

EMPRENDIMIENTO FEMENINO Y DESARROLLO: UN ANÁLISIS ANOVA PARA HONDURAS

FEMALE ENTREPRENEURSHIP AND DEVELOPMENT: AN ANOVA ANALYSIS FOR HONDURAS

Susan Lizeth Cruz¹, José Manuel Saiz-Álvarez²

Palabras clave: Resumen

Emprendimiento
femenino; Covid-
19; reactivación
económica

Este artículo analiza el papel del emprendimiento femenino en Honduras después de la pandemia del Covid-19 lo cual ha sido esencial en la recuperación económica post-pandemia, ya que las mujeres emprendedoras han creado puestos de trabajo, han demostrado capacidad para innovar y adaptarse, y han fortalecido la autonomía financiera de sus organizaciones, lo que ha tenido un impacto social favorable en las micro y pequeña empresa hondureña. A pesar de enfrentar obstáculos, como la falta de acceso al financiamiento y desafíos culturales, han sido resilientes y han perseverado, por lo que respaldar de manera constante estas iniciativas es fundamental para promover un crecimiento económico equitativo y sostenible en Honduras.

Códigos JEL: J16, L26

Keywords:

female entrepre-
neurship; Covid-
19; Economic
reactivation

Abstract

This article analyzes the role of female entrepreneurship in Honduras after the Covid-19 pandemic, which has been essential in the post-pandemic's economic recovery, as women entrepreneurs have created jobs, demonstrated the ability to innovate and adapt, strengthened financial autonomy, and had a favorable social impact on micro and small businesses. Despite facing obstacles, such as lack of access to financing and cultural challenges, they have been resilient and have persevered, so constantly supporting these initiatives is essential to promote equitable and sustainable economic growth in Honduras.

¹ Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables (POSFACE) – Doctorado en Dirección Empresarial, Edificio 1847, 5to piso, Ciudad Universitaria, Tegucigalpa, Honduras.

E-mail: susan.cruz@unah.edu.hn ORCID: 0009-0003-6077-485X

² Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables (POSFACE) – Doctorado en Dirección Empresarial, Edificio 1847, 5to piso, Ciudad Universitaria, Tegucigalpa, Honduras y Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (Ecuador), Escuela de Postgrado, Av. Carlos Julio Arosemena km 1.5, Guayaquil, Ecuador.

E-mail: jose.saiz@cu.ucsg.edu.ec ORCID: 0000-0001-6435-9600

INTRODUCCIÓN

Honduras es uno de los países más pobres y desiguales de América Latina y el Caribe. Según el Banco Mundial (2023), antes del comienzo de la pandemia del SARS-CoV-2 o COVID19 el 48% de los hondureños vivían en pobreza moderada (USD 6,85 por persona al día basada en la Paridad de Poder Adquisitivo (PPA) de 2017), mientras que un 25,2% vivía en pobreza extrema (USD 2,15 por persona al día según la PPA de 2017). Esta situación de pobreza moderada se agravó en 2020 hasta llegar a 57,7% tras la llegada de la pandemia y los huracanes Eta e Iota (Robayo-Abril et al., 2023), mientras que en 2022 la pobreza disminuyó hasta el 52,4% y la pobreza extrema se mantuvo en el 13,3%.

Frente a este hecho, el emprendimiento surge como una posible solución para luchar contra la pobreza. La economía de Honduras se caracteriza por ser una economía pequeña, con acceso limitado a los mercados internacionales de capital e importadora neta del petróleo y sus derivados (Ponce et al., 2023), pero dispone de una población joven y emprendedora con deseos de trabajar la cual, al no encontrar oportunidades de empleo en Honduras, emigran al exterior. De ahí que en la economía hondureña sea importante el saldo de remesas que envían los emigrantes a sus familias desde el extranjero, lo que contribuye a disminuir las tasas de pobreza en sus familias.

Según datos del Banco Central de Honduras, publicados en Casco (2023), la recepción de remesas (tanto en montos, número de transacciones y personas) entre 2017 y 2022 se concentra en los departamentos con mayor densidad poblacional (Francisco Morazán y Cortés), siendo la mayoría de las remesas trimestrales o cuatrimestrales, representando un porcentaje menor al 10% las remesas mensuales. En cuanto a las cantidades recibidas, la mayoría son inferiores a los USD 250.

Estas remesas van directamente dirigidas a la subsistencia de las familias, lo que lleva a que no haya una capacidad de ahorro en las economías domésticas hondureñas. Como resultado, hay una necesidad emergente de emprender por necesidad, más que por oportunidad, al igual que sucede

en otras economías en vías de desarrollo del continente americano. Este impulso hacia el emprendimiento queda favorecido por una pirámide poblacional definida por su forma piramidal, lo que denota la existencia de un elevado porcentaje de población en edad de trabajar. Según datos de la Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples (EPHPM) realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) de Honduras, el 72,5% de la población hondureña (10.294.000 en 2023) tiene 15 años o más, por lo que está en edad de trabajar (Población Económica Activa, PEA). Sin embargo, únicamente trabaja legalmente el 55,9% (3.889.760 personas), siendo marcada la diferencia entre hombres y mujeres en detrimento del género femenino, tanto en las áreas urbanas como, sobre todo, en las rurales.

