



MUJERES EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL EN HONDURAS

INFORME DE LA ENCUESTA EMPRESARIAL Y
PROPIUESTA DE AGENDA ESTRATÉGICA



CONSEJO HONDUREÑO DE LA EMPRESA PRIVADA

Tegucigalpa, Abril de 2018



MUJERES EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL EN HONDURAS

INFORME DE LA ENCUESTA EMPRESARIAL Y
PROPIUESTA DE AGENDA ESTRATÉGICA



CONSEJO HONDUREÑO DE LA EMPRESA PRIVADA

Tegucigalpa, Abril de 2018

ÍNDICE

MENSAJE DE LA PRESIDENCIA, CONSEJO HONDUREÑO DE LA EMPRESA PRIVADA -----	05
MENSAJE COORDINADORA COMITÉ DE GENERO PARA EMPRESAS SOSTENIBLES COHEP -----	06
INTRODUCCIÓN -----	07
1. METODOLOGÍA EMPLEADA PARA LA REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA -----	09
2. CONTEXTO DE LAS MUJERES EN EL MERCADO LABORAL HONDUREÑO -----	11
3. DATOS SOBRE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES -----	13
4. PARTICIPACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES EN LAS EMPRESAS -----	17
5. POLÍTICAS, MEDIDAS Y SITUACIÓN DE LA EMPRESA CON RELACIÓN A LA DIVERSIDAD DE GÉNERO -----	22
6. ESTRATEGIAS Y FORMAS DE PROMOVER A MÁS MUJERES A NIVELES SUPERIORES -----	25
7. AGENDA ESTRATÉGICA: LA MUJER EN LOS NEGOCIOS Y LA GESTIÓN EMPRESARIAL -----	28

MENSAJE DE LA PRESIDENCIA

CONSEJO HONDUREÑO DE LA EMPRESA PRIVADA

El Consejo Hondureño de la Empresa Privada, ha reconocido la importante labor de la mujer en el desarrollo económico del país, por lo que ha venido trabajando con sus organizaciones miembro y las empresas en lograr que la mujer ocupe espacios de trascendencia en nuestra sociedad.

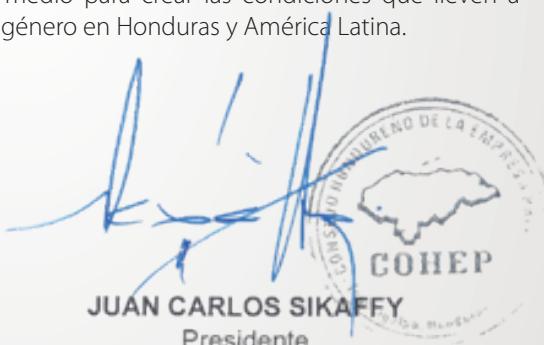
Es un reto en nuestro tiempo garantizar la igualdad de acceso a oportunidades de empleo y de obtención de ingresos a todas las mujeres y hombres, basados en la competencia, producción, productividad, eficiencia y calidad que vengan a impactar de manera positiva en el crecimiento económico de nuestro país, contribuir a la reducción de la pobreza y lograr el progreso social.

Desde la creación del Comité de Género para Empresas Sostenibles del COHEP, se ha venido promoviendo las oportunidades para que mujeres y hombres obtengan un trabajo decente en condiciones de libertad, equidad, seguridad y dignidad humana, gracias al apoyo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y a la Oficina de Actividades para Empleadores (ACT-EMP) contamos hoy, con un estudio de estadísticas y análisis sobre medidas para poder promover a las mujeres en los negocios y la administración, permitiéndonos con la Agenda Estratégica avanzar en el camino hacia la incorporación del enfoque de género en su gestión.

Como sector privado, estamos comprometidos y convencidos que debemos de apoyar, definir, documentar, implementar y divulgar una política organizacional de igualdad y equidad de género que se derive de los resultados presentados en la Encuesta y en la Agenda Estratégica a desarrollar, y así contribuir a promover una cultura empresarial inclusiva.

¿Cómo lo lograremos? Solamente promoviendo el trabajo en conjunto con Gobierno, ONGs, empresas, organismos multilaterales, academia y medios de comunicación, como único medio para crear las condiciones que lleven a hacer efectivo la equidad de género en Honduras y América Latina.

JUAN CARLOS SIKAFFY
Presidente



MENSAJE COORDINADORA COMITÉ DE GÉNERO PARA EMPRESAS SOSTENIBLES COHEP

El Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP), con el compromiso de impulsar el desarrollo social y económico del país, y reconociendo la importancia de la integración del enfoque de género en el mundo empresarial, acordó en el año 2012, crear el Comité de Género para Empresas Sostenibles.

El cual tiene como finalidad, promover la igualdad de género, el desarrollo de capacidades para impulsar el liderazgo de la mujer hondureña y su inclusión en el sector empresarial en aras de cumplir con los principios de la libre empresa.

Nuestra meta como Comité, es construir las condiciones necesarias que eliminen las barreras estructurales y culturales, para poder incluir a las mujeres en los puestos de liderazgo y dirección dentro de las empresas que conforman el sector privado hondureño y con ello contribuir a la productividad y competitividad del país.

Agradecemos el apoyo que nos ha brindado la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Oficina de Actividades para Empleadores ACT/EMP, quienes nos han permitido por medio de la **Encuesta Mujeres en la Gestión y los Negocios en Honduras**, contar con un Diagnóstico y Agenda Estratégica de acciones a desarrollar dentro del sector privado, para poder promover a las mujeres en la gestión empresarial y lograr esa deseada equidad.

Estamos seguros que, con este importante informe, más empresas, empresarios y emprendedores trabajarán por una Honduras más inclusiva con igualdad de oportunidades para todos los hondureños.



ALINE FLORES

INTRODUCCIÓN

El Consejo Hondureño de la Empresa Privada -COHEP-, desde el 2012, con el apoyo del Departamento de Empresas y la Oficina de Actividades para Empleadores ACT/EMP de la Organización Internacional del Trabajo OIT, implementa de manera exitosa la Estrategia de Empresas Sostenibles y que se constituyó como la agenda de trabajo para la generación de un entorno más propicio que impulsaría la inversión, la generación de empleos y el desarrollo socio-económico del país.

Es así como nace el Comité de Género para Empresas Sostenibles como una muestra del compromiso del COHEP para el fortalecimiento del rol de la mujer en la gestión empresarial.

En Honduras, hombres y mujeres contribuyen al crecimiento económico, sin embargo, a excepción de mujeres en el cargo de gerente o directora, el porcentaje de mujeres que ocupan puestos ejecutivos o de decisión en los diferentes niveles de gestión de las empresas o en la junta directiva aún sigue bajo.

Para contribuir a superar los desafíos y liberar el potencial de las empresas y las mujeres, el COHEP con la colaboración del Comité de Género y con el apoyo de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) realizó un estudio de estadísticas y análisis sobre medidas para promover a las mujeres en los negocios y la administración. Los hallazgos se incorporan en el presente informe: "Mujeres en la Gestión Empresarial en Honduras", y demuestran algunos avances, así como las barreras que hay que superar para lograr una mayor participación equitativa de las mujeres en las empresas en Honduras. El informe también identificó las estrategias y acciones que el Comité de Género puede poner en marcha en los próximos dos años en apoyo de las mujeres en el mercado laboral y en la dirección y gestión de las empresas.



El contenido del informe se basa en una encuesta empresarial realizada por el COHEP entre el 11 de noviembre y el 10 de diciembre de 2017. Un total de 575 empresas del sector privado participaron contestando las preguntas de la encuesta, con las que se pudo captar en qué medida las empresas cuentan con políticas y prácticas para promover a las mujeres en la gestión, así como también, qué medidas se pueden implementar para garantizar que las mujeres y los hombres tengan las mismas oportunidades en sus carreras profesionales y empresariales. Aunque la encuesta se realizó en línea, fue contestada por empresas de casi todos los departamentos del país, principalmente de Francisco Morazán, Cortés, Atlántida y Comayagua y fue dirigida a la micro, pequeña, mediana y gran empresa. Para apoyar la distribución de la encuesta, el COHEP contó con el apoyo del Comité de Género para Empresas Sostenibles, de las organizaciones miembros y mediante distribución directa a las empresas registradas en su base de datos.

Es positivo que cada vez más empresas en el país están implementando medidas para superar los estereotipos de género y las culturas corporativas que afectan a las mujeres con el propósito de promover el equilibrio de género y capitalizar el talento de las mujeres.

Este documento está estructurado de la siguiente manera: Luego de exponer la metodología empleada para realizar la encuesta, los primeros capítulos presentan información básica de las empresas encuestadas; el contexto de las mujeres en el mercado laboral; la representación y participación de las mujeres en las empresas de Honduras y las políticas, medias y situación de las empresas con relación a la diversidad de

género. Estos primeros capítulos nos explican, que existe en materia de participación y diversidad de género en las empresas del país. Los últimos capítulos están dedicados a recomendar acciones clave en forma de una Agenda Estratégica en apoyo de la igualdad de género y la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres en las empresas de Honduras.

Es importante destacar que la Responsabilidad Social Empresarial RSE y la Mujer tienen una relación bilateral. La RSE ha de aportar transparencia a la gestión empresarial y sirve de instrumento para visibilizar y visualizar la igualdad y la equidad de trato entre hombres y mujeres en las empresas. La RSE hacia la mujer es un instrumento de gestión empresarial que nos puede llevar a una nueva economía, en donde la mujer tiene mucho que decir y en dónde las empresas se enriquecen con las aportaciones de las mujeres.

