



Línea Base del Proyecto

“Seguridad económica para mujeres emprendedoras hondureñas a través de la educación y el compromiso masculino” ESCUCHAME

Autor: Coordinador Luis Manuel Martinez Estrada

Coautores: Luisa Maria Lazo Javier, Silvia Margarita Reyes, Carlos Noe Ochoa

Junio 2023 San Pedro Sula, Honduras

Contenido

Siglas y Acrónimos	3
Introducción a Escúchame	7
CAPITULO I: ASPECTOS GENERALES.....	8
Aproximaciones a una Teoría de Cambio	8
Principios y dimensiones para la construcción de la Teoría de Cambio:	9
Contexto.....	11
Métodos.....	13
CAPITULO II: RESULTADOS CUANTITATIVOS.....	20
Datos Demográficos.....	20
Seguridad Alimentaria y Pobreza.....	22
Mitigación de la Pobreza.....	25
Empoderamiento Económico	26
Ingreso	28
Agencia Intrínseca del Uso del Tiempo.....	32
Vida Resiliente, Negocio Resiliente (VRNR)	44
Autonomía en la Toma de Decisiones.....	50
Autoeficacia	52
Igualdad de Género.....	53
Actitudes Sobre la Violencia Contra la Mujer	55
Coacción Económica	57
Escala de Hombres Equitativas de Género	60
CAPITULO III: Resultados Cualitativos.....	67
Etapa de Vida	67
Comunicación y Finanzas del Hogar	69
Generación de Ingresos y Negocios.....	72
Servicios Financieros y Uso del Teléfono Móvil.....	75
Movilidad y Conciliación de la Vida Personal y el Trabajo.....	77
Negocio de la Clienta	79
Tratamiento de la Mujer	80
Capacitaciones y Discusiones.....	82
CAPITULO IV: DISCUSIÓN	83
Comparabilidad de los dos Grupos	83

Vulnerabilidad Financiera	89
Acceso a Intervenciones de Fortalecimiento Económico Sensibles al Género y Conscientes de la Violencia de Género.....	99
Coacción Económica como Resultado de la Participación en Actividades Económicas	101
Decisiones y acciones colaborativas entre parejas.....	104
Comparaciones con la Literatura Existente	107
CAPITULO V: CONCLUSION	110
Implicaciones para el Programa Escúchame.....	110
Conclusiones	110
ANEXO	114
Bibliografía	116

Siglas y Acrónimos

BCIE	Banco Centroamericano de Integración Económica
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CCIT	Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa
CEM-H	Centro de Estudios para la Mujer Honduras
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
COHEP	Consejo Hondureño de la Empresa Privada
DICIHT	Dirección de investigación Científica, Humanística y Tecnológica
DGMF	Dirección General de Medicina Forense
DIF	Diálogos Intrafamiliares
ENRED	Organización de Panamá
FESECS	Fundación para la Educación Social, Económica y Cultural
GF	Grupos focales
IHDER	Instituto Hondureño de Desarrollo Rural
INAM	Instituto Nacional de la Mujer
INE	Instituto Nacional de Estadística
IUDPAS	Instituto Universitario en Democracia, Paz y seguridad
IPP	Índice de Probabilidad de Pobreza
IDH	Índice de Desarrollo Humano
MVMYF	Muertes violentas de mujeres y femicidios
MIPYME	Micro, pequeñas y medianas empresas
ODEF	Organización de Desarrollo Empresarial Femenino
OMM	Oficinas Municipales de la Mujer
ONGD	Organización No Gubernamental de Desarrollo
ONV	Observatorio Nacional de la Violencia
PCCMHM	Por cada 100 mil habitantes mujeres
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
UNAH	Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH)
UNAH-CUROC	Universidad Nacional Autónoma de Honduras en Centro Universitario Regional de Occidente
UNAH-VS	Universidad Nacional Autónoma de Honduras en el Valle de Sula
UNITEC	Universidad Tecnológica Centroamericana
UPNFM	Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán
USAID	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
VRNR	Vida Resiliente, Negocio Resiliente

Resumen Ejecutivo

El presente resumen ejecutivo contempla los principales hallazgos del Estudio Línea Base del Proyecto “Seguridad económica para mujeres emprendedoras hondureñas a través de la educación y el compromiso masculino” ESCUCHAME. Inicialmente se plantean los principios y dimensiones para la construcción de la Teoría de Cambio, enfatizando la importancia de comprender el contexto y las desigualdades que enfrentan las mujeres, ya que a través de esta se procura lograr un cambio transformador en las estructuras que limitan el desarrollo de las mujeres abordando la equidad en la distribución de responsabilidades de cuidado y la participación y toma de decisiones equitativas en las relaciones de pareja.

En relación con el contexto de la situación de violencia de las mujeres en Honduras y la zona de influencia, se destaca la existencia de altos índices de violencia de género y feminicidios reportados en el país durante la década anterior. Esto crea un entorno desafiante para las mujeres emprendedoras y resalta la necesidad de abordar esta problemática. En cuanto a los métodos utilizados, el Estudio posó un enfoque mixto, es decir una investigación cuantitativa y cualitativa, utilizando encuestas, entrevistas, grupos focales y revisión bibliográfica.

Estos métodos permitieron obtener datos valiosos sobre la situación de las mujeres emprendedoras y las desigualdades que enfrentan. Así mismo el diseño del Estudio se basó en un enfoque de género, El proceso de investigación se dividió en etapas para recopilar datos y obtener resultados significativos. En cuanto a los datos demográficos, cabe resaltar que la muestra incluyó a 102 mujeres y 98 hombres correspondientes a clientas de ODEF participantes y no en los proyectos de Vida Resiliente y Negocio Resiliente (VRNR), así como a sus cónyuges ubicados geográficamente en áreas urbanas y rurales de 6 departamentos del país y una representación étnica de un tercio de las personas pertenecientes a los pueblos originarios y Garífunas de Honduras.

En lo referente a la seguridad alimentaria y pobreza, se parte de la noción que la misma es multidimensional y afecta especialmente a las mujeres. Al abordar la mitigación de la pobreza y promoción del empoderamiento económico de las mujeres se encontró que muy poco de mujeres han experimentado violencia económica. En tanto al empoderamiento económico se refiere, se observó que el aproximadamente ingreso promedio de las mujeres emprendedoras es de 4 mil lempiras mensuales, correspondiente a 160 dólares americanos.

Las mujeres emprendedoras tienen un índice de agencia intrínseca del uso del tiempo de 6.54, lo que indica que tienen cierto control sobre su tiempo y actividades. Por otra parte, el tiempo dedicado a conversar con su pareja sobre sus actividades suelen ocurrir al final del día laboral y son importantes para la comunicación y el apoyo mutuo. Del mismo modo la decisión y tiempo dedicado a sus actividades, fomentan la toma de decisiones equitativas y el acceso a oportunidades económicas para las mujeres.

Para enfrentar los desafíos y obstáculos que enfrentan, se encontró que la puntuación promedio para el conocimiento respecto a VRNR es de 3.5, indicando la existencia de un espacio para mejorar en este aspecto. A su vez al explorar la confianza en sí mismas y en sus habilidades para el éxito, las mujeres

promedian 3.8 un índice moderado de confianza. Al fomentar la igualdad en la distribución de responsabilidades de cuidado y la participación y toma de decisiones equitativas en las relaciones de pareja, se reitera que el 65% de las mujeres han experimentado violencia económica.

Con respecto a las actitudes sobre la violencia contra la mujer, se muestran actitudes positivas y conciencia sobre la violencia de género. Así mismo la escala de hombres equitativas de género que contempla las actitudes y comportamientos equitativos en los hombres, muestra que un nivel moderado de actitudes equitativas de género, con un resultado de 23.4 sobre 42 puntos posibles

En lo referente a los desafíos específicos en diferentes etapas de su vida, como la maternidad y el cuidado de los hijos. Las mujeres carecen de políticas y programas que apoyen la conciliación entre la vida personal y laboral, así como el acceso a servicios de cuidado infantil de calidad. Por otra parte, en relación con la comunicación y finanzas del hogar, las mujeres desempeñan un papel fundamental en la toma de decisiones financieras y en la gestión de las finanzas del hogar, resaltando su rol de promover la comunicación abierta y equitativa con sus parejas.

En cuanto a la generación de ingresos y negocios, en el actual contexto de crisis económica global y postpandemia, se identificó que las emprendedoras enfrentan desafíos en términos de acceso a recursos financieros y capacitación empresarial. En ese sentido es destacable la implementación por parte de ODEF de intervenciones orientadas a promover el acceso a financiamiento y capacitación empresarial, así como el fortalecimiento de redes de apoyo y colaboración entre emprendedoras.

Los servicios financieros y uso del teléfono móvil son factores clave para el empoderamiento económico de las mujeres, sobresaliendo la necesidad de promover la inclusión financiera y el acceso a servicios financieros digitales, además de la capacitación en el uso de tecnologías móviles para mejorar la gestión financiera y el acceso a oportunidades de negocio. Mismo se identificó que las emprendedoras enfrentan desafíos en términos de movilidad y conciliación de responsabilidades personales y laborales.

Ellas tienen un enfoque particular en la satisfacción de las necesidades y preferencias de sus clientes. De hecho, resaltan la importancia de comprender las demandas del mercado y adaptar los productos y servicios para satisfacer las necesidades específicas de sus consumidores. En buena medida estos conocimientos son producto de programas de capacitación y espacios de discusión que les brinda ODEF, donde obtienen conocimientos y habilidades empresariales.

Además, el informe aborda cuatro temas principales relacionados con la vida de las mujeres emprendedoras: coacción económica como resultado de la participación en actividades económicas, decisiones y acciones colaborativas entre parejas, autonomía en la toma de decisiones, y comparaciones con la literatura existente. En el primero de los casos se identificó que las mujeres emprendedoras pueden enfrentar coacción económica por parte de sus parejas o familiares, lo cual limita su autonomía en la toma de decisiones y su seguridad financiera.

También es pertinente apuntar que la colaboración y el apoyo entre las parejas son fundamentales para el éxito de los negocios de las mujeres. Ya en el campo de la autonomía en la toma de decisiones, cabe mencionar que es crucial para su empoderamiento económico. Por otra parte, al comparar los hallazgos

con la literatura existente, se muestra estudios afines con el tema de emprendimiento femenino, encontrándose que las mujeres a nivel nacional enfrentan desafíos similares a las estudiadas en el presente informe.

Introducción a Escúchame

Como parte de los esfuerzos de la Administración Biden-Harris para abordar las causas fundamentales de la migración irregular, USAID está lanzando MujerProspera, un Challenge regional para fomentar la igualdad de género en El Salvador, Guatemala y Honduras. El Challenge involucra soluciones holísticas y de impacto que promuevan la seguridad económica, el empleo y/o el emprendimiento de las mujeres. Como parte del Challenge de MujerProspera, La Fundación Grameen, en alianza con la Organización de Desarrollo Empresarial Femenino ODEF Financiera que es una Organización No Gubernamental de Desarrollo ONGD, lanzó el proyecto Escúchame con el objetivo de desarrollar ecosistemas de empoderamiento para mujeres emprendedoras en Honduras al involucrar a los hombres como aliados.

Los objetivos del proyecto de Escúchame incluyen: 1) Promover la seguridad económica de las mujeres mediante la ampliación del acceso a servicios financieros y no financieros a las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYME) dirigidas por mujeres y propiedad de mujeres que mejoran el crecimiento y la resiliencia de las empresas; y 2) Abordar las normas sociales y de género nocivas y habilitar entornos de trabajo seguros mediante la realización de diálogos intrafamiliares (DIF) que involucren a los hombres como aliados de las mujeres involucradas en las MIPYMES.

El proyecto se está implementando en 6 departamentos del Noroccidente del país; siendo estos Yoro, Santa Bárbara, Cortés, Atlántida, Lempira e Intibucá con 200 mujeres emprendedoras, de 18 a 24 años, quienes recibirán un módulo educativo llamado Vida Resiliente Negocio Resiliente (VRNR) además de sus servicios financieros existentes, como crédito y ahorro y 50 de los cuales participarán junto con sus cónyuges en una serie de diálogos intrafamiliares DIF.

El presente informe de Línea Base contempla cinco capítulos que va del primero en el que se exponen los Aspectos generales, pasando por el de los resultados cuantitativos, los resultados cualitativos hasta llegar a los capítulos concernientes a la Discusión y finalmente las Implicaciones para el Programa Escúchame.

En el documento se proporciona una visión general de la situación de violencia de las mujeres en Honduras y la zona de influencia del estudio, así como de los métodos y etapas del proceso de investigación. Esta información es fundamental para comprender el contexto en el que se desarrolla el proyecto "Escúchame" y para evaluar la relevancia y validez de los resultados del Estudio. A lo largo de él se aborda la situación de violencia de las mujeres, la promoción de su seguridad económica como una forma de mitigar la pobreza y mejorar su calidad de vida. Al mismo tiempo se enfatiza la necesidad de involucrar a los hombres en este proceso, a través del compromiso masculino, para lograr un cambio sostenible y duradero entre la población meta del Proyecto.

CAPITULO I: ASPECTOS GENERALES

Aproximaciones a una Teoría de Cambio

Para Unicef la «teoría del cambio» explica cómo se entiende que las actividades produzcan una serie de resultados que contribuyen a lograr los impactos finales previstos. Puede elaborarse para cualquier nivel de intervención, ya se trate de un acontecimiento, un proyecto, un programa, una política, una estrategia o una organización. (Roger, 2014,p.3)

Al igual que el Equipo de Heifer Américas y otras instancias como la Comisión para América Latina y el Caribe (CEPAL) quienes han profundizado en este tema, la presente Teoría de Cambio se enmarca en un momento institucional donde tanto Grameen y ODEF-ONGD se plantean la urgencia de sacar a las familias de la pobreza. Entendiendo que esto no puede ser llevado adelante de manera completa sin el empoderamiento social y económico de las mujeres.

Estas instituciones apuntan que el acceso y control efectivo de los recursos naturales y activos son el gran desafío que afrontan las mujeres para alcanzar la igualdad. Múltiples organismos internacionales entienden que la participación de las mujeres desde un lugar de equidad en distintos eslabones de la cadena de valor son determinantes no sólo para su empoderamiento económico sino acompañarlas en el proceso de fortalecimiento de su agencia, entendida como la capacidad de las mujeres de decidir actuar de una manera determinada en relación con cuestiones que la afectan a ella, su familia y la comunidad. (HEIFER Internacional, 2020, p.1)

Para lograr el empoderamiento económico, las mujeres deben superar muchos obstáculos, entre estos se encuentran los políticos, económicos, educativos y culturales. Entre los primeros, la carencia y falta de efectividad de políticas públicas; entre los económicos accesos al crédito, recursos productivos básicos, y mercados; así como entre los educativos, la formación técnica, y acceso a información sobre nuevas tecnología y oportunidades de mercado. A lo anterior se le suma la presión sociocultural ejercida por hombres y mujeres que repercuten en estas últimas, normas que hacen a cuestiones de distribución del trabajo de cuidado y su capacidad de negociar en procesos de toma de decisión tanto en la familia como en otros espacios donde la mujer se relaciona.

La CEPAL 2016 afirma que las mujeres enfrentan desafíos particulares, principalmente en la actualidad en el área rural, dónde en el contexto del cambio climático se ha comprobado que los desastres climáticos, la reducida seguridad alimentaria e hídrica afectan a las mujeres de manera diferencial debido a los roles a ellas asignados. Es por esto mismo que ellas desempeñan un rol preponderante en las acciones de mitigación y prevención, aunque todavía su inclusión en el desarrollo de políticas y estrategias es limitada.

Ese mismo informe establece la falta de profundización en las leyes respecto de realidades rurales e indígenas, en sus usos, costumbres y valores; por ejemplo, dificultad de las mujeres para ser escuchadas por las autoridades de sus comunidades o para trasladarse de una comunidad a otra para encontrar policías o jueces. En esta materia la remisión de las soluciones a la costumbre es un riesgo enorme para las mujeres puesto que la costumbre ha sido maltratarlas impunemente. (Rioseco Ortega, 2005, p.26)

El incremento de la participación de las mujeres en el mercado laboral remuneradas o no ha estado huérfano del acompañamiento de la incursión de los hombres en el mundo doméstico y de los cuidados. Esta inequidad en la distribución del tiempo que hombres y mujeres dedican, por una parte, a la producción, servicios entre otros y por otra, al trabajo doméstico y de cuidados, dan cuenta de la división sexual del trabajo, que se acentúa al observar el tiempo destinado al trabajo total remunerado y no remunerado por las mujeres, las que afrontan largas horas de trabajo que limitan su participación en el mercado y, por lo tanto, la generación de ingresos, afectando su calidad de vida.

Principios y dimensiones para la construcción de la Teoría de Cambio:

A nivel general, se pueden enunciar un conjunto de ideas que a su vez permitan establecer principios básicos acerca de factores a influir desde una teoría del cambio. En ese sentido es factible establecer como el primer de ellos, garantizar el conocimiento del contexto y sus actores, así como las distintas expresiones de desigualdad que experimentan las mujeres. El segundo, debe garantizar un cambio transformativo de las estructuras que limitan el desarrollo de las mujeres. El tercero, abordar directamente al desafío de una mayor equidad en la distribución de las responsabilidades de cuidado, aumento en la participación y acceso equitativo, así como la posibilidad de involucrarse en conversaciones y toma de decisión con su pareja desde un marco de equidad.

El cuarto, alcanzar otros espacios donde las mujeres interactúan, la comunidad, organizaciones y el mercado. El quinto, entender el empoderamiento como un proceso de mejora y fortalecimiento continuo no un fin en sí mismo, ni una herramienta para otro fin y finalmente el sexto, hay que reconocer que acciones tendientes al empoderamiento económico y social de las mujeres puede traer reacciones adversas por parte de aquellos acostumbrados a un cierto orden de las cosas.

De forma global, la Teoría del cambio consta de cuatro dimensiones estratégicas en las que los cambios se muestran dimensión ambiental, dimensión política, dimensión económica y dimensión de la agencia de las mujeres. Estas cuatro dimensiones se vinculan entre sí a través de los siguientes ejes transversales: ejercicio de los derechos humanos y económicos de las mujeres, capacidad de toma de decisiones sobre los recursos económicos, generación de recursos económicos con participación de las mujeres y reducción de la violencia basada en género.

Tabla A

Desarrollar ecosistemas de empoderamiento para las mujeres emprendedoras en Honduras				
Resultados	1 - Aumento de los ingresos y el crecimiento empresarial , lo que se traduce en una reducción de la pobreza y la	2- Mayor acceso a intervenciones de fortalecimiento económico sensibles al género y conscientes.	3- Disminución de la VG económica y de otro tipo como resultado de la participación en actividades económicas	4- Aumento de las decisiones y acciones colaborativas entre las parejas que dan como resultado vidas resilientes, más saludables y libres de violencia

	vulnerabilidad financiera.			
Resultados Secundarios	1.1 Aumento de la proporción de mujeres empresarias que han tomado medidas para garantizar que los ingresos de su negocio sean resilientes	2.1 Mayor capacidad para replicar el uso de la metodología IDH dentro de los programas ODEF existentes y futuros.	3.1 Disminución de la exposición a la coerción económica y otras formas de violencia basada en género.	4.1 Aumento del poder de toma de decisiones de la clienta sobre 1 Uso de los ingresos de su propio negocio, y 2 el tiempo que asignan al cuidado de los niños, al trabajo doméstico y a las actividades comerciales 4.2 Mayor acuerdo entre parejas masculinas y femeninas de que hombres y mujeres deben tener igual acceso a recursos/oportunidades sociales económicas y políticas. 4.3 Aumento del tiempo que las parejas masculinas dedican al cuidado de los hijos y al trabajo.
Actividades	Llevar a cabo capacitación adicional de facilitadores de VRNR (según sea necesario)	Capacitar a los facilitadores en las guías de DHI; desarrollar estudio de los costos	Los facilitadores llevan a cabo IHD escalonadamente con sesiones educativas de VRNR	

Estos ejes transversales se extienden a lo largo del estudio a través de la siguiente caracterización:

1. Derechos humanos y económicos de las mujeres

- Seguridad Alimentaria
- Empoderamiento Económico
- Ingresos
- Mitigación de la pobreza

2. Capacidad de toma de decisiones sobre recursos económicos

- Agencia Intrínseca del Uso del Tiempo
- Autonomía en la Toma de Decisiones

3. Generación de recursos económicos con participación de las mujeres

- Capacitaciones, que abarcan temas como educación financiera y empresarial, planificación de emergencia doméstica y empresarial, sensibilización sobre la violencia de género y dónde buscar apoyo si ocurre, identificar cuándo una empresa está lista para crecer, etc.

4. Reducción de la violencia basada en género

- Autoeficacia
- Igualdad de Género
- Actitudes sobre la Violencia Contra la Mujer
- Coacción Económica Señalar
- Escala de Hombres Equitativos de Género

Alrededor de las dimensiones es importante que las mismas se incorporan al igual que los ejes en todo el Estudio. De esta manera tanto los hallazgos cuantitativos como cualitativos arrojan datos en los que se integran las diferentes dimensiones abordadas por el Proyecto. Es así como la dimensión ambiental se visualizan los diversos escenarios de riesgo y vulnerabilidad de las mujeres y sus negocios a los efectos de los desastres naturales por ende se aborda desde una perspectiva de resiliencia desde lo económico hasta su ámbito.

En este mismo orden de ideas la dimensión política, se relaciona profundamente con el tema de la violencia basada en género de hecho el tratamiento de la mujer sobresale, así como los mecanismos de denuncia ante una situación de agresión o malos tratos por parte de sus cónyuges. Además del abordaje de sus cónyuges como actores claves en la sensibilización de la problemática. Esta visión no solo es compartida por ODEF-ONGD y Grameen Foundation, sino por la CEPAL, para quien:

«La violencia doméstica hoy se reconoce como una violación a los derechos humanos y, por tanto, como un problema que los Estados deben enfrentar». (Ortega, 2005, p.9)

Para ODEF-ONGD y Grameen resulta imprescindible la dimensión económica, ya que en ella se trata lo relativo al negocio de la Clienta y todos los aspectos vinculados a los factores de éxito y espacios de mejoras en los que las clientas pueden trascender en sus emprendimientos empresariales hasta volverlos generadores de ingresos con capacidad de generar una vida digna para ellas y sus dependientes.

Más allá de estas tres dimensiones: la dimensión de la agencia de las mujeres se transversaliza lo económico y lo político. Esto quiere decir que se profundiza los procesos y mecanismos de internalización de la relación entre la clienta y sus cónyuges, así por ejemplo se profundiza en tópicos como las Comunicaciones y finanzas dentro del hogar, motivaciones y aspectos de percepción entre otros.

Contexto

En 2019, se estimó que, entre mujeres hondureñas de 15-49 años (alguna vez unidas), 16% ha experimentado algún tipo de violencia (psicológica, física o sexual) por parte del esposo/ compañero en los 12 meses que precedieron la encuesta nacional, con 14.5% sufriendo la violencia psicológica, 6%

sufriendo violencia física y 2% violencia sexual.¹ De los que han sufrido la violencia física o sexual, solo 36% buscó ayuda. Un estudio de 2022 sugiere que cinco de cada diez mujeres han experimentado la violencia económica en algún momento de su vida.²

Una aproximación a la situación de violencia que sufren las mujeres en el país, es posible realizarla a partir de los datos de muertes violentas y femicidios. En este sentido el Observatorio Nacional de la Violencia ONV perteneciente al Instituto Universitario en Democracia, Paz y seguridad IUDPAS de la UNAH establece lo siguiente en su Boletín N°15 publicado en 2020 y titulado “Resultado del Análisis enero-diciembre 2019”.

De 2005 a 2019 se registraron 6,131 muertes violentas de mujeres y femicidios (MVMYF) en el país. Los datos muestran que hasta 2013 se mantuvo una tendencia creciente en las muertes violentas de mujeres y en ese año se presentó el pico más alto en el número de víctimas, al sumar 634 casos y una tasa de 14.6 por cada 100 mil habitantes mujeres (PCCMHM).

Continúa afirmando que en el periodo de 2014 a 2018 se observó una disminución en los casos, pero siempre manteniendo un riesgo importante para la población femenina que osciló entre 11.9 y 8.3 PCCMHM. En 2019, la tendencia cambió al reportar un incremento de 4.7% en el número de víctimas con relación al año anterior. En ese se registraron 401 homicidios de mujeres, lo que representa en promedio 33 víctimas mensuales y una muerte cada 29 horas con 36 minutos. (IUDPAS, 2020, p. 1)

El Estudio está circunscrito a la población de clientas mujeres y sus cónyuges de ODEF. De hecho, está Organización que es una instancia financiera que se autodenomina como una institución dedicada al rubro de las finanzas, con más de 35 años de experiencia. Como empresa enfocada, existe con un propósito fundamental: contribuir a combatir las causas de la pobreza en el país, financiando sobre todos a los sectores de la economía informal, para mejorar la calidad de vida de todos nuestros clientes.

Además de su Agencia Principal ODEF cuenta con 30 sucursales extendidas a lo largo 27 municipios con una cobertura en 10 departamentos del país. Esto datos sitúan como referente en el sector de las microfinanzas a nivel nacional y como un eje transversal para impulsar iniciativas de desarrollo social con su población meta, en especial las mujeres. Esta posición preferencial y acceso a sus clientas permite que el tema de negocios y en específico su vínculo a la violencia basada en género tengan impactos positivos en tal población, ya que como señala la última información disponible sobre muertes violentas de mujeres y femicidios, en la mayoría de los que tiene presencia ODEF se suscitaron algún tipo de hecho violento de muerte de mujeres.

Para 2019 la tasa de muertes violentas de mujeres y femicidios fue 8.5 PCCMHM. Del total de 298 municipios del país, en 124 se reportaron víctimas, de estos, 94 presentaron tasas arriba de la nacional.

¹ Instituto Nacional de Estadísticas y la Secretaria de Salud de Honduras. (2021). Encuesta Nacional de Demografía y Salud / Encuesta de Indicadores Múltiples por Conglomerados. Honduras 2019. Tegucigalpa. p. 588. <https://www.ine.gob.hn/V3/imag-doc/2021/10/Informe-ENDESA-MICS-2019.pdf>

² Iniciativa Spotlight. 2022. Estudio de Tolerancia Social e Institucional de la Violencia hacia Mujeres, Niñas y Adolescentes en Honduras (VCMNA). <https://honduras.un.org/es/181601-estudio-de-tolerancia-social-e-institucional-la-violencia-contra-mujeres-ni%C3%B1as-y>

Entre los municipios con esta condición y que ODEF tiene cobertura se pueden mencionar Talgua en Lempira y Nueva Frontera en Santa Bárbara. En cuanto a los acumulados 3 de los 6 municipios con más víctimas fueron San Pedro Sula, Choloma y Puerto Cortés sumando 64 casos.

Este mismo Boletín indica que la Colonia López Arellano fue con 4 víctimas el barrio o colonia con mayores prevalencias de casos de este tipo a nivel nacional. También es notable subrayar que en San Pedro Sula los sectores de Cofradía, Lomas del Carmen y barrio La Unión reportaron 3 casos respectivamente (IUDPAS, 2020, p.4). Lo anterior es necesario apuntarlo, ya que las diferentes manifestaciones de la violencia basada en género pueden desembocar en crímenes de muertes violentas y femicidios, tales como los señalados en las líneas previas.

En cuanto a violencia contra de las mujeres no letal, para 2021 el Observatorio Nacional de la Violencia reportó que la Dirección General de Medicina Forense DGMF atendió 9,289 evaluaciones médico legales realizadas a mujeres por diferentes tipos de lesiones. De esta manera se distribuyen las denuncias: lesiones personales 3,328 casos; mujer agredida 2,965; delito sexual 2,001; menor maltratada 248 y otros casos 747. Estas cifras mostraron un aumento de 1,096 casos en comparación del año previo, siendo San Pedro Sula con el 26.8% la sede regional de Medicina Forense con el mayor porcentaje de reportes. (IUDPAS, 2021, p. 17)

Métodos

Diseño del Estudio

En este apartado se presentan los métodos utilizados para el diseño de la investigación, así como el proceso de recolección de datos, construcción y análisis de la información, además de la presentación del Estudio.

Objetivo de la Investigación

El propósito de este estudio es comprender los impactos de los Diálogos Intrafamiliares DIF de Escúchame en la adopción de servicios financieros y no financieros por parte de las mujeres destinados a permitir el crecimiento y/o la resiliencia empresarial, así como el apoyo conyugal para los diversos roles y responsabilidades de las mujeres, experiencias y actitudes hacia la violencia de género e incidencia para la reducción de reacciones negativas de estos ante la participación de las mujeres en los procesos enunciadados.

Hipótesis de trabajo

Las medidas de resultados se recopilan a través de encuestas cuantitativas de línea de base y de línea final, así como grupos focales (GF) e entrevistas en profundidad cualitativas. Usando las encuestas cuantitativas y las entrevistas en profundidad, las medidas primarias y secundarias de interés incluyen:

- Primario: % de clientes mujeres de ODEF que reportan tener más influencia que en la línea de base en las decisiones sobre el uso de los ingresos de su propio negocio

Resultados secundarios (mediadores):

- % de mujeres clientas de ODEF que experimentan disminuciones al final de su exposición de 12 meses a la coerción económica
- % de mujeres clientas de ODEF que experimentan aumentos al final del conocimiento y las habilidades relacionadas con VRNR
- % de clientas de ODEF que experimentan aumentos al final de la autoeficacia relacionada con VRNR
- % de clientas de ODEF que experimentan disminuciones al final de su exposición de 12 meses a otras formas de violencia basada en género (física, sexual, emocional/verbal)
- % de clientas de ODEF que reportan más influencia al final en las decisiones sobre el tiempo que asignan al cuidado de los niños y, por separado, al trabajo doméstico
- % de clientas de ODEF que reportan tener más influencia al final en las decisiones sobre el tiempo que asignan a las actividades propias del negocio
- % de clientas de ODEF y % de sus cónyuges que informan un mayor acuerdo al final con la idea de que hombres y mujeres deberían tener el mismo acceso a los recursos y oportunidades sociales, económicos y políticos
- % de parejas que tienen más probabilidades de estar de acuerdo, al final con la idea de que los hombres y las mujeres deben tener el mismo acceso a los recursos y oportunidades sociales, económicos y políticos
- % de cónyuges de clientas que reportan más tiempo asignado al cuidado de los niños y, por separado, al trabajo doméstico al final

Tipo de Investigación

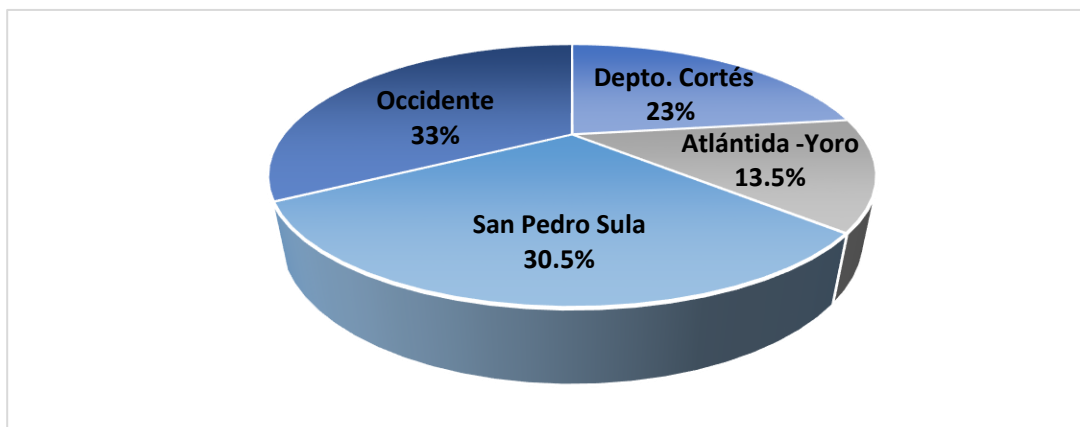
Este estudio contempla un diseño mixto, estableciendo un componente cuantitativo y otro cualitativo aun mismo grupo de personas seleccionadas. Al ser una investigación de línea base o diagnóstica la misma es de carácter exploratoria y a su vez descriptiva. Además, al establecer una evaluación final es factible indicar que el estudio es longitudinal. La recolección de datos se desarrolla por medio de un cuestionario tipo encuesta que se aplica cara a cara, mientras la parte cualitativa a través de entrevistas a profundidad y grupos focales.

Distribución de la muestra cuantitativa

Este estudio tiene un diseño muestral no probabilístico y se desarrolló por medio de un muestreo por conglomerado. De esta manera la selección de la muestra, se estratificó la zona de influencia del Proyecto en 4 regiones dentro de las cuales se sitúan agencias de ODEF intervinientes. En este sentido se agruparon las agencias de Calpules, Metrocentro, Cofradía y Central en la región San Pedro Sula, de donde se seleccionaron 61 encuestados correspondientes a un 30.5% tal como lo refleja el Gráfico N°1; La región

Atlántida-Yoro contemplan las agencias de La Ceiba, El Progreso y Morazán con un 13.5% equivalente a 27 casos. Occidente articula a Gracias, La Esperanza y Azacualpa con 66 encuestados que equivalen al 33% mientras las agencias de Choloma y Villanueva se concentra en la región Depto. de Cortés con un 23% que son 46 casos.

Gráfico No 1. Distribución porcentual de regiones según proporción de la muestra



Población: 200 encuestados

Al distribuir la muestra según el área geográfica y el sexo de las y los encuestados, se obtuvo la selección plasmada en la Tabla B. En este sentido es preciso apuntar que, de los 200 casos de estudio, 98 correspondieron a hombres cónyuges y 102 a mujeres clientas de ODEF correspondientes a un 49% y 51% respectivamente. Además, se puede inferir que 134 encuestados son del área urbana y 66 del área rural, esto representa un 67% y 33% respectivamente.

Tabla B. Distribución de puntos muestrales seleccionados según cantidad de encuestados por área geográfica y sexo

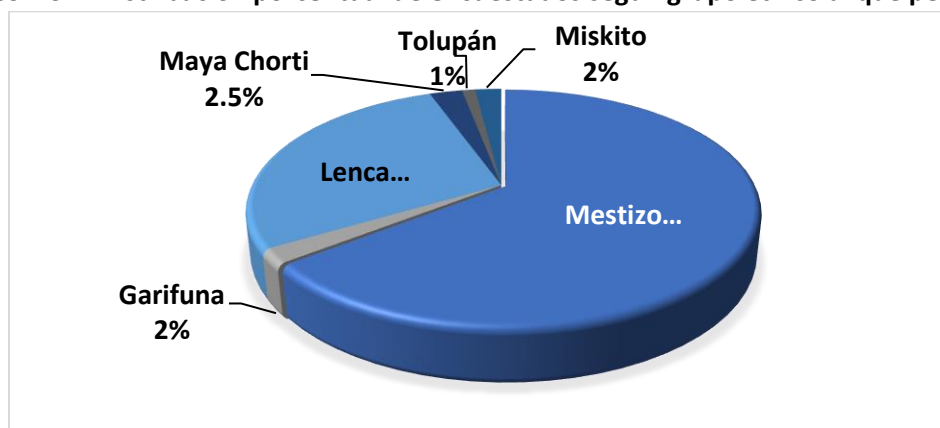
Punto muestral	Área Urbana			Área Rural			Total Encuestados
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	
Azacualpa	0	9	9	0	2	2	11
Choloma	11	9	20	9	8	17	37
El Progreso	3	1	4	1	1	2	6
Gracias	10	3	13	10	4	14	27
La Ceiba	3	3	6	1	1	2	8
La Esperanza	9	3	12	7	9	16	28
Morazán	4	5	9	2	2	4	13
Sa Pedro Sula	24	30	54	2	5	7	61
Villanueva	4	3	7	1	1	2	9
Total	68	67	134	33	33	66	200

Fuente: Construcción propia a partir de propuesta metodológica del Proyecto "ESCUCHAME"

En cuanto a los puntos muestrales esta misma Tabla reflejan 9 municipios; sin embargo, es preciso apuntar que estos engloban 12 agencias de ODEF, cuya cobertura en varias de ellas abarcan más de un municipio, tal es el caso de Gracias, en donde se obtuvo información de clientas y cónyuges de municipios aledaños como La Campa, de igual forma sucedió en La Esperanza, Villanueva y Morazán.