Frente a este desequilibrio socioeconómico, el emprendimiento, sobre todo femenino, puede constituir una solución, ya que se define como la acción humana de asumir riesgos y establecer empresas nuevas (Chanto Espinoza y Loáiciga Gutiérrez, 2021) creadoras de empleo y riqueza. Entre los motivos por oportunidad para iniciar un negocio uno de los más citados es la autonomía o independencia, el aumento de los ingresos, conseguir un mayor reconocimiento social y mejorar la posición social. Por ello, el emprendedor descubre, evalúa y capitaliza las oportunidades que se le presentan (Guerra et al., 2013), de forma que el futuro empresario inicia un proceso que incluye la identificación, la evaluación de estrategias y el aprovechamiento de oportunidades empresariales, lo que resulta en el lanzamiento de un nuevo negocio para ofrecer productos o servicios a los consumidores (Romero-Martínez y Milone, 2016), para así mejorar su riqueza personal y, por extensión, contribuir al cambio social.

El objetivo del artículo es responder a la siguiente pregunta de investigación: ¿Hay diferencias significativas entre los ingresos de hombres y mujeres que trabajan en entornos urbanos y rurales, lo que puede incentivar el emprendimiento femenino (urbano y/o rural) en Honduras? Para ello se estableció la siguiente hipótesis nula (H_0) y su alternativa (H_a):

H₀: No hay diferencias estadísticamente significativas entre los ingresos que perciben el jefe del hogar en función de su género.

H_a: Hay diferencias estadísticamente significativas entre los ingresos que perciben el jefe del hogar en función de su género.

Emprendimiento Femenino

Dos siglos antes que Richard Cantillon con su *Essai sur la nature du commerce en général*, escrito en 1755, el término emprendimiento con un enfoque mercantil tiene su origen en el año 1569 cuando fray Tomás de Mercado (1525-1575) en su obra 'Suma de tratos y contratos' respalda el establecimiento de los mercaderes desde una praxis moral en la búsqueda de la justicia social, además de reconocer la relevancia del comercio para el desarrollo económico, siempre y cuando se adhieran a principios morales que prohíban el aprovechamiento de los demás a través de prácticas como fijación de precios o tasas de interés excesivas, así como comportamientos desleales en los acuerdos, tanto en el plano social como en el económico (Saiz-Álvarez y García-Vaquero, 2018).

Si bien es cierto que tal y como Guzmán y Trujillo (2008) afirman que el término emprendimiento no es nuevo, tomó interés a partir de la década de 1980 cuando se incorporó a las disciplinas de negocios y dirección de empresas, así como en su estudio desde la psicología, la sociología y la antropología. Este carácter multidisciplinar del emprendimiento hace que se hayan multiplicado las publicaciones sobre este tema de investigación, así como ha influido en las políticas económicas de los países para lograr unos niveles de desarrollo sostenibles en el tiempo en aras a conseguir una creación de renta y riqueza para toda la sociedad que luego sea redistribuida por las administraciones públicas.

En este proceso redistribuidor es fundamental hacerlo que sea transparente, justo y equitativo, sin que queden mermadas las libertades del individuo, sobre todo si es fuente generadora de riqueza. De ahí que, desde una perspectiva emprendedora, se maximiza su eficiencia cuando se da libertad al emprendedor, acelerando los trámites para la creación de empresas, así como evitando

la puesta en marcha de sistemas impositivos altamente desincentivadores para la buena marcha de las empresas, sobre todo al inicio de las mismas. De ahí que sea bueno para acelerar el desarrollo de las mismas introducir períodos de carencia en el pago de impuestos en los primeros años de vida de la organización, para que así pueda reinvertir los resultados positivos conseguidos en términos económicos evitando así procesos conducentes a la descapitalización vía impuestos de las empresas de nueva creación.

Así, la economía institucional proporciona un contexto adecuado para examinar los factores ambientales que influyen en el emprendimiento, dependiendo del entorno. Se destacan como elementos formales el respaldo de entidades gubernamentales, las políticas estatales que promueven entornos propicios para la creación de empresas, los procedimientos empresariales, los costos asociados al inicio de un negocio, y en términos informales, se mencionan los patrones de comportamiento empresarial, las actitudes y disposiciones hacia el emprendimiento, así como las redes de contactos profesionales y organizacionales, entre otros aspectos (Álvarez, Urbano y Amorós, 2013).

Junto a todo ello, es necesario luchar contra la corrupción. Objetivo que se puede lograr con una digitalización de toda la economía, en especial de las Administraciones públicas. La puesta en marcha de una administración electrónica (*e-government*) aumenta la eficiencia productiva, tiende a eliminar cuellos de botella en la toma de decisiones y en la resolución de procesos, lo que a su vez disminuye las denominadas ineficiencias-X que ralentizan (e incluso impiden en algunos casos) la resolución de procesos. El comienzo y la posterior generalización del 6-G en amplias zonas del planeta, con la consiguiente incorporación del denominado Internet de las cosas (IoT), tenderá a favorecer este proceso de transformación socioeconómica, lo que beneficiará a su vez a las empresas y acelerará el emprendimiento.

Así, el emprendimiento se posiciona como una táctica para impulsar el progreso socioeconómico debido a su papel fundamental en la creación de puestos de trabajo, lo que lleva a su vez a un mayor nivel de bienestar socioeconómico, a pesar de

los desafíos causados por el proceso de globalización actual y que los emprendedores tienen que aprender a resolver dado su fuerte impacto social y económico en los países. En este sentido, Romero-Martínez y Milone (2016) destacan que los emprendedores desempeñan un papel crucial en la generación de empleo lo que facilita la revitalización económica y social de las naciones. Un papel que se hace aún más importante y relevante en los tiempos actuales caracterizados por la globalización económica y por la firma por parte de los países líderes del planeta, cada vez más liderados por China en sustitución de los Estados Unidos, de tratados de libre comercio.