COHEP continuará trabajando de manera comprometida en análisis profundos de las brechas de género, la calidad del trabajo, generar los debates necesarios para hacer hincapié en los aspectos políticos e institucionales que limitan el desarrollo de la mujer y la equidad de género así como también el estudio de las tendencias mundiales y regionales del mercado de trabajo con el fin de ser más competitivos empresarialmente y para facilitar la conciliación de la vida laboral y la familiar.

1

METODOLOGÍA EMPLEADA PARA LA REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA



La encuesta empresarial: Mujeres en la gestión y los negocios en Honduras se propuso los siguientes objetivos, los cuales fueron consensuados con el Comité de Género del COHEP:

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO

Obtener información sobre el desarrollo y la promoción de la diversidad de género en los negocios y la gestión con el propósito de mejorar la capacidad de las mujeres en los negocios y en la gestión y generar una base para interactuar e intercambiar ideas y crear capacidad sobre el empoderamiento económico de las mujeres.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar y ampliar la comprensión de las barreras u obstáculos que se interponen para el avance de las mujeres en el sector empresarial y la gestión.
2. Establecer los posibles medios de abordar los desafíos y compartir recomendaciones sobre cómo superar estas barreras y obstáculos.
3. Conforme a los resultados de la encuesta determinar posibles estrategias y presentarla a los actores claves.

En Honduras, los datos estadísticos con información sobre mujeres en los negocios y la gestión empresarial en el sector privado son escasos. La investigación se realizó para obtener una visión específica para Honduras sobre cultura y obstáculos relacionados con el liderazgo de las mujeres, y recomendar estrategias para superar los desafíos. Los hallazgos han sido y serán compartidos con actores clave para ayudarlos a comprender los problemas e identificar soluciones.

Esta información es fundamental para las actividades de promoción y para que nuestras Organizaciones Miembro y sus empresas afiliadas evalúen la situación y actúen. Los datos sobre mujeres en los diferentes niveles de gestión, incluso a nivel Gerencial o Dirección Ejecutiva, así como de Junta Directiva, y en diferentes sectores fueron recolectados mediante una encuesta. Del mismo modo, los datos sobre la proporción de mujeres propietarias de empresas ayudaron a identificar las diferencias entre las pequeñas, medianas y grandes empresas y los sectores en los que operan.

Con los resultados de la investigación, el COHEP ha obtenido una mayor visibilidad y está en condiciones de proporcionar a sus miembros información con visión de futuro y al mismo tiempo ha logrado una base para:

- (1) abogar por la igualdad de género entre sus miembros;
- (2) proponer y apoyar estrategias y medidas para aumentar el número de mujeres que participan en el mercado laboral, particularmente en negocios y gestión; y
- (3) proporcionar información sobre la aplicación práctica para que tales medidas sean efectivas.

La metodología aplicada en este estudio fue acorde a la naturaleza de una investigación empírica, con base en la información registrada por las propias empresas. La información fue proporcionada directamente por las empresas, registrando una encuesta por empresa. La información registrada fue procesada en una base de datos y compartida con actores clave, tales como la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa CCIT, Cámara de Comercio e Industrias de Cortés CCIC, Asociación Hondureña de Maquiladores AHM, Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias AHIBA, Cámara Hondureña de Aseguradoras CAHDA, Red de Microfinancieras de Honduras REDMICROH, Cámara Hondureña de la Industria de la Construcción CHICO, Asociación de Pequeños Hoteles de Honduras HOPEH, Cámara Nacional de Turismo de Honduras CANATURH, Federación de Cámaras de Comercio FEDECAMARA, Asociación Nacional de Industriales ANDI y demás Organizaciones miembro y la Organización Internacional de Trabajo OIT.

GRUPO META

Se propuso encuestar entre 500 y mil empresas formales e informales del sector privado, de todos los tamaños y sectores y ubicadas en las principales regiones del país con el fin de captar en qué medida las empresas cuentan con políticas y prácticas para promover a las mujeres en la gestión.

DISEÑO DE INSTRUMENTOS

El proceso de diseño de los instrumentos de boleta de encuesta, muestras, metodología, levantamiento de la encuesta, recopilación y análisis de los resultados se realizó bajo la coordinación de la Dirección Ejecutiva y la Gerencia de Empresas Sostenibles del COHEP y Comité de Género para Empresas Sostenibles.

El equipo técnico de COHEP-OIT, responsable de esta iniciativa, diseñó un instrumento conteniendo todos los temas de interés, de acuerdo a los objetivos del estudio. El diseño final de la boleta para la recolección de los datos fue posteriormente colocado en la web.

LEVANTAMIENTO, ALCANCES Y LIMITACIONES DE LA ENCUESTA

La encuesta fue diseñada haciendo uso de los instrumentos de SurveyMonkey para facilitar el levantamiento de los datos. Una vez diseñada la boleta por medios electrónico se realizaron pruebas para validar el funcionamiento y posteriormente se hicieron los ajustes necesarios.

El levantamiento de los datos fue organizado mediante la colaboración de los diversos gremios empresariales, entre ellos CCIT, CCIC, AHM, AHIBA, CAHDA, REDMICROH, CHICO, HOPEH, CANATURH, FEDECAMARA, ANDI y demás organizaciones miembro de COHEP. El propósito consistió en asignar cuotas a cada organización para que apoyaran y dieran seguimiento al levantamiento de los datos entre sus empresas afiliadas.

La falta de datos sobre el sector privado fue y sigue siendo un desafío clave para promover a las mujeres en los negocios y la gestión empresarial. Las bases de datos nacionales y las fuentes secundarias existentes en el país combinan datos de los sectores público y privado y esto dificulta el seguimiento de las tendencias en el empleo en el sector privado. Por esta razón, el estudio no pretendió una cobertura de 100% de las empresas existentes, pero si el registro de una masa crítica que permitiera delinear intervenciones y sugerir acciones clave para las empresas y el COHEP para apoyar la igualdad de género y el empleo de las mujeres con igualdad de oportunidades y explorar el papel de la promoción y la creación de redes.

2

CONTEXTO DE LAS MUJERES EN EL MERCADO LOCAL HONDUREÑO



En esta sección se introducen brevemente los datos más destacados de la participación de las mujeres en el mercado laboral hondureño, con el objetivo de contextualizar el punto de situación de género en las empresas y el trabajo.

Según la **Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPHM)** de junio de 2017, las mujeres representan el 52.3% de la población total (4,630,970 mujeres), de las cuales, el 56.0% se concentran en el área urbana y el 44.0% en el área rural. La población total de hombres es de 4,229,010 (47.7%), de los cuales el 52.5% se encuentran en la zona urbana y el 47.5% vive en la zona rural.

Las mujeres en promedio estudian 6.7 años, en el área urbana estudian 8.4, sobresaliendo el Distrito Central con nueve años de estudio promedio. En el área rural el promedio cae a 5.4, por lo que la brecha entre el área urbana y rural sigue siendo alta. Los años de estudio promedio de los hombres es de 6.4, en el área urbana es de 7.5 (casi un año menos que las mujeres) y 5.1 en la zona rural.

La población femenina en edad de trabajar está constituida por 3,666,904 mujeres, de las cuales 1,607,074 están económicamente activas. La Tasa de Participación femenina es de 43.8% y se observa que en el área urbana sube a 48.8%, mientras que en el área rural es de 37.1%. La población masculina en edad de trabajar está constituida por 3,269,481 hombres, de los cuales 2,486,400 están económicamente activos. La Tasa de Participación masculina es de 76%, en el área urbana es de 69% y en el área rural es de 83%.

El 36.6% de las mujeres se encuentran trabajando en el comercio, constituyendo una de las principales actividades en las que se ocupan. En menor escala, desarrollan actividades en la agroindustria casera y artesanal como las panaderías, pastelerías, tortillerías, elaboración de productos lácteos, artesanías, fabricación de alfombras, tejedoras, entre otras. El 19.8% trabaja en la industria, un 30.5% en actividades de servicio y un 10.0% en la agricultura. Estas ramas de actividad concentran más del 70% de las mujeres ocupadas del país. El 46.9% de los hombres se encuentran ocupados en el sector agropecuario, el 9.9% en la industria manufacturera, el 9.0% en la construcción, el 13.2% en el comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas.

El 46.0% de las mujeres en Honduras trabajan por cuenta propia, el 41.0% son asalariadas y el 13.0% como trabajadores familiares no remunerados. Y en el sector privado se concentra el 40.7% de las mujeres asalariadas, el 8.3% en el público y el 7.7% doméstico. El 39.5% de los hombres trabaja por cuenta propia, el 49.4% son asalariados y el 11.1 como trabajadores familiares no remunerados. El 45% de los hombres asalariados se concentra en el sector privado, el 3.7% en el sector público y menos del uno por ciento como trabajador doméstico.

Al analizar la composición de la población ocupada por sexo sobresale que del total de asalariados el 49.2% son hombres y el 42.2% son mujeres. El hombre se ocupa en mayor proporción en el sector privado, mientras que las mujeres se emplean en el sector informal. En relación a esto último, el 36% de los negocios en las Empresas MIPYME es dirigido por

mujeres y el género femenino supera en todos los departamentos al masculino en relación al número de negocios emprendidos.

En relación a la situación en el mercado laboral se observa que no solamente la tasa de participación de las mujeres es considerablemente menor a la de los hombres, su tasa de desempleo duplica a la masculina. En efecto, en 2016 la tasa de desempleo femenina alcanzó a 10,7% frente a 5,1% para los hombres. La combinación de bajas tasas de participación laboral y alto desempleo está indicando fuertes limitaciones en las oportunidades laborales para las mujeres en Honduras.

Según datos de la OIT del 2013, el 75.5% de las mujeres se emplean en la economía informal, mientras que el 71.3% de los hombres trabajan en ese sector.