Por otra parte, al redistribuir el muestreo por grupo étnico, se demuestra que el 64.5% de la población encuestada se auto percibe como mestiza, lo que viene a ser 129 personas. Además, el Gráfico N°2 establece que el restante 35.5% corresponde a encuestados pertenecientes a un grupo étnico presente en el país. De estos el 28% son Lenca y los demás grupos étnicos como lo son Garífunas, Miskitos, Maya Chortí y Tolupanes suman 15 encuestados correspondientes a un 7.5% distribuidos principalmente en las regiones de Occidente y Atlántida-Yoro.

Gráfico No 2. Distribución porcentual de encuestados según grupo étnico al que pertenece



Población: 200 encuestados

Distribución de los casos cualitativos

Para construir los datos cualitativos se hizo acopio a las técnicas de entrevistas a profundidad y grupos focales. En este orden de ideas la Tabla B establece que se realizaron 25 entrevistas, de las que 20 se efectuaron con parejas, es decir una clienta y su cónyuge, alcanzando 10 mujeres y 10 hombres. Del mismo modo se desarrollaron 5 entrevistas a mujeres clientas para cotejar la información y realizar comparaciones con aquellas que fueron entrevistadas junto a sus cónyuges.

También es importante resaltar que 8 de las entrevistas se realizaron en San Pedro Sula; no obstante, las mismas se obtuvieron de 4 puntos muestrales diferentes como lo son Cofradía, Metrocentro, Calpules y Agencia principal. En el caso de los grupos focales se realizaron 4, los mismos se efectuaron en Gracias donde se desarrolló un grupo focal con clientas y otro con cónyuges, mientras en San Pedro Sula, en la Agencia principal, fue celebrado uno con clientas y en Calpules uno con cónyuges. En cada grupo focal participaron entre 5 y 8 personas.

Tabla C. Distribución de puntos muestrales seleccionados según tipo de técnica aplicada por cantidad de entrevistas y grupos focales realizados y sexo

Punto muestral	Entrevistas			Grupos Focales		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Azacualpa	1	1	2			
Choloma	2	1	3			
El Progreso	1	1	2			
Gracias	2	1	3	1	1	2
La Esperanza	2	1	3			
Morazán	1	1	2			
San Pedro Sula	5	3	8	1	1	2
Villanueva	1	1	2			
Total	15	10	25	2	2	4

Fuente: Construcción propia a partir de propuesta metodológica del Proyecto "ESCUCHAME"

La selección de las y los entrevistados reúne los requisitos de representatividad en materia de género, área geográfica y etnicidad. Además, cabe apuntar que al momento de seleccionar las y los participantes de los grupos focales se incorporó el criterio de edad, para que hubiera heterogeneidad en los puntos de vista de las y los participantes.

Etapas del proceso de investigación

Tabla D. Etapas del proceso de investigación según meses en los que se llevó a cabo

ETAPAS	MESES					
	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
a. Diseño muestral y elaboración de instrumento						
b. Prueba piloto y ajuste del instrumento:						
C. Capacitación del equipo de campo:						
d Base de datos:						
e. Recolección y digitación:						
f. Análisis de datos						
g. Socialización de resultados						

a- Diseño muestral y elaboración de instrumento:

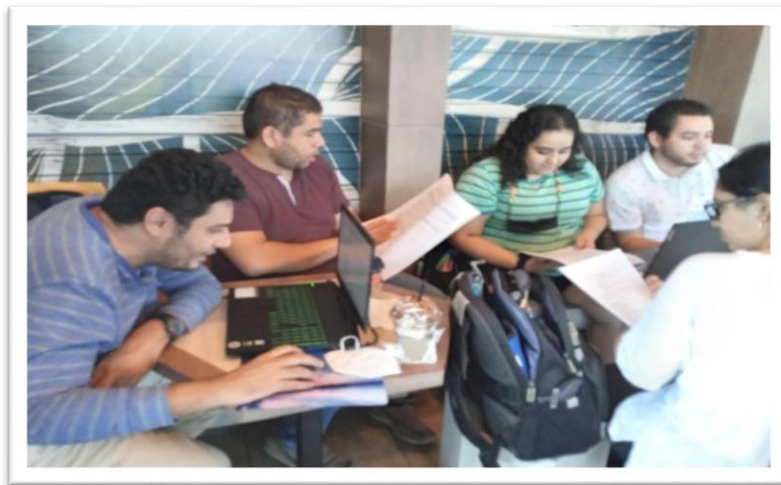
Este proceso se llevó a cabo durante los meses de julio y agosto de 2022. En estas actividades participaron los coordinadores del estudio y encargados del Proyecto por parte de ODEF.

b- Prueba piloto y ajuste del instrumento:

Durante esta etapa se incorporaron activamente estudiantes de las carreras de Sociología y Desarrollo Local de UNAH-VS y UNAH-CUROC respectivamente con quienes se socializó en primera instancia el cuestionario, aportando cambios y posteriormente se consultó con el Equipo de investigadores nacionales y la Fundación Grameen. Al mismo tiempo se realizaron las gestiones ante la Dirección de Investigación Científica, Humanística y Tecnológica UNAH- DICITH de la Constancia de su Comité Ético para desarrollar el Estudio. Esta solicitud fue tramitada en tiempo y forma por lo que no se tuvo ninguna objeción el posterior levantamiento de información, ya que se reunían todos los requisitos establecidos por esta Unidad científica.

c- Capacitación del equipo de campo:

Tanto estudiante como el Equipo de investigación fueron orientados en la temática de estudio. Este proceso fue dirigido en primer lugar al manejo metodológico del cuestionario, labor fue desarrollada por el Coordinador del Estudio. En segundo lugar, también se capacito a los entrevistadores en el abordaje metodológico y en tercer lugar se entrenó algunos de los investigadores de campo en el diseño, manejo y digitación de base de datos en el Programa.



Capacitación presencial y virtual al Equipo de investigadores de campo para la recolección de datos cuantitativos 9 de septiembre 2022.

d- Base de datos:

Esta actividad fue desarrollada por el Coordinador del Estudio. Para ello se utilizó los programas estadísticos Excel y SPSS en su versión 26.0.

e- Recolección y digitación:

Los equipos se integraron en 2 grupos conformados por 6 integrantes cada uno. Cada coordinador de grupo superviso a 5 investigadores de campo en la aplicación 200 cuestionarios a la población previamente seleccionada. Posteriormente tres de los investigadores de campo fueron capacitados en la digitación a quienes se le entrego aleatoriamente 70 y 60 cuestionarios, supervisados por la coordinación del Equipo.

f- Análisis de datos:

La información cuantitativa fue depurada y probada su consistencia cotejándola con la obtenida en los cuestionarios. Posteriormente al verificar dicha consistencia se elaboraron tablas y gráficos que son complementadas con información bibliográfica. Dichos insumos son los recursos con que se redacta el presente informe.

En cuanto a la parte cualitativos, se transcribieron de forma íntegra las 25 entrevistas y los 4 grupo focales. Esta tarea fue desarrollada por los investigadores asistentes, quienes a su vez capacitaron a estudiantes que participaron en el proceso cuantitativo en la transcripción de entrevistas fueron revisadas por el Equipo de la Fundación Grameen para obtener su posterior aprobación.

g- Socialización de resultados:

Inicialmente se presentaron informes de avance en el proceso de recolección de datos tanto al personal de ODEF encargado del Proyecto como la Coordinadora por parte de Fundación Grameen. En segunda instancia se realizaron una serie de reuniones virtuales para analizar los avances hasta culminar en una reunión presencial el 24 de octubre en la Oficina principal de ODEF con parte del Equipo investigador. Luego se ha concertado para el mes de diciembre un evento para socializar los hallazgos que serán puestos a la disposición de ODEF y Fundación Grameen.

CAPITULO II: RESULTADOS CUANTITATIVOS

Datos Demográficos

La población en estudio consta de 200 personas, de las cuales la Tabla No.1 presenta una proporción de 51% de mujeres y 49% de hombres. Aunque inicialmente se estipulaba una proporción similar entre mujeres y hombres, debido a dificultades en el campo y ajustes metodológicos resultó esta distribución. Esta tendencia es similar a la que según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) ha reflejado la distribución poblacional de Honduras para 2022, Institución que proyectó un 51.3% de mujeres y 48.7% de hombres. (INE, 2014, p.73)

En lo referente a la edad en tanto componente demográfico esta investigación se concentra el foco de atención en mujeres cuyas edades oscilan entre 18 y 35 años, correspondiente al 67.6%, ya que representan una etapa en las vidas de las microempresarias en las que ellas tienen hijos, son jóvenes que en ocasiones entablan nuevos hogares, por consiguiente, su movilidad social ascendente se les dificulta aún más. De hecho, estos condicionantes sociales y económicos en parte perpetúan su condición de exclusión, limitándolas a crecer económicamente e impidiendo su empoderamiento social.

A destacar es que el 97% de la totalidad de mujeres afirman mantener en la actualidad una relación estable, ya sea está casada o en unión libre. Únicamente el 12.7% de ellas no tienen hijos, es decir, el restante el 87.3% tienen al menos un hijo. En resume la población en estudio puede ser descritas como relaciones de parejas con hijos, se caracterizan oír estar constituidas por mujeres jóvenes y un hombre mayor aproximadamente entre 5 y 10 años. Esta combinación de nuevas relaciones con hijos menores puede crear desafíos más grandes para una microempresaria iniciar y hacer crecer un negocio, si ella no tiene apoyo en la casa para invertir tiempo en su emprendimiento.

En el apartado metodológico se detalló la selección de la muestra desde su componente étnico, no obstante, resulta interesante señalar que el 64.5% de la población es auto percibida como mestiza y un 35.5% afirma pertenecer a un grupo étnicamente diferenciado. En el caso de las mujeres su número alcanza 41 casos y en el de los hombres 30, siendo dentro de las clientas una importante representatividad, sobre todo, en el Occidente del país donde se encuestó a varios representantes de la étnica Lenca, mientras en Atlántida y Yoro se identificaron Garífunas, Miskitos y Tolupanés. La proporción étnica de este estudio supera la representación a nivel nacional que anda según el INE en el 8.64%. (INE, 2015)

Tabla No 1. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según edad, estado conyugal, hijos vivos y grupo étnico

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	<i>102</i>	<i>98</i>	<i>200</i>	<i>51.0</i>	<i>49.0</i>	<i>100.0</i>
Sexo						

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Hombre		98	98		49.0	49.0
Mujer	102		102	51.0		51.0
Edad						
17 años o menos	0	1	1	0.0	1.0	0.5
18 a 23 años	3	0	3	2.9	0.0	1.5
24 a 29 años	18	8	26	17.6	8.2	13.0
30 a 35 años	48	11	59	47.1	11.2	29.5
36 a 41 años	8	25	33	7.8	25.5	16.5
42a47años	7	14	21	6.9	14.3	10.5
48 a 53 años	7	9	16	6.9	9.2	8.0
54 a 59 años	1	9	10	1.0	9.2	5.0
60 y más años	3	13	16	2.9	13.2	8.0
No Responde	7	8	15	6.9	8.2	7.5
Estado conyugal						
Casado(a)	38	48	86	37.2	49.0	43.0
Unión Libre	61	46	107	59.8	46.9	53.5
Separado(a)	3	4	7	3.0	4.1	3.5
Hijos vivos						
Ningún Hijo	3	9	12	2.9	9.2	6.0
Un hijo	13	9	22	12.7	9.2	11.0
Dos hijos	37	29	66	36.3	29.6	33.0
Tres hijos	25	24	49	24.5	24.5	24.5
Cuatro hijos	12	14	26	11.7	14.3	13.0
Cinco hijos	7	8	15	6.9	8.2	7.5
Seis y más hijos	5	5	10	4.9	5.1	5.0
Grupo étnico						
Garífuna	2	2	4	2.0	2.0	2.0
Lenca	35	21	56	34.3	21.4	28.0
Maya Chortí	0	5	5	0.0	5.1	2.5
Mestizo	61	68	129	59.8	69.4	64.5
Miskito	2	2	4	2.0	2.0	2.0
Tolupán	2	0	2	2.0	0.0	1.0

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Seguridad Alimentaria y Pobreza

Al hablar de pobreza hay que enfatizar que la misma es multidimensional, contempla una serie de determinantes culturales, económicas, biológicas y sociales entre otros. De hecho, de diversos enfoques los factores nutricionales han tomado suma importancia para medir en parte esta problemática. En este apartado el Estudio trata de analizar los componentes de seguridad alimentaria que la población en estudio puede garantizar o no para establecer hasta qué punto son víctimas o agentes activos de la pobreza.

Inicialmente para verificar el componente de Seguridad Alimentaria la Tabla No. 2 evidencia acerca del consumo de alimentos que el 77.5% de la población encuestada admitió comer siempre todo lo que quiso y tener suficientes alimentos, pero no comió siempre lo que quiso. En contraparte 45 abordados correspondientes a un 22.5% dijeron padecer algún tipo de necesidad o escases alimentaria. En ambos casos la distribución entre mujeres y hombres se mantienen equiparadas.

Otro elemento muy relacionado a la seguridad alimentaria y reproducción de la pobreza es la cantidad de menores de 13 años dependientes de una familia. En este término 150 de los encuestados equivalentes al 75% aducen tener entre uno y cinco menores en su hogar un miembro menor de 14 años, solamente el 25% no cuenta con un menor de 14 años. Esta tendencia presenta un patrón de feminización en el número de menores, es decir, por su alta edad en promedio los hombres cuentan con menor número de personas cuya edad es inferior a 14 años en su hogar, caso opuesto el de las mujeres, quienes al contar con menor en edad en promedio la cantidad de niños en su hogar promedian entre dos y tres en su hogar.

Estos patrones son indicativos de la dificultad persistente en el caso de las mujeres para dedicarle tiempo a sus emprendimientos, debido a que la presencia de personas dependientes en su hogar que requieren de tiempo y recursos para su cuidado. Por ejemplo 40 mujeres, es decir, más de un tercio del total de ellas cuentan con uno o ninguno de 14 años mientras el restante dos terceras partes tienen entre dos y cinco dependientes menores de 14 años.

Ahora bien, luego de verificar la existencia de menores de 14 años en los hogares, hay que establecer que el 94.5% de la población encuestada afirman que la función de jefa de hogar lo ejerce la clienta o la cónyuge del hombre abordado. En un 4% de los casos este rol es suplantado por otra persona, mientras en 1.5% ninguna persona ejerce como jefa de hogar. También es oportuno apuntar que 7 de las clientas encuestadas atañen dicha función a otra persona ajena a ella.

Siempre en el tema de la jefatura de hogar, cabe apuntar que del total de la población abordada 106 de las mismas cuentan únicamente con educación primaria, correspondiente al 53%. Por otra parte, el 43.5% de las mujeres ostentan un grado académico superior a la primaria. Existe una diferenciación entre los datos presentados por mujeres y hombres en lo concerniente a la secundaria completa, en este sentido la proporción de jefas de hogar señaladas por los hombres se reduce a la mitad aproximadamente con los datos presentados por las mujeres de esta manera este grado académico según los hombres ostentan el 17.3 % de sus parejas, mientras que entre las mujeres se duplica alcanzando el 34.3%.

Tabla No 2. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según Consumo de alimentos, Miembros del hogar con 14 años o menos, Persona que ejerce como jefa de hogar y Nivel educativo de la jefa de hogar

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Consumo de alimentos						
Comió siempre todo lo que quiso	39	40	79	38.2	40.8	39.5
Tuvo suficientes alimentos, pero no comió siempre lo que quiso	41	35	76	40.1	35.7	38.0
Algunas veces no tuvo suficientes alimentos	13	22	35	12.7	22.4	17.5
Con frecuencia no tuvo suficientes alimentos	9	1	10	8.8	1.0	5.0
Cantidad de menores de 14 años en el hogar						
Ninguno menor	18	32	50	17.6	32.6	25.0
Un menor	22	22	44	21.5	22.4	22.0
Dos menores	34	29	63	33.3	29.6	31.5
Tres menores	20	11	31	19.6	11.2	15.5
Cuatro menores	7	3	10	6.9	3.1	5.0
Cinco menores	1	1	2	0.9	1.0	1.0
Persona que ejerce como jefa de hogar						
Encuestada	95	0	95	93.1	0.0	47.5
Cónyuge	2	92	94	1.9	93.8	47.0
Madre de la encuestada	4	0	4	3.9	0.0	2.0
Madre del cónyuge	0	1	1	0.0	1.0	0.5
Sin mujer jefa de hogar	0	3	3	0.0	3.1	1.5
Otro	1	2	3	0.59	2.0	1.5
Nivel educativo de la jefa de hogar						
Ninguno	1	3	4	0.9	3.1	2.0
Primaria	53	53	106	52.0	54.1	53.0
Ciclo común	10	15	25	9.8	15.3	12.5
Secundaria completa	35	17	52	34.3	17.3	26.0
Universitaria incompleta	3	7	10	2.9	7.1	5.0
No hay jefa/esposa, o sin datos	0	3	3	0.0	3.1	1.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

En continuidad a lo arriba expuesto, la Tabla No.3 expone que 195 casos un 97.5% de los encuestados afirman que ellos o sus cónyuges ejercen como jefe de hogar, únicamente en un 2% otro hombre ejerce este rol. Esto evidencia altos niveles, sobre todo entre las mujeres de la presencia de una figura de jefatura

masculina en sus hogares, lo que resulta primordial para cualquier análisis en materia de emprendimientos, manejo de recursos y ejercicios de violencia basada en género.

Tabla No 3. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según Persona que ejerce como jefe de hogar, Ocupación del jefe de hogar, y Miembros de hogar que trabajan como empleados asalariados

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Persona que ejerce como jefe de hogar						
Encuestado	6	92	98	5.9	93.9	49.0
Cónyuge	91	6	97	89.2	6.1	48.5
Padre de la encuestado	4	0	4	39.	0.0	2.0
Sin jefe de hogar	1	0	1	0.9	0.0	0.5
Ocupación del jefe de hogar						
Agricultura	21	23	44	20.6	23.5	22.0
Ganadería	0	1	1	0.0	1.0	0.5
Trabajo agropecuario	1	1	2	0.9	1.0	1.0
Ventas	26	32	58	25.5	32.6	29.0
Prestación de servicios	8	6	14	7.8	6.1	7.0
Operación de carga y almacenaje	3	1	4	2.9	1.0	2.0
Industria (fabrica o maquila)	13	7	20	12.7	7.1	10.0
Mecánica	4	5	9	3.9	5.1	5.0
Albañilería	8	5	13	7.8	5.1	6.5
Transporte	3	10	13	2.9	10.2	6.5
Empleado de oficina, director, gerente	4	1	5	3.9	1.0	2.5
Aseo y Vigilancia	3	1	4	2.9	1.0	2.0
NS/NR/NA	3	0	3	2.9	0.0	1.5
Miembros de hogar que trabajan como empleados asalariados						
Ninguno	40	39	79	19.6	39.8	39.5
Uno	32	22	54	31.4	22.4	27.0
Dos o mas	30	37	67	9.4	37.8	33.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Al determinar la ocupación del jefe de hogar es necesario establecer diferentes rubros, estos varían dependiendo la zona geográfica que habitan. De este modo es posible que en el área rural resalten ocupaciones vinculadas al agro, mientras en la urbana, rubros relativos al empleo asalariado y autoempleo. En este sentido el 29% afirman dedicarse a las ventas, el 22% agricultura y un 10% se dedica a la industria; estas ocupaciones concentran el 61% de los rubros. En resumen, se puede constatar a

grandes rasgos que varios de los jefes de hogar perciben un salario estable; sin embargo la gran mayoría se dedica actividades de autoempleo o sin condiciones laborales que cumplan la plenitud de derechos.

Lo anterior queda de manifiesto al observar en la Tabla N° 3 la cantidad de miembros de hogar que trabajan como empleados asalariados. En este sentido el 79 de los abordados señalan que no se encuentra en su hogar una persona en esa condición, lo que equivale al 39.5% del total. A su vez el 27% afirma que al menos hay una persona asalariada y en cambio el 33.5% afirman que en su hogar conviven 2 o más personas asalariadas, lo que permite a este tercio del total de encuestados contar con una fuente adicional de ingresos que permite sufragar gastos y generar mejores condiciones de vida.

Mitigación de la Pobreza

Usando preguntas del Índice de Probabilidad de Pobreza IPP, se estima que aproximadamente el 41% de los hogares de ODEF probablemente vivan por debajo de la línea de pobreza nacional (2005), 19% por debajo de la línea de pobreza internacional de \$ 2.50 (2005 IPP) y 34% por debajo de la línea de pobreza internacional de \$3.75 (2005 IPP) (Tabla N°4). Las mujeres encuestadas tenían más probabilidades de ser evaluadas como pobres en comparación con los hombres encuestados (Tabla N°4a). Estos números están consistentes con la data de ODEF cuando captura el IPP con sus propios clientes y clientas. Los hogares en áreas rurales tienen solo un poco más de probabilidad de ser pobres que los hogares urbanos (Tabla N°4b). Hay una gran diferencia de niveles de pobreza respecto a los grupos étnicos. Los mestizos (el grupo más grande) tienen un nivel de pobreza mucho menos que Los Lencas (el segundo grupo más grande) (Tabla N°4c). Todos los demás grupos tienen tamaños de muestra pequeños, lo que hace que sus promedios tengan menos probabilidades de ser representativos para el grupo en general.

Dado que se suponía que la mayoría de los encuestados, hombres y mujeres, pertenecían al mismo hogar, es probable que los hombres y las mujeres interpretaran las condiciones de sus electrodomésticos de manera diferente. Por ejemplo, una de las preguntas del PPI pregunta si el hogar tiene una estufa o un refrigerador en buenas condiciones de funcionamiento. Los hombres respondieron más positivamente que las mujeres, lo que puede estar impulsando esta diferencia en la pobreza entre hombres y mujeres.

Si bien el PPI utilizado en este estudio aprovecha un instrumento de encuesta basado en un estudio nacional de hogares que utiliza medidas de pobreza de 2005, las tasas de pobreza han cambiado lentamente en Honduras.

Tabla No 4(a). Distribución porcentual de encuestados por sexo según la línea de pobreza nacional, la línea de pobreza internacional \$2.50 y \$3.75 usando el IPP

Características	Comparación (Porcentual)		
	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	51.0	49.0	100.0
Debajo de la línea de pobreza nacional	44.29	37.55	40.98
Debajo de la línea de pobreza internacional \$2.50	20.58	16.69	18.67
Debajo de la línea de pobreza internacional \$3.75	36.73	30.46	33.66

Tabla No 4(b). Distribución porcentual de encuestados por área según la línea de pobreza nacional, la línea de pobreza internacional \$2.50 y \$3.75 usando el IPP

Características	Comparación (Porcentual)		
	Rural %	Urbana %	TOTAL %
Debajo de la línea de pobreza nacional	41.75	40.61	40.98
Debajo de la línea de pobreza internacional \$2.50	18.99	18.52	18.67
Debajo de la línea de pobreza internacional \$3.75	34.21	33.39	33.66

Tabla No 4(c)

Distribución porcentual de encuestados por grupo étnico según la línea de pobreza nacional, la línea de pobreza internacional \$2.50 y \$3.75 usando el IPP

Características	Comparación (Porcentual)		
	Debajo de la línea de pobreza nacional	Debajo de la línea de pobreza internacional \$2.50	Debajo de la línea de pobreza internacional \$3.75
Gárfuna (n=4)	37.58	13.45	29.53
Lenca (n=56)	53.61	28.39	45.80
Maya Chorti (n=5)	36.84	15.16	29.10
Mestizo (n=129)	36.00	14.91	28.91
Miskito (n=4)	24.50	6.55	17.80
Tolupan (n=2)	59.05	32.50	51.30
Total	40.98	18.67	33.66

Empoderamiento Económico

Después de abordar la temática concerniente a la seguridad alimentaria y la mitigación de la pobreza, es importante profundizar en lo referente al empoderamiento económico. En este sentido el proceso de empoderamiento económico de las mujeres desde la teoría del cambio implica una serie de pasos y elementos fundamentales que contribuyen a su autonomía económica y a la superación de las desigualdades de género en este ámbito. Entre estos pasos resaltan los eminentemente económicos, los de índole cultural y los estructurales que conllevan transformaciones políticas y jurídicas.

Según este enfoque, el primer paso consiste en realizar un análisis crítico de las barreras y desigualdades que enfrentan las mujeres en el ámbito económico, lo que implica identificar las normas culturales, instituciones y prácticas que perpetúan la discriminación de género en el acceso a recursos económicos, oportunidades laborales, salarios justos y cargas desiguales de trabajo no remunerado. En este tema, se ha evidenciado por largo tiempo que los valores y normas machistas predominante en América Latina reprodujeron prácticas en las que las mujeres tenían impedimento para decidir, incluso, sobre el dinero que ellas mismas generaban.

En contraste a esa idea, la Tabla No. 5 visualiza en lo referente al dinero ganado, que casi dos terceras partes 65.5% de las personas encuestadas afirman que ellos y sus cónyuges deciden sobre el mismo. También es significativo el 28.5% de encuestados hombres y mujeres que asumen que ellos deciden como gastar su dinero. Lo interesante en este apartado se nota al desagregar los datos por sexo, ya que el 39.2% de las mujeres deciden ellas mismas como gastar su dinero, si se compara con el 17.3% de hombres se evidencia un avance, el que también puede palpase a través del 76.5% de hombres cuya respuesta es que ambos deciden en el hogar.

Tabla No 5. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según ¿Quién decide sobre? El dinero que usted gana, Cónyuge gana y Compras importantes del hogar

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
El dinero que Ud. gana						
Usted	40	17	57	39.2	17.3	28.5
Su cónyuge	2	6	8	2.0	6.2	4.0
Ambos (usted y cónyuge)	56	75	131	54.8	76.5	65.5
Otra persona	1	0	1	1.0	0.0	0.5
Usted y otra persona	1	0	1	1.0	0.0	0.5
NS/NR/NA	2	0	2	2.0	0.0	1.0
El dinero que el cónyuge gana						
Usted	4	5	9	3.9	5.1	4.5
Su cónyuge	26	19	45	25.5	19.4	22.5
Ambos (usted y cónyuge)	69	63	132	67.7	64.3	66.0
No tiene Cónyuge	3	3	6	2.9	3.0	3.0
Cónyuge no genera ingresos	0	8	8	0.0	8.2	4.0
Compras importantes del hogar						
Usted	32	20	52	31.4	20.4	26.0
Su cónyuge	6	13	19	5.9	13.3	9.5
Ambos (usted y cónyuge)	64	65	129	62.7	66.3	64.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Los datos arriba expuestos se ratifican al consultar sobre ¿Quién decide sobre el dinero que gana su cónyuge? La respuesta de ambos es afirmada por el 66%, aunque hay que mencionar que los hombres disminuyen en comparación a las mujeres. Esto quiere decir que las mujeres disponen un poco más del dinero que generan los hombres al compartirlo estos últimos, mientras que las mujeres comparten menos sus ingresos con sus cónyuges mostrando mínimamente autonomía en el manejo de sus recursos.

Al analizar las compras importantes en el hogar se mantiene la tendencia de la participación de ambos; sin embargo, las mujeres tanto en su rol de clientas como el de cónyuge muestran altos niveles de participación, con esto es factible deducir que las mujeres son las personas claves al momento de la realización de la compra en el hogar, ya sea por recursos que aportan o por la capacidad de incidencia que genera en su relación.

Ingreso

A pesar de que la mujer tiene mediana capacidad para decidir con su dinero, es preciso indicar que estas aportan significativamente ingresos al hogar. Lo anterior se suma a las cargas desiguales de trabajo no remunerado que desarrolla dentro del hogar y esta situación empeora al obtener ingresos menores comparativamente a los de sus conyugues. Esto se detalla en la Tabla No.6 se enfatiza en las personas que aportan económicamente al mismo. Es así como del total de encuestados incluidos clientas y cónyuges el 97.5% afirman brindar aportes en su hogar, de hecho, esta proporción es similar entre hombres y mujeres. Por otra parte, al indagar sobre los cónyuges aportantes el porcentaje se redujo a un 89.5%. Es interesante apuntar que hay un 7% de hogares donde sus cónyuges no aportan y de estos un 2.5% son hombres que según las clientas no les brindan ingresos a sus hogares.

Por las condiciones culturales y socioeconómicas que se viven en Honduras, en muchos de los hogares cohabitan además de la familia nuclear otros parientes que en ocasiones se encuentran en situación de dependencia haciendo mayor la carga económica de los jefes de este. Sin embargo, en el presente estudio un 6% del total de encuestados aducen que reciben ingresos de sus madres y un 3.5% de sus padres. Además, cabe destacar que un 3% y 2% afirman que la madre y padre de su cónyuge aportan ingresos respectivamente. Los hermanos en un 6.5% y otros familiares con un 8.5% también aportan.

Siempre en el orden de los ingresos, con los datos presentados en la Tabla No.6 se puede diferenciar el ingreso percibido por la población encuestada y distribuirlos en dos grandes grupos: por una parte, el 44.5% que afirma haber obtenido en el último mes ingresos iguales o superiores a 12 mil lempiras, aproximadamente 500 dólares americanos. Por otro lado, un el 53.5% argumentaron haber percibido en el último mes ingresos inferiores a la suma referida. En este ámbito es necesario detenerse a reflexionar en la distribución según sexo de los ingresos, ya que esta misma tabla devela que en promedio las mujeres obtienen menos ingresos que sus cónyuges.

Al profundizar en la desagregación por sexo, se evidencia que el rango superior de ingresos (los que tuvieron ingresos superiores a L 12.000 en el mes anterior) hay una predominancia de los cónyuges hombres sobre las clientas mujeres, es así como el 55.1% de los hombres identificaron con esta cantidad, pero las mujeres únicamente alcanzan el 34.3%. De hecho, esta desigualdad de los ingresos se incrementa en el rango más bajo, es decir, el de ingresos inferiores a 3 mil 599 lempiras o 150 dólares americanos, en el que las mujeres clientas representan comparativamente mayoría con 26.5% comparado con los hombres que solo llegan al 10.2%.

Tabla No 6. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según personas que aportan ingresos económicos en su hogar

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Usted						
Si	98	97	195	96.1	99.0	97.5
No	4	1	5	3.9	1.0	2.5

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
Muestra	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Su cónyuge						
Si	96	83	179	94.1	84.7	89.5
No	5	9	14	4.9	9.2	7.0
No tiene cónyuge	1	6	7	1.0	6.1	3.5
Su madre						
Si	6	6	12	5.9	6.1	6.0
No	96	92	188	94.1	93.9	94.0
Su Padre						
Si	5	2	7	4.9	2.0	3.5
No	97	96	193	95.1	98.0	96.5
Madre de su cónyuge						
Si	3	3	6	2.9	3.1	3.0
No	99	95	194	97.1	96.9	97.0
Padre de su cónyuge						
Si	3	1	4	2.9	1.0	2.0
No	99	97	196	97.1	99.0	98.0
Hermanos (as)						
Si	8	5	13	7.8	5.1	6.5
No	94	93	187	92.2	94.9	93.5
Otros familiares						
Si	7	10	17	6.9	10.2	8.5
No	95	88	183	93.1	89.8	91.5
Otros						
Si	2	1	3	2.0	1.0	1.5
No	100	97	197	98.0	99.0	98.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Después de constatar que las mujeres reciben menos ingresos al de los hombres, se vuelven prudente comparar los ingresos totales obtenidos en los últimos 12 meses con los de años anteriores. En ese orden de idea a partir de los datos de la Tabla No.7 es factible agrupar a quienes afirman que sus ingresos aumentaron mucho o un poco, llegando a un tercio de la población 33%, quienes consideran que han disminuido de forma drástica o un poco fueron 24% y la mayoría establecieron que sus ingresos se mantuvieron iguales con un 43%.

Este comportamiento se mantiene homogéneo entre las clientas y los cónyuges, el único segmento que denota algún cambio significativo es el de aumentó mucho, en el que las mujeres duplicaron con un 13.7% y los hombres que acumularon un porcentaje del 7.1%. A pesar de las dificultades y los bajos ingresos en promedio mostrado por las mujeres, la tendencia ha mejorado esa situación es favorable; no obstante, estos ingresos continúan siendo relativamente bajos al compararlos con los de los hombres.

Tabla No 7. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según ingreso estimado mes anterior y último año de ingreso.

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Ingreso estimado para el mes anterior						
Más de L. 12,000.	35	54	89	34.3	55.1	44.5
L. 7,300 a L. 11,999.	20	15	35	19.6	15.3	17.5
L. 3,600 a L.7,299	17	18	35	16.7	18.4	17.5
Menos de L.3,599	27	10	37	26.5	10.2	18.5
No recibe ingresos	3	1	4	2.9	1.0	2.0
En el último año, los ingresos en su hogar:						
Aumentaron mucho	14	7	21	13.7	7.1	10.5
Aumentaron un poco	23	22	45	22.5	22.4	22.5
Se mantuvieron igual	42	44	86	41.2	45.0	43.0
Disminuyeron un poco	19	19	38	18.7	19.4	19.0
Disminuyeron mucho	4	6	10	3.9	6.1	5.0

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

En consonancia con lo arriba expuesto, un segundo paso para el empoderamiento económico de las mujeres se obtiene por medio del fortalecimiento de sus capacidades y habilidades para acceder y participar en el mercado laboral de manera equitativa. Esto implica brindar oportunidades de formación, educación y capacitación en habilidades técnicas, liderazgo, emprendimiento y gestión empresarial entre otros aspectos relevantes para su desarrollo. Cabe señalar que las mujeres muestran mejor actitud al cambio, capacitación y adaptación de sus emprendimientos. Esto ante las condiciones adversas que enfrentó el país durante los últimos 3 años, los microempresarios en especial las mujeres necesitaron reacomodarse para que sus emprendimientos no fracasaran.

De hecho sus pocos recursos económicos, aunado a sus múltiples responsabilidades en el hogar volvieron más complicada la tarea de recuperar sus negocios, pese a ello, varias afirman haber mejorado sus condiciones e ingresos, por medio de capacitaciones e innovaciones de productos e incluso al modificar el rubro de su emprendimiento. En este sentido la Tabla No.8 presenta una serie de razones que argumentan las causas por las que los ingresos del último año aumentaron, disminuyeron o se mantuvieron igual. Es así como para comprender mejor el tema hay que agruparlas en función del aumento, encontrando 6 razones posibles que facilitaron dicha mejoría. En cuanto a las vinculadas a la disminución de ingresos se identifican 2 y por consecuencia solo se omite solo una que argumenta la falta de cambio.

Al interiorizar las razones que justifican la mejoría de ingresos se evidencia que la principales son: nueva actividad para generar ingresos con 21.5%, mejor acceso a los servicios financieros 17% y mejora del apoyo a nivel de los hogares 11%. En todas estas razones las mujeres muestran ligera mayoría proporcionalmente hablando, aunque resulta interesante el porcentaje de hombres que arguyen al igual que las mujeres que una de las principales razones para su mejora de ingresos se debe al apoyo en sus hogares por parte de sus cónyuges. Cabe destacar que entre las razones más presentes por parte de los encuestados sobresalen las económicas vinculadas a factores externos y los cambios internos dentro del hogar.

La Tabla No. 8 no solamente plantea razones el aumento, sino también las vinculadas en la disminución de ingresos. De esta manera los fenómenos naturales derivaron en mal tiempo y condiciones climáticas adversas en un 18% y el pobre ambiente de negocios o competencia alcanza el 11%. Estas argumentaciones atañen a factores externos la causalidad de la disminución de ingresos, especial estos factores afectan por igual a hombres y mujeres, pero enfatizando en aquellas personas dedicadas a microemprendimientos relacionados a la venta de productos de temporadas o ubicadas en sitios vulnerables a desastres naturales.

En consonancia con los mejores ingresos de los hombres, son estos lo que en su mayoría afirman que nada ha cambiado 33.7%, comparado con 20.6% de las mujeres. Lo anterior puede interpretarse que los cambios externos de índole económico, ambiental y social afectan en mayor medida a las mujeres y sus actividades generadoras de ingreso y en el caso de los hombres hay mayor adaptabilidad o resiliencia. En síntesis, resulta cada vez más necesario brindar oportunidades de formación, educación y capacitación en habilidades técnicas, liderazgo, emprendimiento y gestión empresarial entre otros.