Podemos decir entonces que el emprendimiento juega un papel fundamental en el desarrollo económico de las naciones, lo que influye a su vez en la creación y desviación de flujos comerciales en todo el planeta. Aunque los detalles precisos de cómo se relaciona, su alcance, duración y dirección aún no se comprenden completamente, está claro que el establecimiento y la permanencia de nuevas empresas incrementan la competencia, fomentan la creación de empleos de calidad, impulsan la innovación y promueven la diversificación de la producción (Zamora-Boza, 2017). Flujos comerciales que se aceleran en entornos competitivos y altamente internacionalizados, en los cuales los emprendedores dejan de tener una visión meramente localista para tenerla internacionalizada, sobre todo en aquellas economías desarrolladas de pequeño tamaño.

Por ello, lo importante para lograr un desarrollo económico sostenible no es el tamaño de la economía, sino el impulso que puedan dar los emprendedores a la misma que, en caso latinoamericano, se dan incluso con microfranquicias (Pérez-Morón, Thoene y García, 2024). Dicho espíritu emprendedor ha de venir impulsado a partir de una estrategia público-privada creadora de externalidades positivas y de sinergias productivas que lleven a la sociedad a alcanzar unos mayores niveles de bienestar socioeconómico que han de beneficiar a la sociedad en su conjunto, y no a unas minorías, lo que crea descontento social y fomenta la emigración a otros países más desarrollados.

Dentro de este proceso de creación de empresas, el emprendimiento femenino está teniendo una creciente importancia en el mundo (Pogessi et al., 2016), y especialmente en Asia, no así en América Latina y el Caribe (Correa et al., 2024). Según Ramos et al. (2023) el emprendimiento femenino es “*configurar recursos y llevar a cabo una empresa con éxito por una mujer*”, pudiendo darse el caso de colaboración público-privada y cooperación con otros emprendedores, en caso necesario, lo que incita al cooperativismo y la cooperación interempresarial. Las mujeres emprendedoras tienen muchas características en común con los hombres emprendedores, pero también presentan atributos únicos que las diferencian, como su tendencia a tener una mayor aversión al riesgo con respecto al riesgo asumido por los hombres, lo que lleva a que el crecimiento de sus negocios tienda a ser más lento, pero más seguro en el tiempo.

Así, y con independencia de su género, los emprendedores comparten una visión clara y una fuerte pasión por su labor y empresa, lo que los motiva a alcanzar sus objetivos. Asimismo, demuestran una gran perseverancia y determinación para superar los desafíos, así como una capacidad para adaptarse a cambios y encontrar soluciones creativas frente a nuevas situaciones (Ramos-Farroján et al., 2023). Dada la elevada competencia actual, ser emprendedor es un arte, por lo que no todos los que desean ser emprendedores y luego transformarse en empresarios, valen para ello. De ahí que siempre sea más deseable hacer frente a un emprendimiento por oportunidad (al ser en muchas ocasiones una ocasión única de la cual se pueden conseguir grandes resultados, incluso a corto plazo) que un emprendimiento por necesidad, en el cual la necesidad por ganar y rentabilizar rápidamente el negocio hace asumir riesgos que, en muchas ocasiones, son inasumibles para el emprendedor, lo que lleva a quiebras y suspensiones de pagos a corto y medio plazo, sobre todo por problemas del agotamiento de la financiación recibida para emprender.

Estas situaciones de quiebra son menos frecuentes en el emprendimiento femenino, dada su aversión al riesgo. Como resultado, el emprendi-

miento femenino ha aumentado gracias a un cambio en las mentalidades y una mayor inclusión de la diversidad de género, aunque queda todavía mucho camino por recorrer, sobre todo en los países en vías de desarrollo, lo que demuestra que las mujeres pueden ser tan exitosas como los hombres en el ámbito empresarial. A pesar de estos avances, todavía persisten desafíos específicos, como la dificultad para obtener financiamiento y recursos, burocracias de los gobiernos, así como la discriminación de género, sobre todo en los sectores más tradicionales.

Las características del emprendimiento femenino han evolucionado en sintonía con las condiciones globales y sociales contemporáneas. Estas iniciativas adquieren una relevancia significativa tanto en el ámbito social como en el económico. Sin embargo, es importante señalar que, en este contexto, el medio ambiente no siempre se reconoce como parte del capital natural que puede potenciar un emprendimiento (Contreras et al, 2020).

FIGURA 1.
Situación de Emprendimientos Femeninos en América Latina.



Fuente: Flórez (2023)

Un tercio de los hogares en los países en vías de desarrollo están liderados por mujeres, a lo que se une el que 118 millones de mujeres viven en la pobreza, sobre todo los hogares monoparentales. Esto lleva a que tengan un acceso precario a la financiación, al no disponer de avales para la petición de préstamos. Problema que se agudiza por una inadecuada educación y a una baja vinculación a redes de apoyo, siendo la familia (en la mayoría de los casos también empobrecida) el único

apoyo. Estas situaciones sociales y familiares generan una baja autoestima y una reducida autoconfianza, lo que lleva a que el potencial emprendedor se perpetúe en dicha situación y no sea capaz de emprender.