En relación a la participación de las mujeres en cargos de dirección de las empresas, la Encuesta de Empresas del Banco Mundial del 2018 muestra que de 332 empresas encuestadas, el 28% afirma tener representación femenina en cargos directivos de nivel superior. Al observar los datos por tipo de empresa en esa misma encuesta, tenemos que un 32.9% de las empresas cuentan con una mujer en cargos directivos de nivel superior, según el tamaño: pequeñas, medianas y grandes.

De acuerdo a datos de la OIT del 2016, un 41.1 % de mujeres participan del total de cargos directivos de nivel medio y superior en las empresas en Honduras. Para ese mismo año, del total de empresas del país, el 21.2% de las mujeres son empleadoras y del total de emprendedores individuales, el 50.5% son mujeres.

3

DATOS SOBRE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES



Antes de presentar los resultados de la encuesta, se expone brevemente en esta sección el perfil de las empresas hondureñas, con el objetivo que el lector pueda contrastar y ver cuán similar es el perfil de las empresas que participaron en la encuesta con respecto al universo de empresas en el país.

CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS EN HONDURAS

Analizando los datos estadísticos existentes en el Directorio de Empresas del INE 2016, la gran mayoría de las empresas existentes en el país son las Empresas MIPYME, que representan el 86% del total de empresas existentes en el país y las grandes empresas solo representan el 14% del total, como se muestra en el siguiente recuadro:



Según los datos obtenidos de las estadísticas del Directorio de Empresas del INE el 70,54% de las Empresas tienen su actividad en el Comercio al por mayor y al por menor, Hoteles y Restaurantes. Las propiamente del sector Comercio, ascienden al 57,67% y las de Hostelería y Restaurantes, representan el 12,87%. El segundo sector en importancia es el Manufacturero, pero a una gran distancia, ya que las empresas de este sector suponen el 7,09% del total de empresas.

CUADRO 1. CANTIDAD DE EMPRESAS EXISTENTES EN EL PAÍS POR DEPARTAMENTO

DEPARTAMENTO	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA	GRANDES EMPRESAS	TOTAL
Atlántida	130	9,897	125	10,152
Colón	1,118	3,590	0	4,708
Comayagua	3,275	7,544	18	10,837
Copán	2,832	5,195	8	8,035
Cortés	2,433	37,771	1,275	41,479
Choluteca	1,368	8,477	30	9,875
El Paraíso	1,902	3,889	28	5,819
Francisco Morazán	1,154	25,043	509	26,706
Intibucá	303	1,664	2	1,969
La Paz	383	2,166	0	2,549
Lempira	128	1,614	1	1,743
Ocotepeque	737	2,088	1	2,826
Olancho	927	3,531	8	4,466
Santa Bárbara	678	5,639	8	6,325
Valle	872	2,275	0	3,147
Yoro	2,049	6,645	15	8,709
TOTAL	20,289	127,028	2,028	149,345

Analizando el tamaño de las empresas por cada uno de los grupos de actividad económica, y tomando en cuenta que lo que predomina son las MIPYMEs en los diferentes sectores. Las actividades con un mayor porcentaje de empresas MIPYMEs son: la Actividad Financiera, Inmobiliaria y Servicios, que el 77% de las empresas que lo componen son MIPYMEs; el Comercio, Hotelería y Restaurantes, con un 91% de MIPYMEs; la Construcción con un 89%, y por último la Industria Manufacturera con el 83% de sus empresas MIPYMEs.

Las actividades con mayor participación de Grandes Empresas son: La minería con el 84%; la agricultura, silvicultura, caza y pesca, con un 53% de grandes Empresas; la actividad de Suministros (agua, gas y electricidad) el 45% son grandes empresas. En el sector Transporte y Comunicaciones el 48%, son grandes empresas. Aunque en estos dos últimos grupos de actividades, la mayoría siguen siendo MIPYMEs.

La evolución del número de empresas en Honduras desde el año 2010 indica que las empresas que más han crecido en porcentaje han sido las del sector Agricultura, Silvicultura, Pesca y Caza con un 18,47%, y dentro de estas las que más han crecido en porcentaje han sido las dedicadas a la Piscicultura con un 40,5%. También han crecido en porcentaje de empresas las del sector de Explotación de Minas y Canteras con un 12,64% y las de Electricidad, Gas y Agua, con un 11,95. Es significado el crecimiento obtenido en el periodo por las empresas dedicadas a la construcción, con un 6,69%.

En cifras absolutas, el sector donde más se han creado empresas es en el Comercio y Hostelería, con 3.509 nuevas empresas entre los años 2010 y 2015. Otro sector con un buen número de nuevas empresas es el Manufacturero, con 596 empresas. Les sigue el sector Financiero y Servicios en general con 408 nuevas empresas en el mismo periodo considerado. Como

veremos más adelante, el crecimiento de estos sectores ha contribuido a mejorar la tasa de participación laboral femenina, así como el salario percibido por las mujeres.

A partir de las estimaciones y proyecciones elaboradas por la OIT, los empleados por Cuenta Propia con relación al total de trabajadores en Honduras representaban el 37,3% en el año 2016, prácticamente este porcentaje se ha mantenido con ligeras variaciones desde el año 2011.

EMPRESAS PARTICIPANTES EN LA ENCUESTA

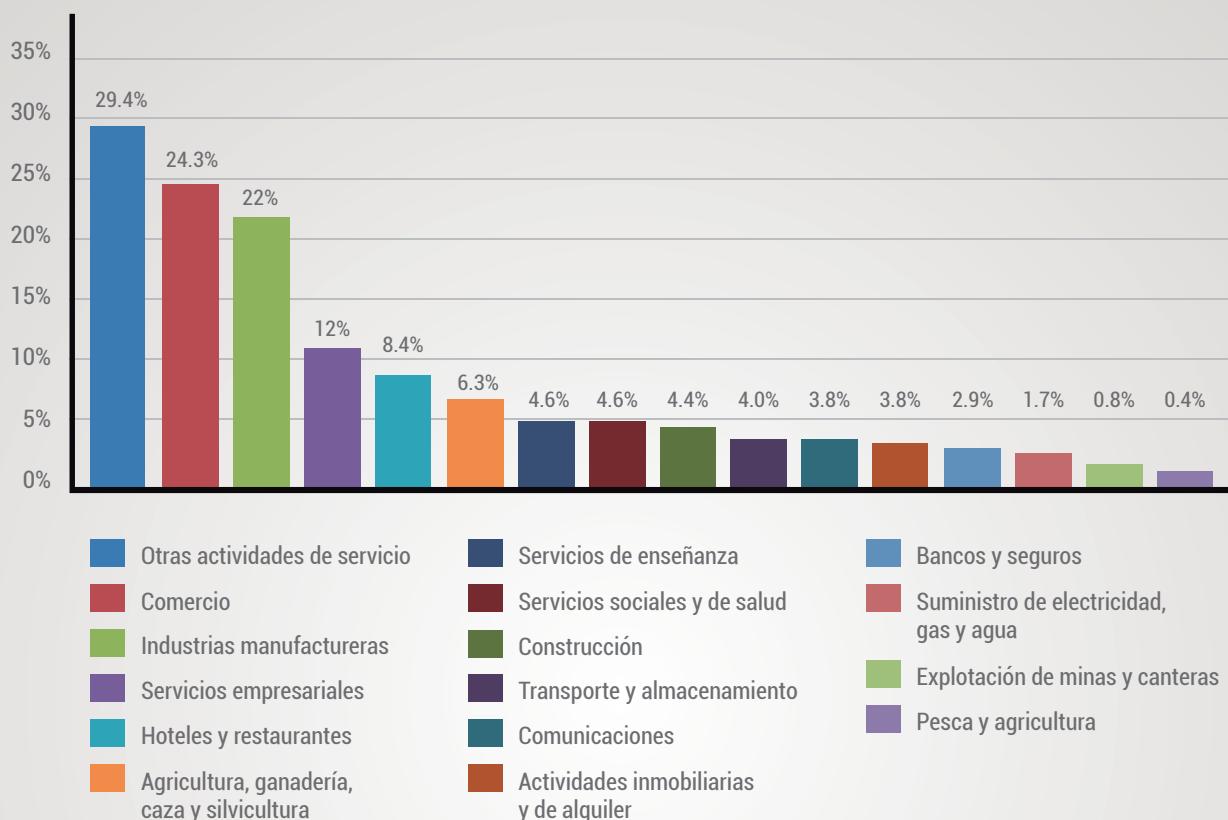
Para realizar la encuesta se contactaron unas 3 mil empresas y se recibieron respuestas de 575 empresas hondureñas (19% de tasa de respuesta) de diversos departamentos del país, principalmente de Francisco

Morazán, Cortés, Choluteca, Atlántida y Comayagua, dato similar al presentado en el cuadro 1: estos departamentos concentran buena parte de las empresas del país.