Tabla No 8. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según razones por las que sus ingresos han mejorado, empeorado o se mantienen

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Nueva actividad para generar ingresos						
Si	27	16	43	26.5	16.3	21.5
No	75	82	157	73.5	83.7	78.5
Métodos agrícolas mejorados						
Si	10	7	17	9.8	7.1	8.5
No	92	91	183	90.2	92.9	91.5
Mejor acceso a los servicios financieros						
Si	20	14	34	19.6	10.2	17.0
No	82	84	166	80.4	89.8	83.0
Mejor acceso a la información						
Si	13	6	19	12.7	6.1	9.5
No	89	92	181	87.3	93.9	90.5

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
Muestra	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Acceso a oportunidades de tutoría o apoyo de compañeros						
Si	6	5	11	5.6	5.1	5.5
No	96	93	189	94.4	94.9	94.5
Mejora del apoyo a nivel de los hogares						
Si	11	11	22	10.8	11.2	11.0
No	92	87	178	89.2	88.8	89.0
Mal tiempo/condiciones climáticas						
Si	18	18	36	17.6	18.4	18.0
No	84	80	164	82.4	81.6	82.0
Pobre ambiente de negocios/competencia						
Si	11	11	22	10.8	11.2	11.0
No	91	87	178	89.2	88.8	89.0
Nada ha cambiado						
Si	21	33	54	20.6	33.7	27.0
No	81	65	146	79.4	66.3	73.0
Otra (especificar)						
Si	6	9	15	5.6	9.2	7.5
No	96	89	185	94.4	90.8	92.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Agencia Intrínseca del Uso del Tiempo

El tiempo destinado a la realización de actividades al largo del día es diferenciado para hombres y mujeres, con esto se pretende exponer que las mujeres dedican comparativamente más tiempo al día a otras labores ajenas a su esfera laboral remunerada. Además de esta marcada desigualdad, las mujeres dedican menos tiempo que los hombres a sus actividades personales y recreativas; no obstante, en apariencia esta manifestación de inequidad pasa inadvertida y es por ende en la Tabla No. 9 se presentan una serie de enunciados por medio de los que se analiza la opinión de hombres y mujeres con respecto al uso de su tiempo.

Para un análisis más sintético de estos hallazgos se concentran las respuestas afirmativas (completa y parcialmente de acuerdo) y las que niegan la aseveración (completa y parcialmente en desacuerdo). Es así como con la declaración comparativa con “una mujer que un hombre puede cambiar más fácilmente su horario,” se evidencia que casi dos terceras partes 65.5% están de acuerdo parcial y completamente, con la

aseveración. Este comportamiento es similar tanto en hombres como en mujeres, relegando a un 33.5% las opiniones contrarias de ambos grupos a tal declaración.

Con la declaración que debido a sus responsabilidades “las mujeres duermen menos que los hombres,” un 76.5% confirmaron la misma, cabe señalar que las mujeres muestran mayor proporción de opiniones afirmativas acumulando un 83.3%. Por otra parte, parece ser que en el caso de los hombres esta situación no es observada, ya que un 30.6% de estos se encuentran parcial o completamente en desacuerdo en dicha declaración. Debido a su condición de género y los roles culturalmente asignados las mujeres perciben y sufren esta situación que según los datos también son percibidos por los hombres; pero aún persiste que un 23.5% de encuestados pasan desapercibida esta situación.

En consonancia con el párrafo anterior, la consultas acerca de que en comparación a los hombres las mujeres tienen menos tiempo libre arroja datos abrumadores en los que el 85% de la población encuestada afirman estar parcial o completamente de acuerdo con la declaración. Entre el 15% que se muestra en desacuerdo con esta aseveración cabe resaltar que un 7.5% corresponden a hombres, que dada a su situación de cónyuges y que casi la totalidad de sus parejas trabajan de forma remunerada, resulta paradójico esta postura.

Ahora al indagar sobre si las “responsabilidades de mujeres toman más tiempo que las de los hombres,” el 82.5% se encuentran completa o parcialmente de acuerdo. Por otra parte, aunque un 17.5% se encuentra en desacuerdo, lo interesante es que el 20.6% de mujeres creen esto. Al mismo tiempo se indagó sobre si es factible “cambiar su horario diario.” Aquí las respuestas afirmativas alcanzaron un 60%; aquellos que expresan estar completamente en desacuerdo alcanzan un 31%.

Tabla No 9. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según declaraciones del uso del tiempo y dedicación a realizar actividades.

<i>Características</i>	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Un hombre puede cambiar su horario diario más fácilmente.						
Completamente en desacuerdo	23	23	46	22.5	23.5	23.0
Parcialmente en desacuerdo	12	9	21	11.8	9.2	10.5
Parcialmente de acuerdo	16	17	33	15.7	17.3	16.5
Completamente de acuerdo	49	49	98	48.0	50.0	49.0
No Responde	2	0	2	2.0	0.0	1.0
Las mujeres generalmente duermen menos que los hombres.						
Completamente en desacuerdo	11	22	33	10.8	22.4	16.5
Parcialmente en desacuerdo	6	8	14	5.9	8.2	7.0
Parcialmente de acuerdo	8	14	22	7.8	14.3	11.0

Completamente de acuerdo	77	54	131	75.5	55.1	65.5	
Las mujeres tienen menos tiempo libre que los hombres.							
Completamente en desacuerdo	7	13	20	6.9	13.2	10.0	
Parcialmente en desacuerdo	2	8	10	2.0	8.2	5.0	
Parcialmente de acuerdo	11	9	20	10.7	9.2	10.0	
Completamente de acuerdo	82	68	150	80.4	69.4	75.0	
Responsabilidades de mujeres toman más tiempo que las de los hombres.							
Completamente en desacuerdo	15	9	24	14.7	9.2	12.0	
Parcialmente en desacuerdo	6	5	11	5.9	5.1	5.5	
Parcialmente de acuerdo	16	16	32	15.7	16.3	16.0	
Completamente de acuerdo	65	68	133	63.7	69.4	66.5	
Siente que puede cambiar su horario diario.							
Completamente en desacuerdo	32	30	62	31.4	30.6	31.0	
Parcialmente en desacuerdo	12	6	18	11.8	6.1	9.0	
Parcialmente de acuerdo	24	18	42	23.5	18.4	21.0	
Completamente de acuerdo	34	44	78	33.3	44.9	39.0	
Solicitarle a un miembro de su hogar que haga algunas de sus tareas domésticas.							
Completamente en desacuerdo	13	18	31	12.7	18.4	15.5	
Parcialmente en desacuerdo	1	4	5	1.0	4.1	2.5	
Parcialmente de acuerdo	8	9	17	7.9	9.1	8.5	
Completamente de acuerdo	80	67	147	78.4	68.4	73.5	
Solicitarle a un miembro de su hogar que le ayude a cuidar a un niño u otro familiar.							
Completamente en desacuerdo	10	10	20	9.8	10.2	10.0	
Parcialmente en desacuerdo	3	6	9	2.9	6.2	4.5	
Parcialmente de acuerdo	9	7	16	8.8	7.1	8.0	
Completamente de acuerdo	80	75	155	78.5	76.5	77.5	
Cambiar la cantidad de tiempo que dedica al trabajo remunerado.							
Completamente en desacuerdo	38	27	65	37.3	27.6	32.5	
Parcialmente en desacuerdo	6	5	11	5.9	5.1	5.5	
Parcialmente de acuerdo	13	11	24	12.7	11.2	12.0	
Completamente de acuerdo	40	52	92	39.2	53.1	46.0	
NS/NR/NA	5	3	8	4.9	3.0	4.0	

En cuanto a si uno puede “solicitarle a un miembro de su hogar que haga algunas de sus tareas domésticas,” el 82% considera estar parcial o completamente de acuerdo, mostrando ligeramente mayor anuencia las mujeres. Sin embargo, 22.5% de los cónyuges están en desacuerdo con la declaración. La declaración se complementa con la de “solicitar a un miembro de su hogar que le ayude a cuidar a un niño u otro familiar;” en este sentido el 85.5% indican estar de acuerdo, solo un 14.5% no lo está y tanto hombres como mujeres presentan tendencias homogéneas en sus respuestas.

Siempre en el complemento de la Tabla No.9, al consultar acerca de que si el encuestado podría “cambiar la cantidad de tiempo que dedica al trabajo remunerado,” el 58% está de acuerdo; entre hombres, 64% está de acuerdo. Por otro lado, el 38% se encuentra en desacuerdo; entre mujeres, 43% se encuentra en desacuerdo.

Cuando se resume todos los indicadores en un índice Tabla No. 10, los resultados muestran que las mujeres tienen una agencia limitada. Cada indicador se calificó usando 3 para estar “completamente en desacuerdo”, 2 para estar “parcialmente en desacuerdo”, 1 para estar “parcialmente de acuerdo” y 0 para estar “completamente de acuerdo”. La puntuación máxima de 24 significaría que las mujeres tienen plena agencia de uso del tiempo, mientras que una puntuación de 0 significaría que no tienen agencia de uso del tiempo. El índice muestra que las mujeres obtienen una puntuación 6.35 de un total de 24 puntos posibles y los hombres una puntuación 6.72 de un total de 24 puntos posible. Los puntajes de hombres y mujeres son bastante comparables, lo que sugiere una creencia común sobre en dónde las mujeres tienen y dónde no tienen una agencia intrínseca del uso de tiempo.

Estos hallazgos cuantitativos son reforzados desde la perspectiva cualitativa, demostrando los temas abordados por las mujeres y a los que sus cónyuges les interesan. De manera general, gran parte de las entrevistadas señalan tener buena comunicación con sus parejas, esta se da de manera constante y sobre todo tipo de temas relacionado con la vida familiar. De hecho, las actividades cotidianas de ambos, las perspectivas en sus trabajos y las relaciones con sus hijos son los principales tópicos abordados. Esto se constata en palabras de una cliente del municipio de Choloma.

«Casi todas las noches, hablamos de nuestros hijos del comportamiento de ellos, otras cosas que hacen y no les gustan, otras cosas que tenemos que mejorar o de pareja. También hacemos inventario con las mejoras que se han hecho en el hogar»

Como previamente fue apuntado, existe una fluida comunicación entre las parejas; no obstante, la misma se reduce a los momentos arriba señalados. De igual forma, dependiendo el rubro al que su cónyuge se dedica se produce la temática y el tiempo requerido para esta discusión. Así, si su cónyuge es asalariado, solo puede ser abordado al momento de retorno a casa en horas de la noche y si el mismo se dedica a un emprendimiento o autoempleo, es más factible que la comunicación sea constante en diversos momentos del día y los temas fluyan en torno al aspecto económico del o los negocios. De esta manera lo expresa una entrevistada de Choloma.

«Todos los días, generalmente, no los miras en el día, porque es albañil y está arreglando un taller de lavadoras que va a poner. Ya pues, conversamos como nos fue en el día»

Por otra parte, al abordar a los cónyuges estos reiteran la frecuencia con las que dialogan con sus parejas, aduciendo que la misma es constante y no se limita a la cotidianeidad, sino que trasciende al plano

familiar y económico. Se enfatiza que estas conversaciones transcurren al final de la jornada laboral de ambos, mientras se disponen a descansar. En palabras del cónyuge de una clienta de Villanueva se refiere así:

«Pues siempre hablamos de lo que nos ha pasado, del problema que de repente hay en el transcurso del día. A veces nos sentamos en la noche, nos comunicamos, casi siempre todos los días»

Tabla No 10. Índice de la Agencia Intrínseca del Uso de Tiempo

Características	Comparación (Porcentual)		
	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	51.0	49.0	100.0
Agencia Intrínseca del Uso del Tiempo	6.35	6.72	6.54

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022; min = 0; max = 24.

Tiempo dedicado a conversar con su pareja sobre sus actividades

A manera de introducción y siguiendo la lógica del tiempo en la Tabla No.10 y su complemento se muestran una serie de actividades que presentan una medición temporal en la que la población abordada estima dedicarle a manera de conversación con su pareja. Para fines analíticos se agrupan las respuestas de usualmente y siempre como comunicación fluida y la de nunca, rara vez y a veces como comunicación escasa.

En este sentido se inicia con su horario diario, aquí el 70.5% de la población (o 75.5% de los hombres y 65.7% de las mujeres) afirma conversar con su pareja sobre este tema de forma usual y siempre. En cambio, el 28% señala tener nula o escasa conversación con su pareja sobre su horario, siendo predominante el caso de las clientas (33.3%) comparado con solo 22.5% de los hombres. Estos datos dejan entrever el rol de las mujeres en el hogar de escuchar a sus cónyuges y que en menor medida esa relación recíproca, teniendo menor oportunidad de ellas de expresar sus vivencias y ser escuchadas.

En cuanto a sus actividades agrícolas es necesario subrayar que las mismas son realizadas por solo una parte de la población encuestada, sobre todo en el área rural la que alcanza 94 casos es decir un 47% del total de la población encuestada. De estos, 58 afirman tener comunicación fluida, representando el 29% de la población encuestada o el 61.7% de la población que trabaja en la agricultura. Se mantuvieron los mismos niveles tanto hombres como mujeres. En sentido opuesto se evidencian 36 encuestados (18% del total o 38.3% de los que trabajan en la agricultura) cuya comunicación es escasa o nula en relación con este tema, mostrando al desagregarse por sexo al igual que en la actividad anterior en esta las mujeres presentan menor oportunidad de dialogar con su pareja sobre este tema.

Del mismo modo la actividad relacionada a su trabajo u otro trabajo remunerado tiene una respuesta positiva del 75.5%, o sea, tres de cada cuatro afirman dialogar con su pareja sobre este tema, se relejan idénticas proporciones entre hombres y mujeres. Entre quienes manifiestan escasa comunicación (24.5% de las mujeres y 21.4% de los hombres), las mujeres reúnen el 16.5 % de los abordados que denotan nunca, poca o en ocasiones conversar con su pareja sobre su trabajo u otras remuneraciones.

Esto es refrendado desde lo cualitativo, ya que al igual que las mujeres, los hombres señalan tener buena comunicación con sus parejas, estableciendo diálogos sobre la situación de sus familias y de sus negocios. Cabe destacar que estos fueron más escuetos al momento de referirse al tema, pero mostraron mucho interés al abordar el tema económico y específicamente el de los negocios de sus parejas. Así lo expresa el cónyuge, de una clienta de Choloma:

«Bueno nosotros hablamos siempre sobre el negocio y como va conmigo»

Así mismo las tareas domésticas fue un tema consultado, mostrando que el 65% del total dice conversar de forma usual o siempre con su pareja del tema, de igual manera opinan mujeres y hombres. Al igual de las anteriores actividades, en donde las mujeres mostraban menores niveles de conversación, en el presente tema 33.3% de las mujeres, nunca, rara vez o a veces conversan con sus parejas sobre sus labores domésticas.

Otra actividad culturalmente asignada a las mujeres es el cuidado de niños y otros miembros del hogar, por consiguiente, es indispensable, al menos, indagar acerca del tiempo que tanto ellas como sus cónyuges le dedican a conversar sobre esta actividad. Es así como el 73% afirma que de forma usual o siempre hablan del tema, mientras un 25% lo hacen a veces, rara vez o nunca. De igual, 28.4% de las mujeres admiten tener menos conversación con sus parejas sobre estas actividades de cuidado de niños y parientes.

En cuanto a conversar sobre visitar a un amigo o familiar, los datos muestran una tendencia idéntica a la actividad anterior donde el 73% tienen comunicación fluida y el 25% tienen escasa comunicación. También las mujeres hablan menos con sus parejas de estas actividades (28.4% de las mujeres comparado con 21.4% de los hombres). Así mismo el ir de compras al mercado u otro lugar es expresado como actividad recurrente en las conversaciones con sus parejas por el 69% Sin embargo un 29% de todos los encuestados, o 34.3% de las mujeres, muestran escasa comunicación alrededor de este tema.

La tendencia de fluidez en la comunicación se achica al indagar sobre el asistir a reuniones sociales dentro de la comunidad, de hecho, el 55% dicen conversarlo con su pareja de forma usual o siempre. En contra posición existe un 43% que nunca, rara vez o a veces dialoga sobre este tema Es interesante verificar que un 49% de los hombres identifican así; esto puede interpretarse en función de que los hombres no conversan del tema, pero actúan asistiendo a las actividades. A su vez las clientas conversan más buscando el consentimiento de su pareja para asistir a este tipo de actividades.

Tabla No 11. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según lista de actividades de las que habla con su pareja

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Su horario diario						
Nunca	10	4	14	9.8	4.1	7.0
Rara vez	9	5	14	8.8	5.1	7.0
A veces	15	13	28	14.7	13.3	14.0
Usualmente	12	6	18	11.8	6.1	9.0
Siempre	55	68	123	53.9	69.4	61.5

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
Muestra	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
	102	98	200	51.0	49.0	100.0
No Responde	1	2	3	1.0	2.0	1.5
Sus actividades agrícolas						
Nunca	12	8	20	11.7	8.2	10.0
Rara vez	2	4	6	2.0	4.1	3.0
A veces	6	4	10	5.9	4.1	5.0
Usualmente	7	4	11	6.9	4.1	5.5
Siempre	24	23	47	23.5	23.4	23.5
No Aplican	51	55	106	50.0	56.1	53.0
Trabajo no remunerado						
Nunca	12	7	19	11.8	7.1	9.5
Rara vez	3	4	7	2.9	4.1	3.5
A veces	10	8	18	9.8	8.2	9.0
Usualmente	12	5	17	11.8	5.1	8.5
Siempre	64	70	134	62.7	71.4	67.0
No tiene trabajo remunerado	1	4	5	1.0	4.1	2.5
Tareas domésticas						
Nunca	8	8	16	7.8	8.2	8.0
Rara vez	12	7	19	11.8	7.1	9.5
A veces	14	14	28	13.7	14.3	14.0
Usualmente	15	13	28	14.7	13.2	14.0
Siempre	50	52	102	49.1	53.1	51.0
No realizan tareas domésticas	3	4	7	2.9	4.1	3.5
Cuidar a los miembros del hogar niños o ancianos						
Nunca	9	11	20	8.8	11.2	10.0
Rara vez	6	5	11	5.9	5.1	5.5
A veces	14	5	19	13.7	5.1	9.5
Usualmente	12	10	22	11.8	10.2	11.0
Siempre	59	65	124	57.8	66.3	62.0
No Responden	2	2	4	2.0	2.1	2.0
Visitar a un amigo o familiar						
Nunca	9	11	20	8.8	11.2	10.0
Rara vez	6	5	11	5.9	5.1	5.5
A veces	14	5	19	13.7	5.1	9.5
Usualmente	12	10	22	11.8	10.2	11.0
Siempre	59	65	124	57.8	66.3	62.0
NS/NR/NA	2	2	4	2.0	2.0	2.0

Características Muestra	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Ir de compras, como ir al mercado comunitario						
Nunca	7	3	10	6.9	3.1	5.0
Rara vez	9	2	11	8.8	2.1	5.5
A veces	19	18	37	18.6	18.4	18.5
Usualmente	14	12	26	13.7	12.2	13.0
Siempre	51	61	112	50.0	62.2	56.0
No Responden	2	2	4	2.0	2.0	2.0
Asistir a una reunión social dentro de la comunidad						
Nunca	12	13	25	11.8	13.3	12.5
Rara vez	20	10	30	19.6	10.2	15.0
A veces	16	15	31	15.7	15.3	15.5
Usualmente	6	11	17	5.9	11.2	8.5
Siempre	47	46	93	46.0	46.9	46.5
No Responden	1	3	4	1.0	3.1	2.0
Asistir a una reunión comunitaria						
Nunca	15	18	33	14.7	18.4	16.5
Rara vez	14	7	21	13.7	7.1	10.5
A veces	16	9	25	15.7	9.2	12.5
Usualmente	13	11	24	12.7	11.2	12.0
Siempre	43	50	93	42.2	51.0	46.5
No Responden	1	3	4	1.0	3.1	2.0
Actividades de esparcimiento						
Nunca	20	21	41	19.7	21.4	20.5
Rara vez	14	7	21	13.7	7.1	10.5
A veces	10	18	28	9.8	18.4	14.0
Usualmente	13	8	21	12.7	8.2	10.5
Siempre	44	42	86	43.1	42.9	43.0
No Responden	1	2	3	1.0	2.0	1.5
Dormir o descansar						
Nunca	14	4	18	13.7	4.1	9.0
Rara vez	7	7	14	6.9	7.1	7.0
A veces	10	14	24	9.8	14.3	12.0
Usualmente	10	5	15	9.8	5.1	7.5
Siempre	60	66	126	58.8	67.3	63.0
No Responden	1	2	3	1.0	2.1	1.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

También se consultó sobre asistir a reuniones comunitarias, acá resulta interesante que el 53.5% afirman conversar sobre esta actividad; no obstante, un 39.5% aseguran que nunca, rara vez o a veces tocan este

tema con sus parejas. Si hablar de la vida social era más complicada para las mujeres que para los hombres, el dialogar sobre su participación en actividades comunitarias resultan aún más complicado, de esta manera, 44.1% de las mujeres y 33.6% de los hombres presentan escasa comunicación, lo que afianza la hipótesis de su dificultad de negociar con sus parejas el tiempo para dedicarle a este tipo de actividades.

Entablar conversaciones con sus parejas asistir a actividades de esparcimientos, es usual o tema recurrente en el 53.5% de los casos y por el contrario el 45% de los abordados argumentan que nunca, rara vez o a veces hablan del tema con su cónyuge. En ambos casos la distribución entre hombres y mujeres se equiparán. Así mismo dialogar sobre dormir o descansar es una actividad que siempre o usualmente la entablan el 70.5% de los encuestados y un 28% afirman tener comunicación escasa con su pareja alrededor de este tema. Las mujeres están más probables que los hombres decir “nunca” habla con su pareja sobre dormir o descansar (14% de mujeres en comparación con 4% de hombres).

Cuando se resume todos los indicadores en un índice Tabla No. 12 los resultados muestran que los mujeres y hombres son relativamente comparable en la frecuencia en que ellos hablan a su pareja sobre el uso de su tiempo. Cada indicador se calificó usando 4 para “Siempre”, 3 para “Usualmente”, 2 para “A Veces”, 1 para “Rara Vez”, y 0 para “Nunca”. Debido al hecho de que hubo muchos “no aplicable” sobre decisiones agrícolas, esta variable fue eliminada del índice. La puntuación máxima de 40 significaría que la persona habla con mucha frecuencia con su pareja sobre el sujeto mientras que una puntuación de 0 significaría que nunca habla. El índice muestra que las mujeres obtienen una puntuación 27.68 de un total de 40 puntos posibles y los hombres una puntuación 29.34 de un total de 40 puntos posible. Mientras que las mujeres hablan con menos frecuencia que los hombres con su pareja, los puntajes de hombres y mujeres son bastante comparables.

Tabla No 12. Índice de la Frecuencia hablar con la pareja sobre cuanto tiempo dedica a la actividad (sin la pregunta sobre decisiones agrícolas)

Características	Comparación (Porcentual)		
	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	51.0	49.0	100.0
Conversación sobre el Uso del Tiempo	27.68	29.34	28.49

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022; min = 0; max = 40.

Decisión y Tiempo Dedicado a Sus Actividades

Los datos presentados en la Tabla No 13 constatan un principio de autonomía reflejado en el tiempo y la capacidad de decisión que una persona tiene sobre las actividades que desarrollan a diario en sus diferentes facetas de la vida. Por ejemplo, al indagar sobre su horario, tanto mujeres como hombres en proporciones similares afirman de forma global que el 68% deciden sobre su horario, a su vez un 13% establecen que no tienen alguna decisión sobre el mismo. Esto en parte puede ser interpretado por el tipo de labor que da uno de ellos realizan, al ser autoempleo se incrementa la posibilidad de mejorar en gran medida su decisión dedicarle el tiempo.

En lo referido a las actividades agrícolas únicamente 98 de los 200 encuestados brindan respuestas, dado que los restantes 102 no realizan algún tipo estas actividades. Ya en cuanto a quienes practican este tipo de actividades, 53 personas establecen que en gran medida deciden, si lo comparamos con respecto a la población que realiza estas actividades representan el 54.1%; no obstante 26.5% no decide nada en cuanto dedicado a las actividades agrícolas.

Acercas de su trabajo remunerado el 62% en gran medida decide el tiempo en que realiza sus actividades y sólo un 8.5% no decide nada. Este indicador al igual que el anterior continúan denotando menor capacidad de decisión por parte de las mujeres comparativamente hablando a sus parejas. Por otra parte, las actividades domésticas muestran un 65.5% de decisión en gran medida, o 81.4% de las mujeres y 49% de los hombres. En contraparte este ámbito refleja bajos niveles de decisión por parte de los hombres. Estos datos reafirman el rol de género asignado culturalmente a mujeres del dominio del mundo doméstico.

La idea arriba expuesta queda confirmada cuando 71.5% de la población aduce decidir en gran medida cuanto tiempo le dedica al cuidado de niños y ancianos, o 83.3% de las mujeres, mientras 59.2% de los hombres afirman decidir en gran medida el tiempo que dedican a estas labores. Las visitas a familiares o amigos presentan interesantes resultados, dado el 44.5% dicen que en gran medida deciden el tiempo dedicado a las mismas, a su vez un 41.5% afirman que su decisión es en pequeña o media medida, mostrando una distribución equitativa entre las clientas y los cónyuges.

**Tabla No 13. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo
Según decisión de cuándo y cantidad de tiempo que dedica a las actividades**

Características Muestra	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Su horario diario						
No decide nada	14	12	26	13.7	12.2	13.0
En pequeña medida	7	7	14	6.9	7.1	7.0
En media medida	16	18	34	15.7	18.4	17.0
En gran medida	65	61	126	63.7	62.3	63.0
Actividades agrícolas						
No decide nada	18	8	26	17.6	8.1	13.0
En pequeña medida	4	3	7	3.9	3.1	3.5
En media medida	9	3	12	8.8	3.1	6.0
En gran medida	22	31	53	21.6	31.6	26.5
No realizan actividades agrícolas	49	53	102	48.1	54.1	51.0
Su trabajo u otro trabajo remunerado						
No decide nada	11	6	17	10.8	6.1	8.5
En pequeña medida	12	6	18	11.7	6.1	9.0
En media medida	18	13	31	17.6	13.3	15.5
En gran medida	57	67	124	55.9	68.4	62.0
No tiene trabajo remunerado	4	6	10	4.0	6.1	5.0

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
Muestra	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Tareas domésticas						
No decide nada	4	20	24	3.9	20.4	12.0
En pequeña medida	2	13	15	2.0	13.3	7.5
En media medida	13	17	30	12.7	17.3	15.0
En gran medida	83	48	131	81.4	49.0	65.5
Cuidar a los miembros del hogar niños o ancianos						
No decide nada	4	17	21	3.9	17.3	10.5
En pequeña medida	3	13	16	2.9	13.3	8.0
En media medida	8	8	16	7.8	8.2	8.0
En gran medida	85	58	143	83.4	59.2	71.5
No hay niños, ni ancianos	2	2	4	2.0	2.0	2.0
Visitar a un amigo o familiar						
No decide nada	15	10	25	14.7	10.2	12.5
En pequeña medida	23	23	46	22.5	23.5	23.0
En media medida	19	18	37	18.7	18.4	18.5
En gran medida	44	45	89	43.1	45.9	44.5
No Responde	1	2	3	1.0	2.0	1.5
Ir de compras, como ir al mercado comunitario						
No decide nada	7	8	15	6.8	8.2	7,5
En pequeña medida	15	17	32	14.7	17.3	16.0
En media medida	20	16	36	19.6	16.3	18.0
En gran medida	59	55	114	57.9	56.1	57.0
No Responde	1	2	3	1.0	2.0	1.5
Asistir a una reunión social dentro de la comunidad						
No decide nada	14	14	28	13.7	14.3	14.0
En pequeña medida	19	20	39	18.6	20.4	19.5
En media medida	21	14	35	20.5	14.3	17.5
En gran medida	47	49	96	46.2	50.0	48.0
No Responde	1	1	2	1.0	1.0	1.0
Asistir a una reunión comunitaria						
No decide nada	16	17	33	15.7	17.3	16.5
En pequeña medida	14	12	26	13.7	12.2	13.0
En media medida	23	18	41	22.5	18.4	20.5
En gran medida	48	50	98	47.1	51.0	49.0
No Responde	1	1	2	1.0	1.1	1.0
Actividades de esparcimiento						

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres	TOTAL
Muestra	N	N	N	%	%	%
	102	98	200	51.0	49.0	100.0
No decide nada	17	18	35	16.7	18.4	17.5
En pequeña medida	10	18	28	9.8	18.4	14.0
En media medida	15	12	27	14.7	12.2	13.5
En gran medida	59	49	108	57.8	50.0	54.0
No Responde	1	1	2	1.0	1.0	1.0
Dormir o descansar						
No decide nada	2	4	6	2.0	4.1	3.0
En pequeña medida	11	10	21	10.8	10.2	10.5
En media medida	17	21	38	16.6	21.4	19.0
En gran medida	70	60	130	68.6	61.2	65.0
No Responde	2	3	5	2.0	3.1	2.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

El 57% de la población abordada apunta que deciden en gran medida cuándo y dónde ir de compras, siendo mínima la que no tiene dicha capacidad de decisión y tanto las mujeres como los hombres presentan datos similares. A diferencia a lo anterior la decisión de asistir a una actividad social se ve reducida al 48% de los abordados que lo hacen en gran medida, es más, el 14% no decide sobre este tema, también clientas y cónyuges tienen tendencias similares de sus respuestas.

Al indagar sobre la capacidad de decisión en asistir a actividades comunitarias conjuntamente mujeres y hombres es un 49% que poseen en gran medida dicha potestad; sin embargo, existe un 16.5% que no cuenta con dicha capacidad. Ahora, en lo referido a las actividades de esparcimiento el 54% opina que en gran medida ellos deciden, sobresaliendo las mujeres y un 17.5% indican que no cuentan con ninguna posibilidad de decisión sobre este tema. Finalmente, la decisión de dormir es en gran medida respondida por el 65% de los encuestados, presentando datos similares mujeres y hombres al respecto.

La Tabla N°14 refleja los datos relativos al tiempo dedicado en la última semana por la población encuestada a trabajos no remunerados sean estos dentro o fuera del hogar. En ese sentido el 55% de esta población afirma que el tiempo dedicado en los últimos 7 días a este tipo de actividades es casi igual a lo habitual, tanto clientas como cónyuges presentan parecidos porcentajes. La más significativa diferencia es observada entre quienes dedican tiempo más de lo habitual, aquí 25.5% del total o 31.4% de las mujeres expresan esto.

Tabla No 14. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según realiza trabajo no remunerado

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres	TOTAL
Muestra	N	N	N	%	%	%
	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Frecuencia de última semana, de trabajo no remunerado						
Menos de lo habitual	18	21	39	17.6	21.4	19.5

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
Muestra	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Casi igual de lo habitual	52	58	110	51.0	59.2	55.0
Más de lo habitual	32	19	51	31.4	19.4	25.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Vida Resiliente, Negocio Resiliente (VRNR)

La resiliencia se refiere a la capacidad de sobreponerse a momentos críticos y adaptarse luego de experimentar alguna situación inusual e inesperada. En este apartado se proyecta esta definición, además de la vida a los negocios de las clientas y sus cónyuges. En la Tabla No.15 se expresan algunos elementos que brindan aproximaciones para conocer la capacidad de resiliencia de la población encuestada en relación con sus negocios o emprendimientos económicos. Esto se profundiza indagándose sobre las sensaciones y situación de violencia basada en género

Para empezar, es importante destacar que la sensación de nerviosismo y estrés es una respuesta emocional y fisiológica que se experimenta en situaciones percibidas como desafiantes, amenazantes o que generan una presión adicional. El nerviosismo se caracteriza por una sensación de inquietud, inseguridad y agitación, mientras que el estrés implica una respuesta más amplia que puede afectar tanto el estado emocional como físico. Ambas sensaciones pueden manifestarse a través de síntomas como taquicardia, sudoración, dificultad para concentrarse, irritabilidad y tensión muscular entre otras; el nerviosismo y el estrés pueden ser tanto situacionales, como crónicos.

De hecho, en este apartado se verifica la frecuencia que ha tenido la población abordada sobre la sensación sufrida de nerviosismo y estrés. En síntesis, se puede indicar que el 63.5% de los encuestados ha tenido estas sensaciones algunas veces, a menudo y muy a menudo. En el lado opuesto se ubica un 36.5% que afirman nunca o casi nunca haber experimentado tales sensaciones. Al analizarlo más detalladamente se denota que aproximadamente dos de cada tres abordados han experimentado en alta o baja medida sensaciones de estrés y nerviosismo

A destacar en este ámbito es el caso de las clientas mujeres, quienes reportan haber experimentado este tipo de sensaciones de estrés y nerviosismo en un 72.5% de ellas. Esta proporción es superior al 54.1% entre los hombres. Es palpable inferir a partir de los datos que las mujeres se encuentran en situaciones de mayor vulnerabilidad con respecto a este tipo de respuestas fisiológicas y mentales. La atención en la esfera del hogar, sumado al mundo laboral y las responsabilidades personales conducen a un escenario proclive para desatar este tipo de reacciones, las que son menos frecuentes entre sus parejas hombres.

En el mismo orden, quienes algunas veces, a menudo o muy a menudo se han dado cuenta de no poder enfrentarse a todas sus responsabilidades ascienden al 59.5%, o 63.7% de clientas, presentándose una ligera mayoría en comparación a los cónyuges, por otro lado, poco más de dos de cada cinco abordados afirman nunca o casi nunca haber sufrido esta sensación (40.5%) con una leve mayoría de hombres

(44.9%). Al agrupar estas dos sensaciones, es factible indicar la presencia de estrés en gran parte de la población, el mismo se encuentra con mayor presencia entre las mujeres y en menor medida entre los hombres.

Ahora bien, después de conocidos los niveles de estrés a las que están sometidas las mujeres y sus cónyuges es factible apuntar en esta línea, pero en el ámbito de los mecanismos utilizados para el manejo del estrés, que el 28.5% afirman desconocer algún tipo de mecanismos. Por otra parte, el 20.5% consideran que bailar, comer sanamente y respirar profundamente en su conjunto son actividades encaminadas a disminuir los niveles de estrés; aunque el 30.5% señala que solo respirar profundamente es suficiente para su reducción. Sin embargo, es preocupante el dato del 25.5% de mujeres que desconocen alguna forma de contrarrestar el estrés, es decir, una de cada cuatro se encuentra en esta situación.

Un punto para tener en cuenta y presente en esta Tabla No. 15 es el del 34.5%, es decir casi un tercio de los encuestados que opinan que impedir que una mujer maneje dinero no es una forma de maltrato de pareja, de estos el 38.8% son hombres y 30.4% son mujeres). De hecho, lo positivo es que el 62.5% sí lo consideran como una forma de maltrato, sobresaliendo las mujeres con el 65.7%, en específico puede decirse que dos de cada tres mujeres lo perciben de esta manera, caso contrario ocurre con un tercio de ellas, quienes continúan considerando que este tipo de prácticas son comunes y normales dentro de la relación de pareja.

En lo referido al establecimiento de un fondo de emergencia, el 60.5% considera que este debe ser menor a 3 mil 600 lempiras o inferior a 150 dólares americanos. En segundo lugar, entre las clientas un 22.5% de mujeres piensan que dicho fondo debe ser de 3 mil 600 lempiras o (150 dólares americanos). Parece ser que la población abordada no estima conveniente que un fondo de emergencia debe respaldarse por una buena cuantía de dinero; no obstante, un porcentaje de clientas expresan que este fondo debe contener un poco más de recursos, por lo que se evidencia en parte la existencia de mayor disposición de las mujeres para este tipo de previsiones.

Tabla No 15. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según la frecuencia de nerviosismo y estrés, formas de bajar niveles de estrés, darse cuenta de no poder enfrentarse a todas sus responsabilidades, tipo de maltrato de pareja y cantidad del fondo de emergencia.

