</p> <p>d. 21% al 25%</p> <p>e. más del 25%</p> |
| 7 | <p>¿Cuál considera usted que es el porcentaje aproximado de utilidad que obtiene en la venta de sus productos y/o servicios (Precio de venta menos costo de venta)?</p> <p>a. del 1 al 10%</p> <p>b. del 11% al 20%</p> <p>c. del 21 al 30%</p> <p>d. del 31% al 40%</p> <p>e. más del 41%</p> |
| 8 | <p>¿Usted realiza revisión de sus costos y gastos para buscar estrategias de como incrementar sus ganancias?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> <p>c. Eventualmente</p> |
| 9 | <p>A partir de formar parte de Voces Vitales Honduras ¿Ha logrado diversificar los productos y/o servicios que ofrece?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> |
| 10 | <p>¿Cómo califica usted su nivel de conocimiento en la gestión de los ingresos, gastos y ganancias de su negocio?</p> <p>a. Muy buena</p> <p>b. Buena</p> <p>c. Mala</p> <p>d. Desconozco el tema</p> |

| No. | ITEM |
|-----|--|
| 11 | <p>A partir de formar parte de Voces Vitales Honduras ¿ha logrado la apertura de más puntos de venta?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> |
| 12 | <p>Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa ¿Cuántos?</p> <p>a. Un (1) punto de venta</p> <p>b. Dos (2) puntos de venta</p> <p>c. Tres (3) o más puntos de venta</p> |
| 13 | <p>¿Qué tipos de estrategias utiliza para promocionar sus productos y/o servicio?</p> <p>Puede elegir más de una opción</p> <p>a. Redes Sociales</p> <p>b. Volantes</p> <p>c. Medios de comunicación (Televisión, Diarios, Revistas, otros)</p> <p>d. No utilizo ningún tipo de publicidad</p> |
| 14 | <p>¿A través de que medio realiza el pagos de sus obligaciones (planilla, proveedores, gastos varios, otros)?</p> <p>a. Ventanilla del banco</p> <p>b. En efectivo</p> <p>c. Cheques</p> <p>d. Banca en línea</p> |
| 15 | <p>¿Tiene bien claros los objetivos que quiere alcanzar a corto, mediano y largo plazo?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> |
| 16 | <p>¿Lleva algún tipo de registros de las cuentas de su negocio (compras, gastos, ventas)</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> |
| 17 | <p>¿Qué herramientas utiliza para estos registros?</p> <p>a. Programa contable (Sistema)</p> <p>b. A través de contabilidad formal (contador contratado)</p> <p>c. Registros personales en Excel u otra aplicación</p> <p>d. Registro personal en libro diario (manual)</p> <p>e. Otro</p> |

| No. | ITEM |
|-----|---|
| 18 | <p>¿A través Voces Vitales Honduras, tiene acceso a programas de capacitación que le ayuden en la administración de su negocio?</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> |
| 19 | <p>Si respuesta a la pregunta anterior es si ¿Cuándo fue la última capacitación que recibió?</p> <p>a. Menos de un año</p> <p>b. Entre 1 a 2 años</p> <p>c. Entre 2 a 3 años</p> <p>d. Más de 3 años</p> <p>e. No recuerdo</p> |
| 20 | <p>¿Cuántos empleados tiene actualmente en su negocio?</p> <p>a. No tengo empleados</p> <p>b. 1-5 empleados</p> <p>c. Más de 5 empleado</p> |
| 21 | <p>¿Qué tan satisfecho esta de formar parte Voces Vitales de Honduras?</p> <p>a. Muy satisfecho</p> <p>b. Satisfecho</p> <p>c. Insatisfecho</p> <p>d. Muy insatisfecho</p> |
| 22 | <p>¿Qué beneficios considera usted que recibe al ser parte de Voces Vitales Honduras?</p> <p>a. Puede seleccionar más de una opción</p> <p>b. Acceso a nuevos mercados (clientes)</p> <p>c. Acceso a un lugar seguro donde puedo vender d. mis productos y/o servicios</p> <p>e. Acceso a promoción y publicidad</p> <p>f. Acceso a capacitación</p> <p>e. Acceso de Capital Semilla</p> <p>g. Acceso a Financiamientos</p> <p>h. Acceso a Asesoría Legal</p> <p>i. Otros</p> |

| No. | ITEM |
|-----|---|
| 23 | <p>¿Cuáles de los siguientes Factores Externos considera usted que podría limitar el crecimiento de su negocio?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Falta de insumos (materia prima) b. Falta de acceso a financiamientos c. Falta de trabajadores capacitados d. Altos costos de las regulaciones e impuestos (permisos de operación, registros sanitarios, etc.) e. Altos índices de criminalidad (extorsión, robos, etc.) f. Competencia informal (no legalizados, no pagan impuestos) g. Otros |
| 24 | <p>¿Cuáles de los siguientes Factores Internos considera usted que podría limitar el crecimiento de su negocio?</p> <p>Puede seleccionar más de una opción</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Debilidad de controles internos (Ingresos, gastos, inventarios, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, etc.) b. Falta de conocimientos para administrar el negocio c. Falta de colaboradores (empleados) d. Limitados recursos económicos para invertir en compras de inventario e. Limitados recursos económicos para invertir en publicidad f. Otros |
| 25 | <p>¿Posee un plan de sucesión para su negocio, es decir, tiene el apoyo de una persona cercana (familiar, amigo, colaborador de confianza, etc..) que conoce muy bien la operativa de su emprendimiento?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Si b. No |
| 26 | <p>¿Recomendaría Voces Vitales Honduras como plataforma de impulso a las Emprendedoras Hondureñas?</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Si b. No |
| 27 | <p>¿Qué considera usted que podría mejorar o incluir Voces Vitales Honduras para que las emprendedoras puedan tener mayor oportunidad de crecimiento?</p> |