Se sabe que una de cada cinco empresas hondureñas del sector formal, se dedican a más de una actividad. Independientemente de este hecho, las empresas encuestadas provienen en su mayoría de los sectores mencionados en la sección anterior, como se muestra en el siguiente gráfico, que muestra la distribución de las empresas participantes en la encuesta, según el sector de actividad económica:

GRÁFICO 1

EMPRESAS PARTICIPANTES POR ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL



Del gráfico anterior se desprende que la mayoría de las empresas participantes en la encuesta provienen de los sectores que más han crecido en los últimos años (véase la sección anterior):

- 29% de actividades de servicios
- 24% de comercio
- 22% de las industrias manufactureras
- 11% de servicios empresariales
- 8% de hoteles y restaurantes
- 6% de agricultura, ganadería, caza y silvicultura

EMPRESAS PARTICIPANTES SEGÚN ÁMBITO DE ACCIÓN

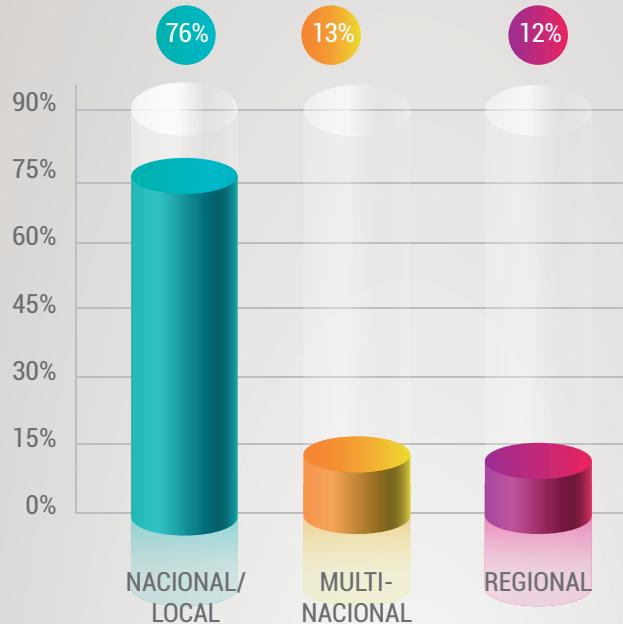
De las empresas participantes, un poco más de 75 por ciento de empresas son nacionales y entre 12 y 13 por ciento son empresas regionales y multinacionales respectivamente, como lo muestra el siguiente gráfico.

EMPRESAS PARTICIPANTES SEGÚN SU TAMAÑO

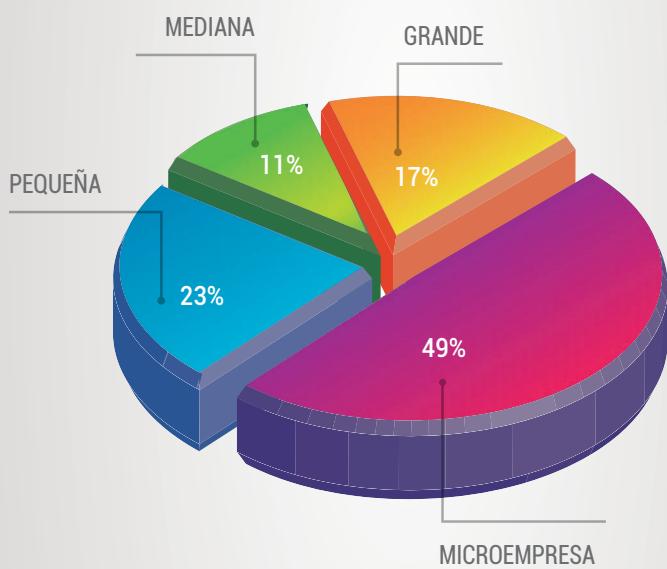
De las 575 empresas que participaron en la encuesta, 282 son microempresas; lo que equivale a un 49%, es decir, casi la mitad de las empresas encuestadas son microempresas. Un total de 132 empresas pequeñas (23%), 63 empresas medianas (11%) y 98 empresas grandes (17%) contestaron las preguntas de la encuesta, como lo muestra el siguiente gráfico.

Tomando en cuenta la caracterización de las empresas hondureñas de la sección anterior, vemos que el porcentaje de empresas participantes en la encuesta es bastante similar al porcentaje de empresas existentes en el país. En el caso de las empresas encuestadas 17% son empresas grandes y el resto, 83% son Empresas MIPYME; cifras similares al porcentaje de empresas existentes en el país: 14% empresas grandes y 86% Empresas MIPYME (véase el cuadro 1 en la sección anterior).

**GRÁFICO 2
TIPO DE EMPRESA POR ÁMBITO DE ACCIÓN**



**GRÁFICO 3
TAMAÑO DE LA EMPRESA SEGÚN CANTIDAD DE EMPLEADOS**



4

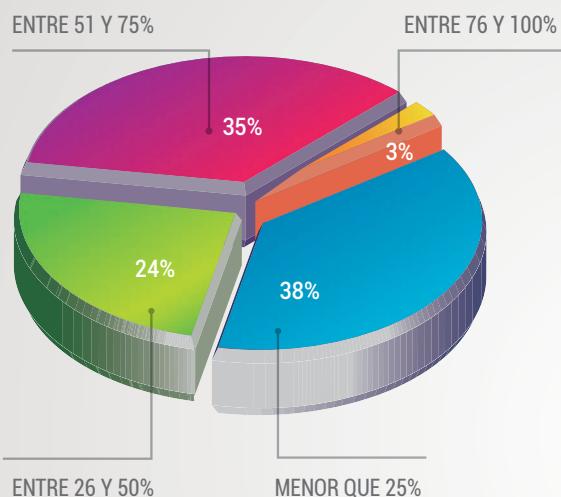
PARTICIPACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES EN LAS EMPRESAS

PARTICIPACIÓN DE MUJERES EN LA PLANTILLA

En el 38% de las **empresas grandes**, las mujeres representan menos del 25% de la contratación mientras que el 24% de las empresas de este tamaño contrata entre un 26 a 50% de mujeres. Esto significa que en apenas un 38% de las empresas grandes encuestadas, la fuerza laboral femenina contratada está por encima del 50 por ciento de la plantilla laboral.

GRÁFICO 4

PORCENTAJE DE MUJERES EMPLEADAS EN LA GRAN EMPRESA



PORCENTAJE DE MUJERES EMPLEADAS EN LA MEDIANA EMPRESA

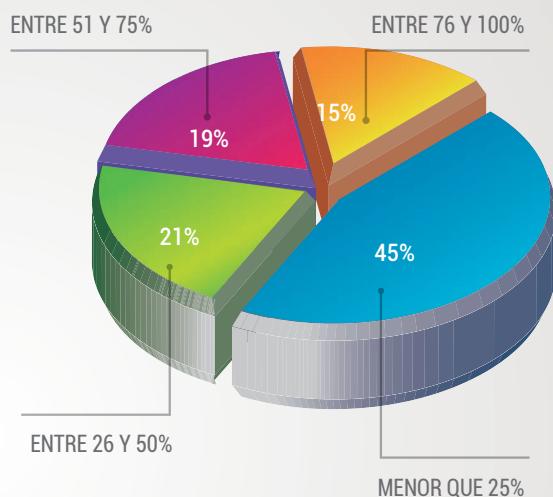
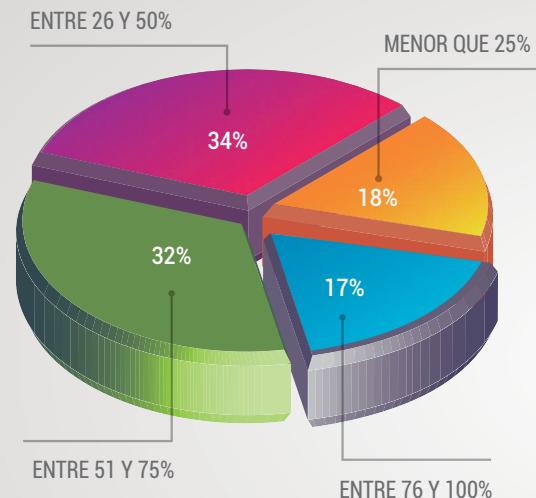
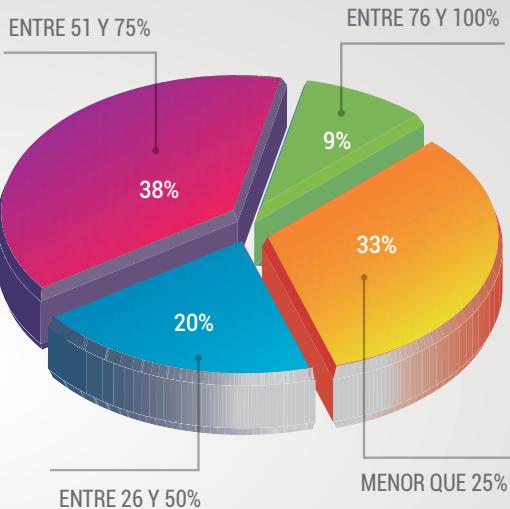


GRÁFICO 5**PORCENTAJE DE MUJERES
EMPLEADAS EN LA PEQUEÑA EMPRESA****GRÁFICO 6****PORCENTAJE DE MUJERES
EMPLEADAS EN LA MICROEMPRESA**

La situación laboral en la **mediana empresa** no es mejor, ya que un 45% de las empresas de este tamaño emplean menos del 25% de mujeres, como se muestra en el **gráfico 4**.

En la **pequeña empresa** se presenta la siguiente situación: el 18% de las pequeñas empresas tiene menos de un 25% de mujeres empleadas, mientras que en el 34% trabajan entre 26 y 50% de mujeres. Esto significa que en el 49% de las empresas de este tamaño, la proporción de mujeres contratadas está por encima del 50%, como se muestra en el **gráfico 5**.

En la **micro empresa**, el 18% de las empresas de este tipo presenta una composición de fuerza laboral femenina menor del 25%; mientras que el 34% de las empresas de este tamaño contrata entre 26 a 50% de mano de obra femenina. En el 49% de las microempresas la fuerza laboral femenina contratada está por encima del 50%, situación similar a la de la pequeña empresa. Esto significa que es en las micro y pequeñas empresas, donde las mujeres encuentran trabajo con mayor facilidad.