Frente a esta situación de ralentización emprendedora debido a estos desafíos marcados por las condiciones económicas locales, condiciones de vida y socioculturales, y condiciones organizacionales y territoriales, según se muestran en la Figura 1, tanto las Administraciones públicas, como la sociedad civil y las organizaciones no gubernamentales (ONGs), en especial las fundaciones y las cooperativas, tienen un papel crucial que cumplir. La puesta en marcha de políticas de capacitación profesional, el establecimiento de cajas de ahorro y de crédito a disposición de los emprendedores con unos bajos tipos de interés y largos períodos de devolución de los préstamos con la introducción, en caso de ser necesario, de períodos de carencia, fortalecen en su conjunto al emprendimiento, en especial al emprendimiento femenino lo que favorece el empoderamiento de la mujer, aunque, según Ranasinghe (2024) no tanto en su productividad por la obsolescencia tecnológica, en caso de disponer de tecnología, ya que por lo general, y sobre todo en áreas rurales de los países en vías de desarrollo, el emprendimiento femenino se caracteriza por su necesidad y por la falta de tecnología.

Por otro lado, Poggesi et al (2016) describen que la motivación de las mujeres empresarias proviene principalmente de factores de empuje ligados a presiones de supervivencia, situaciones desalentadoras en trabajos anteriores, crisis económica y desempleo, por lo que sostiene que hombres y mujeres no son esencialmente iguales y se centra en las necesidades, experiencias, competencias y valores únicos de las mujeres. Podemos ver entonces que lo que mencionan Rosa y Dawson (2007) que la causa de la escasa presencia de mujeres en roles de investigación de alto rango en numerosos departamentos científicos destacados, son pocas las mujeres que tienen la posibilidad de encabezar una empresa privada, aunque cada vez es más frecuente, sobre todo en los países desarrollados.

Por su parte, Flórez (2023) afirma que el emprendimiento femenino como una categoría de análisis es una tendencia reciente. A medida que se profundiza en la comprensión de la importancia de considerar las diversas perspectivas y diferencias de género, edad o etnia, se avanza en la reflexión. Esto permite impulsar medidas más efectivas para abordar las brechas y barreras estructurales y coyunturales, con miras al desarrollo sostenible.

El emprendimiento femenino ha cobrado una importancia notable en la reactivación económica post-pandemia, especialmente en economías emergentes donde las barreras estructurales históricamente han limitado las oportunidades para las mujeres. La relación entre el entorno institucional y el emprendimiento en economías emergentes, como se observa, por ejemplo, en el estudio de los emprendimientos femeninos en Bangladesh, demuestra que un entorno institucional robusto es fundamental para apoyar a las mujeres emprendedoras, permitiéndoles superar las limitaciones sociales y económicas y así contribuir de manera significativa al crecimiento económico (Sobhan y Hassan, 2023).

En América Latina, la digitalización ha presentado tanto oportunidades como desafíos para las mujeres emprendedoras, particularmente en el sector turístico. Según Khoo et al (2023), la adopción de competencias digitales se ha vuelto indispensable para que las emprendedoras en turismo mantengan la competitividad en un mercado cada vez más digitalizado. Sin embargo, estas competencias digitales también han revelado brechas de género significativas, las cuales deben ser abordadas para garantizar una inclusión plena y equitativa en la economía digital post-pandemia.

Las emprendedoras en el sector turístico han enfrentado desafíos adicionales durante la pandemia debido a la interrupción del flujo de turistas. No obstante, su capacidad de resiliencia y adaptación, apoyada por el entorno institucional y las herramientas digitales, ha demostrado ser un factor crucial en la recuperación del sector. Según Filimonuau et al (2023), las emprendedoras han desarrollado estrategias innovadoras para mantener sus negocios operativos, a pesar de las dificultades que enfrentaron durante este evento de crisis.

Por otro lado, la capacidad de las emprendedoras para adaptarse y utilizar recursos limitados, un concepto conocido como bricolaje emprendedor, se destacó durante la pandemia de COVID-19. El crowdfunding se convirtió en una herramienta esencial para las mujeres emprendedoras, permitiéndoles reunir recursos financieros a través de redes sociales y plataformas digitales, lo que les permitió no solo sobrevivir, sino también escalar sus negocios en un contexto de crisis global (Alva, Vivas y Urcia, 2023).

En tanto en América Latina y el Caribe, según Hincapié et al. (2023), los principales impulsores del emprendimiento femenino en América Latina se pueden agrupar en aspectos socioeconómicos. Esto incluye factores demográficos como la edad, el género y el estado civil, así como factores económicos relacionados con la fuente de capital para iniciar un negocio. Además, los factores sociales, como las creencias, la cultura y la religión, también desempeñan un papel crucial en la decisión de una mujer de emprender.

En terminología GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), la elección de emprender en Honduras está motivada por emprendimiento por necesidad, siendo el resultado de diversas causas, entre las cuales se incluyen la migración en un doble sentido, tanto interna (inmigración) como hacia el exterior (emigración), así como una alta tasa de desempleo (oficialmente el 6% en 2024, según datos del INE) para jóvenes y adultos, aunque es superior dado la elevada economía informal existente en Honduras. No obstante, los nuevos emprendimientos se enfrentan en esta economía centroamericana a importantes desafíos políticos, culturales y financieros, lo que lleva a un elevado riesgo financiero, político y comercial (Ponce, García y Barahona, 2023). Riesgos que han de disminuir si se desea atraer inversión directa extranjera, así como el fomento de actividad emprendedora creadora de renta y riqueza que genera externalidades positivas y sinergias para toda la sociedad y economía hondureñas.