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Frecuencia de nerviosismo y estrés						
Nunca	20	29	49	19.6	29.6	24.5
Casi nunca	8	16	24	7.9	16.3	12.0
Algunas veces	40	35	75	39.2	35.7	37.5
A menudo	11	4	15	10.8	4.1	7.5
Muy a menudo	23	14	37	22.5	14.3	18.5
Darse cuenta de no poder enfrentarse a todas sus responsabilidades						
Nunca	26	31	57	25.5	31.6	28.5

Casi nunca	11	13	24	10.8	13.3	12.0	
Algunas veces	31	39	70	30.4	39.8	35.0	
A menudo	14	7	21	13.7	7.1	10.5	
Muy a menudo	20	8	28	19.6	8.2	14.0	
Formas para bajar sus niveles de estrés, Ud. puede:							
Respirar profundamente	33	28	61	32.3	28.6	30.5	
Bailar	7	3	10	6.8	3.1	5.0	
Comer saludablemente	9	20	29	8.8	20.4	14.5	
Todas las opciones*	26	15	41	25.5	15.3	20.5	
No Saben	26	31	57	25.5	31.6	28.5	
Otras actividades	1	1	2	1.1	1.0	1.0	
No permitir que una mujer maneje dinero ¿Es un tipo de maltrato de pareja?							
Cierto*	67	58	125	65.7	59.2	62.5	
Falsa	31	38	69	30.4	38.8	34.5	
No Responden	4	2	6	3.9	2.0	3.0	
Para establecer un fondo de emergencia, comience por ahorrar:							
Más de 12,000	6	7	13	5.9	7.1	6.5	
L.7,300	11	4	15	10.8	4.1	7.5	
L. 3,600*	23	13	36	22.5	13.3	18.0	
Menos de L. 3,599	57	64	121	55.9	65.3	60.5	
No Sabe	5	10	15	4.9	10.2	7.5	

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022; *respuesta correcta para la educación

Para profundizar en la temática en la Tabla No.16 indica que el 55.5% de los abordados afirman poseer un fondo de emergencia, entre ellos existe similares proporciones de mujeres y hombres. Por otra parte, el 62.5% en los últimos 12 meses no ha efectuado algún tipo de ahorro en asociaciones o grupos informales y el 72% no ha contraído deudas por razones médicas. En todos los casos no se nota una marcada desigualdad en la distribución por género de los datos, aunque resulta puntual que el 28% (o 38.2% de las clientas) asumido una deuda por enfermedad o fines sanitarios.

El 85% dice encontrarse en condiciones de obtener un monto de 3 mil 600 lempiras para cubrir una emergencia en el próximo mes, para ellos resulta muy o algo posible obtener estos fondos, por lo contrario, para un 13.5% es poco o nada posible hacerlo. Al mismo tiempo, el 70% afirman que la fuente principal para obtener estos fondos son los ahorros en su hogar y el dinero de su trabajo. Otras fuentes como los prestamos financieros o acceso a crédito formal entre otros no es contemplado como una opción real por gran parte de la población encuestada.

Tabla No 16. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según Consultas, cobertura de emergencia y recursos para cubrir emergencia.

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
Muestra	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
	102	98	200	51.0	49.0	100.0
¿Tiene un fondo de ahorro para emergencias?						
Si	57	54	111	55.9	55.1	55.5
No	45	42	87	44.1	42.8	43.5
No Responde	0	2	2	0.0	2.1	1.0
En los últimos 12 meses, ¿Ahorró en un grupo o asociación de ahorro informal?						
Si	39	36	75	38.3	36.7	37.5
No	63	62	125	61.7	63.3	62.5
¿Ha pedido dinero prestado para fines sanitarios o médicos en los últimos 12 meses?						
Si	31	25	56	30.4	25.5	28.0
No	71	73	144	69.6	74.5	72.0
¿Para cubrir emergencia puede recaudar 3,600 lempiras en un mes?						
Muy posible	70	70	140	68.6	71.4	70.0
Algo posible	16	14	30	15.7	14.3	15.0
Poco posible	12	9	21	11.7	9.2	10.5
Nada posible	3	3	6	3.0	3.1	3.0
No Responden	1	2	3	1.0	2.0	1.5
Recurso más importante que utilizaría para recaudar esta cantidad						
Ahorro en el hogar	40	30	70	39.2	30.6	35.0
Ahorro en grupo de ahorros	8	4	12	7.8	4.1	6.0
Ahorro en una entidad financiera	8	9	17	7.8	9.2	8.5
Familia, parientes o amigos	8	9	17	7.8	9.2	8.5
Dinero del trabajo	32	38	70	31.4	38.8	35.0
Préstamo de un empleador	2	3	5	2.0	3.1	2.5
No saben	2	1	3	2.0	1.0	1.5
Préstamo de una entidad financiera	2	1	3	2.0	1.0	1.5
Otra	0	3	3	0.0	3.0	1.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Tabla No 17. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según Conocimiento de instancias de apoyo por maltrato de pareja.

Características	Programa (Simple)	Comparación (Porcentual)
-----------------	-------------------	--------------------------

	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %	
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0	
Conoce donde obtener apoyo en caso de maltrato de su pareja							
Si	63	60	123	61.8	61.2	61.5	
No	38	39	77	38.2	38.8	38.5	

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Luego de indagar sobre aspectos financieros vinculados directamente a la resiliencia de sus negocios, la Tabla No. 17 hace un viraje hacia el tema de la violencia basada en género. En este orden de ideas muestra a un 61.5% de los abordados señalando conocer alguna instancia en la que se puede recibir apoyo cuando alguien conocido o ella misma es víctima de maltratos. Sin embargo, un 38.5% desconoce dónde acudir, resulta preocupante que de las mujeres el 38.2 % desconoce. Del total de clientas sólo poco más de seis de cada diez admiten e identifican una instancia de apoyo al momento de sufrir o que otra persona sufra maltratos.

De los 123 abordados que afirman conocer una instancia de apoyo, la policía y las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) son las más citadas con un 71.5% y 48.8% respectivamente, con ligera proporción de mujeres que superan a los hombres en cuanto indicar a la policía. Un elemento para tener en cuenta en esta tabla, a pesar de su baja proporción son los líderes locales y la familia que representan el con 17.9% y 19.5% en sendos casos. Aquí existe una particularidad, la familia es señalada en su mayoría por mujeres, en cambio los líderes locales por los hombres.

Un dato preocupante es el del 35.8% que aduce desconocer alguna instancia de apoyo a la violencia o maltratos por parte de sus parejas. Se destaca en este sentido el 33.3% correspondiente a mujeres que expresan desconocer a las instancias enlistadas en la Tabla No.18, esto a pesar de haber previamente estipulado conocer instancias de apoyo. Esto denota que al momento de identificar los actores estatales, comunitarios o no gubernamentales muchos de los abordados se llaman al silencio por diversos motivos, entre ellos suele prevalecer el miedo o la desconfianza, sobre todo, en comunidades urbanas y rurales donde proliferan grupos de control social que evitan el acceso a la autoridad formal como maras y pandillas u otras estructuras del crimen organizado.

Tabla No 18. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según Instancias búsqueda de información o apoyo en caso de maltrato de cualquier tipo de violencia género.

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)			
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %	
Muestra	63	60	123	51.2	48.8	100.0	
Internet							
Si	5	5	10	7.9	8.3	8.2	
No	58	55	113	92.1	91.7	91.8	
Policía							
Si	46	42	88	73.0	70.0	71.5	

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	63	60	123	51.2	48.8	100.0
No	17	18	35	27.0	30.0	28.5
Cuentanos.org						
Si	1	1	2	1.6	1.7	1.5
No	62	59	121	98.4	98.3	98.5
Servicios de salud/una clínica						
Si	8	6	14	12.7	10.0	11.4
No	55	54	109	87.3	90.0	88.6
Familia/amigos						
Si	16	8	24	25.4	13.3	19.5
No	47	52	99	74.6	86.7	80.5
ONG						
Si	30	39	69	47.6	65.0	48.8
No	33	21	54	52.4	35.0	51.2
Líderes locales						
Si	9	13	22	14.3	21.7	17.9
No	54	47	101	85.7	78.3	82.1
Ninguna						
Si	21	23	44	33.3	38.3	35.8
No	42	37	79	66.7	61.7	64.2
Otros						
Si	1	3	4	1.6	5.0	3.2
No	62	57	119	98.4	95.0	96.8
Ministerio Público						
Si	9	8	17	14.3	13.3	13.8
No	54	52	106	85.7	86.7	86.2

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Puntuación para Conocimiento para VRNR

Al igual que con los resultados de los indicadores individuales para el conocimiento respecto a los temas en la educación de VRNR, cuando se combina los resultados en un índice simple, hay niveles bajos de conocimiento. El promedio de respuestas correctas para hombres era 39%, mientras que los niveles de conocimiento son un poco más alto a 48% en las mujeres. Solo 2% de los hombres y 6% de las mujeres recibieron una puntuación de 80% correctas. Para crear el índice, se combinan los resultados de las 7 preguntas de conocimiento:

- Sabe que todas las opciones de respirar profundamente, bailar, y comer saludablemente son formas para bajar niveles de estrés
- Sabe que no permitir que una mujer maneje dinero es un tipo de maltrato de pareja
- Sabe que 3,600 Lempira (150 dólares americanos) en ahorros es el mínimo para un fondo de emergencia
- Sabe que no se debe exceder un tercio de los ingresos mensuales para los pagos de deuda
- Saber que para fijar el precio para un producto, se debe añadir 30% a los costos finales
- Sabe que antes de crecer un negocio, se debe hacer todas las opciones: tener ganancias constantes, rebasar el punto de equilibrio sostenidamente, y tener suficiente liquidez
- Sabe que una manera de balancear el cuidado de los hijos y el negocio es negociar con su familiar para redistribuir las actividades domésticas

Tabla No 19. Puntuación para Conocimiento para VRNR

Características	Comparación (Porcentual)	
	PROMEDIO CORRECTO	80% CORRECTO
Hombres	39%	2%
Mujeres	48%	6%
TOTAL	44%	4%

Autonomía en la Toma de Decisiones

Es bien sabida la importancia del factor económico al momento de mejorar las condiciones de vida en una persona; sin embargo, esto por sí mismo no modifica las condiciones de vida si se carece de autonomía en la toma de decisiones. Es de esta manera que la Tabla No 20 presenta una serie de enunciados a través de los cuales se pretende medir el nivel de decisión con el que cuentan las clientas y los cónyuges al momento de utilizar sus recursos o el grado de influencia que otros tienen sobre ellos.

En lo concerniente al uso de sus ingresos, se evidencia que en el 75.5% de los abordados no existe influencia externa de cómo debe usarlos, de las mujeres un 77.5%, pero aún persiste aproximadamente uno de cada cuatro personas en las que otros ejercen mucha o algo influenciados al momento de tomar decisiones con su dinero. Mientras con el planteamiento sobre que nadie le dice como usar sus ingresos, pero los usa como la familia espera, el 49.5% dice estar nada de acuerdo con dicho postulado y el 50.5% establecen estar mucho o algo de acuerdo con esa proposición. Aquí el peso de la influencia social es más dividido entre la opinión externa y la autodeterminación.

La autonomía y capacidad de decisión aparece reflejada al momento de establecer que ellos eligen usar su ingreso como personalmente quiere y cree que es mejor, en este ámbito el 86.5% están de acuerdo en mucho o algo con esta postura, sin existir variaciones significativas entre las opiniones de las mujeres con las de los hombres. A su vez un 13.5% se siente nada identificado con este planteamiento.

Tabla No 20. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según decisión de uso de ingresos.

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Usa sus ingresos como otra persona le dice que debe usarlos						
Mucho	12	8	20	11.8	8.2	10.0
Algo	11	8	29	10.8	8.2	14.5
Nada	79	72	151	77.4	73.5	75.5
Nadie le dice cómo usar sus ingresos, pero los usa como la familia espera						
Mucho	18	29	47	17.6	29.6	23.5
Algo	31	23	54	30.4	23.5	27.0
Nada	53	46	99	52.0	47.0	49.5
Elige usar su ingreso cómo personalmente quiere y cree que es mejor						
Mucho	65	61	126	63.7	62.2	63.0
Algo	24	23	47	23.5	23.5	23.5
Nada	13	14	27	12.7	14.3	13.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Al igual que con los resultados de los indicadores individuales, cuando se combina los resultados en un índice, hay niveles bastante altos para la autonomía en la toma de decisiones. Una puntuación máxima de 6 significaría que las participantes tienen niveles altos para la autonomía en la toma de decisiones, mientras que una puntuación de 0 significaría que no hay autonomía en la toma de decisiones. El índice muestra que las mujeres y los hombres tienen niveles similares para la autonomía en la toma de decisiones. Los hombres jóvenes son los más propensos a tener el nivel más bajo de autonomía en comparación con otros subgrupos.

Tabla No 21. Índice de Actitudes Sobre Autonomía en la Toma de Decisiones

Características	Comparación (Porcentual)		
	URBANO	RURAL	TOTAL
Muestra	66.3	33.7	100.0
Hombres	4.34	4.24	4.31
Mujeres	4.49	4.39	4.51
TOTAL	4.42	4.39	4.41
Muestra	15-29 AÑOS	30+ AÑOS	TOTAL
	22.1	77.9	100
Hombres	3.89	4.35	4.31
Mujeres	4.38	4.54	4.51
TOTAL	4.23	4.44	4.41

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022; min = 0; max = 6.

Autoeficacia

En consonancia con la autonomía, ahora el enfoque se sitúa en la autoeficacia, es decir, como la población abordada por sí misma regula y maximiza sus recursos. Para ello en la Tabla No. 22 se presentan una serie de declaraciones encaminadas a verificar de forma aproximada esta variable de análisis. Para sintetizar su interpretación se agrupan las categorías completa y parcialmente en desacuerdo y las completa y parcialmente de acuerdo para comparar de mejor forma los resultados verificados en esta tabla.

La primera de ellas es: “en general, creo que puedo obtener resultados que son importantes para mí”, aquí de forma abrumadora el 95% se encuentra completa y parcialmente de acuerdo con este postulado, mujeres y hombres muestran similares tendencias. De igual forma se comportan los resultados con la segunda declaración “confío en que puedo desempeñarme de manera efectiva en muchas tareas diferentes” donde el 95.5% están completa y parcialmente de acuerdo con la misma.

Con la tercera declaración: “incluso cuando las cosas son difíciles, puedo desempeñarme bastante bien” los resultados muestran que el 93% se encuentran de acuerdo de forma total o parcial. Aquí cabe destacar que de este porcentaje el 11.5% se encuentran solamente de acuerdo en forma parcial.

Tabla No 22. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según declaraciones

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
En general, creo que puedo obtener resultados que son importantes para mí.						
Completamente en desacuerdo	3	1	4	2.9	1.0	2.0
Parcialmente en desacuerdo	2	4	6	2.0	4.1	3.0
Parcialmente de acuerdo	6	4	10	5.9	4.1	5.0
Completamente de acuerdo	91	89	180	89.2	90.8	90.0
Confío en que puedo desempeñarme de manera efectiva en muchas tareas diferentes.						
Completamente en desacuerdo	4	1	5	3.9	1.0	2.5
Parcialmente en desacuerdo	4	0	4	3.9	0.0	2.0
Parcialmente de acuerdo	2	4	6	2.0	4.1	3.0
Completamente de acuerdo	92	93	185	90.2	94.9	92.5

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Incluso cuando las cosas son difíciles, puedo desempeñarme bastante bien.						
Completamente en desacuerdo	3	2	5	2.9	2.0	2.5
Parcialmente en desacuerdo	6	3	9	5.9	3.1	4.5
Parcialmente de acuerdo	12	11	23	11.8	11.2	11.5
Completamente de acuerdo	81	82	163	79.4	83.7	81.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Al igual que con los resultados de los indicadores individuales, cuando se combina los resultados en un índice, la tabla No. 23 muestra que hay altos niveles de autoeficacia para hombres y mujeres. Cada indicador se calificó usando 0 para estar “completamente en desacuerdo”, 1 para estar “parcialmente en desacuerdo”, 2 para estar “parcialmente de acuerdo” y 3 para estar “completamente de acuerdo” con la declaración. La puntuación máxima de 24 significaría que las mujeres tienen autoeficacia más alto mientras que una puntuación de 0 significaría que no tienen autoeficacia. El índice muestra que las mujeres obtienen una puntuación 22.09 de un total de 24 puntos posibles y los hombres una puntuación 22.91 de un total de puntos posible.

Tabla No 23. Índice de Autoeficacia

Características	Comparación (Porcentual)		
	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	51.0	49.0	100.0
Autoeficacia	22.09	22.91	22.49

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022; min=0, max=24

Igualdad de Género

Un cuarto paso para el empoderamiento económico de las mujeres también implica desafiar y cambiar las normas culturales y estereotipos de género que limitan su participación plena en el ámbito económico. A través de este enfoque se busca promover la igualdad de oportunidades y eliminar la discriminación basada en el género en el trabajo, la política, el ámbito social y en el mundo cultural; así como fomentar una distribución equitativa de las responsabilidades domésticas y familiares.

Para avanzar en la problemática y establecer el tema de la igualdad entre las mujeres y los hombres, en la Tabla No. 24 se visualizan una serie de declaraciones en las que a manera de afirmación se les consulta tanto a las clientas como a los cónyuges si se encuentran de acuerdo, o en desacuerdo con las mismas. De la misma manera que las anteriores aseveraciones, por razones analíticas se agrupan las respuestas

afirmativas de acuerdo y muy de acuerdo, así mismo las negaciones en desacuerdo y muy en desacuerdo, esto para comparar con precisión los puntos de vista de mujeres y hombres.

Con la declaración “las mujeres deben tener los mismos derechos que los hombres y recibir el mismo trato que ellos” el 95.5% (95.1% de las mujeres) aducen encontrarse de acuerdo y muy de acuerdo con esta aseveración. En cambio, con la declaración “en general, los hombres son mejores líderes políticos que las mujeres y deberían ser elegidos en lugar de ellas”, el 70% se encuentra en desacuerdo o muy en desacuerdo; no obstante, un 30% admite estar de acuerdo o muy de acuerdo con esta proporción, ambos sexos presentan opiniones similares (29.4% de las mujeres y 30.6% de los hombres). Lo curioso en esta tabla es que las mujeres afirman la declaración y reproducen desde su opinión, ese estereotipo.

Tabla No 24. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según afirmaciones

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Las mujeres deben tener los mismos derechos que los hombres y recibir el mismo trato que ellos.						
Muy en desacuerdo	2	3	5	2.0	3.1	2.5
En desacuerdo	3	1	4	2.9	1.0	2.0
De acuerdo	11	7	18	10.8	7.1	9.0
Muy de acuerdo	86	87	173	84.3	88.8	86.5
En general, los hombres son mejores líderes políticos que las mujeres y deberían ser elegidos en lugar de ellas.						
Muy en desacuerdo	56	49	105	54.9	50.0	52.5
En desacuerdo	16	19	35	15.7	19.4	17.5
De acuerdo	10	13	23	9.8	13.3	11.5
Muy de acuerdo	20	17	37	19.6	17.3	18.5
Cuando los trabajos son escasos, los hombres deberían tener más derechos a un trabajo que las mujeres.						
Muy en desacuerdo	51	44	95	50.0	44.9	47.5
En desacuerdo	17	16	33	16.7	16.3	16.5
De acuerdo	14	5	19	13.7	5.1	9.5
Muy de acuerdo	20	33	53	19.6	33.7	26.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Otra declaración de la Tabla No. 25 expresa “cuando los trabajos son escasos, los hombres deberían tener más derechos a un trabajo que las mujeres”, aquí el 64% estima encontrarse en desacuerdo o muy desacuerdo con esa proposición; sin embargo, el 36% dicen estar muy o algo de acuerdo con esto, un 38.8% de hombres y un 33.3% de mujeres.

Al igual que con los resultados de los indicadores individuales, cuando se combina los resultados en un índice, hay niveles bastante altos para las actitudes sobre la igualdad de género. Una puntuación máxima de 9 significaría que las participantes tienen niveles altos para la igualdad de género, mientras que una puntuación de 0 significaría que tiene niveles bajos para la igualdad de género. El índice muestra que las mujeres tienen niveles más altos que los hombres, hombres y mujeres jóvenes tienen niveles más altos que los hombres y las mujeres mayores. Interesantemente, los hombres rurales tienen niveles más altos que los hombres y las mujeres urbanas tienen niveles más altos que las mujeres rurales sobre la igualdad de género.

Tabla No 25. Índice de Actitudes Sobre la Igualdad de Género

Características	Comparación (Porcentual)		
	URBANO	RURAL	TOTAL
Muestra	66.3	33.7	100.0
Hombres	6.43	6.82	6.56
Mujeres	6.99	6.42	6.80
TOTAL	6.72	6.62	6.69
Muestra	15-29 AÑOS	30+ AÑOS	TOTAL
	22.1	77.9	100
Hombres	8.00	6.42	6.56
Mujeres	6.90	6.78	6.80
TOTAL	7.23	6.59	6.69

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022; min = 0; max = 9

Actitudes Sobre la Violencia Contra la Mujer

A lo largo del estudio se han indagado desde una perspectiva de aproximación algunos elementos constitutivos de violencia basada en género, a su vez se ha establecido el notorio conocimiento que presentan las mujeres e incluso los hombres acerca de este tema, ya sean a nivel de prevención o prevalencia de la violencia. De esta manera se llega a la Tabla No.26 en la que se exponen una serie de supuestos en los que tanto clientas como cónyuges indican cuándo es justificada la violencia contra una mujer.

Es oportuno introducir que los resultados expresados en esta tabla vienen a corroborar la tendencia sobre actitudes opuestas a las violencias contra la mujer. De hecho, de las diez proposiciones presentadas la totalidad de ellas superan el 91.5% de opiniones negativas hacia estas formas de violencia. Es así como mujeres y hombres comparten sus visiones acerca de que la violencia contra las mujeres no es justificable, sin importar las motivaciones o argumentos sean estos relativos a la vida sentimental, el hogar, aspectos económicos o culturales.

No obstante, en todos los casos, excepto en la primera declaración, las mujeres tenían más probabilidades que los hombres de estar de acuerdo con las declaraciones. Desafortunadamente, esto respalda la teoría de que las mujeres son a menudo perpetradoras de la aceptación social y cultural de la violencia de género.

Tabla No 26. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según

situaciones que justifica la violencia contra la mujer

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Si ella no completa las tareas del hogar a su entera satisfacción						
Si	4	4	8	3.9	4.1	4.0
No	98	93	191	96.1	94.9	95.5
No Saben	0	1	1	0.0	1.0	0.5
Si ella lo desobedece						
Si	7	5	12	6.7	5.1	6.0
No	95	92	187	93.3	93.9	93.5
No Saben	0	1	1	0.0	1.0	0.5
Si ella se niega a tener relaciones sexuales con él.						
Si	3	2	5	2.9	3.1	2.5
No	99	95	194	97.1	96.9	97.0
No Saben	0	1	1	0.0	1.0	0.5
Si ella le pregunta si tiene otras novias.						
Si	7	5	12	6.7	5.1	6.0
No	95	92	187	93.3	93.9	93.5
No Saben	0	1	1	0.0	1.0	0.5
Si se entera de que ella le ha sido infiel.						
Si	5	3	8	4.9	3.1	4.0
No	97	94	191	95.1	95.9	95.5
No Saben	0	1	1	0.0	1.0	0.5
Si ella sale sin decírselo.						
Si	9	1	10	8.8	1.0	5.0
No	93	96	189	91.2	98.0	94.5
No Saben	0	1	1	0.0	1.0	0.5
Si ella quema la comida						
Si	2	1	3	2.0	1.0	1.5
No	100	96	196	98.0	98.0	98.0
No Saben	0	1	1	0.0	1.0	0.5
Si ella descuida a los niños.						
Si	7	4	11	6.7	4.1	5.5
No	92	91	183	90.2	92.8	91.5
No Saben	3	3	6	2.9	3.1	3.0
Si ella discute con sus suegros						
Si	5	0	5	4.9	0.0	2.5
No	94	96	190	92.1	98.0	95.0
No Saben	3	2	5	2.9	2.0	2.5
Si ella discute groseramente con él.						
Si	9	4	13	8.8	4.1	6.5
No	93	92	185	91.2	93.9	92.5
No Saben	0	2	2	0.0	2.0	1.0

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Al igual que con los resultados de los indicadores individuales, cuando se combina los resultados en un índice, hay niveles bajos de justificaciones de la violencia contra las mujeres. La puntuación para el índice es capturada en Tablas No.27. Una puntuación máxima de 10 significaría que las participantes tienen niveles altos para la justificación de la violencia contra las mujeres, mientras que una puntuación de 0 significaría que hay bajas justificaciones para la violencia contra la mujer. El índice muestra que las mujeres justifican la violencia contra la mujer más que el hombre, especialmente en zonas rurales y entre mujeres mayores. Similarmente, los hombres mayores justifican la violencia más que los hombres más jóvenes.

Cuando se evalúa la puntuación entre quienes justifican la violencia en absoluto (puntuación superior a 0), se nota que entre hombres su puntuación es 2.23 y entre mujeres, 3.05 (data no se muestra en la Tabla). De todos modos, hay niveles bajos de justificación para la violencia contra la mujer entre mujeres y hombres.

Tabla No 27. Índice de Actitudes Sobre la Violencia Contra la Mujer

Características	Comparación (Porcentual)		
	URBANO	RURAL	TOTAL
Muestra	66.3	33.7	100.0
Hombres	0.20	0.48	0.30
Mujeres	0.20	1.33	0.57
TOTAL	0.20	0.91	0.44
	15-29 AÑOS	30+ AÑOS	TOTAL
Muestra	22.1	77.9	100
Hombres	0.11	0.31	0.30
Mujeres	0.48	0.59	0.57
TOTAL	0.37	0.45	0.44

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022; min = 0; max = 10.

Coacción Económica

Una de las formas de violencia contra las mujeres es la coacción económica, en este apartado se hace énfasis en algunos aspectos relativos al tema e inherentes a las mujeres, debido a que las consultas fueron enfocadas únicamente a las clientas, en las Tablas No 28 y 29 se analizan diferentes variables con relación al área geográfica que las mismas habitan. Es así como la muestra refleja un 67.6% habitan en zonas urbanas y el restante 32.4% rurales.

Para iniciar, la Tabla No 28 estipula una serie de formas de gastar el dinero que ganan las mujeres. El 62.7% de ellas lo gastan libremente, mientras un 29.4% le dan una parte a su cónyuge. Con los datos anteriores es factible inferir que casi dos de cada tres mujeres no tienen intervención de sus parejas para utilizar el dinero que ganan, pero a la vez la restante, ósea, una de cada tres requiere entregar una parte de sus ingresos a su pareja. A destacar es el 33.3% de mujeres urbanas que comparten su dinero con sus parejas, siendo en comparación con las rurales un porcentaje llamativo.

Al analizar la cantidad de dinero con la que contribuye en su hogar, se demuestra que el 45.1% de las clientas aportan menos dinero que su cónyuge, esta situación es ligeramente superior entre las mujeres

del área urbana. En sentido descendente el 36.3% de las clientas afirman aportar la misma cantidad de dinero que su pareja y solamente el 13.7% estipula que contribuyen más dinero que sus cónyuges. Estos datos develan que la condición económica de las mujeres es alta, ya que el 50% de ellas aporta de igual o más que su pareja, esto comparativamente hablando con aquellas que afirman aportar menos que ellos.

Tabla No 28. Distribución simple y porcentual de mujeres de área urbana y rural según forma de gastar el dinero que gana y cantidad de dinero con que contribuye al hogar.

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)			Puntuaciones en el índice (ver Tabla X)
	URBANO N	RURAL N	TOTAL N	URBANO %	RURAL %	Total %	
Muestra	69	33	102	67.6	32.4	100.0	
Forma de gastar el dinero que gana							
Decide libremente cómo gastarlo	39	25	64	56.5	75.7	62.7	0
Dale una parte del dinero a su cónyuge	23	7	30	33.3	21.2	29.4	1
Dale todo el dinero a cónyuge	1	0	1	1.4	0.0	1.0	2
No responden/no aplicable/no sabe	6	1	7	8.7	3.0	6.9	
Cantidad de dinero con la que contribuye en su hogar							
Más dinero que su pareja	10	4	14	14.5	12.1	13.7	0
Misma cantidad de dinero que su pareja	24	13	37	34.8	39.4	36.3	1
Menos dinero que su pareja	32	14	46	46.4	42.4	45.1	2
No responden/no aplicable/no sabe	3	2	5	4.3	6.1	4.9	0

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

La Tabla No 29 plantea una serie de posibles situaciones que han enfrentado las clientas, entre estas situaciones se contempla si en una emergencia “ella sola podría obtener suficiente dinero para cubrir los gastos del hogar”, el 70.6% considera que sí pueden lograrlo.

Por otra parte, de la serie de las situaciones planteadas en la que los cónyuges ejercen diversas formas de violencia económica, en ninguna de los cinco casos afirmativos rebasan el 6%. De las cinco frases, la que el 5.9% de las mujeres respondió afirmativamente fue “rechazó a un empleo por coacción de su cónyuge.” Al contrario, arriba del 93% de las abordadas afirman no haber recibido de su pareja algún tipo de coacción.

Tabla No 29. Distribución simple y porcentual de mujeres de área urbana y rural según posibles situaciones enfrentadas

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)			
	URBANO N	RURAL N	TOTAL N	URBANO %	RURAL %	Total %	
Muestra	69	33	102	67.6	32.4	100.0	
En emergencia o crisis ¿Usted cree que sola podría obtener suficiente dinero para cubrir los gastos del hogar?							
Si	48	24	72	69.6	72.7	70.6	0
No	21	9	30	30.4	27.3	29.4	1
¿Su cónyuge le prohibió estudiar, capacitarse o asistir a reuniones informativas?							
Si	1	1	2	1.4	3.0	2.0	1
No	68	30	98	98.6	90.9	96.1	0
No responden/no aplicable/no sabe	0	2	2	0.0	6.1	2.0	--
¿Renunció o rechazó un trabajo porque su cónyuge no quería que trabajara o se lo prohibía?							
Si	2	4	6	2.9	12.1	5.9	1
No	67	28	95	97.1	84.8	93.1	0
No responden/no aplicable/no sabe	0	1	1	0.0	3.0	1.0	--
¿Su cónyuge ha tomado dinero de sus ganancias o ahorros en contra de su voluntad?							
Si	1	1	2	1.4	3.0	2.0	1
No	68	31	99	98.6	94.0	97.1	0
No responden/no aplicable/no sabe	0	1	1	0.0	3.0	1.0	--
¿Su cónyuge se negó a darle dinero para los gastos del hogar?							
Si	2	0	2	2.9	0.0	2.0	1
No	67	32	99	97.1	97.0	97.1	0
No responden/no aplicable/no sabe	0	1	1	0.0	3.0	1.0	--
¿Su cónyuge le amenazó con no darle dinero para los gastos del hogar si no acataba una orden o petición?							
Si	1	0	1	1.4	0.0	1.0	1
No	68	32	100	98.6	97.0	98.0	0
No responden/no aplicable/no sabe	0	1	1	0.0	3.0	1.0	--

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Al igual que con los resultados de los indicadores individuales, cuando se combina los resultados en un índice, hay niveles bajos de coacción económica. La puntuación para el índice es capturada en Tablas 28 y 29 arriba. Una puntuación máxima de 10 significaría que las mujeres experimentan la coacción

económica a niveles altos, mientras que una puntuación de 0 significaría que no ninguna mujer experimenta la coacción económica. El índice muestra que las mujeres obtienen una puntuación 1.98 de un total de 10 puntos posibles. Las mujeres rurales y las mujeres mayores (que tienen una edad 30 años y más) tienen niveles de coacción económica más bajo que las mujeres urbanas y jóvenes. De todos modos, hay niveles bajos de coacción económica de las mujeres.

Tabla No 30. Índice de Coacción Económica por Área y Edad (solo Mujeres)

Características	Comparación (Porcentual)		
	URBANO	RURAL	TOTAL
Muestra	66.3	33.7	100.0
Coacción Económica	2.0	1.9	1.98
	15-29 AÑOS	30+ AÑOS	TOTAL
Muestra	22.1	77.9	100
Coacción Económica	2.2	1.9	1.98

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022; min = 0; max = 10.

Escala de Hombres Equitativas de Género

En este apartado se concentran de forma específica respuestas de cónyuges, en él se destacan una serie de afirmaciones acerca de la construcción de la masculinidad. De esta manera se obtienen las opiniones de 98 hombres desagregados entre los residentes en el área urbana correspondientes al 66.3% y los habitantes rurales al 33.7%, esto permite comparar ambas cosmovisiones e identificar patrones de comportamientos y actitudinales tendientes a mejorar sus prácticas relativas a la reducción o erradicación de la violencia basada en género.

La Tabla No. 31 enlista varias afirmaciones relacionadas directamente a la configuración de la masculinidad. La primera de ellas reza que “Para ser un hombre, hay que ser duro”, en este sentido 36.7% aduce estar parcial o completamente de acuerdo con este planteamiento. Un dato relevante alrededor de esta afirmación es el del 54.5% de hombres del área rural que lo afirman, ya que el total del área rural llega al 33.7%, es decir poco menos de los cónyuges residentes en área rural consideran que para ser hombre se necesita ser duro en su carácter.

Tabla No 31. Distribución simple y porcentual de hombres de área urbana y rural según afirmaciones sobre masculinidad

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	URBANO N	RURAL N	TOTAL N	URBANO %	RURAL %	Total %
Muestra	65	33	98	66.3	33.7	100.0
Para ser un hombre, hay que ser duro.						
Completamente en desacuerdo	36	15	51	55.4	45.4	52.0
Parcialmente en desacuerdo	6	3	9	9.2	9.1	9.2

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	URBANO N	RURAL N	TOTAL N	URBANO %	RURAL %	Total %
Muestra	65	33	98	66.3	33.7	100.0
Parcialmente de acuerdo	6	5	11	9.2	15.1	11.2
Completamente de acuerdo	15	10	25	23.2	30.3	25.5
No Saben	2	0	2	3.1	0.0	2.1
Si alguien me insulta, defenderé mi reputación, con fuerza si es necesario.						
Completamente en desacuerdo	38	15	53	58.5	45.4	54.1
Parcialmente en desacuerdo	2	6	8	3.1	18.2	8.2
Parcialmente de acuerdo	4	2	6	6.2	8.1	6.1
Completamente de acuerdo	19	10	29	29.1	30.3	29.5
No Responde	2	0	2	3.1	0.0	3.1
Es importante que los hombres tengan amigos para hablar de sus problemas.						
Completamente en desacuerdo	20	7	27	30.7	21.2	27.6
Parcialmente en desacuerdo	3	1	4	4.6	3.1	4.1
Parcialmente de acuerdo	7	5	12	10.8	15.1	12.2
Completamente de acuerdo	33	20	53	50.8	60.6	54.1
No Saben	2	0	2	3.1	0.0	2.0

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Lo arriba expresado se reafirma al interiorizar sobre “Si alguien me insulta, defenderé mi reputación, con fuerza si es necesario”, ya que el 35.7% confirman estar parcial o completamente de acuerdo con esa aseveración; no obstante, casi dos terceras partes de los hombres desestiman que esta sea una forma de construcción de su masculinidad.

A pesar de lo anterior un 66.3% de los encuestados se encuentran completa o parcialmente de acuerdo en que “Es importante que los hombres tengan amigos para hablar de sus problemas.” Por el contrario, a un persisten un 31.6% con una opinión desfavorable con la aseveración anterior, se destaca el 35.3% de hombres urbanos que comparten estar parcial o completamente en desacuerdo con la importancia de los amigos, ello puede ser atribuido al individualismo promovido en la esfera urbana y el tipo de relaciones que se practican en la ciudad. Por lo contrario, el colectivismo o relaciones orgánicas son más características de las personas que habitan en el área rural.

A manera de continuación, especificando en afirmaciones más vinculadas a su rol de pareja la Tabla No.32 refleja que la declaración “Un hombre use violencia contra su cónyuge, es un asunto privado que no debe discutirse fuera de la pareja”, es aprobada por un 43.8% de los cónyuges al estar completa o parcialmente de acuerdo con la misma, es más, sólo un 53.1% están parcial o completamente en desacuerdo con este postulado, lo que resulta preocupante dado que a pesar de opinar estar en contra de la violencia de género, la violencia íntima, es decir la ejercida al interior del hogar parece ser invisibilizada y con poca probabilidad de apoyar en el caso de denunciar, si así lo amerita una situación de esta.

En este mismo sentido un 86.7% consideran estar completa y parcialmente en desacuerdo con la aseveración “Una mujer debe tolerar la violencia para mantener unida a su familia”; no obstante, todavía un 11.2% de hombres se encuentran completa o parcialmente de acuerdo con este tipo de aseveración. En el área urbano 89.2% de los hombres están completamente de desacuerdo, pero solo un 72.1% de aquellos en la rural están completamente desacuerdo.

Aunque los hombres en gran medida señalan en la Tabla No.32 que no debe tolerarse la violencia contra la mujer, al explorar el ámbito reproductivo con la propiciación “Es responsabilidad de la mujer evitar quedarse embarazada”, 72.4% se encuentra en contra de esta aseveración, pero es destacable el 25.5% que está parcial o completamente de acuerdo con ella. Es decir, aproximadamente uno de cada cuatro hombres cree que el embarazo es responsabilidad única de las mujeres.