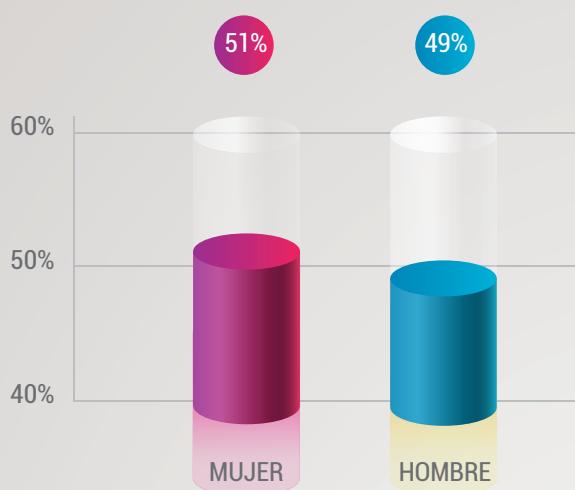
Tomando en cuenta los datos de los gráficos anteriores podemos concluir que la composición de la fuerza laboral en las empresas medianas y grandes es desbalanceada, desfavoreciendo el empleo de mano de obra femenina. Sin embargo, de los resultados obtenidos se desprende que las mujeres encuentran una mayor representación en las micro y pequeñas empresas.

PARTICIPACIÓN DE MUJERES EN PUESTOS DIRECTIVOS

En relación a la posición de gerente o director de empresa, se muestra que en Honduras poco a poco la situación se ha venido nivelando y existe una situación bastante equilibrada. El 51% de las empresas entrevistadas reportan indicadores satisfactorios en relación a mujeres en cargo de Gerente General, Director Ejecutivo o Gerente de Planta, como se muestra en el **gráfico 7**.

GRÁFICO 7

PORCENTAJE DE MUJERES Y HOMBRES EN EL CARGO DE GÉNERO DEL DIRECTOR EJECUTIVO / GERENTE GENERAL / GERENTE DE PLANTA EN LAS EMPRESAS ENCUESTADAS

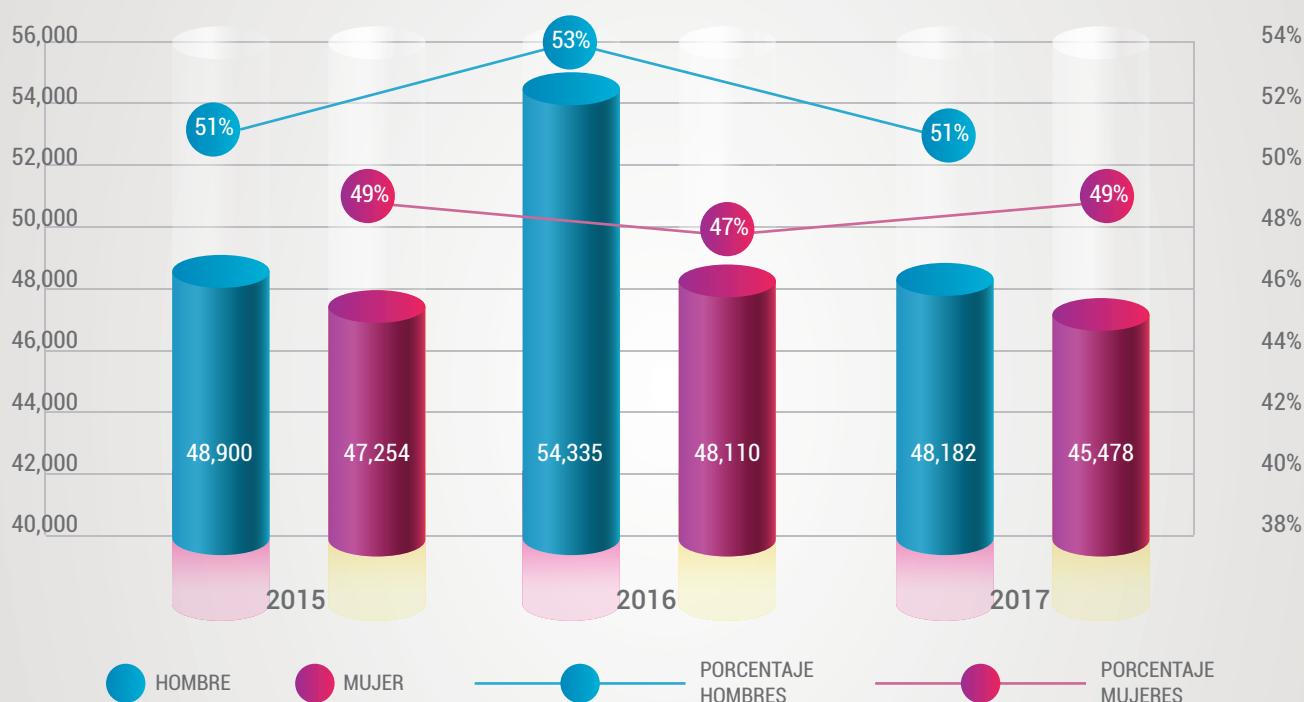


De las empresas que se muestran en este gráfico y que reportan a una mujer en el cargo de gerencia o director ejecutivo, 54% son micro empresas y 28% son pequeñas empresas; por lo que se puede concluir que es en este tipo de empresas en donde la mujer encuentra mayores espacios de liderazgo en Honduras. En secciones anteriores mencionamos que la mujer le lleva ventaja al hombre en relación a la creación de empresas y nuevos emprendimientos; de ahí que también podemos concluir que también en empresas de este tamaño, la mujer hondureña participa en la gestión empresarial como empleadora.

Cabe mencionar que las cifras anteriores, coinciden bastante con los resultados de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) del Instituto Nacional de Estadísticas, en donde este dato no presenta muchas variaciones en los últimos tres años (2015 al 2017).

GRÁFICO 8.

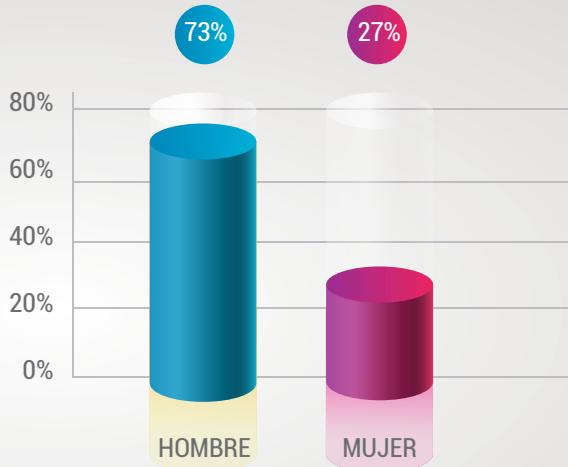
CANTIDAD Y PORCENTAJE DE HOMBRES Y MUJERES EN EL CARGO DE DIRECTOR Y GERENTE



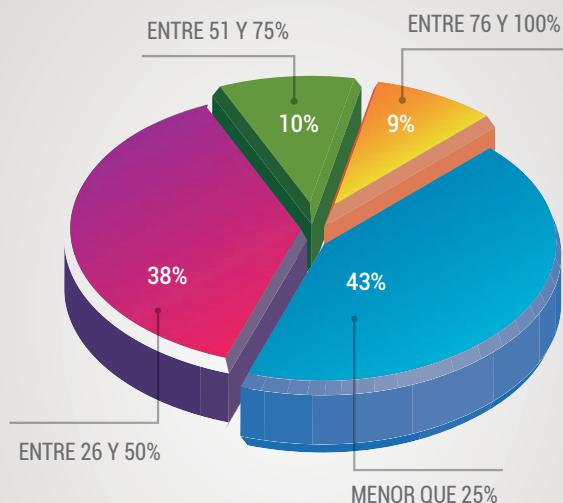
Fuente: construcción propia con base en la EPH del INE 2015 - 2017

GRÁFICO 9**GÉNERO DEL PRESIDENTE DE LA JUNTA DIRECTIVA****PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN LA JUNTA DIRECTIVA**

Sin embargo, a nivel de Junta Directiva de las empresas, es donde la situación aún permanece desigual como se muestra en el siguiente gráfico.



Situación similar se presenta en el porcentaje de mujeres miembros de la Junta Directiva; en donde en el 81% de las empresas encuestadas, el porcentaje de mujeres miembros de la Junta Directiva es menor al 50%, como se muestra en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 10**PORCENTAJE DE MUJERES MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA EN LAS EMPRESAS ENCUESTADAS**

Las tasas de participación de la mujer en el mercado laboral siguen siendo proporcionalmente superiores a sus porcentajes en los puestos de presidente o como miembros de las Juntas Directivas de las empresas, y en Honduras la disparidad sigue siendo notable. De las empresas encuestadas, solamente 4 empresas grandes y 3 empresas medianas reportan a una mujer como Presidente de la Junta Directiva.