METODOLOGÍA

El presente estudio es cuantitativo, no experimental, de alcance descriptivo y su muestreo es no probabilístico. En el trabajo se aplica un

ANOVA factorial para dos factores (género y lugar de residencia) con dos niveles respectivos (hombre-mujer y urbano-rural). Con ello comparamos la variabilidad entre los grupos con la variabilidad dentro de cada grupo para observar si hay evidencia de que las medias de los grupos son diferentes. Así, con información obtenida desde 2012 hasta 2023, como fuente de datos se utilizó la Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples (EPHPM) que realiza cada año el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) de Honduras.

Análisis de datos

Se analizaron los datos del ingreso promedio en lempiras mensuales por persona en los hogares por sexo del jefe del hogar, contemplándose en la investigación solamente la población ocupada.

TABLA 1
Ingresos en lempiras/mes/persona

Año	HU	HR	MU	MR
2012	3584	1837	3101	1446
2013	3906	1759	3257	1540
2014	3985	1695	3790	1778
2015	3934	1885	3264	1842
2016	3942	1780	3437	1720
2017	4191	1849	3789	1718
2018	4889	1625	4358	1870
2019	5195	1819	4426	1815
2020*	4758	1764	4191	1801
2021*	4947	1736	4325	1829
2022	4829	2343	4218	2188
2023	5762	3712	4854	2809

* Datos estimados por medias móviles de 3 años anteriores
Leyenda: HU (Hombres urbanos), HR (Hombres rurales), MU (Mujeres urbanas), MR (Mujeres rurales)
Fuente: elaboración propia a partir de <https://ine.gob.hn/v4/ephpm/>

Dicho estudio, reflejado en la Tabla 1, se realizó para los entornos urbano y rural, con el objetivo de observar si hay diferencias significativas entre los cuatro grupos muestrales (HU = Hombre urbano; HR = Hombre rural; MU = Mujer urbana; MR = Mujer rural) creados para analizar si las medias de ingreso en estos grupos coinciden o no en función de los ingresos por sexo y lugar de residencia. Ante la ausencia de datos para 2016, 2020 y 2021, estos dos últimos a causa de la pandemia

del COVID-19 o SARS-CoV-2, se estimaron utilizando medias móviles de los tres años anteriores.

Los datos descriptivos para cada uno de los grupos se estimaron con medidas de tendencia central: promedio (HU = 4493,5; MU = 1983,66; HR = 3917,5; MR = 1863), mediana (HU = 4474,5; MU = 1799,5; HR = 3990,5; MR = 1808) y desviación estándar (HU = 659,574; MU = 572,576; HR = 560,393; MR = 348,406). El tratamiento de datos se realizó con el programa JASP en su versión 0.18.1.

TABLA 2
Descripción de la muestra

Año	Número de hogares	Edad promedio	Tamaño del hogar
2023	2.613.199	51	3,7
2022	2.514.020	50	3,9
2021*	2.563.609	50	3,8
2020*	2.538.814	50	4,0
2019	2.207.901	50	4,2
2018	2.512.827	50	4,2
2017	2.207.901	50	4,2
2016	1.948.419	48	4,4
2015	1.948.419	48	4,4
2014	1.948.419	48	4,4
2013	1.948.419	48	4,4
2012	1.948.419	48	4,4

* Datos estimados por medias móviles de 3 años anteriores
Fuente: elaboración propia a partir de <https://ine.gob.hn/v4/ephpm/>

RESULTADOS

Para cumplir con el objetivo del estudio, se comprobaron los supuestos de distribución normal de los datos analizados, lo que se realizó mediante el test de normalidad de Shapiro-Wilk dentro del ANOVA factorial para dos factores (género y lugar de residencia) con dos niveles respectivos (hombre-mujer y urbano-rural), cuyos resultados se muestran en la Tabla 3. Salvo el valor de p para el entorno urbano ($p = ,431$) que supera el límite ($p = ,05$), el resto de los valores no cumplieron con la normalidad.

TABLA 3
Test de normalidad de Shapiro-Wilk

	Hombre	Mujer	Urbano	Rural
Shapiro-Wilk	,844	,917	,960	,603
p-valor	,002	,05	,431	< ,001

Esta ausencia de normalidad en los datos también se observa en cada histograma para cada uno de los grupos analizados, en los cuales hemos incluido las curvas de densidad (Figuras 1 a 4) para observar si hay normalidad en los datos.