En cuanto a la declaración acerca de que “Sólo cuando una mujer tiene un hijo es una verdadera mujer”, el 84.7% se encuentran parcial o completamente en desacuerdo con tal sentencia y en marginal medida un 13.3% aún le brindan apoyo a este tipo de declaraciones.

Tabla No 32. Distribución simple y porcentual de hombres de área urbana y rural según afirmaciones sobre masculinidad

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	URBANO N	RURAL N	TOTAL N	URBANO %	RURAL %	Total
Muestra	65	33	98	66.3	33.7	100.0
Que un hombre use violencia contra su cónyuge, es un asunto privado que no debe discutirse fuera de la pareja.						
Completamente en desacuerdo	37	9	46	56.9	27.3	46.9
Parcialmente en desacuerdo	3	3	6	4.6	9.1	6.2
Parcialmente de acuerdo	4	3	7	6.2	9.1	7.1
Completamente de acuerdo	19	17	36	29.2	51.5	36.7
No Responde ²	2	1	3	3.1	3.0	3.1
Una mujer debe tolerar la violencia para mantener unida a su familia.						

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	URBANO N	RURAL N	TOTAL N	URBANO %	RURAL %	Total
Muestra	65	33	98	66.3	33.7	100.0
Completamente en desacuerdo	58	24	82	89.2	72.7	83.7
Parcialmente en desacuerdo	1	2	3	1.6	6.1	3.1
Parcialmente de acuerdo	0	2	2	0.0	6.1	2,0
Completamente de acuerdo	4	5	9	6.1	15.1	9.2
No Saben	2	0	2	3.1	0.0	2.0
Es responsabilidad de la mujer evitar quedarse embarazada.						
Completamente en desacuerdo	43	20	63	66.1	60.6	64.3
Parcialmente en desacuerdo	4	4	8	6.1	12.1	8.1
Parcialmente de acuerdo	4	3	7	6.1	9.1	7.1
Completamente de acuerdo	12	6	18	18.6	18.2	18.4
No Saben	2	0	2	3.1	0.0	2.1

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	URBANO N	RURAL N	TOTAL N	URBANO %	RURAL %	Total
Muestra	65	33	98	66.3	33.7	100.0
Sólo cuando una mujer tiene un hijo es una verdadera mujer.						
Completamente en desacuerdo	55	27	82	84.6	81.8	83.7
Parcialmente en desacuerdo	0	1	1	0.0	3.0	1.0
Parcialmente de acuerdo	1	2	3	1.5	6.1	3.1
Completamente de acuerdo	7	3	10	10.8	9.1	10.2
No Saben	2	0	2	3.1	0.0	2.0

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

En sintonía con los temas previos, la Tabla No.33 profundiza en las relaciones que los hombres entablan dentro de su hogar. Es así como con la aseveración de “Cambiar pañales, bañar y alimentar a los niños es responsabilidad de la madre”, el 69.4% opinan estar parcial o completamente en desacuerdo con tal declaración. A su vez en la misma Tabla se evidencian un 28.6% de hombres (16.9% de lo urbano y 27.3%

de la rural) que respaldan esa afirmación otorgándole la totalidad de la responsabilidad del cuidado de los hijos a sus parejas y al mismo tiempo desvinculándose de su rol de padre dentro del hogar.

Otro estereotipo fuerte dentro de los hombres abordados es el de “El papel más importante de una mujer es cuidar su hogar y cocinar”, ya que 51% reafirman estar de acuerdo en forma parcial o completa con esa asignación de la mujer. Es importante apuntar también que un 46.9% estiman oponerse parcial o completamente a ese rol socialmente atribuido a las mujeres. Lo anterior presentan parecidos resultados entre los hombres urbanos y rurales. El 94.9% se encuentran parcial y completamente de acuerdo con la declaración “Si un hombre deja embarazada a una mujer, el hijo es responsabilidad de ambos”.

En lo concerniente a la declaración “El marido debe ser quien decida sobre la compra de los principales artículos del hogar” el 76.5% argumentan estar parcial o completamente en desacuerdo con esa propuesta; no obstante, el 21.4% continúan reproduciendo este tipo de ideas. De la mano con este tema, la aseveración “Un hombre debe tener la última palabra sobre las decisiones en su hogar” es refrendada por 33.7% de los hombres abordados, mientras el 64.3% están completa y parcialmente en desacuerdo. Esta declaración contrasta en parte con las aseveraciones que previamente en otros apartados se habían tratado.

Para afianzar este tipo de ideas, la declaración “Una mujer debe obedecer a su cónyuge en todas las cosas”, acumula 60.2% de opiniones que parcial o completamente en desacuerdo. Por otra parte, se constata un 37.8% a favor, ya sea de forma parcial o completa con esta idea. Al igual que la aseveración anterior, aquí preocupa que aproximadamente cuatro de cada diez cónyuges califican positivamente este tipo de enunciados de índole machista en los que subordinan las mujeres en diversos aspectos de la vida, incluso aquello relacionado al trabajo y su emancipación económica. En cuanto a la “La participación del padre es importante en la crianza de los hijos”. Casi la totalidad 96.9% estiman que la misma es importante, brindando opiniones de completa y parcial acuerdo.

Tabla No 33. Distribución simple y porcentual de hombres de área urbana y rural según afirmaciones sobre masculinidad

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	URBANO N	RURAL N	TOTAL N	URBANO %	RURAL %	Total
Muestra	65	33	98	66.3	33.7	100.0
Cambiar pañales, bañar y alimentar a los niños es responsabilidad de la madre.						
Completamente en desacuerdo	46	19	65	70.8	57.6	66.3
Parcialmente en desacuerdo	2	1	3	3.1	3.0	3.1
Parcialmente de acuerdo	4	4	8	6.1	12.1	8.2
Completamente de acuerdo	11	9	20	16.9	27.3	20.4
No Saben	2	0	2	3.1	0.0	2.0
El papel más importante de una mujer es cuidar su hogar y cocinar.						

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	URBANO N	RURAL N	TOTAL N	URBANO %	RURAL %	Total
Muestra	65	33	98	66.3	33.7	100.0
Completamente en desacuerdo	24	13	37	36.9	39.4	37.8
Parcialmente en desacuerdo	6	3	9	9.3	9.1	9.2
Parcialmente de acuerdo	9	2	11	13.8	6.1	11.2
Completamente de acuerdo	24	15	39	36.9	45.4	39.8
No Saben	2	0	2	3.1	0.0	2.0
Si un hombre deja embarazada a una mujer, el hijo es responsabilidad de ambos.						
Completamente en desacuerdo	1	1	2	1.5	3.0	2.0
Parcialmente en desacuerdo	0	1	1	0.0	3.0	1.1
Parcialmente de acuerdo	1	1	2	1.5	3.1	2.0
Completamente de acuerdo	61	30	91	93.9	90.9	92.9
No Saben	2	0	2	3.1	0.0	2.0
El marido debe ser quien decida sobre la compra de los principales artículos del hogar.						
Completamente en desacuerdo	48	22	70	73.7	66.7	71.4
Parcialmente en desacuerdo	2	3	5	3.1	9.1	5.1
Parcialmente de acuerdo	2	3	5	3.1	9.1	5.1
Completamente de acuerdo	11	5	16	17.0	15.1	16.3
No Saben	2	0	2	3.1	0.0	2.1
Un hombre debe tener la última palabra sobre las decisiones en su hogar.						
Completamente en desacuerdo	37	17	54	57.0	51.5	55.1
Parcialmente en desacuerdo	5	4	9	7.7	12.1	9.2
Parcialmente de acuerdo	5	3	8	7.7	9.1	8.2
Completamente de acuerdo	16	9	25	24.6	27.3	25.5
No Saben	2	0	2	3.0	0.0	2.0
Una mujer debe obedecer a su cónyuge en todas las cosas.						
Completamente en desacuerdo	32	13	45	49.2	39.4	45.9

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	URBANO N	RURAL N	TOTAL N	URBANO %	RURAL %	Total
Muestra	65	33	98	66.3	33.7	100.0
Parcialmente en desacuerdo	9	5	14	13.8	15.2	14.3
Parcialmente de acuerdo	6	7	13	9.3	21.2	13.3
Completamente de acuerdo	16	8	24	24.6	24.2	24.5
No Saben	2	0	2	3.1	0.0	3.1
La participación del padre es importante en la crianza de los hijos.						
Completamente en desacuerdo	0	1	1	0.0	3.0	1.1
Parcialmente de acuerdo	1	1	2	1.5	3.0	2.0
Completamente de acuerdo	62	31	93	95.4	94.0	94.9
No Saben	2	0	2	3.1	0.0	2.0

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Al igual que con los resultados de los indicadores individuales, en la Tabla No. 34 muestra que cuando se combina los resultados en un índice, hay niveles medios de actitudes equitativas de género para los hombres. Cada indicador se calificó usando 3 para estar “completamente en desacuerdo”, 2 para estar “parcialmente en desacuerdo”, 1 para estar “parcialmente de acuerdo” y 0 para estar “completamente de acuerdo” con la declaración. La puntuación máxima de 42 significaría que los hombres tienen actitudes equitativas positivas de género, mientras que una puntuación de 0 significaría que no tienen actitudes equitativas de género. El índice muestra que los hombres obtienen una puntuación 23.4 de un total de 42 puntos posibles. Los hombres urbanos tienen actitudes ligeramente más positivas sobre la equidad de género que los hombres rurales. Los hombres jóvenes tienen unas actitudes ligeramente más positivas en comparación con los hombres mayores. De todos modos, todos los hombres de la muestra están a mitad en su camino hacia actitudes equitativas de género.

Tabla No 34. Índice de Actitudes Equitativas de Género por Área y Edad (solo Hombres)

Características	Comparación (Porcentual)		
	URBANO	RURAL	TOTAL
Muestra	66.3	33.7	100.0
Actitudes Equitativas de Género	24.1	22.0	23.4
	15-29 AÑOS	30+ AÑOS	TOTAL
Muestra	12.0	88.0	100.0
Actitudes Equitativas de Género	24.2	23.3	23.4

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022; min = 0; max = 42.

CAPITULO III: Resultados Cualitativos

Etapa de Vida

Antes de entrar de lleno al análisis cualitativo de las etapas de vida de las mujeres en sus comunidades, es necesario aclarar que las mismas no son homogéneas, sino que entre las 15 clientas entrevistadas y 10 cónyuges existen diferencias marcadas. Del mismo modo en que se abordaron mujeres del área urbana, también se entrevistaron del área rural; además pertenecientes a grupos étnicos, de niveles socioeconómicos medios y bajos, así como jóvenes y adultas. En consecuencia, el análisis presentado parte de los principales acuerdos encontrados entre ellas, algunos desacuerdos y las visiones comparativas con sus parejas.

Realizada la introducción, se puede partir de la noción que un día típico para las mujeres en sus comunidades posee algunas generalidades y así mismo algunas especificidades. A nivel general, el día inicia desde tempranas horas para la gran mayoría, dadas sus responsabilidades maternas y laborales, esto es común en lo urbano y rural. Al ser esta población femenina emprendedora, su día transcurre enfocada en su trabajo y este se combina con las labores domésticas cuando el mismo se ubica en su misma casa o cerca de ella. El día finaliza regresando al hogar en aquellos casos en los que labora fuera del mismo a asumir los roles de cuidado y domésticos, tal como lo hacen aquellas que poseen su emprendimiento dentro de su vivienda.

En síntesis, un gran número de mujeres sigue ejerciendo el trabajo de cuidado y esto se resume en las propias palabras de una entrevistada en Morazán:

«Son amas de casa, y otras haciendo ventas, en tiendas, pero la mayoría son amas de casa»

La percepción sobre las personas admiradas gira en torno a aquellas que realizan doble trabajo (remunerado y no remunerado) y que interponen en el caso de las mujeres sus intereses y sueños por el de los demás. Entre las mismas mujeres se ha difundido la percepción de que una mujer admirable es aquella que estando sola, es decir, sin apoyo externo o de un cónyuge logra generar recursos para subsistir y suplir las necesidades básicas de sus hijos en edad de dependencia.

El esfuerzo maximizado de una mujer ejerciendo roles maternos y laborales se antepone a la admiración de aquellas que han logrado cosechar éxitos profesionales, económicos o de haber establecido una familia. Así lo evidencian las palabras de una entrevistada de en San Pedro Sula:

«Pues hay una vecina que dice: yo la admiro a ella porque hay una muchacha que tiene 3 niños y se levanta a las 5:00 de la mañana a trabajar por sus hijos entonces es aquella madre que lucha por sacar adelante a sus hijos»

Ante la situación de encontrarse en condiciones de madre soltera o en su defecto de entablar relaciones con parejas cuyos ingresos no satisfacen la totalidad de las necesidades del hogar, las mujeres, por necesidad, más que por autonomía se ven obligadas a realizar actividades económicas en situación de precariedad o con bajos ingresos en sector informal. Esto es frecuente entre las mujeres con bajos niveles de escolaridad y residentes en áreas marginales o periféricas de las ciudades. En definitiva, viene a

convertirse en una constante y por consiguiente generan migración entre otras mujeres en sus comunidades, así lo expresa una entrevistada en Choloma:

«Son aquellas que se esmeran por traer el sustento a la casa esas son, bueno no es que me estoy dando lugar, pero varia gente me ha dicho pucha yo a usted la admiro porque usted trabaja para ingresar dinero a la casa»

En este mismo sentido los hombres en su mayoría se emplean en el trabajo remunerado, aunque buena parte de ellos se ubican en la economía informal, esto es evidente en las áreas urbanas. Por otra parte, en las áreas rurales, además del trabajo remunerado, los hombres toman tiempo para actividades agrícolas de subsistencia y en otras llega a ser su trabajo principal. Un ejemplo de esto lo plantea un entrevistado de Morazán:

«Bueno en esta zona hay muchos rubros hay gente que se dedica a la agricultura, otros a la ganadería y otra gente de dedica a la albañilería, hay muchas formas de trabajar»

La cotidianidad de los hombres transcurre desde temprano fuera de casa, en general esta solamente juega el rol de techo, es decir, hospedaje y lugar de reproducción de los roles culturales de género asignados a mujeres y hombres. Es así como todas sus relaciones se entablan al margen del hogar y ese parece ser un lugar exclusivo para las mujeres. Este tipo de relaciones son más evidentes en las áreas rurales que en las urbanas, esto debido a los horarios que se manejan en ambos casos, además del tipo de tareas realizadas por los hombres. Así lo expresa un cónyuge en Gracias:

«Bueno aquí todos se dedican al trabajo en cualquier rubro, todos andan fuera, todos trabajan fuera de la casa así es muy bien»

Una marcada diferencia de los hombres con respecto a sus estándares de admiración radica en que estos en buena medida y dadas sus relaciones laborales y sociales tiene como ejemplos a seguir y admiración a aquellos que han destacado profesionalmente, ya que estos han progresado a nivel económico y generado mejores niveles de vida a su familia y al mismo tiempo son considerados como útiles dentro de sus comunidades. Otro factor admirable desde la perspectiva de los hombres son los valores como el de la honradez esto es resaltado, especialmente en contextos donde prolifera la inseguridad y la asistencia de altos niveles de criminalidad. Un comentario que refleja esta aseveración se obtiene un entrevistado de Morazán:

«Bueno aquí en la comunidad hay mucha gente de ese rango como dice uno gente respetosa que no anda en fechoría como haciendo cosas malas molestando a la gente, ese una zona limpia gracias a Dios»

Aquí queda en evidencia el peso cultural en la determinación de las aspiraciones de las mujeres y hombres en Honduras. Por una parte, la circunstancia de pobreza y exclusión toman forma femenina al momento de la creación de oportunidades, por lo que la aspiracional dad de esta gira en torno a rescatar a los miembros de sus familias, en especial si son sus hijos, despojándose de cualquier aspiración propia. No así los hombres que fijan sus ojos en autorrealizarse no solo en el ámbito familiar, sino trascender al ámbito social y profesional. Esa visión es compartida en las áreas urbanas como rurales, así lo enfatiza un cónyuge entrevistado en La Esperanza:

«Bueno hay tipos de hombres que unos son profesionales. ¿A esos admira usted? Si porque donde hay profesionales hay desarrollo en las comunidades, ayudan bastante a la construir para sacar adelante a los demás»

Una historia recurrente entre las y los entrevistados es que en su mayoría se conocieron en sus comunidades y un buen número entablaron relaciones afectivas antes de los 30 años. Este es un común denominador entre las familias hondureñas, se entablan relaciones conyugales previo a la garantización de los mecanismos de sobrevivencia y generación económica. Este cambio de estado conyugal en muchos casos rompe abruptamente los procesos educativos de hombres, pero en mayor medida entre las mujeres, conllevando a maternidad a edades que podrían orientarse a culminar sus estudios o generar capitales para impulsar emprendimientos que apoyen su autorrealización a mediano o largo plazo.

Las parejas entrevistadas en apariencia afirman tener una relación estable, en la que ambos comparten las responsabilidades de su hogar, pero enfatizan en que el rol de la mujer como generadora de ingresos ha posibilitado mejorar las condiciones de vida de la familia. Esta situación se vuelve más complicada en la ciudad que en el área rural, ya que los hombres del área urbanas son empleados en el sector formal y otros en el informal, requieren mayor inversión para sufragar gastos de alquiler, transporte y servicios básicos. Esto en definitiva obliga a la mujer a realizar trabajos remunerados, estos casi siempre en el sector informal y dentro de sus comunidades, barrios o colonias.

Comunicación y Finanzas del Hogar

Al igual que en los datos cuantitativos, las respuestas de las parejas y en especial las mujeres confirman conversar frecuentemente con sus. Esta frecuencia en la comunicación se encuentra mediada por el tiempo en que pasan juntos, este tiempo se parte en dos lapsos, el inicial a tempranas horas del día cuando ambos se disponen a salir hacia sus trabajos o en el caso de las mujeres iniciar labores domésticas y/o de su negocio. En segunda instancia se ubica el período final de día, esto va desde horas de la tarde, en el área rural, hasta entrada la noche en la urbana, momento en el que ambos se disponen a descansar después de su jornada laboral dentro y fuera de casa.

De manera general, gran parte de las entrevistadas señalan tener buena comunicación familiar con sus parejas, esta se da de manera constante y sobre todo tipo de temas relacionado con la vida familiar. De hecho, las actividades cotidianas de ambos, las perspectivas en sus trabajos y las relaciones con sus hijos son los principales tópicos abordados. Esto se constata en palabras de una clienta del municipio de Choloma.

«Casi todas las noches, hablamos de nuestros hijos del comportamiento de ellos, otras cosas que haces y no les gustan, otras cosas que tenemos que mejorar o de pareja. También hacemos inventario con las mejoras que se han hecho en el hogar»

Como previamente fue apuntado, existe una fluida comunicación entre las parejas; no obstante, la misma se reduce a los momentos arriba señalados. De igual forma, dependiendo el rubro al que su cónyuge se dedica se produce la temática y el tiempo requerido para esta discusión. Así, si su cónyuge es asalariado, solo puede ser abordado al momento de retorno a casa en horas de la noche y si el mismo se dedica a un emprendimiento o autoempleo, es más factible que la comunicación sea constante en diversos momentos

del día y los temas fluyan en torno al aspecto económico del o los negocios. De esta manera lo expresa una entrevistada de Choloma.

«Todos los días, generalmente, no los miras en el día, porque es albañil y está arreglando un taller de lavadoras que va a poner. Ya pues, conversamos como nos fue en el día»

La decisión del uso de sus ingresos es ratificada en este componente cualitativo. El rol de las mujeres en tomar sus propias decisiones al momento de gastar, invertir o guardar el dinero producido por ella es indudablemente eficaz para generar condiciones de autonomía entre las clientas. Pero esto no puede ser visto a la ligera, ya que dadas las condiciones culturales. En las que las mujeres hondureñas han sido socializadas, en muchos casos les es difícil la administración de estos recursos, por lo que ellas mismas justifican el papel de su cónyuge en dicha actividad o en su defecto la coacción de estos últimos.

Aunque, es importante también señalar que producto de la comunicación y relaciones de confianza, las mujeres y sus cónyuges han pactado de forma fáctica compartir gastos dentro del hogar, para ello establecer un fondo común en que ambos aportan dependiendo de sus ingresos y en buena medida. Según los entrevistados, los hombres se despojan más de sus ingresos que las mujeres. Cabe señalar que en el apartado cuantitativo queda visible que los hombres obtienen mayor ingreso que con sus cónyuges mujeres. De hecho, las clientas tienen autonomía en cuanto a sus gastos, uso de su dinero y forma de utilizarlo.

Además, las mujeres reconocen que siempre necesitan conversas con sus parejas para que estén de acuerdo en lo antes señalado. Un ejemplo de esto, lo constata el fragmento extraído de la entrevista a una clienta en Choloma, quien afirma:

“Bueno, como yo le digo yo no meto con lo que él se queda, porque él se queda con poco, la mayoría me lo da a mí”

Ante la existencia de las barreras culturales y económicas, las mujeres han desarrollado habilidades de negociación al interior de sus hogares y en específico con sus parejas acerca del uso de los recursos generados por ellas. En este sentido, el empoderamiento resultante de la capacidad ejercida por estas de generar ingresos derivadas en su autonomía económica las sitúa en una relación de poder más igualitaria al momento de tomar decisiones sobre inversiones, compras u otros aspectos de índole económico que afectan al núcleo familiar. Cabe señalar que tal autonomía repercute al momento de generar pactos internos en la distribución de los gastos familiares.

Esta autonomía suele ser percibida por los cónyuges de diversas maneras, siendo las principales: Negativa, sus cónyuges rechazan el rol generador de ingresos de su pareja y limita su ámbito de acción al hogar y cuidados de hijos. Cabe destacar que en el estudio es la menos presente. Indiferencia, en esta los hombres no se oponen explícitamente a los emprendimientos de sus parejas; sin embargo, se restringe a opinar sobre el tema y con algún grado de escepticismo permiten el desarrollo de sus parejas en el mundo económico, Aquí el apoyo de los cónyuges aparece bajo el concepto de libertad y es frecuente en el área rural. En positivo, en este modo de percepción los hombres apoyan de forma moral e incluso económica los emprendimientos de su pareja. A la vez de apoyarla fomenta su autonomía, ya que comprende la

necesidad de otros ingresos para mejorar sus condiciones de vida y distribuir responsabilidades, este pareciera ser el más frecuente dentro de la población abordada. Aunque hay que apuntar que estas relaciones no son automáticas, ni se verifican de forma mecánica y para transitar de la negativa hasta la positiva, las mujeres han desarrollado una serie de estrategias basadas en el convencimiento, tal como lo dice una participante de Villanueva.

«No, nosotros no siempre compartimos lo de nosotros y hablamos, a veces. Él dice no lo voy a hacer y lo termina haciendo porque sabe que nos va a beneficiar. Por ejemplo, yo quería sacar este préstamo y él decía que no, porque las ventas han bajado, pero si uno debe uno se limita para pagar lo que uno debe y ahí estamos»

Al igual que las mujeres, con los hombres ocurre lo mismo, señalan tener buena comunicación con sus parejas, establecen diálogos sobre la situación de sus familias y de sus negocios. Cabe destacar que estos fueron más escuetos al momento de referirse al tema, pero mostraron mucho interés al abordar el tema económico y específicamente el de los negocios de sus parejas. Así lo expresa el cónyuge, de una clienta de Choloma

«Bueno nosotros hablamos siempre sobre el negocio y como va conmigo»

Los cónyuges reiteran la frecuencia con las que dialogan con sus parejas, aducen que la misma es constante y no se limita a la cotidianidad, sino que trasciende al plano familiar y económico. Se enfatiza estas conversaciones transcurre al final de la jornada laboral de ambos, mientras se disponen a descansar. En palabras del cónyuge de una clienta de Villanueva se refiere así:

«Pues siempre hablamos de lo que nos ha pasado, del problema que de repente hay en el transcurso del día. A veces nos sentamos en la noche, nos comunicamos, casi siempre todos los días»

De forma similar a las mujeres, los cónyuges con respecto a la toma de decisiones de sus ingresos mencionan que es equitativa. Esto se extiende al plano de los gastos, ahorros e inversión; Afirman que siempre toman en cuenta a sus parejas y las decisiones son colectivas. A pesar de la colectivización expresada en el manejo de los recursos, los hombres argumentan independencia en el manejo de sus ingresos, siendo capaces de acumular fondos que no son manejados de forma colectiva por sus parejas. Esto queda a la luz a partir del fragmento de una entrevista al cónyuge de una clienta de Villanueva.

«Realmente yo mi dinero yo dispongo, igual ella, el dinero de ella es de ella; pero si no tengo y ella tiene, pues fíjate que necesito algo y ella pues tené, yo le digo, igual ella, fíjate que compremos tal cosa porque está bueno, es parte de los dos. Es un 50 y 50, vemos lo que realmente conviene o no conviene, a veces uno ve que quiere invertir en algo y ve en el pasado y mira que eso fue así y así y nos ponemos de acuerdo»

En definitiva, parece ser que entre las clientas entrevistadas y sus cónyuges existe un alto nivel de acuerdo en el manejo de sus ingresos y la forma en que estos son utilizados, es decir, cómo se decide y quién lo hace. De esta manera las mujeres expresan autonomía, al igual que los hombres; pero existe un consenso

en el que ambos establecen una cuota para sufragar gastos familiares y del hogar. Además, ambas partes afirman crear lazos de apoyo al momento que uno de los dos ocupa recursos económicos. Los desacuerdos giran en torno a los riesgos de inversión que las mujeres asumen, tales como prestamos, diversificación y los típicos del hogar. No obstante, estos son tratados al interior de la relación y dada la fluidez en la comunicación son subsanados, casi siempre en beneficio de los intereses de las mujeres, esto debido en parte a las estrategias de negociación construida y la necesidad de ingresar recursos dentro del hogar manifestada por ambos.

Para finalizar este apartado, es preciso no pasar por alto que el hecho de que mujeres y hombres en su mayoría compartan los ingresos obtenidos por cada uno de ellos, no impide que, en especial los hombres continúen acumulando mayores recursos, ya que los mismos obtenidos por las mujeres son minoritarios económicamente hablando. Hasta este punto, en el área urbana, ni rural, ni entre las mujeres de pueblos originarios y afro hondureñas expresan coacción económica. A su vez queda de forma implícita la extenuante jornada de las mujeres y la dificultad, sobre todo, en el área urbana por razones de tiempo que tienen los hombres para apoyarlas en sus negocios.

Generación de Ingresos y Negocios

Algo interesante en lo concerniente a la generación de ingresos y vinculado directamente al apartado anterior sobre la autonomía, es que a pesar de que los emprendimientos o pequeños negocios son impulsados por mujeres, estas mismas señalan que la propiedad de tales negocios es compartida con sus cónyuges. Esta situación es más evidente en las áreas rurales en los sectores más alejados del casco urbano de las principales ciudades. Aquí las mujeres mencionan que los dueños de los emprendimientos son sus parejas, o que estos tienen igual papel en la toma de decisión.

Esto es palpable cuándo se interroga acerca de la propiedad de su emprendimiento a las mujeres, resultando frecuentes respuestas como las de una clienta mujer de La Esperanza, quien afirma que su negocio es propiedad de:

«Mi esposo con el muchacho»

Así mismo, otras mujeres no otorgan directamente la propiedad de su negocio a su pareja, sino que invisibiliza su función y se brindan responsabilidades secundarias que la hace ver como importante dentro del negocio. De esta manera se expresa compartir responsabilidades, pero el rol preponderante se lo atañe a su cónyuge, un ejemplo de esto se encuentra en un fragmento de entrevista a una clienta mujer en Azacualpa, quién establece que la propiedad de su negocio es de:

«Ambos, llevo la contabilidad del negocio»

De igual forma, otras mujeres comparten la propiedad de sus negocios. En todos los casos antes expuestos queda de manifiesto la persistencia de patrones patriarcales asumidos por las mujeres, quienes a pesar de generar ingresos y ser propietarias de un emprendimiento necesita de la reafirmación o respaldo por parte de un hombre, en este caso su cónyuge, para sentirse segura o como mecanismo de apoyo para

sobrellevar los éxitos o fracasos derivados de su toma de decisiones. Una respuesta en este sentido es la brindada por una clienta mujer de Cofradía, la que afirma.

«Los dos somos dueños del negocio»

Esta contradicción de ser y a vez no ser propietario de sus negocios, desemboca en la frágil o inexistente autonomía real por parte de las mujeres, al menos en el ámbito económico. En consecuencia, la toma de decisiones sobre los negocios, al ser compartida o tutelada por sus cónyuges pasa a ser determinada por ellos, mientras las mujeres se relegan al plano laboral, desarrollando las actividades diarias de comercialización, producción o prestación de servicios o los ingresos, así como el manejo de estos es manipulado por sus cónyuges.

De la exploración con las abordadas emana que los roles de género están bien marcados en las actividades generadoras de ingresos tanto para mujeres como entre los hombres. En el caso de las mujeres se asocian a trabajos de cuidados o de relación cercana al núcleo familiar que les genera mantenerse siempre responsable de las actividades de cuidado del hogar y doméstico. En este sentido las mujeres se orientan al área de las ventas de alimentos, prestación de servicios domésticos y comercialización de bienes menores en el área urbana. En la rural son aún más precarios sus ingresos y más asentados los roles arriba expuestos.

Estos roles de género aplicados a los emprendimientos son claramente expuestos por una de las participantes en un grupo focal desarrollada en San Pedro Sula en la que opina lo siguiente:

«Permanece mucho el negocio de las tortillerías, eh, ropa usada, venta de frutas, pulperías; generalmente eso nunca falta ¿verdad? Bueno, yo soy una de las que permanece en eso. Hay una que otras también que venden pan hecho por ellas, y qué le puedo decir... De ese emprendimiento y otras que el emprendimiento de ellas es salir a trabajar, asear casas, cuidar niños... Y la ama de casa normal que queda en casa»

En el área rural, como previamente fue señalado, los ingresos son menores y las condiciones laborales se precarizan más. Además de los cuidados y empleos domésticos, la elaboración y venta de alimentos es la principal actividad generadora de ingresos que tienen las mujeres. Así lo afirma una participante de grupo focal en Gracias.

«Venden Baleadas, tortillas con quesillo, yo hago tamales para vender»

Esta serie de acciones en las que buena parte de las decisiones de los negocios pasan por los hombres, muchas veces culminan con el fracaso de los emprendimientos de las mujeres, aunado a otros factores externos del mercado. De forma específica, en el caso de los negocios llevados a mal termino por influencias de sus parejas, las mujeres lo asocian a prácticas machistas de control, malos manejos de los ingresos, adicciones, relaciones extramatrimoniales y falta de asesoría en toma de decisiones. En palabras de una participante del grupo focal de Gracias, con respecto al alcoholismo de sus cónyuges opina:

«A veces ellos se ponen a tomar y a tomar y ahí termina todo»

Este tipo de prácticas por parte de los hombres, según las mujeres son comunes en el área rural y en el área urbana. Como prueba de ello, una integrante del grupo focal de mujeres de San Pedro Sula expresa:

«Pues, primeramente, el fracaso en los negocios; los hombres a veces son porque, bueno, miro y hay en la comunidad ¿va? Se han visto bastantes casos que los hombres se ponen tal vez... La llevan de enamorados, por decir y salen ahora en día tantas jovencitas que les coquetean y les bajan el dinero y si por tal vez ... Por quedar bien con ella, se ponen a regalarle lo que les pide, de ahí poco a poco van quedando... Van a la quiebra, por decirlo ¿va? y de ahí también van los vicios, también del tanto... Hoy en día tantos vicios que hay. Eso es el primero que puede llevar al fracaso»

Por su parte, los hombres, siguen ejerciendo trabajos asociados a fuerza física, alejado de las responsabilidades del hogar y con la disposición de tiempo libre para el ocio. Esto es más palpable en el área rural y en las zonas periféricas de las urbanas. En ambos casos, este tipo de trabajos se caracterizan, además de su precariedad, bajos ingresos e inseguridad; de la incertidumbre y dependencia de las condiciones ambientales y cambios abruptos del mercado. Esto queda en evidencia a leer un fragmento del grupo focal de San Pedro sula donde uno de sus participantes dijo:

«De eso de reciclaje, todo eso; y también hay bastante de eso de verduras, también los hombres. Y la mayoría ahí en mi comunidad, lo que da, que se mira que trabajan de ayudante de albañil, otros de guardia. Así»

La situación de pobreza es común tanto para hombres urbanos como rurales; sin embargo, hasta cierto punto difieren una de otra. En el caso urbano, el acceso a la tierra y aún empleo remunerado se convierte en una odisea para personas con bajo nivel académico, por ende, deben optar al autoempleo o asumir actividades mal remuneradas. En cambio, en el área rural, los índices de pobreza son mayores y los empleos escasean, pero existen mecanismos compensatorios que cubre parte de las necesidades alimentarias y de ingresos de las familias como las actividades agrícolas. De esta manera lo señalan un participante del grupo focal de Gracias:

«Yo igual me dedico a sembrar café, maíz, y a los negocios y a vender limones, naranjas cuando hay cosecha. Por eso le digo que allá la gente se dedica a sembrar, se cultiva la tierra. Pero en mi caso yo también siembro, pero también me dedico a vender, traigo aquí (Gracias) todo lo que se produce allá»

Un tema en que los hombres refutan gran parte de las aseveraciones de las mujeres es el referir al fracaso de los negocios. De hecho, mencionan que la principal causa es la falta de comunicación en las parejas y en segundo término se debe a la influencia del hombre sobre la mujer. Cabe señalar que el enunciado falta de comunicación es utilizado de forma ambigua por parte de los hombres, para unos se refiere a la oposición o toma de decisiones de la mujer sin consultarles, para otros se relaciona a la mezcla de problemas maritales con el negocio; pero lo constante es que en ningún momento asumen directamente el fracaso del negocio de su cónyuge por factores propios.

Por otra parte, el fracaso es atribuido completamente a la mujer debido a las decisiones tomadas por ella y cuando hay intervención de un hombre, este es un tercero. En todas las explicaciones la responsabilidad del mal funcionamiento del negocio es atribuida a la mujer, así lo asevera un participante del grupo focal desarrollado en San Pedro Sula:

«No, ahí donde nosotros, si, Esas mujeres que tienen su negocio, así que tienen. Y tal vez, las han dejado el marido o el esposo, y se juntan con otro y quedan en la calle. Es el fracaso de las mujeres que quedan así. Que tienen... Que ellas son buenas para trabajar, pero, tienen la mentalidad, tal vez, en otra persona. Solo para que les quiten su dinero»

A manera de cierre es factible argumentar que existen varios puntos de convergencia en los que mujeres y hombres respaldan su mutua colaboración y apoyan. A su vez, existen otros en los que difieren, especialmente, aquellos relativos al manejo de ingresos y la decisión del uso de estos, por consecuencia estos conflictos asumidos como normativos por las mujeres tributan en buena medida en el fracaso de sus negocios. Así mismo dicho fracaso es atribuido por parte de las mujeres a prácticas machistas arraigadas en sus cónyuges, mientras estos las atañen a una mala comunicación o a las malas decisiones de ellas.

Servicios Financieros y Uso del Teléfono Móvil

Uno de los temas abordados por las parejas, es el del financiamiento de sus negocios. En ese sentido tanto mujeres como hombres afirman dialogar sobre este tópico, principalmente lo discuten durante la noche, en la jornada de descanso de ambos. Esta temática casi siempre sale a colación en momentos donde escasea el dinero para inversión o se aglomeran las deudas. Esto se refleja claramente en las palabras expresadas por una clienta abordada en un grupo focal en Gracias:

«A veces cuando uno se mira que, tal vez, está quedando sin dinero y ha estado sacando en un banco y no ha ido a solicitar un préstamo, a eso es lo que acudimos. Qué si nos van a dar un préstamo para seguir comprando lo que hace falta».