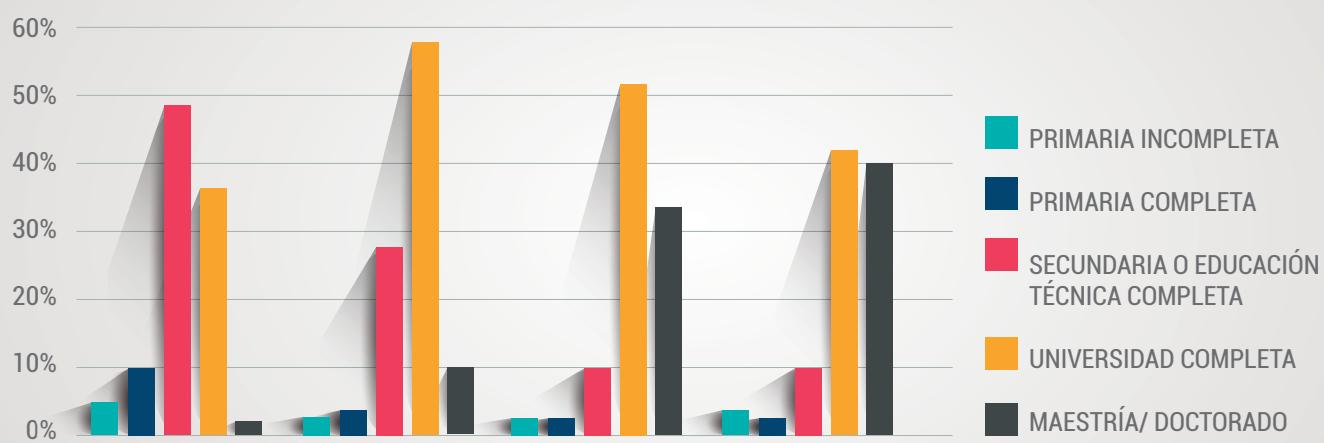
En conclusión, podemos afirmar que muchas de las juntas directivas de grandes y medianas empresas del país siguen estando formadas íntegramente por hombres. Esta situación también se refleja en la representación de las mujeres empresarias en las Juntas Directivas de los gremios empresariales, incluyendo al COHEP.

NIVEL EDUCATIVO DE LAS MUJERES EN LAS EMPRESAS

En relación al nivel educativo y académico en los cargos gerenciales, se puede observar que los altos cargos ejecutivos y de alta gerencia, la educación de las mujeres es universitaria y en buena parte, entre el 30 y el 40% de las mujeres cuentan con estudios de maestría.

GRÁFICO 11

NIVEL EDUCATIVO DE LAS MUJERES EN LAS EMPRESAS ENCUESTADAS POR CARGO EJECUTIVO



A nivel de fuerza laboral, la situación cambia y se observa que un 47% de las mujeres operarias tiene educación secundaria técnica completa, mientras que el 26% cuenta con un título de educación universitaria.

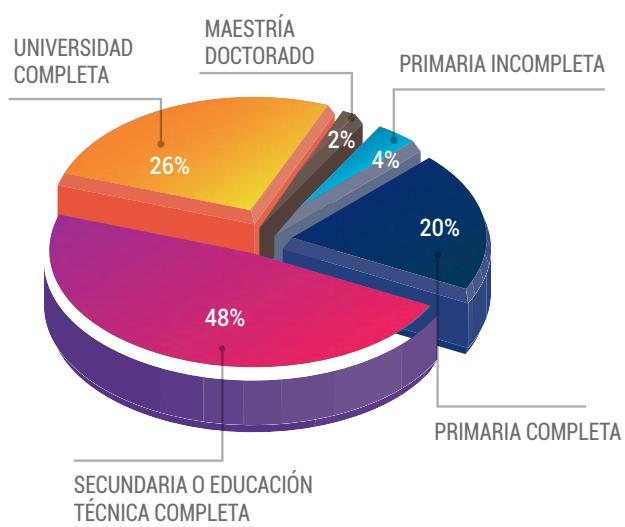
De acuerdo a datos de la UNESCO del 2015, del total de graduados de educación superior el 64.5% son mujeres.

De los gráficos anteriores y de los datos de la UNESCO podemos concluir dos cosas:

- (1) el talento humano femenino está siendo desaprovechado por las empresas hondureñas y
- (2) el aumento de emprendimientos femeninos se debe al mejor nivel educativo de las mujeres en comparación con los hombres y como respuesta de las mujeres a generarse su propio empleo en vista de las mayores dificultades que tienen las mujeres para participar en el mercado laboral.

GRÁFICO 12

PROMEDIO DE EDUCACIÓN PREDOMINANTE DE LAS MUJERES OPERARIAS O TRABAJADORAS EN LAS EMPRESAS ENCUESTADAS



5

POLÍTICAS, MEDIDAS Y SITUACIÓN DE LA EMPRESA CON LA RELACIÓN A LA DIVERSIDAD DE GÉNERO

El Comité de Género del COHEP ha venido trabajando en el desarrollo de acciones de sensibilización e información sobre las ventajas de la participación de la mujer en puestos de dirección y gestión en las empresas y organización empresarial con el fin de aportar conocimiento y buenas prácticas en materia de equidad de género en los procesos de la gestión de talento humano. Una de estas actividades fue la realización de una conferencia para dar a conocer la Guía de Gestión de Recursos Humanos con Enfoque de Género de la OIT y en la que participaron más de 100 profesionales de recursos humanos de las diferentes empresas afiliadas a la Asociación Hondureña de Maquiladores y de la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés. Estas acciones han empezado a sensibilizar sobre este tema en las empresas, por lo que los resultados que se muestran en el siguiente gráfico están relacionados con las acciones antes mencionadas.

Casi el 73% de las empresas participantes en la encuesta afirman tener una política de igualdad de oportunidades de empleo o una política de diversidad e inclusión.

El 50% de las empresas participantes implementan algunas iniciativas para contrarrestar las barreras y obstáculos que se interponen en el avance igualitario de las mujeres. Entre las principales medidas sobresalen las siguientes:

1. Implementación de estrategias de reclutamiento para atraer mujeres y medidas de promoción basadas en el mérito y de retención con base en incentivos y beneficios
2. Formación de competencias con igualdad de condiciones para mujeres y hombres
3. Formas flexibles de trabajo en tiempo y lugar
4. Política de salarios equitativos basada en el rendimiento y la calidad

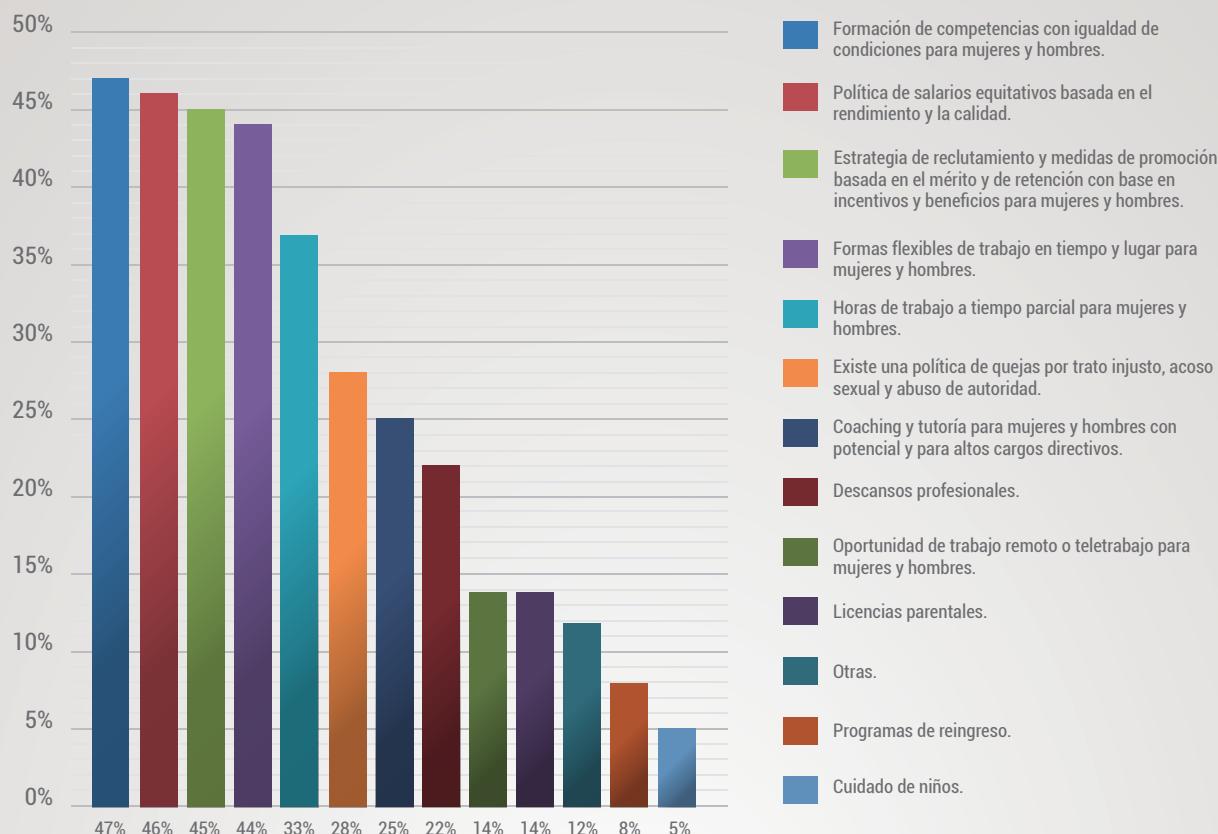


En contraste las medidas menos implementadas son:

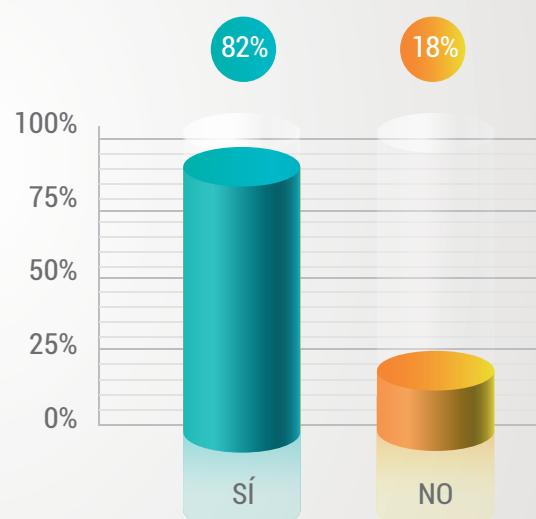
1. Oportunidad de trabajo remoto o teletrabajo
2. Licencias parentales
3. Programas de reingreso
4. Cuidado de niños

GRÁFICO 14**INICIATIVAS IMPLEMENTADAS POR RECURSOS HUMANOS PARA PROMOVER LA IGUALDAD DE GÉNERO EN LAS EMPRESAS ENCUESTADAS**

Iniciativas implementadas por Recursos Humanos para promover la igualdad de género



Un poco más del 82% de las empresas afirman que las iniciativas implementadas han ayudado a mejorar el marco general sobre diversidad e igualdad de género, como se muestra en el siguiente gráfico.