FIGURA 1
Distribución de ingreso en HU

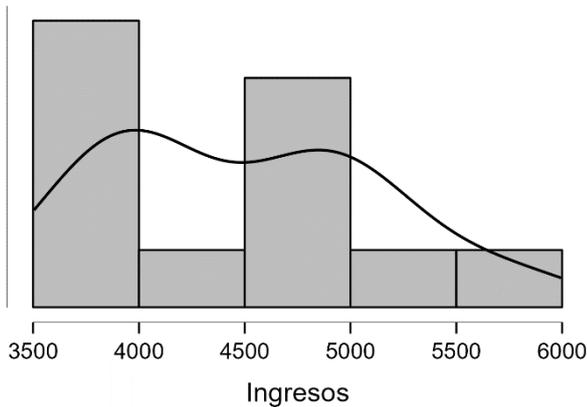


FIGURA 2
Distribución de ingreso en MU

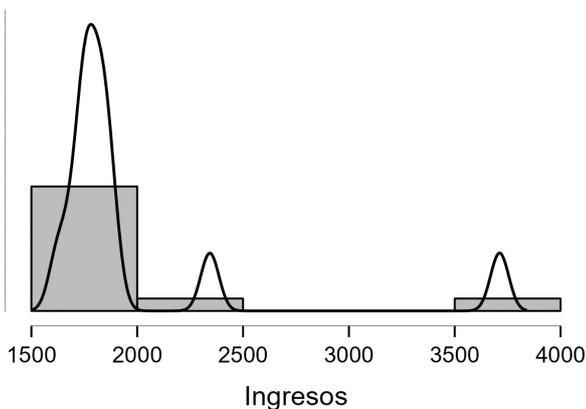


FIGURA 3
Distribución de ingreso en HR

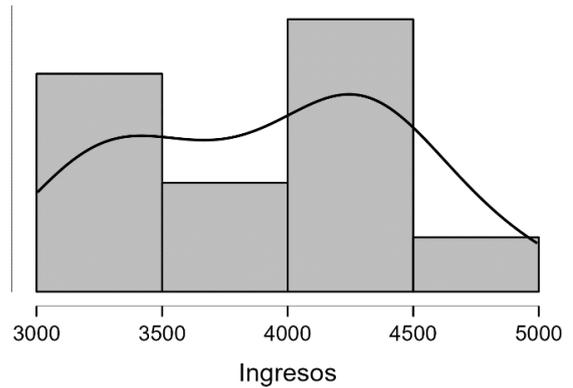
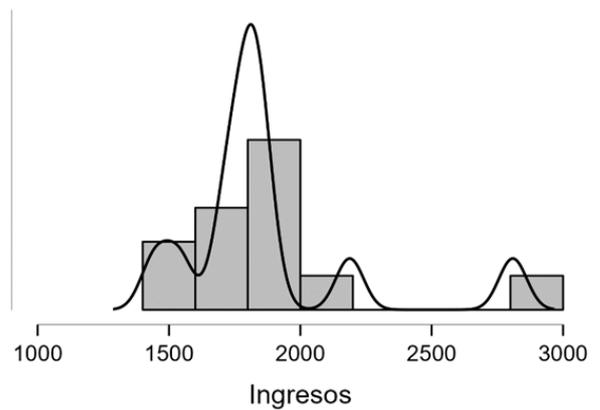
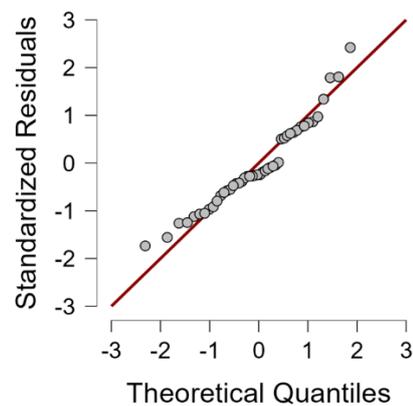


FIGURA 4
Distribución de ingreso en MR



Tampoco se observa normalidad en el gráfico Q-Q al no coincidir con la recta una buena parte de la nube de puntos de los residuos estandarizados, tal y como se observa en la Figura 5.

FIGURA 5
Gráfico Q-Q



Análisis no paramétrico y prueba post hoc

Al no darse la normalidad en los datos se realizó un análisis no paramétrico con la prueba H de Kruskal-Wallis para muestras independientes con el objeto de corregir esta ausencia de normalidad y para saber si hay alguna diferencia significativa entre los factores.

TABLA 4
Prueba H de Kruskal-Wallis

Factor	Estadístico	Gl	P
Género	,197	1	,657
Lugar de residencia	28,971	1	< ,001

Tal y como se observa en la Tabla 4, como el χ^2 crítico con un nivel de significación $\alpha = ,05$ para 1 grado de libertad ($3,841 < \chi^2$ calculado para el lugar de residencia (28,971) la hipótesis nula H_0 se rechaza, por lo que hay diferencias significativas entre los grupos. Sin embargo, la situación es la contraria con el factor género, al ser χ^2 calculado (,197) menor que el crítico.

Al haber diferencias entre grupos para una de las variables categóricas, se aplicó la prueba de Bonferroni en las comparaciones post hoc para saber qué grupos son diferentes. Así, en la Tabla 5 se realiza para el lugar de residencia como variable categórica un análisis post hoc y se observa que los entornos rural y urbano difieren entre sí ($P_{\text{bonf}} = ,001$), mientras que no sucede así para el factor género ($P_{\text{bonf}} = < ,494$) (Tabla 6), lo que indica que no hay discriminación en los ingresos percibidos por género, sino que las diferencias de ingresos vienen determinadas por el lugar de residencia (urbano vs. rural). A esta misma conclusión se llega en la Tabla 7, en donde se ha realizado una comparación por pares de las dos variables categóricas para observar que la comparación post hoc HU-MU ($P_{\text{bonf}} = ,350$) y HR-MR ($P_{\text{bonf}} = 1,000$) son las únicas no significativas tras la corrección y no hay ningún efecto de interacción significativo entre el factor género y el factor lugar de residencia.

TABLA 5
Comparaciones Post Hoc – Lugar de residencia

		DM con intervalos de confianza del 95%			EE	t	Pbonf
	DM	Inferior	Superior				
Urbano	Rural	2101,333	1668,927	2533,739	214,554	9,794	<,001***

Leyenda: DM (Diferencia de medias), EE (Error Estándar) *** p < ,001

Nota. Promedio de los resultados sobre los niveles de Género.