Un aspecto importante para considerar es el de que muchas de las participantes de los grupos focales y entrevistadas expresan temor a la responsabilidad de un crédito, por lo que en ocasiones acuden a sus cónyuges para establecer este tipo de relaciones financieras con bancos u otro acreedor. Casi siempre este temor se origina al inicio de establecer su relación financiera, es decir, cuando obtiene su primer préstamo, varias de ellas aseguran que superaron esa experiencia al sentirse apoyada por sus cónyuges. Así lo expresa una participante de grupo focal en Gracias:

«En mi caso, yo le dije que, a él, porque a mí me daba uno. Siempre le he tenido miedo a eso de préstamos, porque no me gusta quedar mal. Usted sabe, que a veces, aunque uno no quiera, a veces, de repente pasan cosas. Y muchas veces en los bancos no entienden»

El apoyo de ODEF es percibido de forma positiva por las mujeres, consideran que el acompañamiento previo y durante los créditos es necesario. Del mismo modo estiman conveniente la realización de actividades como Charlas y asesoría de negocio para que los mismos salgan adelante. Hay disposición por parte de ellas en participar, aunque son escépticas de la participación de sus cónyuges. Esta es la opinión

de otra participante de grupo focal en Gracias al consultarle sobre si está de acuerdo con que su proveedor de servicio le brinde orientación más allá del tema financiero:

«Yo digo que sí, porque a veces uno está falto de experiencia y necesita a alguien que sepa para que le pueda decir.»

Existe pleno uso de teléfonos inteligentes entre las participantes, estos dispositivos cuentan con conexión a internet por medio de datos y les permiten a las mujeres interactuar en tiempo real con sus clientes y familia. La única dificultad radica en que los sectores más rurales o marginados en las áreas periféricas de las zonas urbanas carecen de buena señal y en tiempo lluviosos se presentan dificultades en la cobertura. De hecho, es interesante saber, que incluso, por este medio varias de las ahora clientas se enteraron de ODEF como fuente de créditos, así lo indica una de las clientas abordadas en un grupo focal de San Pedro Sula.

«Fue bien gracioso, yo estaba una noche en *Facebook* y me apareció un anuncio de la Financiera y yo le dije a él, se lo enseñé: "Miré esto" le dije. Entonces yo vine y solo envié la solicitud; todo lo que pedían. Y como a los cinco días me estaban llamando y yo hasta quede... ¿De dónde? Y yo ni me acordaba. Y entonces, "Venga, preséntese". Y yo vine a presentarme y ya... Y, y yo dije... Ya igual..., yo no lo iba a agarrar, porque como le digo, a mí no me gusta elegir los préstamos, yo les tengo miedo y entonces me dicen "no"; pero ya me empezaron a mí a, a decir que era para empresa si yo tenía emprendimiento y así, entonces, yo vine y bueno lo cogí».

De la misma forma, las mujeres que se sienten apoyadas por sus cónyuges en sus emprendimientos afirman que los mismos se interesan constantemente en el tema del financiamiento, cabe señalar que esto no es una constante entre las clientas, sino que es expresado a manera de ejemplificar como un cónyuge puede acompañar desde su hogar estas iniciativas, de esta manera lo narra una participante de San Pedro Sula en un grupo focal:

«Y a veces sí, lo discutimos con mi esposo, más cuando va a llegar la fecha porque él me pregunta: ¿Tiene para pagarlo? Y yo: "Sí, eso, siempre está bien apartado, le digo para no quedar mal, le digo". Y así.»

Por otra parte, al indagar entre los hombres acerca del financiamiento o adquisición de préstamos por parte de sus parejas, estos consideran positiva dicha actividad; sin embargo, de forma explícita afirman que la última palabra, es decir, la decisión final de aceptar a no depende de ellos. Esta postura va de la mano con los planteamientos establecidos por las mujeres acerca de la decisión sobre el uso de sus ingresos, en la que les atañen a sus cónyuges un rol importante y del mismo modo los visualizan como copropietarios de sus negocios.

Para afianzar esta idea, sobre acceder a financiamiento, es reveladora la aseveración brindada por uno de los cónyuges abordados en un grupo focal celebrado en Gracias:

«El hombre en cuestiones de crédito es el que toma la decisión y le ayuda la mujer; pero quien lleva la palabra es el hombre»

Esta aseveración es refrendada por otro participante de ese mismo grupo focal, utilizando la siguiente proposición:

«Pues sí, el hombre sabe en qué se va a invertir, por eso es el hombre»

En materia de acceso a telefonía inteligente, todos los hombres cuentan con un dispositivo móvil, hacen uso de las redes y la señal es adecuada, en algunas zonas es mejor la señal de una red que en otras. Estas dificultades de conectividad son comunes a la presentadas por las mujeres y es una constante a lo largo del país. Una estrategia para superar esta dificultad es la de agenciarse de dos dispositivos cada uno conectado con un operador diferente y dependiendo la zona, se conectan a la red con la operadora que tenga una mejor señal, así mismo otros prefieren una sola compañía de datos, así lo expresa uno de los participantes en el grupo focal de San Pedro Sula:

«Miré, que en las zonas en que yo estuve, tuve problemas con la red de Tigo. entonces, lo que yo hice es cambiarlo a Claro. Porque, hay otras zonas que agarran Tigo y hay otras zonas que agarran Claro. Entonces, para ya tener una mejor conexión con uno. Entonces, Claro para mí me lo dio mejor ahí, porque tengo una buena señal, porque, bueno, hay momentos que platico con mi esposa y ella tiene Tigo y se cortan las llamadas» G.F. San Pedro Sula

Movilidad y Conciliación de la Vida Personal y el Trabajo

Desde el capítulo anterior se viene mostrando la existencia de la desigualdad en la distribución del tiempo entre mujeres y hombres, la misma se verifica de forma palpable en la conciliación de los domésticos con lo laboral remunerado. En ese orden de ideas, las mujeres reconocen que el trabajo doméstico es una carga exclusiva para ellas, esto es sostenido tanto para el área urbana como en el área rural. Así mismo, señalan que, en el caso de los hombres, ellos cuentan con más tiempo para el descanso y el ocio, tiempo con el que no cuentan ellas.

La dualidad de responsabilidades conlleva a un sobre esfuerzo por parte de las mujeres, esto repercute en el proceso productivo o de servicios de su emprendimiento. El rendimiento en el espacio de negocios casi siempre se ve mermado en favor del doméstico, ya que el cuidado de los hijos, la pareja y labores domésticas generan fatiga física y emocional, así lo apunta la intervención de una participante del grupo focal de Gracias:

«Una de mujer trabajadora en el día no se descansa, porque si tal vez se sienta un ratito se acuerda de lavar la pila, asear la cocina, el baño»

Las mujeres comparan su agenda diaria con la de sus cónyuges y ese sentido se enteran de que comparativamente hablando su horario es más extenso e intensivo que el de ellos. El tiempo de ocio y descanso para una mujer trabajadora o emprendedora se reduce aún más cuando agrega a sus tareas

actividades sociales, tales como participación en grupos religiosos, asociación de padres o madres de familia entre otras. Así lo deja de manifiesto una clienta participante de grupo focal de San Pedro Sula.

«Tiende a ser menos, porque por ejemplo en mi casa, eh, yo me levanto temprano. Desde que me levanto yo tengo actividad. Eh, eh, lo que es atender los niños. Yo me levanto a las seis, él se levanta a las siete porque ya, la actividad de él ya empieza a las siete cuando empiezan a llegar los muchachos a la casa que tiene que despacharlos también. Él los despacha, él hace su área de trabajo, porque él se queda trabajando en casa, por si llega a un comprador o hay que salir a mover un negocio, entonces. Ajá, pero él ya a las doce, ya está afuera. Entonces, si hay algo en lo que él me pueda ayudarme en la casa, él me ayuda. Pero, no es en todo ¿verdad? Sino que en ciertas cosas. En cambio, yo no, yo tengo que hacer muchas cosas. Aparte que, eh, en la tarde yo digo: "¿Ya terminé?, No, tengo que hacer cena". Después de hacer cena, o sea, voy a la iglesia, vengo a alistar el uniforme de los niños, o sea, llegan las 11:00 de la noche y mi quehacer no ha terminado. Entonces yo siento que tiene más carga la mujer que el hombre»

Los hombres coinciden que ambos trabajan, pero que el mayor peso del trabajo recae en las mujeres. Ese reconocimiento en pocas ocasiones se manifiesta en apoyo real a las actividades de sus parejas, al contrario, estas últimas sirven de sustento afectivo y emocional a ellos, agregando una carga más a las actividades, ya de por sí, saturadas en lo doméstico, cuidado de hijos y trabajo remunerado que ejerce las mujeres. En palabras de un participante de grupo focal en San Pedro Sula, opina al respecto:

«Eh, bueno, ahí, lo que visto yo, es la gente que trabaja en maquila y todo eso y son las que tienen las, que, digamos que no descansan, porque las mujeres no descansan, los domingos, pero, sí les queda un poco más, un chance, los sábados y los domingos»

Si con lo anterior quedaba de manifiesto el peso asignado a los roles de género por parte de los hombres, el machismo se acentúa al momento de indagar sobre los lugares en los que las mujeres pueden asistir solas. En el área rural se asigna espacios vinculados a la reproducción de estereotipos como iglesias, salones de belleza entre otros. En cambio, en las áreas urbanas prima la preocupación por la seguridad de ellas y por ende se utiliza como justificación para reducir los espacios de acción. Esparcimiento y ocio en los que las mujeres pueden participar. Un ejemplo de ello es el comentario expresado por un participante en un grupo focal de Gracias al respecto del lugar a donde puede ir una mujer sola:

«Pues, al salón de belleza, una tienda de ropa»

Así mismo lo reitera los hombres del área urbana al señalar la existencia de espacios exclusivos para mujeres y otros para hombres. La asignación de esos espacios reafirma los estereotipos de género y los hombres le atribuyen al aburrimiento, la causa principal por la que no acompañan a sus parejas o por la que no se dejan acompañar de ellas. Esto lo ejemplifica el fragmento de la entrevista colectiva en grupo focal a un participante de San Pedro Sula:

«Eh, igual que, por ejemplo, cuando mi esposa va a un salón, yo la dejo ahí y me voy. Porque me aburre estar toda la tarde ahí. Lo mismo ella, cuando yo voy a ver algún

partido, le aburre estar ahí; entonces, esa es la, la diferencia. Cada quien tiene su espacio en debido momento»

Negocio de la Clienta

Tal como se viene describiendo en este apartado, en su mayoría las mujeres emprenden negocios orientados al área de las ventas, estas pueden ser de bienes de consumo como ropa, accesorios y otros artículos; además otras se dedican a pequeños negocios o establecimientos de comida, pulperías o a la prestación de servicios por medio de salones de belleza, pequeños talleres de sastrería entre otras. Sus ingresos son utilizados para sufragar los gastos del hogar, salud, educación de sus hijos y reinversión en el mismo negocio. También cuenta con mínimo controles de ingresos y egresos, lo que desemboca en bajos rendimientos de utilidades.

Más que la búsqueda de independencia económica ha sido la necesidad de sobrevivir, la principal motivación para emprender. Una constante entre las mujeres entrevistadas es la existencia previa de historias de vida en las que sufrieron situaciones extremas de pobreza, algunas formas de violencia y situaciones desencadenantes de tomas de decisiones radicales. Muchos de estos relatos se vinculan directamente a su relación de maternidad o de rupturas con parejas previas. Un fragmento de la entrevista efectuada a una clienta de San Pedro Sula proporciona un buen punto de vista sobre este tema:

«Mis hijos me emprendieron porque cuando tuve mi primer hijo aguantaba hambre él tiernito y yo. Yo tenía que andar de casa en casa vendiendo tortillas y lo dejaba a él en el suelo en un cartón y sufría bastante hasta para poderle conseguir leche. Y vino mi esposo y me dice te voy a dar 1,000 lempiras para que emprendas en lo que quieras, empecé a comprar tenis y viajaba a la Ceiba a venderlos y generaba bastantes ganancias.»

En general las mujeres afirman sentirse bien con sus emprendimientos, hasta el punto de considerarse exitosas; no obstante, continúan esgrimiendo que gran parte del éxito se debe a su esfuerzo y el apoyo de ODEF, aunque se deja entrever que en gran medida sus cónyuges tienen influencia en su toma de decisiones. Un elemento que no se debe omitir es el factor externo vinculado a los cambios ambientales, ya que esta zona del Estudio es afectada cíclicamente por fenómenos naturales, lo que aunado a la crisis económica y pandemia de los últimos años ha perjudicado varios emprendimientos. Así lo sintetiza una clienta entrevistada en El Progreso:

«Me siento muy bien, muy satisfecha. Yo siento que como persona me es un reto más, porque a mí siempre me han gustado los números hacer entradas y salidas, llevar un chequeo bien. Y siento que ahorita con el negocio lo he desarrollado, ver que negocio me conviene y cuál no. Tengo muchos desafíos, porque estamos un poco preocupados porque ya los había afectado el ETA Y IOTA; porque usted sabe que son inundaciones afecta muchos cultivos y nosotros dependemos de muchos cultivos de las personas como la yuca, plátano, más que todo la palma porque usamos aceite entonces eso los afectó mucho.»

Ahora bien, en el área rural los emprendimientos de las mujeres aparentemente tienen mayor control por parte de los hombres, estos negocios o actividades de ellas se apegan de forma más evidente a los estereotipos socialmente construidos. En estos espacios las mujeres no solamente realizan actividades domésticas y laborales remuneradas, sino que en épocas de cosecha y siembra apoyan a sus cónyuges y demás familiares en dichas actividades. Por consiguiente, en múltiples ocasiones sus emprendimientos pasan a un segundo plano, aunque en palabras de un entrevistado en La Esperanza se valora esa entrega:

«Buena mujer, si porque como dicen unos que la mujer es la primera que impulsa el trabajo del hombre en el campo, exacto y es la persona que se levanta primero y es la que se acuesta de último, de último, entonces hay que valorarlas»

Tratamiento de la Mujer

Para contrastar un poco sobre la percepción de cómo se trata a las mujeres en los espacios familiares, se pondrá en contraste la percepción de las parejas sobre la violencia de género. Si es importante señalar, que las mujeres si reconocen que múltiples formas de violencia que los hombres ejercen sobre ellas, incluidas la violencia sexual. Aunque las mujeres no expresan directamente sufrir violencia, las mismas son claras al reconocer que en sus comunidades conviven con diversas manifestaciones de violencia y se enteran de las mismas por medio de conversaciones con vecinas y familiares. Así lo expresa una clienta entrevistada de San Pedro Sula:

«Pues hay parejas que las golpean de la nada, si no le tienen comida hecha la golpean, a veces quieren tener relaciones a la fuerza abusan de ella, si no le lava una camisa ya las maltratan»

Estas agresiones se presentan en el área urbana y en el área rural por lo detallado por un par de clientas entrevistadas en Gracias y Cofradía respectivamente, se puede comprender la magnitud de este problema:

«Si, verbal y físicamente lo he visto y me han platicado las mismas vecinas los golpes que les dan»

«Aquí gritos, insultos y a veces golpes»

Otro mecanismo más sutil de violencia visualizado por las mujeres es el de la restricción de salidas. Estos impedimentos suelen estar adornados por ofertas afectivas y de provisión de recursos y además de bienes dentro de su vivienda. Al inicio resulta ser agradable para las mujeres, pero a lo largo se va convirtiendo en una prisión, ya que es usado como excusa para impedir que se relacione con otras personas e incluso familiares. De esta manera una clienta de Morazán lo expresa en un fragmento de su entrevista:

«Hay hombres que no dejan salir a sus esposas a la calle dicen que no tienen que estar en la calle, hoy en día los hombres son machistas y hoy también la mujer»

Pen un buen número de participantes se sigue percibiendo que la violencia contra las mujeres no ha mejorado de manera considerable, pero si reconocen que las mujeres, tienen acceso a información sobre la violencia. Ellas reconocen múltiples mecanismos de atención y sanción de este flagelo, además admiten que no es normal la práctica de esta. Al contrario, la rechazan en todas sus formas. La percepción depende de unas circunstancias o lugares específicos, así por ejemplo en Villanueva una entrevistada opina:

«Creo que está igual»

Por otra parte, en Cofradía una clienta entrevistada considera que:

«Creo que ha cambiado un poco, creo que antes era más. Es que las mujeres no son como antes porque antes obedecían al hombre, y ahora las cosas son como, más normal porque las conversaciones son de los dos ya no solo del hombre»

Al mismo tiempo ellas señalan que las mujeres son las principales afectadas por la violencia ejercida por los hombres. La socialización machista es también para las mujeres la causa de que recaiga en ellas el mayor peso de la violencia. Dicha violencia se manifiesta en mayor medida entre aquellas mujeres con niveles educativos más bajos como provenientes del área rural y con condiciones económicas de vulnerabilidad. En San Pedro Sula lo expresa así una participante de entrevista a profundidad:

«La que no tiene educación, que no tiene como valerse y que no tiene apoyo físico y económico. Pero más que toda la educación. Aquí creo que serían la personas que vienen de las montañas por ellas tiene una mentalidad diferente porque piensan que el hombre es que toma todas las decisiones, porque en ese lugar se acostumbra que el hombre toma las decisiones»

Al analizar los grupos focales, las abordadas identifican de manera espontánea las formas de violencia física y psicológica. Estas, son comunes en todas las comunidades, así mismo, reconocen que el hombre ejerce control sobre sus acciones y sobre su cuerpo. Aunque de manera general en un inicio desconocen el concepto de violencia económica, al discutir sobre su concepto, reconocen que es una forma habitual de violencia hacia las mujeres, generada de manera tradicional mediante la privación de recursos destinados al consumo de bebidas alcohólicas y entre los jóvenes para el consumo de drogas.

Las mujeres reconocen la existencia de instituciones estatales orientadas al apoyo a mujeres que sufren violencia, tienen una percepción negativa debido a su poca diligencia. Así mismo, argumentan que la violencia ejercida por el hombre es cruel y si no se actúa rápido cuando se denuncia, las mujeres son más propensas a ser asesinadas. De esta manera lo menciona una participante de un grupo focal en Gracias:

«Lleva un riesgo porque si el marido de verdad ha sido bien cruel con la mujer en la casa llega la denuncia tiene que hacerlo a escondidas, porque si se da cuenta que lo va a denunciar pueda que la mate»

Un elemento que destacar es que los hombres en los espacios urbanos en su mayoría, siguiendo patrones machistas, señalan desconocer sobre la violencia hacia las mujeres (mas no niegan su existencia), al

argumentar que su trabajo diario le imposibilita percatarse de esos hechos. La violencia física hacia las mujeres es una acción común de violencia utilizada por los hombres, pero siguiendo la línea de análisis anterior, es causada desde la visión de los hombres, por las bebidas alcohólicas. En un grupo focal de San Pedro Sula desarrollado con hombres un participante expresó:

«Bueno, Maltrato, la mayoría ahí es de los borrachos, que tal vez dejan sin comer a la pobre mujer y a sus hijos, y se van a gastar su dinero»

Existe entre los hombres una percepción de encubrimiento de la violencia de género. Un punto revelador, es que al igual que las mujeres, los hombres ven en las parejas jóvenes, nuevas y peores formas de violencia. Por otra parte, en las zonas rurales los hombres sí señalan la existencia de la violencia hacia las mujeres en sus comunidades. Los comentarios de los hombres están cargados de adultocentrismo y de relacionar la violencia al abuso de alcohol y drogas. Un ejemplo de esto se constata al verificar la opinión de un participante de grupo focal de San Pedro Sula.

«Principalmente cuando son jóvenes, la mayoría de los jóvenes usted sabe que, casi todos, usan drogas y la droga no les alcanza con el dinero. Aún, ya pueden trabajar, pueden ganar, póngale que puede irse a ganar unos mil pesos y se lo pueden ganar, y el que es vicioso, en la tarde ya no tiene nada»

Es importante reconocer que, a pesar de señalar desconocer sobre los hechos, si tienen una valoración de que la violencia hacia la mujer no ha disminuido. Con respecto a la violencia económica, no la consideran como algo fuerte en sus zonas. Aunque reconocen que las mujeres son las más propensas a sufrir violencia económica, sobre todo por condicionantes como no recibir salario remunerado, tenencia de varios hijos, la cultura machista de socialización y la falta de educación formal. De este modo lo expresa un entrevistado en Cofradía.

«Pues creo que ha aumentado, porque se escucha en la noticia, aquí en la comunidad no sabría decirle»

Capacitaciones y Discusiones

En este ámbito se evidencia diferentes posturas entre las mujeres del área urbana con respecto al del área rural. A diferencia de las mujeres en San Pedro Sula que no habían recibido capacitación formal más que las religiosas sobre el matrimonio, en Gracias, las mujeres recibieron o participaron en procesos formativos asociados a evitar violaciones sexuales en niños, niñas y la prevención de la violencia en la familia. Además, señalan como importante los procesos formativos en parejas para que sus cónyuges no sientan desconfianza de las actividades o formaciones en las que participan. Una participante del grupo focal en Gracias opinó lo siguiente:

«Para mí, todas las cosas porque ellos van sabiendo lo que uno ha aprendido y para que ellos miren que uno no ha andado solo por andar, a mí me gustaría que todas las veces el anduviera para que sepa que es lo que hemos andado aprendiendo»

Al igual que entre las mujeres, los hombres del área urbana no cuentan con capacitaciones en materia de prevención de violencia, finanzas o temáticas afines a este Estudio, caso contrario ocurre entre los del área rural, quienes afirman haber recibido algún tipo de capacitación. Así mismo, señalan anuencia en caso de que exista la posibilidad de recibir formación en parejas.

CAPITULO IV: DISCUSIÓN

Comparabilidad de los dos Grupos

En principio, con los datos demográficos comparados, existen una marcada diferencia de edad en promedio de los cónyuges con respecto a las clientas, en este sentido la media ronda entre los 8 y 10 años de mayoría por parte de los hombres, al mismo tiempo, a pesar de la menor edad mostrada por las mujeres, estas cuentan con un número mayor de hijos vivos, los que en buena medida son menores de 14 años. El rasgo de etnicidad prevalece entre las mujeres, quienes se auto percibe como Lencas. Garífunas, Tolupanes entre otras por encima de la proporción de hombres.

Si se desplaza la comparación al tema de seguridad alimentaria, las condiciones de ambos se asemejan. No así en lo referente al nivel educativo de la jefa de hogar, en donde, los hombres entablan relación conyugal en gran porcentaje con mujeres cuyo nivel educativo es inferior al secundario completo, mientras las clientas a pesar de que más de la mitad solo poseen primaria completa, un porcentaje mayor tienen nivel secundario completo. Los hombres en gran medida se dedican a las ventas y a la agricultura, mientras los cónyuges de las clientas muestran mayor variedad de empleos.

Además, existe una leve diferencia a favor de las mujeres con respecto al número de personas asalariadas en sus hogares, ya que en el de ellas arriba del 60% cuentan con una o dos personas que reciben un ingreso permanente. En materia de seguridad alimentaria y pobreza es curioso que 10 de las clientas no se consideran jefas de hogar, por no contar con cónyuge o ese rol le es asignado a otra persona dentro de su propio núcleo familiar.

Otro indicador de pobreza material es el tipo de vivienda y el acceso al agua de una población, así como contar con enseres de valor. Las mujeres y hombres abordados presentan similares resultados en lo referente al número de piezas que posee la vivienda que habitan y su acceso al agua potable, también muestran altos niveles de tenencia de enseres como estufas, refrigeradoras y televisores; sin embargo, en este último aspecto las mujeres son quienes proporcionalmente a los hombres cuentan con menos enseres bajo su posesión.

En el empoderamiento económico existe un acuerdo explícito entre clientas y cónyuges de afirmar que ambos deciden sobre los ingresos que tanto ellas como ellos generan; no obstante, un buen número de mujeres, casi el 40% de las mismas establecen que ellas deciden en que invertir su dinero. Al consultar esto con los cónyuges, ese porcentaje se reduce a la mitad, esto indica que aún con la autonomía económica en la generación de ingresos que presentan las mujeres, los cónyuges asumen tales ingresos como parte de

un total del hogar, el que pasa al control de ambos y delegándole funciones como las de las compras importantes a la mujer.

En casi un 90% de los hogares de hombres y mujeres existen al menos dos personas que aportan ingresos, pero en el de aproximadamente 4 de cada 25 hombres solamente ellos generan ingresos. En este ámbito lo que es notorio es que las mujeres obtienen menores ingresos que los hombres, de hecho, dos tercios de ellas recibieron en el mes anterior menos de 12 mil lempiras, en comparación al 55.1% de hombres que recibieron más de 12 mil lempiras. Estos datos dejan de manifiesto la desigualdad de ingresos expresada por las clientas y los cónyuges.

No cabe duda de que los ingresos son inferiores en el caso de las mujeres, en gran medida los mismos se han mantenido en el último año, marcado por la crisis económica, inflación, pandemia y desastres ambientales. Para que estos ingresos se mantengan o mejoren un poco comparativamente las mujeres han desarrollado una serie de actividades adicionales que van desde la generación de una nueva actividad económica hasta mejorar el acceso financiero. Aunque es preciso apuntar que en buena medida las mujeres consideran que nada ha cambiado en torno a su emprendimiento y fuentes de ingresos.

El uso del tiempo es otro factor determinante para denotar las desigualdades de género arraigadas entre la población en estudio. En este orden de ideas mujeres y hombres mantiene opiniones divididas entre el uso que ellas deben darle a ciertas actividades, siendo así que ambos sexos reconocen que las tareas realizadas por las mujeres conllevan más tiempo. Es paradójico que a grandes rasgos las mujeres en una leve proporción son quienes menos reconocen este hecho, por ejemplo, solo 77.5% de ellas consideran tener menos tiempo libre que los hombres, mientras estos segundos reconocen en un 92.9% esta situación.

En general más de la mitad de las mujeres y hombres identifican desigualdad en la distribución del tiempo en actividades domésticas, laborales y de ocio. A su vez las mujeres debido a sus múltiples tareas se encuentran en menor disposición de cambiar su horario y dedicarle más tiempo al trabajo remunerado; de hecho, los hombres son conscientes de esa situación y estiman que ellos pueden ajustar su tiempo a colaborar junto a sus hijos a apoyar en actividades del hogar; sin embargo, este apoyo se vuelve complicado sobre todo, en el área urbana, dado que la mayoría de los cónyuges tienen jornadas laborales durante todo el día de lunes a sábado y es el domingo el único día disponible en casa.

La conversación entre las parejas es un tema trascendental para la buena comunicación dentro del hogar y fuera de él, es así como los datos presentados muestran que más de la mitad de la población abordada siempre conversan con sus parejas sobre algunos temas. Estos tópicos pueden ser divididos en dos grandes grupos: en primer lugar, los relativos al mundo de las actividades domésticas y económicas, así como el segundo vinculado a las actividades comunitarias y de ocio.

En el ámbito de las domésticas y económicas los hombres son quienes más conversan de estos temas con sus parejas, aunque cabe destacar que la mitad de las mujeres siempre dialogan con sus cónyuges sobre estos mismos temas; no obstante, la proporción de ellas se reduce al conversar sobre temas relacionados a su participación comunitaria o en actividades recreativas. Lo anterior deja entrever que, a pesar de la capacidad de las mujeres de generar ingresos, aproximadamente seis de cada diez de ellas no dialogan siempre sobre situaciones exclusivas que les afectan o instancias participativas, por no considerarlas

importantes o en su defecto por el control ejercido por sus cónyuges que les impide negociar tiempo para desarrollar este tipo de actividades.

Otro aspecto que reafirma lo antes expuesto es la capacidad de decisión que tienen hombres y mujeres sobre algunas actividades. Aquí, se evidencia que las mujeres poseen gran capacidad de decisión acerca de los temas domésticos y cuidado de los hijos; por el contrario, los hombres manifiestan tener mayor decisión en los ámbitos económicos, horarios, reuniones comunitarias y sociales en comparación a las mujeres.

También resulta interesante verificar que la mitad aproximadamente de tanto mujeres como hombres realizan actividades no remuneradas habitualmente, es decir, además de su trabajo remunerado se encargan de otro tipo de funciones, en especial, dentro del hogar.

Al plantear los niveles de resiliencia comparativamente hablando, es sobresaliente afirmar que un tercio de las mujeres establecen haber sufrido sensaciones de nerviosismo y estrés, además de sensaciones de impotencia, a menudo o muy a menudo. Lo que en el caso de los hombres representa un índice inferior al 20% de ellos. Es similar la proporción de mujeres que utilizan el método de respirar profundamente como estrategia contra estas sensaciones y es significativo que casi el 25% de las mujeres desconocen cómo reducir sus niveles de estrés.

Algo para poner atención en materia de violencia económica, es que aproximadamente el 40% de los hombres consideran que impedir que una mujer maneje dinero no es una manifestación de violencia, también un tercio de las mujeres están de acuerdo con esta aseveración, la que por otra parte en un 67% la consideran como una forma de violencia. A la par del aceptable porcentaje de mujeres y hombres que identifican la violencia económica, coexiste un importante número que pasa inadvertidas pequeñas expresiones de restricción en el manejo de dinero que a la larga se convierte en formas de subordinación desencadenante de conflictos que pueden conllevar a escenarios de violencia de género.

En otro orden de ideas y ya en el campo de la resiliencia relacionada a sus negocios resulta notable que el 60% de mujeres y hombres estiman un límite de 3 mil 600 lempiras como fondo de emergencia para sus negocios. La capacidad de ahorro formal es mínima en mujeres y hombres; no obstante, al momento de una emergencia son altas las posibilidades de resolución de esta a partir de ahorros en el hogar o de tomar fondos de su negocio. En este sentido un 58.5% del total afirman haber discutido acerca de un plan de emergencia, si se compara de este porcentaje mujeres y hombres el 54.7% corresponden a las primeras y el 45.3% a los segundos.

En síntesis, las mujeres tienen una mayor preocupación por resolver futuras emergencias y lo demuestran hablando con su pareja acerca del tema. Estas conversaciones contienen una diversidad de aspectos y ninguno de los componentes formales de un plan de emergencia alcanza un porcentaje superior a un tercio de las mujeres y hombres en su discusión. Esto denota la existencia de una ligera preocupación por el tema, pero al mismo tiempo no se considera su financiación, ni preparación logística al respecto.

En cuanto a la confianza de reponerse ante una emergencia se evidencia que los hombres, comparativamente hablando, en un 53.6% se consideran muy capaces de superarla, mientras las mujeres representan el 46.4%. Aunque mínima, la diferencia denota que los hombres afirman tener mayor

confianza en sí mismos, ya que las mujeres aducen tener algo o poca confianza de superar una emergencia. De igual forma tanto mujeres como hombres en buena medida consideran que lo necesario para el pago de deuda debe girar en torno a un tercio de sus ingresos y que el 30% debe ser el margen de utilidad para fijar precios.

Por obvias razones, el porcentaje de mujeres acreedoras de préstamos es superior a la de los hombres, al igual que el número de féminas que en la actualidad cuentan con un negocio. Algo a resaltar en este comparativo es que del total de abordados que han vuelto más resiliente su negocio en el último año, el 56% corresponde a mujeres, entre las estrategias utilizadas resaltan en mejoramiento de su equipo, de los procesos y de la promoción. De la misma forma en que se evidenció la preocupación para una emergencia, las mujeres. Han generado nuevas estrategias para volver resilientes sus negocios.

Para reiterar el tema de la confianza y exponer cómo los hombres afirman tener mayor confianza en recuperar sus negocios si es afectado por una emergencia, del total de ellos (75), el 64% se considera muy capaz, contraposición del total de mujeres (91) que cuenta con un emprendimiento el 53.8% afirma lo mismo. En ambos casos existen muy altos niveles de sensación de apoyo por parte de sus parejas para iniciar o hacer crecer su negocio; sin embargo, aunque muy reducido, 9.5% del total (19) se sienten algo o nada apoyados, de estos el 6.5% corresponde a mujeres.

Un elemento distintivo entre mujeres y hombres en este ámbito es la preponderancia de estos a tener ganancias constantes en sus negocios, por el contrario, las mujeres lo conciben desde otra perspectiva, sumando a esta el mantener un punto de equilibrio y tener suficiente liquidez. Ya en el campo del balance del cuidado de los hijos y el negocio, de forma mayoritaria, aproximadamente 6 de cada 10 mujeres consideran que esto se puede lograr negociando con otros miembros de la familia, mientras es secundado por cinco de cada diez hombres y otros dos consideran que ella debe dedicarle más tiempo a su negocio. De esta manera tan sutil se evidencia la disposición por parte de las mujeres de negociar el cuidado, lo que solo es apoyado por la mitad de los hombres.

Poco más de la mitad de la población abordada cuenta en la actualidad con al menos un producto financiero. En el caso de los préstamos de negocio alcanzan tres cuartas partes del total abordado, En este producto y la recepción de remesas las mujeres aventajan a los hombres. En otro orden de ideas, pero muy afín a esta temática la autoeficacia de las mujeres y confianza en impulsar sus proyectos se equipará con la de los hombres.

Como se viene evidenciando desde párrafos previos y los datos de la parte cuantitativa, las diferencias entre los datos reflejados entre mujeres y hombres aparentan similitudes, siendo leves las variaciones entre unas y otros. Un ejemplo de estas variaciones lo constata La cantidad de ingresos percibido por su negocio en el último año. En este sentido si se compara la obtención entre mujeres y hombres que afirmaron que sus ingresos aumentaron mucho y poco, en su totalidad llegan a (91) , de esto 53.8% corresponden a mujeres y por consecuente el 46.2% a hombres

Son diversas las razones por las que mujeres y hombres afirman que en los últimos 12 meses sus ingresos han mejorado, ninguna de ellas es sobresaliente por lo que se puede afirmar que se debe a la combinación de varias de ellas; pero si se echa un vistazo aquellas señaladas por las mujeres aproximadamente un tercio

de ellas aducen que el Mejorar acceso a servicios financieros y el Mejor acceso a información son las principales razones de ese comportamiento positivo en materia de ingresos.

En ese mismo orden de ideas, pero a la inversa, es decir, las razones que provocaron menores ingresos en el último año, la pandemia y la crisis económica afectaron en la misma medida a mujeres y hombres. Tal como se viene apuntando, las mujeres de forma leve, pero sistemática se expresan de forma espontánea y dirigida estas razones de mejora. Mientras en el caso de los hombres tienden ser más expresivos al momento de indicar las causas del impedimento de mejoras de ingreso y en ambos sexos existe un comportamiento similar de forma mayoritaria a razonar que todo continúa igual.

Ahora, se compara el conocimiento de mujeres y hombres con respecto a las instancias de apoyo por maltrato infringido por su pareja. Aquí es importante detenerse analizar que solo el 61.5% expresa conocer alguna instancia de apoyo, equivalente a (123) personas. Al profundizar entre las mujeres únicamente, es preocupante que del total de ellas el 38.2% no conozca una instancia de apoyo y sólo cerca de seis de cada diez mujeres indican conocer alguna, proporción similar al de los hombres.

Entre quienes conocen alguna instancia, los hombres y las mujeres no presentan mucha diferencia en sus respuestas; sin embargo, hay pequeños indicios en los que aparentemente las mujeres afirman conocer las instituciones formales tales como policía y Ministerio público entre otros y al mismo tiempo identifican a familiares y amigos como otra instancia de apoyo. Esto en buena parte es compartido por hombres que afirman conocer esas mismas instancias, aunque resaltan la presencia de organizaciones no gubernamentales y líderes comunitarios para apoyo en caso de violencia o maltratos.

En lo vinculado a la autonomía en la toma de decisiones, específicamente en el uso de sus ingresos mujeres y hombres se asemejan en los resultados del Estudio. Es así que, entre estas, se presenta un patrón que va del 77.4% de mujeres que opinan que ninguna otra persona influyen en su toma de decisiones con respecto a sus ingresos, pero esta proporción cae al 65% cuando se les consulta si ellas eligen usar su ingreso como personalmente quieren y creen que es lo mejor. y llega al 52% cuando nadie le dice como usar sus ingresos, pero los usan como la familia espera.

Algo que puede deducirse al párrafo anterior es la similitud entre mujeres y hombres consultados al momento de hablar de autonomía en sus ingresos. En ese sentido a pesar de afirmar autonomía, el peso de la familia influye para ambos al momento de tomar decisiones, siendo así que sus deseos y creencias están limitadas por las necesidades familiares al menos en la mitad de los casos. También es de rescatar la posición de las mujeres al momento de reafirmar su independencia económica, ya que culturalmente ha sido relegada al plano doméstico y de los cuidados y ahora se muestra al mismo nivel de los hombres en el manejo de ingresos.

Un aspecto en el que ambos sexos muestran alta unanimidad es en el que mujeres y hombres deben tener los mismos derechos. De hecho, tal postura sigue siendo equiparable, pero en menor medida al ponerlos a prueba con declaraciones sobre el derecho a la participación política y el trabajo. Es así como incluso las mujeres tienden a dudar de la igualdad entre mujeres y hombres cuando se trata del liderazgo político y la empleabilidad en momentos de crisis, todavía existen opiniones de casi un tercio de la población que privilegia a los hombres en estos espacios.