GRÁFICO 15
MEJORAS EN EL MARCO GENERAL SOBRE DIVERSIDAD E IGUALDAD DE GÉNERO


Un total de 250 empresas entrevistadas, de las cuales 170 son microempresas y 94 pequeñas empresas afirman realizar mejoras en el marco general sobre diversidad e igualdad de género, mientras que 95 empresas entre grandes y medianas son las que también realizan acciones para mejorar la igualdad de género en su empresa.

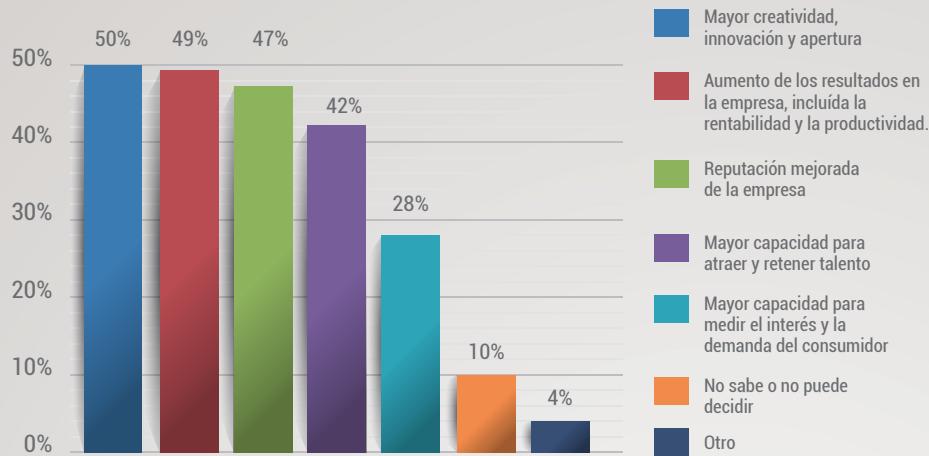
En relación a beneficios cualitativos como resultado de haber mejorado el marco general de igualdad de género, un poco menos del 50% de las empresas participantes en la

encuesta afirman que la implementación de iniciativas de mejora de la igualdad de oportunidades ha mejorado sus beneficios, principalmente en:

1. Aumento de los resultados en la empresa, incluida la rentabilidad y la productividad
2. Mayor capacidad para atraer y retener talento
3. Reputación mejorada de la empresa
4. Mayor creatividad, innovación y apertura

GRÁFICO 16

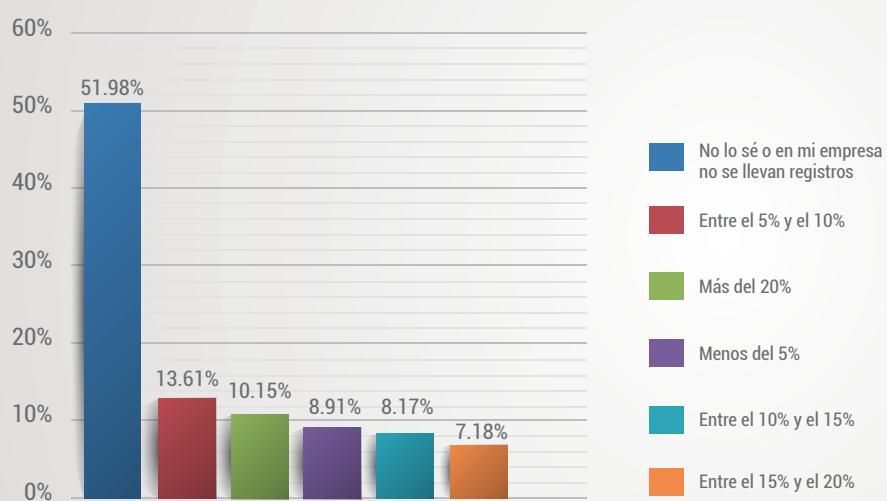
BENEFICIOS POR HABER MEJORADO EL MARCO GENERAL DE GÉNERO



En conclusión los resultados del **gráfico 16** están estrechamente ligados a que un poco más del 50% de las empresas encuestadas afirman que sus beneficios cuantitativos se han incrementado por la inclusión del enfoque de género en sus empresas. Igualmente, varios estudios importantes, realizado por diversas organizaciones de prestigio mundial han llegado a la conclusión de que la participación de la mujer en la adopción de decisiones tiene un efecto positivo en los resultados de las empresas.

GRÁFICO 17

PORCENTAJE DE EMPRESAS ENCUESTADAS QUE HAN EXPERIMENTADO MEJORES RESULTADOS COMERCIALES (BENEFICIOS), COMO RESULTADO DE IMPLEMENTAR POLÍTICAS AMIGABLES CON LA DIVERSIDAD DE GÉNERO



Un estudio del Banco Mundial refiere a que el aporte femenino también se ha venido reflejando en la economía en Centroamérica, ya que según la información recabada de este estudio, 40 centavos de cada dólar que ingresa a los hogares es de la mujer, siendo Honduras uno de los países que más refleja un movimiento al ascenso en las oportunidades laborales femeninas.

6

ESTRATEGIAS Y FORMAS DE PROMOVER A MÁS MUJERES A NIVELES SUPERIORES

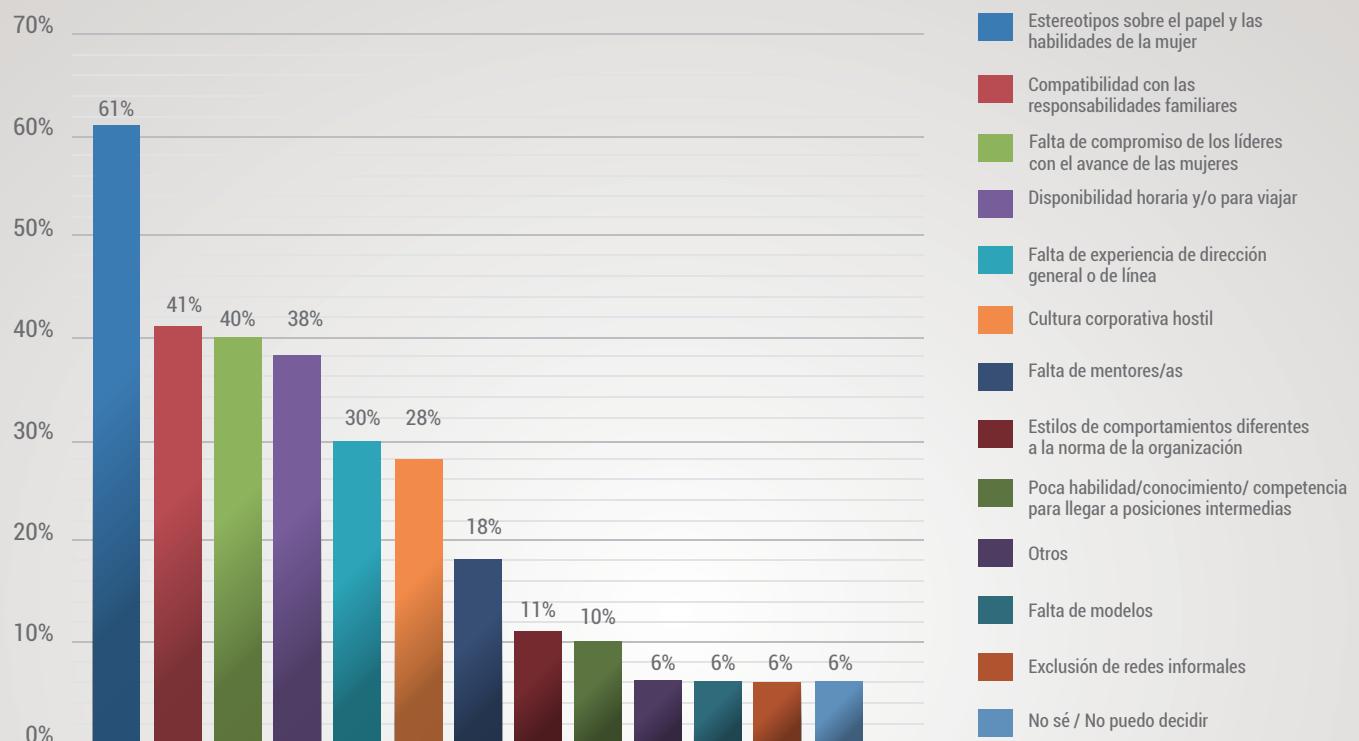
La mayoría de las empresas que respondieron a la encuesta indicaron que las principales barreras con las que se encuentran las mujeres para acceder a puestos gerenciales o directivos corresponden a las enumeradas en el gráfico 18.