Fuente: elaboración propia

TABLA 6
Comparaciones Post Hoc – Género

		DM con intervalos de confianza del 95%			EE	t	Pbonf
	DM	Inferior	Superior				
Hombre	Mujer	148,000	-284,406	580,406	214,554	,690	,494

Leyenda: DM (Diferencia de medias), EE (Error Estándar)

Nota. Promedio de los resultados sobre los niveles de Lugar de residencia.

Fuente: elaboración propia

TABLA 7
Comparaciones Post Hoc – Género * Lugar de residencia

		DM con intervalos de confianza del 95%			EE	t	Pbonf
	DM	Inferior	Superior				
HU	MU	589,833	-220,315	1399,982	303,426	1,944	,350
	HR	2543,167	1733,018	3353,315	303,426	8,382	<,001***
	MR	2249,333	1439,185	3059,482	303,426	7,413	<,001***
MU	HR	1953,333	1143,185	2763,482	303,426	6,438	<,001***
	MR	1659,500	849,351	2469,649	303,426	5,469	<,001***
HR	MR	-293,833	-1103,982	516,315	303,426	-0,968	1,000

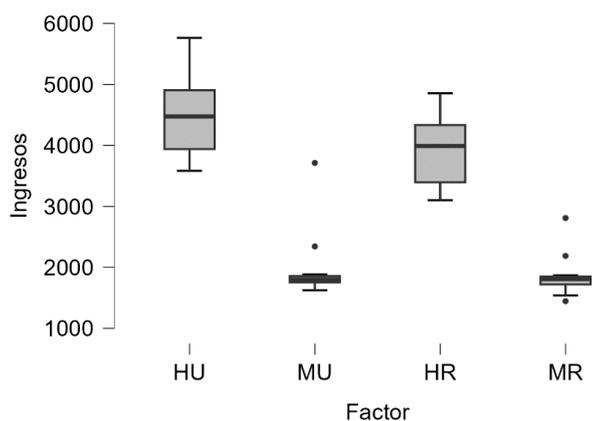
Leyenda: DM (Diferencia de medias), EE (Error Estándar) *** p < ,001

Nota. El valor de p y los intervalos de confianza se han ajustado para comparar la familia de los cuatro estimadores (intervalos de confianza corregidos usando el método de Tukey).

Fuente: elaboración propia

FIGURA 6

Diagramas de caja de los ingresos de cada factor



Tal y como se observa en la Figura 6, el rango intercuartílico ($Q3 - Q1$) es mayor en los hombres que en las mujeres, si exceptuamos los valores atípicos (*outliers*) existentes en los diagramas de caja de las mujeres urbanas y rurales, siendo la mediana ($Q2$) superior en hombres que en mujeres, estando el máximo $Q2$ en HU. Además, destaca en los diagramas de caja que, salvo uno de los valores atípicos de MU, todos los demás están por debajo de HU y HR, lo que muestra que los ingresos recibidos por las mujeres, tanto en entornos rurales como urbanos, tienden a ser menores que los de hombres que trabajan en ambos entornos. Por todo ello, rechazamos la hipótesis nula, por lo que sí hay diferencias estadísticamente significativas entre los emprendedores en Honduras, tanto rurales como urbanos, entre los ingresos que perciben el jefe del hogar en función de su género.

CONCLUSIONES

Las principales conclusiones de nuestro estudio son las siguientes:

- Existen diferencias estadísticamente significativas entre los emprendedores en Honduras, rurales y urbanos, entre los ingresos que perciben el jefe del hogar en función de su género (masculino y femenino), favoreciendo a los hombres frente a las mujeres, tanto en el ámbito rural como urbano.

- Aunque los ingresos de las mujeres rurales son más bajos que los ingresos de las mujeres urbanas, no hay diferencias estadísticamente significativas entre ambas, debido a que los ingresos de las mujeres urbanas son mayores en términos relativos por la existencia de valores atípicos (*outliers*) que tienden a impulsar dichos ingresos al alza.
- Es necesario impulsar el crecimiento rural de Honduras mediante políticas de colaboración público-privada que hagan disminuir la brecha salarial existente entre hombres y mujeres del entorno urbano y el rural. Con ello se evitarán flujos migratorios del campo hacia la ciudad.
- Sería deseable el fortalecimiento de políticas tendentes hacia el logro de un mayor empoderamiento femenino, tanto con el impulso de la participación colectiva en proyectos que mejoren la gestión local del emprendimiento con una mayor participación de la sociedad civil hondureña, para así mejorar las condiciones de vida de la población.
- Dadas las características productivas de Honduras, dicha participación colectiva se vería reforzada a partir de organizaciones asociativas, tales como fundaciones y cooperativas. Sinergias que serían aún más potentes con la creación de modelos de cuádruple hélice en el que colaboren universidades, organizaciones empresariales, ONGs y administraciones públicas en cualquiera de sus tres niveles (nacional, regional y local), en los cuales se impulse el emprendimiento, incluido el femenino. De esta manera se conseguirían niveles de desarrollo económico y empresarial más armónicos dentro de Honduras y sería un paso más para crear renta y riqueza en el territorio con lo que disminuirían los flujos migratorios, tanto del campo a la ciudad (inmigración) como hacia el extranjero (emigración).