Con respecto a las situaciones que justifican la violencia existe un amplio consenso superior al 95% de la población que ninguna acción realizada por una mujer es excusa para agredirla o ejercer violencia basada en género sobre ellas.

Al analizar la coacción económica, sobre todo, entre las mujeres resulta interesante desagregarlas entre quienes residen en el área urbana y rural. De esta manera del total de mujeres (102) cerca de dos terceras partes afirman decidir libremente como gastar su dinero, al interiorizar en el área que habitan, el 75% de las pertenecientes al área rural afirman esto, y solamente 56.5% de las residentes urbanas. Así mismo casi el 30% dan una parte de sus ingresos a sus cónyuges, esta práctica es más frecuente en una de cada tres mujeres urbanas.

En lo concerniente a la cantidad con la que contribuyen a su cónyuge en el hogar, en general es menor de la que ellos aportan alcanzando el 45%, mientras quienes aportan la misma cantidad que ellos representan el 36.3% de los casos. Esta distribución es similar tanto para el área urbana como para la rural. Cabe señalar que casi la totalidad de las mujeres afirman no haber enfrentado situaciones en las que sus cónyuges les restringieron realizar actividades o vulnerar algunos de sus derechos. Es más, cerca de siete de cada diez mujeres dicen poder resolver solas una emergencia en su hogar de índole económica, mientras las restantes tres afirman lo contrario.

Por otra parte, en el campo de la masculinidad y su construcción se evidencia tres grandes conjuntos de respuestas por parte de los hombres ante algunas situaciones. En primera instancia arriba de nueve de cada diez están de acuerdo en que, si un hombre deja embarazada a una mujer, el hijo es responsabilidad de ambos y la participación del padre es importante en la crianza de los hijos. En segunda instancia es factible agrupar aquellos cuyas respuestas corresponden a arriba de dos tercios de los hombres (67%), entre estas aseveraciones se ubican los desacuerdos en que una mujer debe tolerar la violencia para mantener unida a su familia, que es responsabilidad de la mujer evitar quedarse embarazada y el marido debe ser quien decida sobre la compra de los principales artículos del hogar.

En tercera instancia se asocian aquellas afirmaciones en las que se percibe ambivalencias o puntos contradictorios entre los hombres. Por ejemplo, levemente más de la mitad de ellos se encuentran en desacuerdo con las afirmaciones que para ser un hombre, hay que ser duro, defender su reputación con fuerza de ser necesario, la violencia contra su cónyuge es un asunto privado, un hombre debe tener la última palabra sobre las decisiones del hogar y que una mujer debe obedecer a su cónyuge en todas las cosas.

Al mismo tiempo pasan de la mitad los acuerdos acerca de la importancia de los amigos entre los hombres para hablar de sus problemas y la importancia del papel de la mujer en el cuidado del hogar y cocina. Lo anterior es común tanto para los hombres del área urbana como rural. Además, demuestra los patrones machistas y de etiquetaje de los roles de género atribuidos culturalmente a las mujeres, aunque se evidencia matices positivos en la formación de su masculinidad con respecto al tema de los hijos y la sensibilidad.

Vulnerabilidad Financiera

Es de todos conocida la alta vulnerabilidad ambiental de Honduras y aún más con las afectaciones derivadas del cambio climático global, por ende, cada vez se vuelve necesario establecer una serie de medidas en el hogar para estar preparado para una emergencia de este tipo. Debido a que el proyecto en buena medida se desarrolla en la zona noroccidental del país, se requiere indagar acerca de la preparación que tienen las clientas y sus cónyuges para enfrentar estos fenómenos en una de las regiones más afectadas por inundaciones, deslaves y otras afectaciones.

Es así como la Tabla No. 35 expone que un 59.5% de los abordados aducen haber conversado con su pareja u otro familiar sobre un plan de emergencia, o 62.7% de las mujeres. En sentido contrario un 41.5% no ha dialogado con su familia o pareja sobre la importancia de contar con un plan de este tipo.

Tabla No 35. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según discusión con cónyuge sobre plan de emergencia en su hogar

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres	TOTAL
Muestra	N	N	N	%	%	%
	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Discusión de plan de emergencia con cónyuge						
Si	64	53	117	62.7	54.1	58.5
No	38	45	83	37.3	45.9	41.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

De los 117 abordados que han discutido sobre el plan de emergencia con su cónyuge, en la Tabla No.36 se refleja que el 77.8% no cuenta con una ruta de escape, el 78.6% tampoco posee una bolsa de supervivencia, el 65% carece de conocimiento de las acciones a realizar durante una emergencia, el 83.7% siente que no tiene responsabilidad para desarrollarlo, un 70.1% no lo ha practicado y el 76.1% carece un plan de ahorro para este tipo de situaciones. En definitiva, la única actividad que un tercio de los encuestados afirma poder realizar son las acciones durante la emergencia.

Lo mostrado en esta tabla denota el riesgo en que viven estas personas, ante la vulnerabilidad ambiental tanto clientas como cónyuges presentan bajos niveles de preparación, lo que aparenta un bajo nivel de interés e importancia a dicha problemática. En consecuencia, esto disminuye los niveles de resiliencia de un negocio o emprendimiento cuando se ve sometido a las consecuencias de un fenómeno ambiental, por cierto, muy frecuentes en la zona de influencia del proyecto.

Tabla No 36. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según componentes de un plan de emergencia

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres	TOTAL
Muestra	N	N	N	%	%	%
	64	53	117	54.7	45.3	100.0
Ruta de escape o evacuación						
Si	14	12	26	21.9	22.6	22.2

No	50	41	91	78.1	77.4	77.8	
Bolsa de supervivencia							
Si	13	12	25	20.3	22.6	21.4	
No	51	41	92	79.7	77.4	78.6	
Acciones para realizar en la emergencia							
Si	21	20	41	32.8	37.7	35.0	
No	43	33	76	67.2	62.3	65.0	
Responsabilidades para ejecutar el plan							
Si	11	8	19	17.2	15.1	16.3	
No	53	45	98	82.8	84.9	83.7	
Práctica del plan de emergencia							
Si	19	16	35	29.7	30.2	29.9	
No	45	37	82	70.3	69.8	70.1	
Plan de Ahorro							
Si	14	14	28	21.9	26.4	23.9	
No	50	39	89	78.1	73.6	76.1	

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

En secuencia al tema, la Tabla No.37 presenta una serie de sentencias relativas al manejo de sus hogares y negocios por parte de los abordados. De hecho, el 91.5% se consideran muy o algo capaces de superar hoy una emergencia en su hogar. De igual forma el 87% establece sentirse muy o algo confiado de realizar un análisis de flujo de efectivo en su empresa o negocio, en ambos casos mujeres y hombres muestran similares comportamientos. Con respecto al pago de sus deudas el 48% estima que la misma debe ser de un tercio de sus ingresos, mientras 34.5% asiente que el mismo debe corresponder a la mitad de sus ingresos.

Al momento de fijar precios casi seis de cada diez (59.5%) señala que los mismos deben ser de su costo más treinta por ciento. Esta aseveración, al igual que en el caso de las consultas anteriores no muestra variabilidad entre los datos de las clientas ni de los cónyuges, es más se asemejan en sus respuestas.

Tabla No 37. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según Capacidad de superación, Confianza en análisis de flujo de efectivo para su negocio, Pagos totales de su deuda y reglas general para fijar precio es el costo más.

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Capacidad de superación						
Muy capaz	52	60	112	51.0	61.2	56.0
Algo capaz	40	31	71	39.2	31.6	35.5
Incapaz	8	3	11	7.8	3.1	5.5

No Saben	2	4	6	2.0	4.1	3.0
Confianza en análisis de flujo de efectivo para su negocio						
Muy confiado/a	56	61	117	54.9	62.2	58.5
Algo confiado/a	34	23	57	33.3	23.5	28.5
Con desconfianza	4	2	6	4.0	2.1	3.0
No Saben	8	12	20	7.8	12.2	10.0
Pagos totales de su deuda						
Un tercio de sus ingresos*	48	48	96	47.0	49.0	48.0
La mitad de sus ingresos	37	32	69	36.3	32.6	34.5
Dos tercios de sus ingresos	11	6	17	10.8	6.2	8.5
No Saben	6	12	18	5.9	12.2	9.0
Reglas generales para fijar precio es el costo más						
30 Por ciento*	64	55	119	62.7	56.1	59.5
50 Por ciento	21	17	38	20.6	17.3	19.0
70 Por ciento	6	6	12	5.9	6.2	6.0
No Sabe	11	20	31	10.8	20.4	15.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022; *respuesta correcta para la educación

En lo referente a la contratación de préstamos, la Tabla No.38 contempla que el 59.5% afirma haber pedido dinero prestado en los últimos 12 meses. Este porcentaje se incrementa al 68.6% de las mujeres, lo que es muy común entre esta población, dada su situación de vulnerabilidad ante los fenómenos naturales y de mercado, además de sopesar con responsabilidades financieras dentro del hogar. En cambio, el 38.5% del total de encuestados no se ha endeudado durante ese tiempo. A su vez un 83% de la población aduce tener un negocio, al igual que en la consulta previa, las mujeres presentan amplia mayoría alcanzando un 89.2% entre las encuestadas y solamente un 10.8% de ellas señalan no contar en la actualidad con un negocio o emprendimiento.

Así mismo la Tabla No 39 presenta de los 166 abordados con negocio en la actualidad el 90.4% dicen haber intentado en los últimos seis meses volver más resiliente su emprendimiento. De estos el 50.6% son mujeres que lo afirman y son una minoría quienes no han realizado actividades encaminadas a ello.

Tabla No 38. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según consultas

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Pedido dinero prestado en los últimos 12 meses	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Si	70	49	119	68.6	50.0	59.5
No	31	46	77	30.4	46.9	38.5
No Responden	1	3	4	1.0	3.1	2.0
Tiene negocio						
Si	91	75	166	89.2	76.5	83.0
No	11	23	34	10.8	23.5	17.0

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Tabla No 39. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según intensidad que su negocio sea más resiliente en los últimos seis meses

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	91	75	166	54.8	45.2	100.0
Resiliencia del emprendimiento						
Si	84	66	150	92.3	88.0	90.4
No	4	7	11	4.4	9.3	6.6
No Responde	3	2	5	3.3	2.7	3.0

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

En consonancia con la resiliencia de los negocios la Tabla No.39 enlista una serie de estrategias realizadas por los abordados que expresaron haber aplicado alguna de ellas. Es preciso apuntar que en esa Tabla se refleja los datos sobre la consulta espontánea (SiES) a las personas que brindaron alguna de las estrategias aplicadas en sus negocios. En segunda instancia de forma dirigida (SiDi) los entrevistadores de campo les mencionaron las estrategias enlistadas para que los abordados respondieran afirmativa o negativamente su aplicación.

De los 150 abordados que han intentado que su negocio sea más resiliente, en esta misma tabla No. 40 se verifica algunas de las estrategias que afirman haber impulsado. Entre las principales sobresalen con el 66% la mejora de su equipamiento, seguida por el 62.7% con la mejora en la promoción y 60.7% señala haber mejorado sus procesos. En cuanto a las clientas se refiere, un 67.8% mejoraron la promoción de sus productos o servicios, un 64.3% mejoraron su equipamiento y un 63.1% afirma haber mejorado sus procesos.

Un elemento para destacar es la mayor proporción de mujeres que hombres comparativamente hablando, que han desarrollado este tipo de estrategias, 56% y 44% respectivamente. Además, hay que subrayar que el 40.7% de todos los encuestados respondieron de forma espontánea haber mejorado la promoción de su negocio.

Tabla No 40. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según estrategias Para que su negocio sea más resiliente

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	84	66	150	56.0	44.0	100.0
Mejorar equipamiento						
Si ES	24	22	46	28.6	33.3	30.7
Si DI	30	23	53	35.7	34.8	35.3
No	21	16	37	25.0	24.2	24.7
No Responde	9	5	14	10.7	7.7	9.3
Mejorar procesos						

Si ES	24	19	43	28.6	28.8	28.7
Si DI	29	19	48	34.5	28.8	32.0
No	20	22	42	23.8	33.3	28.0
No Responde	11	6	17	13.1	9.1	11.3
Mejora o cambio de plaza						
Si ES	10	6	16	11.9	9.1	10.7
Si DI	8	7	15	9.6	10.6	10.0
No	41	34	75	48.8	51.5	50.0
No Responde	25	19	44	29.7	28.8	29.3
Mejorar la promoción						
Si ES	38	23	61	45.2	34.8	40.7
Si DI	19	14	33	22.6	21.2	22.0
No	18	20	38	21.4	30.3	25.3
No Responde	9	9	18	10.8	13.7	12.0
Comprado seguro comercial						
Si ES	4	1	5	4.7	1.5	3.3
Si DI	2	4	6	2.4	6.1	4.0
No	51	42	93	60.7	63.6	62.0
No Responde	27	19	46	32.2	28.8	30.7
Plan de emergencia						
Si ES	4	4	8	4.7	6.1	5.3
Si DI	6	9	15	7.2	13.6	10.0
No	50	37	87	59.5	56.1	58.0
No Responde	24	16	40	28.6	24.2	26.7
Ahorros						
Si ES	15	16	31	17.9	24.2	20.7
Si DI	16	12	28	19.0	18.2	18.7
No	38	27	65	45.2	40.9	43.3
No Responde	15	11	26	17.9	16.7	17.3
Diversificación de productos y/o servicios						
Si ES	23	11	34	27.4	16.7	22.7
Si DI	26	14	40	30.9	21.2	26.7
No	19	24	43	22.6	36.4	28.6
No Responde	16	17	33	19.1	25.7	22.0
Diversificación de fuentes de ingresos						
Si ES	11	7	18	13.1	10.6	12.0
Si DI	17	8	25	20.2	12.1	16.7
No	32	33	65	38.1	50.0	43.3
No Responde	24	18	42	28.6	27.3	28.0
Cálculo de punto de equilibrio						
Si ES	10	6	16	11.9	9.1	10.7
Si DI	14	5	19	16.7	7.6	12.7
No	35	33	68	41.7	50.0	45.3

No Responde	25	22	47	29.7	33.3	31.3
Capacidad de pago de nuevas deudas						
Si ES	10	6	16	11.9	9.1	10.7
Si DI	19	7	26	22.6	10.6	17.3
No	34	34	68	40.5	51.5	45.3
No Responde	21	19	40	25.0	28.8	26.7
Búsqueda de crédito						
Si ES	18	9	27	21.4	13.6	18.0
Si DI	12	10	22	14.3	15.2	14.7
No	35	32	67	41.7	48.5	44.7
No Responde	19	15	34	22.6	22.7	22.6
Otros						
Si ES	2	2	4	2.4	3.0	2.7
Si DI	2	4	6	2.4	6.0	4.0
No	35	28	63	41.6	42.4	42
No Responde	45	32	77	53.6	48.6	51.3

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Del total de los 166 encuestados que tienen negocio, en la Tabla No.41, muestra que el 94.5% considera sentirse muy o algo capaz de recuperarse ante la situación de ser afectado por una emergencia. Esta tendencia se mantiene entre mujeres y hombres, lo que en definitiva proporciona una visión favorable en materia de generación de resiliencia entre la población meta del proyecto.

Tabla No 41. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según capacidad de recuperarse en caso de ser afectado por emergencia.

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	91	75	166	54.8	45.2	100.0
Capacidad de recuperarse en emergencia						
Muy capaz	49	48	97	53.8	64.0	58.4
Algo capaz	40	20	60	43.9	26.7	36.1
Incapaz	2	5	7	2.3	6.7	4.2
No Responde	0	2	2	0.0	2.6	1.3

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

La Tabla No.42 plantea que 94% de la población abordada considera sentirse muy o algo apoyado por su cónyuge para iniciar o hacer crecer su negocio. De las mujeres, 95.1% sientan así. En este mismo orden de ideas 40% consideran que antes de hacer crecer su negocio se debe tener suficiente liquidez, rebasar el punto de equilibrio sostenidamente y tener ganancias constantes (o 51% de las mujeres y 28.6% de los hombres). De hecho, esta última opción por si sola acumula 32.5%.

También en esta tabla se verifica que negociar con su familiar para redistribuir las actividades domésticas con un 58% es la manera de balancear el cuidado de los hijos y su negocio. Adicionalmente es de notar

un 13% consideran como solución, hacer que sus hijos trabajen, es decir, están de acuerdo con el trabajo infantil. La distribución entre clientas y cónyuges es relativamente similar.

Tabla No 42. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según Apoyo de cónyuge para iniciar o hacer crecer su negocio, Que debe hacer antes de hacer crecer su negocio y Maneras de balancear cuidado de los hijos y el negocio

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Apoyo de cónyuge para iniciar o hacer crecer su negocio						
Muy apoyado/a	86	88	174	84.3	89.8	87.0
Algo apoyado/a	11	3	14	10.8	3.1	7.0
Nada apoyado/a	2	3	5	2.0	3.1	2.5
No tiene cónyuge	3	4	7	2.9	4.0	3.5
Que debe hacer antes de hacer crecer su negocio						
Tener ganancias constantes	26	39	65	25.5	39.8	32.5
Rebasar el punto de equilibrio sostenidamente	5	10	15	4.9	10.2	7.5
Tener suficiente liquidez	16	11	27	15.7	11.2	13.5
Todo lo anterior	52	28	80	51.0	28.6	40.0
No Saben	3	10	13	2.9	10.2	6.5
Maneras de balancear cuidado de los hijos y el negocio						
Dedicar más tiempo al negocio	16	19	35	15.7	19.4	17.5
Hacer que sus hijos trabajen	13	13	26	12.7	13.3	13.0
Negociar con su familiar para redistribuir las actividades domésticas	63	53	116	61.8	54.1	58.0
No Responde	10	13	23	9.8	13.2	11.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

En tanto a los productos financieros se refiere, la Tabla No.43 posibilitan verificar que casi la totalidad de la población abordada hace uso de al menos uno de ellos, sobresaliendo los préstamos para negocio con un 75.5%, o 81.4% de las mujeres. Un factor para destacar en torno a este tema es el 54% de personas poseen inversiones y el 52.5% cuentan con ahorros. En ambos casos el comportamiento no distingue diferencias sustanciales entre mujeres y hombres. Esto indica a simple vista la existencia de educación

financiera por parte de la población en estudio, ya que es pertinente decir que la misma ha sido brindada por ODEF, además es destacable que más de la mitad tienen respaldo para momentos de crisis.

Por otra parte, un 43% y un 41.5% afirman haber contraído en la actualidad créditos y préstamos personales, respectivamente. Así mismo el 29.5% recibe remesas del extranjero y el 21.5% tiene seguros, en todos estos productos se muestran un comportamiento en su adquisición parejo entre las clientas y sus cónyuges.

Tabla No 43. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según productos financieros tiene su hogar

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)			
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %	
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0	
Préstamo de negocio							
Si	83	68	151	81.4	69.4	75.5	
No	19	30	49	18.6	30.6	24.5	
Préstamo personal							
Si	42	41	83	41.2	41.8	41.5	
No	60	57	117	58.8	58.2	58.5	
Seguros							
Si	22	21	43	21.6	21.4	21.5	
No	80	77	157	78.4	78.6	78.5	
Créditos							
Si	43	43	86	42.2	43.9	43.0	
No	59	55	114	57.8	56.1	57.0	
Inversiones							
Si	53	55	108	52.0	56.1	54.0	
No	49	43	92	48.0	43.9	46.0	
Ahorros							
Si	53	53	105	51.0	54.1	52.5	
No	50	45	95	49.0	45.9	47.5	
Remesas							
Si	32	27	59	31.4	27.5	29.5	
No	70	71	141	68.6	72.5	70.5	
Ninguno							
Si	0	2	2	0.0	2.0	1.0	

No	102	96	198	100.0	98.0	99.0	
Otros							
Si	1	0	1	1.0	0.0	0.5	
No	101	98	199	99.0	100.0	99.5	

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

La Tabla No. 44 indica que el 86.5% de la población no ha suscrito ni adquirido algún tipo de seguro, es más, solo un 13.5% afirma haberlo adquirido. Siempre en este mismo rango cronológico el 45% de los encuestados o 48% de las mujeres consideran que los ingresos de sus negocios aumentaron mucho o un poco. No obstante, un 25% establecen que no sufrieron cambios, mientras un 16.5% afirman que sus ingresos se vieron reducidos de forma drástica o un poco durante ese lapso. A su vez un 13% no brinda respuestas, dada a la ausencia de emprendimientos o negocios en ese mismo tiempo.

Tabla No 44. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según Adquisición de seguros y situación de ingresos de su negocio en el último año

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)			
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %	
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0	
Adquisición de seguros en los últimos 12 meses							
Si	14	13	27	13.7	13.3	13.5	
No	88	85	173	86.3	86.7	86.5	
En el último año, los ingresos de su negocio han:							
Aumentaron mucho	16	19	35	15.7	19.4	17.5	
Aumentaron un poco	33	23	56	32.3	23.5	28.0	
No cambiaron	26	24	50	25.5	24.5	25.0	
Disminuyeron un poco	12	12	24	11.8	12.2	12.0	
Disminuyeron mucho	5	4	9	4.9	4.1	4.5	
No ha tenido negocio en el año	10	16	26	9.8	16.3	13.0	

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Al profundizar en cuanto a las razones por las que aquellas personas que tienen negocio y presentaron algún tipo de cambios o mantuvieron los ingresos en el último año, equivalente 174 casos, la Tabla No.45 refleja que las principales razones sentidas de mejora en los ingresos por parte de los encuestados son: en primer lugar, mejorar acceso a servicio financiero 29.9%, en segundo el acceso a la información con un 24.7%. En ambos casos con un 34.8% y 29.3% respectivamente las mujeres resaltan.

En contraposición, quienes vieron disminuidos sus ingresos sienten que esto se debió principalmente a tres razones: la pandemia y crisis económica con un 18.9% y el mal clima meteorológico junto al mal clima de negocio o competencia con un 17.2% respectivamente son catalogado como causales directas de dicha

reducción en los ingresos, las mujeres se vieron afectadas en mayor medida y en igual proporción con un 18.5% por el mal clima tanto meteorológico como ambiental.

Finalmente, aquellos que consideran que sus ingresos no han sufrido modificaciones suman el 18%, siendo equitativa el porcentaje entre hombres y mujeres. En este aspecto es pertinente apuntar que la mayor parte de la población ha mejorado sus ingresos y el número de afectados en los últimos 12 meses por razones de pandemia y crisis económica se han reducido.

Tabla No 45. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según razones por la que sus ingresos aumentaron, disminuyeron o se mantuvieron igual en el último año

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	92	82	174	52.9	47.1	100.0
Si ES	3	5	8	3.3	6.1	4.6
Si DI	2	5	7	2.2	6.1	4.0
No	29	24	53	31.5	29.3	30.5
No Aplica	58	48	106	63.0	58.5	60.9
Si ES	4	4	8	4.3	4.9	4.6
Si DI	2	6	8	2.2	7.3	4.6
No	28	25	53	30.4	30.5	30.5
No Aplica	58	47	105	63.1	57.3	60.3
Si ES	18	10	28	19.6	12.2	16.1
Si DI	14	10	24	15.2	12.2	13.8
No	27	32	59	29.3	39.0	33.9
No Responden	33	30	63	35.9	36.6	36.2
Si ES	13	7	20	14.1	8.5	11.5
Si DI	14	9	23	15.2	11.	13.2
No	32	33	65	34.8	40.2	37.4
No Responden	33	33	66	35.9	40.2	37.9
Si ES	7	0	7	7.6	0.0	4.0
Si DI	11	6	17	11.9	7.3	9.8
No	34	39	73	37.0	47.6	42.0
No Responden	40	37	77	43.5	45.1	44.2
Si ES	7	5	12	7.6	6.1	6.9
Si DI	10	8	18	10.9	9.8	10.3
No	35	37	72	38.0	45.1	41.4
No Aplica	40	32	72	43.5	39.0	41.4
Si ES	10	10	20	10.9	12.2	11.5

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	92	82	174	52.9	47.1	100.0
Si DI	7	3	10	7.6	3.7	5.7
No	37	37	74	40.2	45.1	42.5
No Aplica	38	32	70	41.3	39.0	40.3
Si ES	11	14	25	11.9	17.1	14.4
Si DI	7	4	11	7.6	4.9	6.3
No	30	31	61	32.7	37.8	35.0
No Aplica	44	33	77	47.8	40.2	44.3
Si ES	6	12	18	6.5	14.6	10.4
Si DI	9	6	15	9.8	7.4	8.6
No	24	18	42	26.1	21.9	24.1
No Aplica	53	46	99	57.6	56.1	56.9
Si ES	5	2	7	5.4	2.4	4.0
Si DI	1	2	3	1.1	2.4	1,8
No	12	19	31	13.1	23.2	17.8
No Responden	74	59	133	80.4	72.0	76.4

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Acceso a Intervenciones de Fortalecimiento Económico Sensibles al Género y Conscientes de la Violencia de Género

ECONOMICO

1. Un elemento para tener en cuenta es el de que la mayoría de clientas cuentan con un cónyuge (97.0%), de estos el 94.1% de los cónyuges de las clientas generan ingresos, por lo que resulta plausible incorporarlos a procesos de formación en materia de derechos humanos, prevención de violencia basada en género y vida resiliente entre otros, tomando como punto de partida el tema económico y las oportunidades que pueden surgir en dichas capacitaciones en la que se abordan estos tópicos.
2. Resulta preocupante, que a pesar de que las mujeres generen ingresos, estos comparativamente hablando son inferiores a los producidos por los hombres. El 65.7% de mujeres obtuvieron menos de 12, mil Lempiras en el mes anterior, comparado a un 44.9% de hombres, por lo que no solamente es imperativo la generación de ingresos, sino que se debe Aumentar los ingresos de la mujer para equiparlos con los de los hombres.
3. En buena medida el aporte económico de las mujeres es absorbido por los hogares, ya que en el último año las mujeres el 36.0 % reportaron un aumento de ingresos en el hogar, en comparación al 29.5% de los hombres. Al utilizar el criterio de que el aumento de ingresos de la mujer permite

a su vez la mejoría de ingresos en el hogar, para explicar la importancia de la participación de la mujer en la esfera económica puede permitir que sus cónyuges comprendan la necesidad de que estas se involucren en actividades organizativas y dediquen más tiempo a sus emprendimientos.

La apuesta para crear condiciones favorables a las mujeres en sus emprendimientos debe girar en torno a las razones expuestas por ellas que permitieron dicha mejoría. En primer lugar, se debe promover la flexibilidad de emprendimientos, potenciando ideas de nuevas actividades para generar ingresos. En segundo lugar, mejorar el financiamiento de esos nuevos emprendimientos, facilitando el acceso a los servicios financieros, actividad que ODEF viene realizando. En tercer lugar, se debe mejorar del apoyo a nivel de los hogares, promoviendo la participación de cónyuges y otros miembros en los procesos de cuidado en el hogar y/o involucrándolos directamente como apoyo al trabajo de las clientas.

4. En este sentido, el 63.7% de mujeres afirman poder cambiar su horario, de igual forma 2 de cada 3 hombres (67.3%) apoyan la iniciativa de cambio en su horario. No obstante, es preciso manejar reservas en este apartado, ya que el 91.1% de mujeres afirman tener menos tiempo libre, afirmación que reduce su apoyo entre los hombres a un 78.6%. De no saber manejarse esta oportunidad, la misma puede desembocar en una mayor asignación de tareas para las mujeres.
5. En concordancia al planteamiento previo, el 56.8% de mujeres siente que puede cambiar su horario diario, entre los hombres asciende a un 63.3%. De hecho, en buena medida la respuesta a la participación masculina en el proceso puede radicar en la planificación de los tiempos libres de los cónyuges, aunque cabe destacar que esto puede proyectarse a la mitad de la población en estudio, dado que otra proporción, sobre todo, en el área urbana expresa dificultades en el manejo de su tiempo.
6. El desprendimiento de actividades que conllevan la reducción de tiempo dedicado a tareas del hogar es altamente factible, ya que el 86.3% de mujeres están de acuerdo con solicitarle a un miembro de su hogar que haga algunas de sus tareas domésticas, propuesta apoyada por un 77.5% de cónyuges.
7. Es menos factible cambiar la cantidad de tiempo que dedica al trabajo remunerado, debido a que las mujeres y hombres cuentan con largas jornadas laborales; sin embargo, entre quienes cuentan con un emprendimiento propio horario flexible puede ser una opción válida. De hecho, un 52.2% de mujeres y 64.3% de hombres lo consideran posible.
8. En consonancia con el apartado anterior, más del 60% de las mujeres pueden decidir sobre el tiempo dedicado a sus labores. No obstante, es preciso indicar que entre las responsabilidades socialmente atribuibles a las mujeres sigue prevaleciendo las actividades domésticas y de cuidados. También es importante apuntar que menos del 10% de las clientas afirman no decidir sobre su tiempo. Por lo tanto, a esta población debe llegarse con otros mecanismos, dada la carencia de tiempo e incapacidad para decidir sobre el uso de este. En cuanto a la disponibilidad de tiempo, también es preciso destacar que un tercio de las mujeres realizan trabajos no remunerados más de lo habitual y solo aproximadamente la mitad del total de ellas participan en actividades comunitarias y reuniones.

9. Por otra parte, en cuanto al tema del ahorro, es preciso apuntar que tanto mujeres como hombres en su mayoría consideran montos menores a 150 dólares americanos para iniciar un ahorro. Aunque es posible verificar una cultura del ahorro, dados los tipos de emprendimiento e ingresos, la población en estudio cuantifica montos pequeños para su fondo de ahorro, entre estos el 55.9% de mujeres y 65.3% de hombres afirman que ahorrar 3 mil 600 Lempiras son suficientes para dicho fondo.
10. La cultura del ahorro se verifica al momento en el que un 38.3% de y 36.7% hombres afirman que, en los últimos 12 meses, ahorraron en un grupo o asociación de ahorro informal. Aquí es importante señalar que además de ODEF las clientas reproducen los hábitos de ahorro en las instancias comunitarias. Esto deja entrever la existencia de lazos de confianza entre las y los integrantes de estos grupos de ahorro quienes podrían ser canales efectivos para la transmisión de otros valores, además de los del ahorro.
11. Otro elemento para rescatar es el de que poco más de la mitad de las mujeres y hombres cuentan con un fondo de emergencia, el mismo es manejado por el 55.9% de mujeres y el 55.1% de hombres. Al igual que los ahorros, el fondo de emergencia es visualizado por la mayoría con una cuantía mínima de recursos, lo que conlleva a la vulnerabilidad del emprendimiento, en especial, cuando se dan sucesos imprevistos de salud o gastos en el hogar.
12. Para solventar los déficit o pequeñas crisis familiares derivadas de problemas de salud, el 30.4% de mujeres y el 25.5% de hombres han recurrido al endeudamiento para solventar situaciones relacionadas a temas sanitarios o médicos en los últimos 12 meses. El 39.2% de mujeres y el 30.6% para obtener esa cantidad recurre a sus ahorros.

VIOLENCIA

13. Es interesante y a la vez preocupante que el 38.2% de mujeres y el 38.8% de hombres desconocen obtener apoyo en caso de maltrato de su pareja. Es posible que este dato esconda una realidad, ya que el tema aún es tabú en algunos espacios territoriales. En las áreas urbanas y sobre todo en las más marginales, la presencia de bandas criminales o pandillas que controlan esos territorios ejercen roles de “brindadores de seguridad”, mientras en la rural ante la ausencia de instituciones estatales y de justicia en ocasiones la violencia pasa inadvertida.
14. De los 123 abordados que afirman conocer una instancia de apoyo, la policía y las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) son las más citadas con un 71.5% y 48.8% respectivamente, con ligera proporción de mujeres que superan a los hombres en cuanto indicar a la policía. Un elemento para tener en cuenta en esta tabla, a pesar de su baja proporción son los líderes locales y la familia que representan el con 17.9% y 19.5% en sendos casos. Aquí existe una particularidad, la familia es señalada en su mayoría por mujeres, en cambio los líderes locales por los hombres.

Coacción Económica como Resultado de la Participación en Actividades Económicas

Una de las formas de violencia contra las mujeres es la coacción económica, en este apartado se hace énfasis en algunos aspectos relativos al tema e inherentes a las mujeres, debido a que las consultas fueron enfocadas únicamente a las clientas, en las Tablas No.46 y No.47 se analizan diferentes variables con relación al área geográfica que las mismas habitan. Es así como la muestra refleja un 67.6% habitan en zonas urbanas y el restante 32.4% rurales.

Para iniciar, la Tabla N. 46 estipula una serie de formas de gastar el dinero que ganan las mujeres. El 62.7% de ellas lo gastan libremente, mientras un 29.4% le dan una parte a su cónyuge. Con los datos anteriores es factible inferir que casi dos de cada tres mujeres no tienen intervención de sus parejas para utilizar el dinero que ganan, pero a la vez la restante, ósea, una de cada tres requiere entregar una parte de sus ingresos a su pareja. A destacar es el 33.3% de mujeres urbanas que comparten su dinero con sus parejas, siendo en comparación con las rurales un porcentaje llamativo.

Al analizar la cantidad de dinero con la que contribuye en su hogar, se demuestra que el 45.1% de las clientas aportan menos dinero que su cónyuge, esta situación es ligeramente superior entre las mujeres del área urbana. En sentido descendente el 36.3% de las clientas afirman aportar la misma cantidad de dinero que su pareja y solamente el 13.7% estipula que contribuyen más dinero que sus cónyuges. Estos datos develan que la condición económica de las mujeres es alta, ya que el 50% de ellas aporta de igual o más que su pareja, esto comparativamente hablando con aquellas que afirman aportar menos que ellos.

Tabla No 46. Distribución simple y porcentual de mujeres de área urbana y rural según forma de gastar el dinero que gana y cantidad de dinero con que contribuye al hogar.

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	URBANO N	RURAL N	TOTAL N	URBANO %	RURAL %	Total %
Muestra	69	33	102	67.6	32.4	100.0
Forma de gastar el dinero que gana						
Decide libremente cómo gastarlo	39	25	64	56.5	75.7	62.7
Dale una parte del dinero a su cónyuge	23	7	30	33.3	21.3	29.4
Dale todo el dinero a cónyuge	1	0	1	1.5	0.0	1.0
No responden/no aplicable/no sabe	6	1	7	8.7	3.0	6.9
Cantidad de dinero con la que contribuye en su hogar						
Más dinero que su pareja	10	4	14	14.5	12.1	13.7
Misma cantidad de dinero que su pareja	24	13	37	34.8	39.4	36.3
Menos dinero que su pareja	32	14	46	46.4	42.4	45.1

No responden/no aplicable/no sabe	3	2	5	4.3	6.1	4.9
-----------------------------------	---	---	---	-----	-----	-----

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

La Tabla No. 47 plantea una serie de posibles situaciones que han enfrentado las clientas, entre estas situaciones se contempla si en una emergencia “ella sola podría obtener suficiente dinero para cubrir los gastos del hogar”, el 70.6% considera que sí pueden lograrlo.

Por otra parte, de la serie de las situaciones planteadas en la que los cónyuges ejercen diversas formas de violencia económica, en ninguna de los cinco casos afirmativos rebasan el 6%. De las cinco frases, la que el 5.9% de las mujeres respondió afirmativamente fue “rechazó a un empleo por coacción de su cónyuge.” Al contrario, arriba del 93% de las abordadas afirman no haber recibido de su pareja algún tipo de coacción.

Tabla No 47. Distribución simple y porcentual de mujeres de área urbana y rural según posibles situaciones enfrentadas

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	URBANO N	RURAL N	TOTAL N	URBANO %	RURAL %	Total %
Muestra	69	33	102	67.6	32.4	100.0
En emergencia o crisis ¿Usted cree que sola podría obtener suficiente dinero para cubrir los gastos del hogar?						
Si	48	24	72	69.6	72.7	70.6
No	21	9	30	30.4	27.3	29.4
¿Su cónyuge le prohibió estudiar, capacitarse o asistir a reuniones informativas?						
Si	1	1	2	1.4	3.0	2.0
No	68	30	98	98.6	90.9	96.1
No responden/no aplicable/no sabe	0	2	2	0.0	6.1	2.0
¿Renunció o rechazó un trabajo porque su cónyuge no quería que trabajara o se lo prohibía?						
Si	2	4	6	2.9	12.1	5.9
No	67	28	95	97.1	84.8	93.1
No responden/no aplicable/no sabe	0	1	1	0.0	3.0	1.0
¿Su cónyuge ha tomado dinero de sus ganancias o ahorros en contra de su voluntad?						
Si	1	1	2	1.4	3.0	2.0
No	68	31	99	98.6	94.0	97.1
No responden/no aplicable/no sabe	0	1	1	0.0	3.0	1.0
¿Su cónyuge se negó a darle dinero para los gastos del hogar?						