REFERENCIAS

- Alva, E., Vivas, V. y Urcia, M. (2023). Entrepreneurial bricolage: crowdfunding for female entrepreneurs during COVID-19 pandemic, *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(4), 677-697. <https://doi.org/10.1108/JEEE-12-2020-0464>
- Álvarez, C., Urbano, D., & Amorós, J.E. (2013). *GEM research: achievements and challenges*. Londres, Reino Unido: GERA.
- Browne, K. (2001). Female entrepreneurship in the Caribbean: A multisite, pilot investigation of gender and work. *Organización Humana*, 60(4): 326-342. <http://dx.doi.org/10.17730/humo.60.4.4x4h4wvvnq1rnhcx1>
- Casco, E.T. (2023). *Remesas familiares en Honduras 2017-2022*, IE/NM-01/2023, Departamento de Investigación Económica, Subgerencia de Estudios Económicos, Tegucigalpa, Honduras.
- Chanto Espinoza, C. L., & Loáiciga Gutiérrez, J. L. (2021). Perceptions of entrepreneurship with the support of technological tools: a descriptive. *Revista Nacional de Administración*, 12(1), e3380. <https://doi.org/10.22458/rna.v12i1.3380>
- Contreras, P., Vargas, E.E., Cruz, G. y Serrano, R. (2020). Emprendimientos femeninos: de lo económico a lo sustentable. *Revista Espacios*, 41(31), 222-237.
- Corrêa, V.S., Lima, R.M., Brito, F.R.S., Machado, M.C. y Nassif, V.M.J. (2024). Female entrepreneurship in emerging and developing countries: a systematic review of practical and policy implications and suggestions for new studies, *Journal of Entrepreneurship in Emerging Countries*, 16(2), 366-395. <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2022-0115>
- Demográfica, G.E. (2023). *Resultados de la LXXVI Encuesta Permanente de Hogares de Honduras*. Tegucigalpa, Honduras: Instituto Nacional de Estadísticas.
- Filimonau, V.; Matyakubov, U.; Matniyozov, M.; Shaken, A. y Mika, M. (2024). Women entrepreneurs in tourism in a time of a life event crisis. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(3), 457-479. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2091142>
- Flórez, M. (2023). *Emprendimiento femenino: una vía para la recuperación*, Bogotá, Colombia: RedEAmérica.
- Hincapié, F. A., Montoya, A. J., & Duque, P. (2023). Emprendimiento femenino en América Latina: una aproximación teórica. *Económicas CUC*, 44(2), 191-234. <https://doi.org/10.17981/econcuc.44.2.2023.Org.3>
- Katayama, R.J. (2014). *Introducción a la investigación cualitativa*. Lima: Fondo Editorial de la UIGV.
- Khoo, C., Yang, E. C. L., Tan, R. Y. Y., Alonso-Vázquez, M., Ricaurte-Quijano, C., Pécot, M. y Barahona-Canales, D. (2023). Opportunities and challenges of digital competencies for women tourism entrepreneurs in Latin America: a gendered perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(3), 519-539. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2189622>
- OMS (2024). Organización Mundial de la Salud. Obtenido de https://www.who.int/es/health-topics/coronavirus#tab=tab_1
- Pérez-Morón, J., Thoene, U. y García Alonso, R. (2024). Sustainability and women entrepreneurship through new business models: the case of microfranchises in post-peace agreement Colombia. *Management Research*, 22(3), pp. 324-342. <https://doi.org/10.1108/MRJIAM-04-2023-1407>
- Poggesi, S., Mari, M. y De Vita, L. (2016). What's new in female entrepreneurship research? Answers from the literature. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12, 735-76. <http://dx.doi.org/10.1007/s11365-015-0364-5>
- Ponce, Y.P., García, J.L. y Barahona, M.A. (2023). Diagnóstico del Sistema de Emprendimiento: Ciudad Universitaria, Honduras. Tegucigalpa. *Economía y Administración (E&A)*, 14(1), 49-67. <https://doi.org/10.5377/eya.v14i1.16733>
- Ramos Farroñán, E.V., Cuadra Morales, V., Falla Gómez, C.D., Torres Castro, M.I. y Izquierdo-Espinoza, J.R. (2023). Emprendimiento femenino en

estudiantes universitarios: una revisión de la literatura. *Conrado. Revista pedagógica de la Universidad de Cienfuegos*, 19(90), 203-213.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442023000100203&script=sci_arttext&tlng=en

Robayo-Abril, M., Rude, B., Cadena, K. y Espino, I. (2023). *Honduras: estudio de pobreza. Una senda hacia la reducción de la pobreza y el crecimiento inclusivo*, Washington, D.C.: Grupo Banco Mundial.

Romero-Martínez, A. M. y Milone, M. (2016). El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos, *CGC: The Journal of Globalization, Competitiveness, and Governability*, 10(1), 95-109.

<https://doi.org/10.3232/GCG.2016.V10.N1.05>

Rosa, P. y Dawson, A. (2007). Gender and the commercialization of university science: academic founders of spinout companies. *Entrepreneurship & Regional Development*, 18(4), 341-366. <https://doi.org/10.1080/08985620600680059>

Saiz-Álvarez, J. y García-Vaquero, M. (2018). Emprendimiento: conceptos, teorías y nuevos enfoques. *Encyclopedia of Information Science and Technology*, 4ª Ed. (pp. 3020-3031), Hershey, PA: IGI Global.

<https://doi.org/10.4018/978-1-5225-2255-3.ch264>

Sobhan, R. y Hassan, A. (2023). The effect of institutional environment on entrepreneurship in emerging economies: female entrepreneurs in Bangladesh. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 37(1), 100-115. <https://dx.doi.org/10.1108/JEEE-01-2023-0028>

Sosa, E. (2023). *Cifras del Mercado Laboral*. Instituto Nacional de Estadística. Tegucigalpa, Honduras.

Zamora-Boza, C. (2017). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(07), 1-15