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	URBANO N	RURAL N	TOTAL N	URBANO %	RURAL %	Total %
Muestra	69	33	102	67.6	32.4	100.0
Si	2	0	2	2.9	0.0	2.0
No	67	32	99	97.1	97.0	97.1
No responden/no aplicable/no sabe	0	1	1	0.0	3.0	1.0
¿Su cónyuge le amenazó con no darle dinero para los gastos del hogar si no acataba una orden o petición?						
Si	1	0	1	1.4	0.0	1.0
No	68	32	100	98.6	97.0	98.0
No responden/no aplicable/no sabe	0	1	1	0.0	3.0	1.0

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Al igual que con los resultados de los indicadores individuales, cuando se combina los resultados en un índice, hay niveles bajos de coacción económica. La puntuación para el índice es capturada en Tablas No.48. Una puntuación máxima de 10 significaría que las mujeres experimentan la coacción económica a niveles altos, mientras que una puntuación de 0 significaría que no ninguna mujer experimenta la coacción económica. El índice muestra que las mujeres obtienen una puntuación 1.98 de un total de 10 puntos posibles. Las mujeres rurales y las mujeres mayores (que tienen una edad 30 años y más) tienen niveles de coacción económica más bajo que las mujeres urbanas y jóvenes. De todos modos, hay niveles bajos de coacción económica de las mujeres.

Tabla No 48. Índice de Coacción Económica por Área y Edad (solo Mujeres)

Características	Comparación (Porcentual)		
	URBANO	RURAL	TOTAL
Muestra	66.3	33.7	100.0
Coacción Económica	2.0	1.9	1.98
	15-29 AÑOS	30+ AÑOS	TOTAL
Muestra	22.1	77.9	100
Coacción Económica	2.2	1.9	1.98

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022; min = 0; max = 10.

Decisiones y acciones colaborativas entre parejas

Los datos expuestos en esta tabla y arriba analizados denotan que las mujeres en general dedican mayor tiempo a una serie de actividades, sobre todo, en el hogar en las que no reciben gratificación económica alguna. Estos elementos vienen a perjudicar el tiempo dedicado a sus emprendimientos y si las clientas

además realizan actividades externas, tales como las de voluntariado o pertenencia alguna organización comunitaria o social, presenta mayor saturación y pone en riesgo su actividad económica.

Autonomía en la Toma de Decisiones

Es bien sabida la importancia del factor económico al momento de mejorar las condiciones de vida en una persona; sin embargo, esto por sí mismo no modifica las condiciones de vida si se carece de autonomía en la toma de decisiones. Es de esta manera que la Tabla No.49 presenta una serie de enunciados a través de los cuales se pretende medir el nivel de decisión con el que cuentan las clientas y los cónyuges al momento de utilizar sus recursos o el grado de influencia que otros tienen sobre ellos.

En lo concerniente al uso de sus ingresos, se evidencia que en el 75.5% de los abordados no existe influencia externa de cómo debe usarlos, de las mujeres un 77.5%, pero aún persiste aproximadamente uno de cada cuatro personas en las que otros ejercen mucha o algo influenciados al momento de tomar decisiones con su dinero. Mientras con el planteamiento sobre que nadie le dice como usar sus ingresos, pero los usa como la familia espera, el 49.5% dice estar nada de acuerdo con dicho postulado y el 50.5% establecen estar mucho o algo de acuerdo con esa proposición. Aquí el peso de la influencia social es más dividido entre la opinión externa y la autodeterminación.

La autonomía y capacidad de decisión aparece reflejada al momento de establecer que ellos eligen usar su ingreso como personalmente quiere y cree que es mejor, en este ámbito el 86.5% están de acuerdo en mucho o algo con esta postura, sin existir variaciones significativas entre las opiniones de las mujeres con las de los hombres. A su vez un 13.5% se siente nada identificado con este planteamiento.

Tabla No 49. Distribución simple y porcentual de encuestados por sexo según decisión de uso de ingresos.

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)		
	Mujeres N	Hombres N	TOTAL N	Mujeres %	Hombres %	TOTAL %
Muestra	102	98	200	51.0	49.0	100.0
Usa sus ingresos como otra persona le dice que debe usarlos						
Mucho	12	8	20	11.8	8.2	10.0
Algo	11	8	29	10.8	8.2	14.5
Nada	79	72	151	77.4	73.6	75.5
Nadie le dice cómo usar sus ingresos, pero los usa como la familia espera						
Mucho	18	29	47	17.6	29.5	23.5
Algo	31	23	54	30.4	23.5	27.0
Nada	53	46	99	52.0	47.0	49.5
Elige usar su ingreso cómo personalmente quiere y cree que es mejor						
Mucho	65	61	126	63.7	62.2	63.0
Algo	24	23	47	23.5	23.5	23.5
Nada	13	14	27	12.8	14.3	13.5

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022

Al igual que con los resultados de los indicadores individuales, cuando se combina los resultados en un índice, hay niveles bastante altos para la autonomía en la toma de decisiones. En la Tabla No. 50 se muestra una puntuación máxima de 6 significaría que las participantes tienen niveles altos para la autonomía en la toma de decisiones, mientras que una puntuación de 0 significaría que no hay autonomía en la toma de decisiones. El índice muestra que las mujeres y los hombres tienen niveles similares para la autonomía en la toma de decisiones. Los hombres jóvenes son los más propensos a tener el nivel más bajo de autonomía en comparación con otros subgrupos.

Tabla No 50. Índice de Actitudes Sobre Autonomía en la Toma de Decisiones

Características	Comparación (Porcentual)		
	URBANO	RURAL	TOTAL
Muestra	66.3	33.7%	100.0%
Hombres	4.34	4.24	4.31
Mujeres	4.49	4.39	4.51
TOTAL	4.42	4.39	4.41
	15-29 AÑOS	30+ AÑOS	TOTAL
Muestra	22.1%	77.9%	100%
Hombres	3.89	4.35	4.31
Mujeres	4.38	4.54	4.51
TOTAL	4.23	4.44	4.41

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022; min = 0; max = 6.

Acciones Colaborativas

Entre las principales acciones colaborativas visualizadas a partir de los hallazgos cualitativos y cuantitativos se desprenden las siguientes:

1. Los cónyuges muestran respectividad apoyar a sus parejas en sus emprendimientos, afirman sentirse apoyadas en la toma de decisiones concerniente a sus negocios.
2. Existen un gran número de hogares en los que tanto como mujeres como hombres afirman contribuir económicamente, según los ingresos de cada uno de ellos; sin embargo, también se evidencia que de forma autónoma tantas mujeres como hombres manejan recursos por los que ellos mismos deciden, dicho porcentaje asciende casi a la mitad de la población abordada.
3. A pesar de que los hombres manejan niveles aceptables de conocimiento de violencia basada en género, al momento de pasar al campo de las actitudes se siguen reproduciendo roles de género culturalmente construidos como el de los cuidados de hijos y familiares, así como el de las responsabilidades del hogar. Por lo que, aunque allí apertura en la esfera económica, los obstáculos relacionados a la esfera doméstica parecen estar arraigados en la cultura de los hombres.
4. Que los cónyuges e hijos apoyen a los emprendimientos de las mujeres; no obstante, resulta complejo saber si dicho apoyo conllevaría pérdida de autonomía por parte de ellas en sus negocios.
5. También resulta interesante saber que para buena parte de los hombres que los problemas de violencia sufrido por las mujeres dentro de su hogar deben ser tratados de forma privada entre la pareja. Esto viene a limitar la visibilización de la violencia basada en género y por consecuente

complejiza la creación de redes de apoyo en que las mujeres puedan encontrar atención sobre ese tema.

6. En mucho de los casos los cónyuges desconocían los procesos de educación financiero, vida resiliente y negocio resiliente que las mujeres estaban cursando, esto invita a que las parejas de las clientas puedan ser involucrados de forma activa en próximos procesos, ya sea a través de pequeñas capacitaciones o por medio de audiovisuales especialmente diseñados para ellas.
7. Dado que la policía es la principal entidad conocida tanto por hombres como mujeres el ente principal donde se deben realizar las denuncias de violencia basada en género resulta primordial establecer algún tipo de alianza con esta entidad, a través de la que pueda sensibilizar a los agentes para atender de forma más efectiva las denuncias basadas en género.
8. En los municipios donde existe presencia de ODEF, hay Oficinas Municipales de la Mujer OMM, Redes de Mujeres y otras formas organizativas que pueden servir de apoyo a las clientas en el caso de ser víctimas de violencia y a la vez contribuir a la sostenibilidad del proyecto.

Comparaciones con la Literatura Existente

Al comparar los objetivos del presente estudio con otros desarrollados a lo largo de los últimos 7 años en el país, se puede afirmar que diversas instituciones u organismos internacionales han apostado por indagar sobre las condiciones de las mujeres y sus emprendimientos, así como la sostenibilidad y resiliencia de estos. En ese sentido a continuación se presentan algunos de los estudios realizados a partir de 2016 sobre mujeres y negocio resiliente en Honduras.

OXFAM en Honduras en 2016 publicado en el 2018 realizó el Proyecto llamado *“Empoderamiento de las mujeres en Honduras”* consistió en la evaluación del impacto para fomentar la participación de las mujeres en la gobernanza en el país y tuvo como propósito fomentar la participación de las mujeres en la gobernanza, concentrar el esfuerzo de varias redes de mujeres de cuatro municipios diferentes del país; fortalecer su capacidad de participar en espacios públicos para defender sus derechos y fomentar una vida sin violencia de género.

La evaluación adoptó un enfoque combinado, utilizando un diseño cuasiexperimental de evaluación del impacto combinado con un elemento cualitativo y cuantitativo. La evaluación cuantitativa del impacto pretendía medir el cambio causalmente atribuible y representativo de la intervención del proyecto. El diseño de la evaluación se basó en comparar a una muestra de 200 mujeres a las que el proyecto había prestado apoyo (denominado "grupo de intervención"), frente a una muestra de 292 mujeres de comunidades vecinas que tenían características similares. El elemento cualitativo consistió en debates de grupos focales con participantes en el proyecto procedentes de tres departamentos. Estos debates permitieron recoger información adicional sobre el proyecto a nivel nacional, y destacar lecciones sobre aspectos del proyecto que la parte cuantitativa de la evaluación no se pudo abordar por ser datos numéricos. (OXFAM en Honduras, 2016)

Para el 2019 El consorcio mundial para mejorar la condición de las mujeres y las niñas Women and Girls Empowered (WAGE) realizó la investigación *“El Empoderamiento económico de las mujeres en Honduras: barreras, oportunidades y un camino a seguir conclusiones claves y recomendaciones”* tuvo como objetivo el análisis exhaustivo sobre el empoderamiento económico de las mujeres en Honduras, destacando las

barreras y oportunidades clave, y proporcionar recomendaciones para avanzar hacia un mayor empoderamiento económico de las mujeres en el país. La metodología utilizada en el informe incluye:

- 1) Recopilación de datos a través de diversas fuentes, como encuestas, entrevistas y análisis de datos existentes.
- 2) Evaluación multifacética: Se realizó una evaluación exhaustiva para comprender las oportunidades y desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras hondureñas en el lanzamiento y desarrollo de negocios sustentables.

Como ideas principales sobresalen: Identificar las barreras que obstaculizan el empoderamiento económico de las mujeres en Honduras, analizar las oportunidades existentes para mejorar la situación económica de las mujeres en el país y proporcionar recomendaciones concretas para superar las barreras y aprovechar las oportunidades identificadas. (WAGE, 2019)

Cazzuffi Chiara y Molina Celeste 2020 realizaron un Estudio citado “Empoderamiento Económico de las mujeres: Territorio y migración en el Norte de Centroamérica” en la que surgió de la colaboración de Rimisp – Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural y ONU Mujeres, en el marco del programa Mujeres, Economía Local y Territorios (MELYT), financiado por la Agencia Italiana de Cooperación (AICS) y ejecutado por ONU Mujeres en el Triángulo Norte de Centroamérica. Tuvo como objetivo analizar el papel de las características territoriales en las decisiones de migración de las mujeres del Triángulo Norte de Centroamérica, que integra a Guatemala, El Salvador y Honduras; las características de las mujeres que migran y las que se quedan en el lugar de origen; y la relación entre migración y empoderamiento económico para las mujeres que se quedan en el lugar de origen.

El estudio utilizó métodos mixtos y combina el análisis cuantitativo con el levantamiento y análisis de información cualitativa. Primero, comparo las características de los territorios expulsores de mujeres y las de los territorios expulsores de hombres, utilizando datos de los últimos censos de población disponibles. Segundo, manejo los datos de las últimas encuestas de hogares disponibles para caracterizar el perfil de las mujeres que se quedan en el lugar de origen y de las que se van, para analizar la relación entre empoderamiento económico y dos aspectos de la migración: haber migrado y pertenecer a un hogar que recibe remesas y en tercer lugar realizo un análisis cualitativo de los impactos de la emigración sobre la autonomía económica de las mujeres, a partir de datos cualitativos recopilados mediante entrevistas semiestructuradas a una muestra de mujeres no migrantes y retornadas, en un municipio por país, elegido entre los municipios más expulsores de mujeres.

Entre las ideas principales del Estudio se aborda cómo la migración puede ser una oportunidad para el empoderamiento de las mujeres, brindándoles acceso a empleo remunerado, educación y fortaleciendo su capacidad de tomar decisiones independientes. Así como de discutir los desafíos y las desigualdades de género que pueden surgir a raíz de la migración, así como la importancia de abordar las necesidades y derechos de las mujeres migrantes de manera integral y territorial. (Cazzuffi & Molina, 2020)

COHEP, CCIT y ENRED entre otros realizaron el 2021 la investigación publicada “*Las Mujeres en el desarrollo empresarial*”, el propósito fue analizar la situación de las mujeres como emprendedoras y empresarias en Honduras, y examinar las condiciones que favorecen u obstaculizan su desarrollo

empresarial; se utilizó la metodología Desarrollo de la Iniciativa Empresarial de la Mujer (WED) de la OIT, en la que se analizaron seis condiciones marco y sus subcondiciones que favorecen u obstaculizan la empresarialidad de las mujeres en Honduras. En este Estudio se aplicaron entrevistas a informantes clave, encuesta a mujeres empresarias y realización de Grupos Focales con agentes clave y emprendedoras y empresarias.

Las ideas principales de este Estudio fueron:

- Analiza la situación de las mujeres como emprendedoras y empresarias.
- Examinar las condiciones que favorecen u obstaculizan su desarrollo empresarial.
- Se utilizó la metodología Desarrollo de la Iniciativa Empresarial de la Mujer (WED) de la OIT.
- Es el resultado de un esfuerzo conjunto de la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa y varias organizaciones empresariales afiliadas al COHEP.
- Ser un punto de partida para la creación de una mesa de diálogo y concertación entre los agentes involucrados, con el fin de establecer una estrategia bien coordinada hacia un mismo rumbo.
- Existencia de iniciativas y alianzas en fase de arranque que, en la medida en que cuenten con los instrumentos y recursos adecuados para su correcta implementación, es probable que mejoren el entorno empresarial de las mujeres. (COHEP,CCIT y ENRED, 2021)

El BCIE 2020 publicó el Estudio “Estado de situación del acceso de la mujer emprendedora al sistema financiero en Honduras”. en la que analizo los impedimentos regulatorios, de estereotipos y otros que enfrentan las empresarias cuando intentan acceder a la financiación. Este estudio se realizó en medio de la pandemia COVID-19, que estaba afectando comercios y empresas familiares, muchos liderados por mujeres, por lo que los desafíos descritos en este documento se vuelven aún más retadores y las oportunidades también se amplían.

La metodología utilizada incluyó una revisión cualitativa y cuantitativa de los principales bancos de datos en línea, entrevistas con representantes del sector financiero y otros actores e informantes relevantes, así como entrevistas con empresarias. También se realizó una encuesta a representantes de instituciones financieras para profundizar en el conocimiento acerca de la oferta de productos financieros diseñados para pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres.

Entre las ideas del Estudio sobresalen que las mujeres empresarias en Honduras han ido aumentando su participación en la fuerza laboral y su acceso a servicios financieros, convirtiéndose en un segmento interesante para la banca. Sin embargo, aún enfrentan obstáculos regulatorios y de estereotipos que limitan su acceso a la financiación. Por lo que se proponen recomendaciones para mejorar su acceso a la financiación, como la creación de productos financieros específicos para mujeres empresarias y la promoción de la educación financiera. (BCIE, 2020)

CAPITULO V: CONCLUSIÓN

Implicaciones para el Programa Escúchame

En cuanto al conocimiento y uso del sitio web Cuéntanos.org es reducido entre las clientas de ODEF. Es más entre aquellas que afirma haber accedido al mismo, consideran que no es tan amigable en su utilización. Las instituciones tradicionales como el número de la policía (911) continúa siendo el principal referente en los casos de violencia basada en género. Sin embargo, es necesario un mecanismo de prevención para evitar llegar al extremo de la intervención de los cuerpos armados, tal como la policía.

En materia de conocimientos los hombres se encuentran aparentemente bien informados, pero al momento de las actitudes continúan perpetuando patrones machistas por lo que el énfasis de las capacitaciones debe girar en torno a estos temas.

Resulta interesante involucrar a las clientas en procesos ya existentes con otras mujeres a través de alianzas estratégicas que ODEF pudiera enmarcar en el marco del proyecto para garantizar su sostenibilidad.

Es importante identificar los mecanismos o las formas a través de los que los familiares de las clientas se involucrarán en sus emprendimientos. Uno de estos puede ser el apoyo de los hijos mayores en el cuidado de sus hermanos o por otra parte su pareja puede incorporarse apoyando en tareas puntuales del negocio.

Conclusiones

ASPECTOS GENERALES

1. Los datos demográficos revelan diferencias significativas entre los cónyuges y las clientas en términos de edad, número de hijos vivos y etnicidad. Mientras que los cónyuges tienen en promedio una diferencia de edad de 8 a 10 años con respecto a las clientas, estas últimas tienen un mayor número de hijos vivos, muchos de los cuales son menores de 14 años. Además, se destaca que las mujeres se identifican predominantemente con pertenencia a un grupo étnico tal como Lencas, Garífunas y Tolupanes, en proporciones superiores a las de los hombres. Estas disparidades demográficas son importantes consideraciones al abordar la seguridad económica de las mujeres emprendedoras hondureñas, ya que reflejan diferentes realidades y necesidades que deben ser tomadas en cuenta en el diseño de políticas y programas de apoyo.

2. El Estudio revela que aproximadamente el 77.5% de la población encuestada admitió comer siempre todo lo que quiso y tener suficientes alimentos, pero no siempre comió lo que quiso. Por otro lado, un 22.5% de los encuestados reportaron padecer algún tipo de necesidad o escasez alimentaria. Estos datos indican que existe una proporción significativa de la población que enfrenta inseguridad alimentaria y que se encuentra en situación de vulnerabilidad. Esta conclusión resalta la importancia de abordar la pobreza y

la inseguridad alimentaria como parte integral de los esfuerzos para mejorar la seguridad económica de las mujeres emprendedoras. Es fundamental implementar estrategias y políticas que promuevan el acceso a alimentos adecuados y suficientes para garantizar la salud y el bienestar de la población en estudio.

3. En cuanto a la mitigación de la pobreza se entrevisté que las mujeres encuestadas tenían más probabilidades de ser evaluadas como pobres en comparación con los hombres encuestados. Además, se observa que los hogares en áreas rurales tienen solo un poco más de probabilidad de ser pobres que los hogares urbanos. También se destaca que existen diferencias significativas en los niveles de pobreza entre los diferentes grupos étnicos, siendo los mestizos el grupo con un nivel de pobreza mucho menor en comparación con los lencas. Lo anterior resalta la necesidad de implementar estrategias y políticas específicas que aborden las desigualdades y brechas en la mitigación de la pobreza, especialmente para las mujeres y los grupos étnicos más vulnerables.

RESULTADOS CUANTITATIVOS

4. Las mujeres encuestadas han experimentado mejoras en sus ingresos y en su capacidad para generar ingresos propios. Se destaca que un porcentaje significativo de mujeres ha participado en programas de formación, educación y capacitación en habilidades técnicas, liderazgo, emprendimiento y gestión empresarial. Estas oportunidades de empoderamiento económico son fundamentales para fortalecer la autonomía y la capacidad de toma de decisiones de las mujeres emprendedoras.

5. Los datos muestran que tanto hombres como mujeres han experimentado mejoras en sus ingresos, aunque en diferentes proporciones. Se observa que un porcentaje mayor de mujeres ha reportado una mejora en sus ingresos debido a la participación en nuevas actividades generadoras de estos. Sin embargo, también se destaca que un número significativo de hombres atribuye la mejora de sus ingresos al apoyo en sus hogares por parte de sus cónyuges.

6. Las mujeres encuestadas tienen un nivel significativo de agencia intrínseca en el uso de su tiempo. Esto implica que tienen la capacidad de tomar decisiones y controlar cómo utilizan su tiempo en diversas actividades, incluyendo las relacionadas con su negocio. Esta agencia intrínseca del uso del tiempo es fundamental para su autonomía y capacidad de gestionar eficientemente sus responsabilidades personales y profesionales.

7. Los datos muestran que las mujeres emprendedoras han desarrollado estrategias y habilidades para hacer frente a los desafíos y adversidades en sus vidas y negocios. Han demostrado resiliencia al implementar mejoras en sus equipos, procesos y promoción de sus negocios. Esto indica que las mujeres están adoptando medidas para fortalecer la resiliencia de sus negocios y adaptarse a situaciones cambiantes.

8. Las mujeres encuestadas tienen un nivel significativo de autoeficacia, es decir, la creencia en su capacidad para lograr metas y enfrentar desafíos. Esta autoeficacia es un factor clave en el éxito empresarial, ya que influye en la motivación, la toma de decisiones y la persistencia en la búsqueda de objetivos. Las mujeres muestran confianza en su capacidad para recuperar sus negocios en caso de una emergencia y para hacer crecer sus emprendimientos.

9. Con los resultados existentes en materia de igualdad de género, se destaca la necesidad de eliminar la discriminación basada en el género y promover una distribución, equitativa de las responsabilidades domésticas y familiares. Los datos revelan la existencia de actitudes negativas y preocupantes hacia la violencia contra la mujer. Además, es importante abordar y cambiar estas actitudes para prevenir y

erradicar la violencia basada en género. Es fundamental seguir promoviendo la conciencia y la educación sobre la violencia contra la mujer, así como fomentar actitudes de respeto, igualdad y no violencia entre los hombres.

10. La escala de hombres equitativas de género revela la importancia de comprender y abordar la construcción de la masculinidad en relación con la equidad de género. En el Estudio se muestra la necesidad de identificar patrones de comportamiento y actitudes que promuevan prácticas más equitativas y reduzcan la violencia basada en género.

RESULTADOS CUALITATIVOS

11. La etapa de vida de las mujeres emprendedoras tiene un impacto significativo en sus responsabilidades y oportunidades económicas. En este sentido las mujeres en diferentes etapas de vida enfrentan desafíos y oportunidades únicas, por ejemplo, las mujeres jóvenes enfrentan mayores obstáculos para acceder a recursos y oportunidades económicas, mientras que las mujeres mayores tienen más experiencia y redes de apoyo establecidas.

12. La comunicación y finanzas del hogar son aspectos clave en la vida de las mujeres emprendedoras, resaltando la importancia de la comunicación frecuente entre las parejas y la influencia del tiempo compartido en la toma de decisiones financieras. Además, se observa que las mujeres suelen asumir responsabilidades domésticas y de negocios, lo que puede afectar su capacidad para dedicar tiempo y recursos a su emprendimiento. De las entrevistas y grupos focales se desprende la necesidad de promover una comunicación abierta y equitativa en las relaciones de pareja, así como de apoyar a las mujeres emprendedoras en la gestión de sus responsabilidades domésticas y empresariales.

13. Las mujeres emprendedoras están involucradas en la generación de ingresos y en la gestión de sus propios negocios, de hecho, muchas mujeres han implementado estrategias para diversificar sus fuentes de ingresos y mejorar su rentabilidad; sin embargo, también se observa que las mujeres pueden enfrentar desafíos en términos de acceso a recursos financieros, capacitación y apoyo empresarial.

14. Los servicios financieros y el uso del teléfono móvil desempeñan un papel importante en la vida de las mujeres emprendedoras, así mismo muchas mujeres afirman haber utilizado servicios financieros, como préstamos o microcréditos, para financiar sus negocios y mejorar su capacidad de generación de ingresos. Además, el uso del teléfono móvil se ha convertido en una herramienta clave para la comunicación, la promoción de negocios y la gestión de transacciones financieras. Con estos hallazgos se resalta la importancia de continuar promoviendo el acceso a servicios financieros adecuados y fomentar el uso efectivo de la tecnología para apoyar el crecimiento y la sostenibilidad de los negocios de las mujeres emprendedoras.

15. La movilidad y la conciliación de la vida personal y el trabajo son desafíos significativos para las mujeres emprendedoras, a su vez un porcentaje considerable de mujeres enfrentan dificultades para equilibrar sus responsabilidades familiares y domésticas con las demandas de sus negocios. Esto se agudiza por la falta de acceso a transporte confiable y asequible puede limitar su movilidad y su capacidad para expandir sus negocios.

Los rubros de negocios de las clientas son diversos y abarcan diferentes sectores y actividades económicas, en ese orden resalta que las mujeres han logrado establecer y mantener negocios exitosos, generando ingresos y contribuyendo al desarrollo económico de sus comunidades, ellas están involucradas en una

amplia variedad de actividades económicas, incluyendo la agricultura, la artesanía, la venta minorista, la alimentación entre otras; es más, han implementado estrategias para diversificar sus fuentes de ingresos y mejorar la rentabilidad de sus negocios, por lo que es importante seguir apoyando y fortaleciendo el negocio de la clienta, ya que es una fuente importante de generación de ingresos y de empoderamiento económico para las mujeres.

16. En cuanto a la importancia de abordar el tratamiento de la mujer en diferentes aspectos de la vida, incluyendo el ámbito laboral, social y cultural, las abordadas argumentan sobre la necesidad de seguir promoviendo iniciativas tendientes a eliminar la discriminación basada en género, promoviendo una distribución equitativa de las responsabilidades domésticas y familiares. Tanto en el área rural como urbano se observa que muchas mujeres enfrentan desafíos en términos de acceso a recursos y oportunidades económicas, así como en la gestión de sus responsabilidades domésticas y empresariales.

DISCUSIÓN

17. Las capacitaciones y discusiones son herramientas importantes para promover el empoderamiento económico y la igualdad de género en las mujeres emprendedoras. En este aspecto resulta trascendental fomentar aún más la educación y el desarrollo de habilidades empresariales, así como de promover la conciencia por medio de programas de educación sobre violencia contra la mujer. Una estrategia para implementar estas iniciativas es seguir promoviendo las discusiones y el intercambio de experiencias, estas pueden ser útiles para fomentar la colaboración y el apoyo entre las mujeres emprendedoras y sus cónyuges.

18. Vulnerabilidad Financiera: Los datos muestran que las mujeres emprendedoras son vulnerables a situaciones financieras adversas, como el escaso capital de trabajo y la falta de seguro, Estas situaciones pueden limitar la capacidad de las mujeres para mantener y expandir sus negocios, además de tener un impacto negativo en su seguridad económica y bienestar.

19. Las mujeres emprendedoras de ODEF tienen acceso a intervenciones de fortalecimiento económico sensibles al género, lo que en buena medida las ha vuelto conscientes de la violencia de género. Estas intervenciones incluyen capacitación empresarial, acceso a crédito, capital de trabajo, y apoyo para la gestión de sus negocios; no obstante, se observa que muchas mujeres enfrentan desafíos en términos de acceso a servicios de apoyo para la violencia de género, como asesoramiento y servicios de protección.

20. Como resultado de la participación en actividades económicas, las mujeres emprendedoras enfrentan coacción económica en bajos niveles, esta puede incluir en algunos casos en retención de ingresos, limitación del acceso a recursos y el aprovechamiento de oportunidades económicas, lo que en definitiva puede desencadenar en manifestaciones de violencia económica. Teniendo un impacto negativo en la seguridad financiera y el bienestar de las mujeres.

21. Existe un alto grado de comunicación abierta y equitativa entre las parejas, así como en menor medida en la colaboración y la gestión de responsabilidades domésticas y empresariales; No obstante, es tangible la autonomía en la toma de decisiones, lo que es importante para el empoderamiento económico de las mujeres. La autonomía resulta crucial para la gestión de sus negocios, así como en la toma de decisiones financieras, en la gestión de responsabilidades domésticas y familiares.

ANEXO

En lo referente a la cantidad de piezas en que se dividen las viviendas de la población encuestadas, se nota una relación recurrente de que a mayor número de piezas aumenta el número de encuestados con viviendas en estas condiciones. Es así como entre hombres y mujeres es escasa la diferencia del patrón en que el 44.5% habitan viviendas con cuatro o más piezas, el 26% lo hacen en vivienda de tres, las de dos se reducen al 23% y las de una sola pieza solo las habitan el 6.5% de los encuestados.

Al seguir indagando por las condiciones materiales de la vivienda, siempre en la Tabla N°5 es posible observar que 178 de los abordados, es decir un 89% sus viviendas cuentan con piso de diversos materiales, predominando la plancha de cemento, cerámica y ladrillo de cemento. Estas condiciones permiten mejorar en el ámbito sanitario disminuyendo la propensión a enfermedades por parte de sus habitantes, caso contrario ocurren en el 11% de viviendas que no cuentan con esta condición y continúan con pisos de tierra.

Si las condiciones materiales de la vivienda antes analizadas resultan altamente positivas, al profundizar en la forma que obtienen el agua potable, los resultados son alentadores, dado que el 89.5% de los encuestados tienen acceso al servicio público de agua por tubería o pozos. Se puede constatar que existe un buen nivel de acceso al agua potable lo que abona al mejor estado de salud y son mínimos los casos en los que el acceso se restringe al uso de llaves públicos o cisternas.

Otro elemento para tomar en cuenta para el cuidado de la salud es el referido a la preservación y preparación de alimentos. De hecho, el 79.5% de las personas encuestadas afirman contar con refrigerador en su vivienda, dicho porcentaje disminuye al 67% al consultarles sobre la tenencia de estufa con cuatro hornillas en buena condición. Es en este último apartado en el que existe diferencias significativas entre hombres y mujeres, ya que los primeros poseen este bien en mayor proporción comparativamente hablando a las mujeres, esto en parte puede ser interpretado a partir de la persistencia de otras formas de preparar alimentos que coexisten en el país, tales como las hornillas con leña, fogones y otra que son utilizadas sobre todo en el área rural.

Otro artículo valorado en las viviendas del país es el televisor, es así como el 80% de la población encuestada afirma poseer alguno de estos aparatos, la inmensa mayoría un 76% cuentan con conexión por cable, mientras solo un 4% no tiene acceso al cable. En contra parte el 20% no cuenta con televisor, siendo entre hombres y mujeres muy parecidos los resultados de su tenencia o de no contar con el mismo.

Tabla Anexo No.1

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)			
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres	TOTAL	
Muestra	N	N	N	%	%	%	
	102	98	200	51.0	49.0	100.0	
Número piezas en vivienda							
Uno	6	7	13	5.9	7.1	6.5	
Dos	21	25	46	20.	25.5	23.0	
Tres	29	23	52	28.4	23.5	26.0	
Cuatro o mas	46	43	89	45.1	43.9	44.5	

Características	Programa (Simple)			Comparación (Porcentual)			
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres	TOTAL	
Muestra	N	N	N	%	%	%	
	102	98	200	51.0	49.0	100.0	
Material predominante del piso de vivienda							
Tierra	11	11	22	10.8	11.2	11.0	
Ladrillo de barro	1	1	2	0.9	1.0	1.0	
Plancha de cemento	46	45	91	45.1	45.9	45.5	
Madera	0	2	2	0.0	2.1	1.0	
Ladrillo de cemento	15	17	32	14.8	17.4	16.0	
Cerámica o ladrillo de granito	29	21	50	28.4	21.4	25.0	
Otro	0	1	1	0.0	1.0	0.5	
Como obtiene agua para la vivienda							
<i>Servicio público por tubería</i>	81	81	162	79.4	82.6	81.0	
<i>Pozo</i>	14	13	27	13.7	13.3	13.5	
<i>Llave publica</i>	6	1	7	6.0	1.0	3.5	
<i>Cisterna</i>	1	0	1	0.9	0.0	0.5	
<i>Otro</i>	0	3	3	0.0	3.1	1.5	
Refrigeradora en buena condición							
Si	77	82	159	75.5	83.7	79.5	
No	22	16	38	21.6	16.3	19.0	
N/A	3	0	3	2.9	0.0	1.5	
Estufa con cuatro hornillas en buena condición							
Si	74	60	134	72.6	61.2	67.0	
No	18	27	45	17.6	27.6	22.5	
N/A	10	11	21	9.8	11.2	10.5	
Tenencia de Tv en buena condición							
T con cable	75	77	152	73.5	78.6	76.0	
Tv sin cable	5	3	8	4.9	3.0	4.0	
No tiene Tv	22	18	40	21.6	18.4	20.0	

Fuente: Encuesta de Línea de Base de Mujer Próspera 2022, Poverty Probability Index (PPI®)

BIBLIOGRAFÍA

- BCIE. (2020). "Estado de situación del acceso de la mujer emprendedora al Sistema financiero en Honduras. Honduras. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/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
- Cazzuffi, Chiara., & Molina , Celeste. (2020). Empoderamiento Económico de las mujeres: Territorio y migración en el Norte de Centroamérica. Rimisp, Santiago de Chile. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.politicamigratoria.gob.mx/work/models/PoliticaMigratoria/CEM/CRM/congresomujeres/EEM_territor
- COHEP, CCIT y ENRED. (2021). "Las Mujeres en el desarrollo empresarial" Informe WED Honduras. Obtenido de https://www.ilo.org/empent/areas/womens-entrepreneurship-development-wed/WCMS_846619/lang--es/index.htm
- Díaz Bonilla, Carolina. (2022). *Resumen de Pobreza y Equidad*. Worldbank.org.
- HEIFER Internacional. (2020). *Teoría de cambio para el empoderamiento de las mujeres en las Américas 2017-2022*.
- INE. (2014). *Honduras: Proyecciones de población 2013-2050*. Tomo 9 , Tegucigalpa MDC. Recuperado el 4 de Abril de 2023
- INE. (2015). "Informe XVII Censo de Población y VI de Vivienda" Tomo 6 . Tegucigalpa. Obtenido de https://www.ine.gob.hn/publicaciones/Censos/Censo_2013/06Tomo-VI-Grupos-Poblacionales/index%20Censo.html
- IUDPAS. (2020). *Boletín N.15 Resultados del análisis enero-diciembre 2019*. UNAH, Tegucigalpa M.D.C.
- IUDPAS. (2021). *Muerte Violenta de Mujeres y Femicidios*,. Boletín No. 17, Tegucigalpa, M.D.C.
- OXFAM en Honduras. (2016). "Empoderamiento de las mujeres en Honduras: Evaluación del impacto del proyecto para fomentar la participación de las mujeres en la gobernanza en Honduras". OXFAM, Tegucigalpa, Honduras. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://oxfamilibrary.openrepository.com/bitstream/10546/620565/7/er-womens-empowerment-honduras-effectiveness-review-221018-es.pdf
- Rioseco Ortega, Luz. (2005). Buenas prácticas para la erradicación de la violencia doméstica en la región de América Latina y el Caribe. CEPAL, Santiago de Chile,
- Rogers, Patricia. (2014). *La Teoría del Cambio, Síntesis metodológica: evaluación de impacto, n°2* . Centro de investigaciones de Unicef,, Florencia .

WAGE. (2019). *El Empoderamiento económico en Honduras: Barreras, oportunidades y un camino a seguir*. WAGE . Obtenido de El empoderamiento económico de las mujeres en Honduras: Barreras, oportunidades y un camino a seguir:
<https://www.findevgateway.org/es/guiasherramientas/2019/10/el-empoderamiento-economico-de-las-mujeres-en-honduras-barreras>