El 61% de las empresas participantes considera que la principal barrera con las que se encuentran las mujeres para acceder a puestos gerenciales o directivos son los estereotipos sobre el papel y las habilidades de la mujer, un 41% opina que la compatibilidad con las responsabilidades familiares es un

obstáculo importante, un 40% refiere a la disponibilidad horaria y/o para viajar. Esto nos indica que aún prevalece un poco la visión de la sociedad hondureña con respecto al equilibrio entre trabajo y familia (la doble carga de cumplir con su empleo y con una labor doméstica no remunerada) como un obstáculo importante para el liderazgo femenino en las empresas. Otro obstáculo valorado por el 41% de las empresas entrevistadas es la falta de compromiso de los líderes con el avance de las mujeres, lo que alude a un problema cultural.

GRÁFICO 18

PRINCIPALES BARRERAS CON LAS QUE SE ENCUENTRAN LAS MUJERES PARA ACCEDER A PUESTOS GERENCIALES O DIRECTIVOS



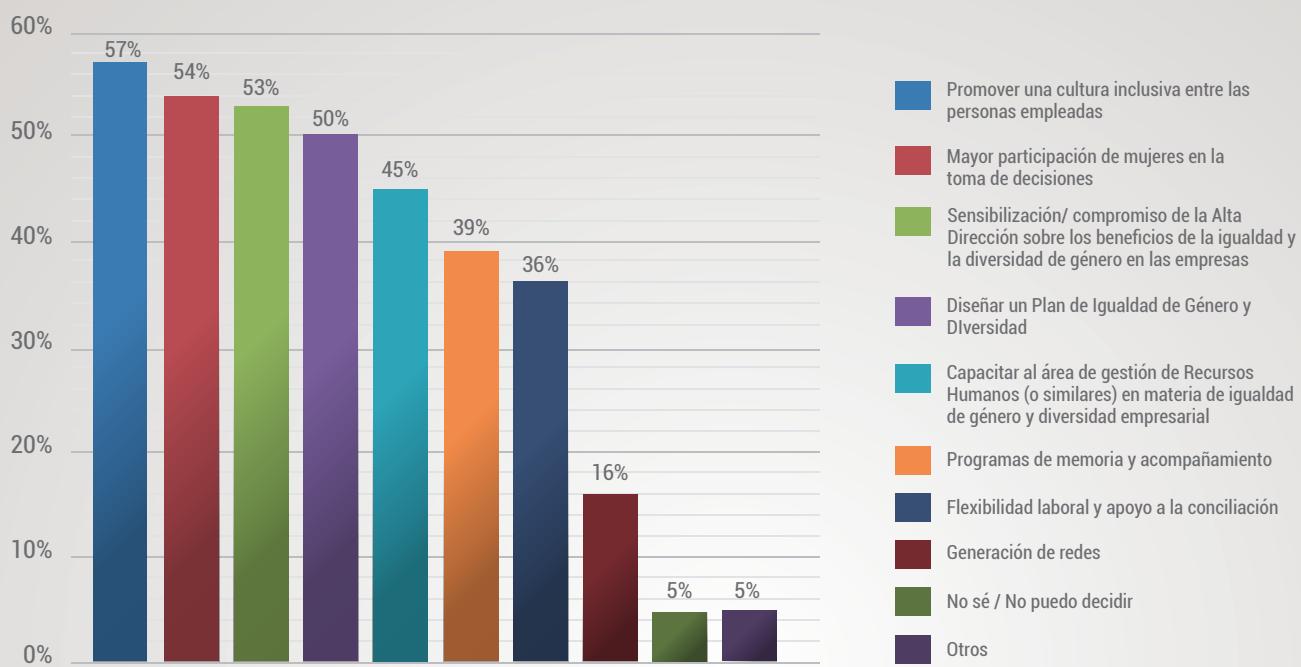
¿QUÉ MEDIDAS SE PODRÍAN APlicAR ENTONCES PARA PROMOVER A LA MUJER EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL?

La mayoría de las empresas que respondieron a la encuesta indicaron que las medidas que se podrían aplicar para superar los obstáculos para promover el liderazgo femenino en las empresas son las que se priorizaron a continuación. El gráfico más abajo presenta las medidas más valoradas en su orden de importancia:

1. Sensibilización/compromiso de la Alta Dirección sobre los beneficios de la igualdad y la diversidad de género en las empresas
2. Capacitar al área de gestión de Recursos Humanos (o similares) en materia de igualdad de género y diversidad empresarial
3. Diseñar un Plan de Igualdad de Género y Diversidad
4. Promover una cultura inclusiva entre las personas empleadas
5. Mayor participación de mujeres en la toma de decisiones

GRÁFICO 19

MEDIDAS QUE PODRÍAN IMPLANTARSE DENTRO DE LA EMPRESA PARA PROMOVER LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD DE GÉNERO



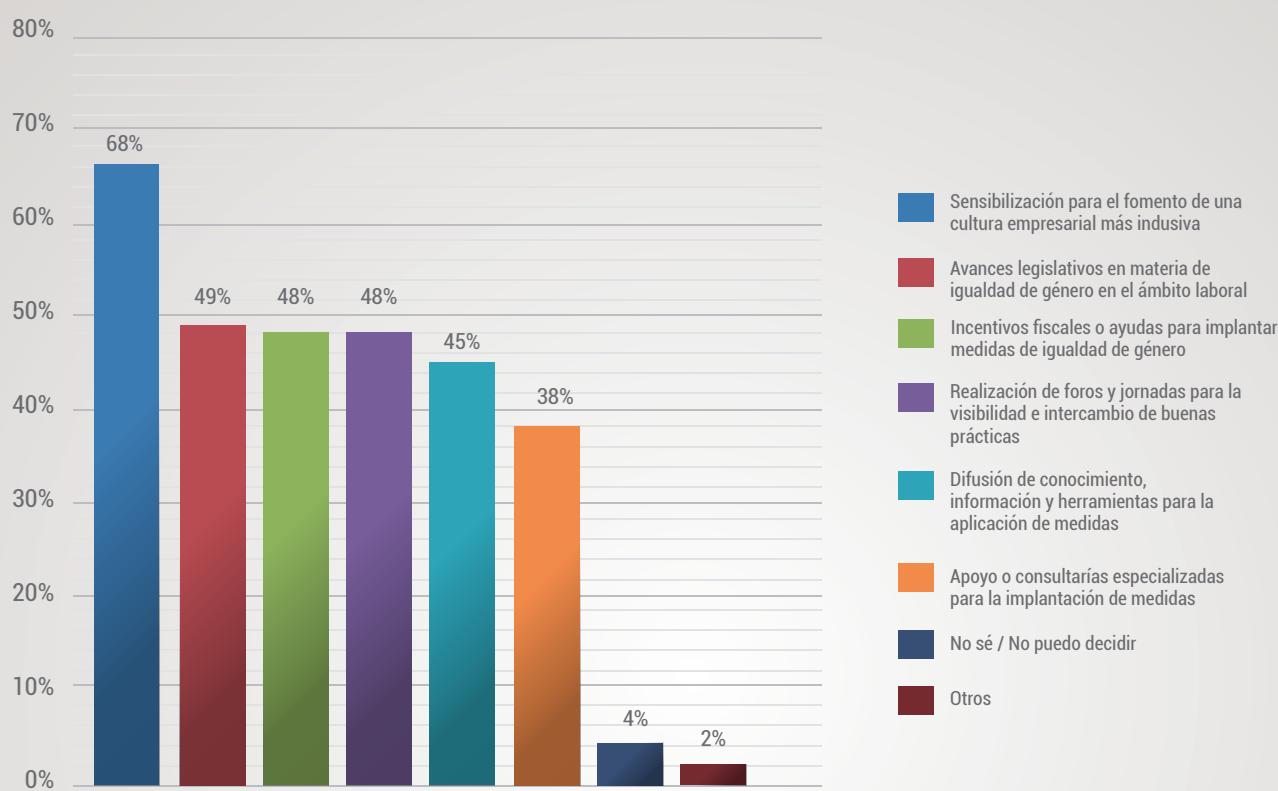
En relación a las políticas y/o prácticas institucionales que facilitarían la implantación de estrategia de igualdad de género en las empresas, las siguientes son las más valoradas por las empresas participantes:

1. Sensibilización para el fomento de una cultura empresarial más inclusiva
2. Avances legislativos en materia de igualdad de género en el ámbito laboral
3. Incentivos fiscales o ayudas para la implantación de medidas de igualdad de género en las empresas
4. Realización de foros y jornadas para la visibilidad e intercambio de buenas prácticas
5. Difusión de conocimiento, información y herramientas para la aplicación de medidas

Como se puede observar el siguiente gráfico, resume las políticas o prácticas institucionales en su orden de valoración.

GRÁFICO 20

POLÍTICAS Y/O PRÁCTICAS INSTITUCIONALES QUE FACILITARÍAN LA IMPLANTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE IGUALDAD DE GÉNERO EN LAS EMPRESAS



7

AGENDA ESTRATÉGICA: LA MUJER EN LOS NEGOCIOS, Y LA GESTIÓN EMPRESARIAL



Conforme a los resultados obtenidos en la encuesta se puede comprobar cómo, en el ámbito de los negocios, queda camino por recorrer para una gestión empresarial inclusiva y diversa desde el enfoque de género en nuestro país.

De acuerdo a estos resultados se comprueba, además, que dos son los ámbitos de la gestión empresarial en los que más debe incidirse, que del mismo modo coinciden con los ámbitos que han sobresalido en el informe global y para América Latina que preceden y contextualizan el presente informe nacional.

El primero de ellos alude a la **cultura corporativa**¹, que continúa mostrando un carácter marcadamente “masculino” y que se halla condicionada por estereotipos y sesgos de género que impiden el pleno aprovechamiento y reconocimiento del talento de las mujeres. El segundo hace alusión a los frenos que, para el desarrollo profesional femenino, implica la asunción mayoritaria de las responsabilidades familiares y domésticas², lo que limita su disponibilidad y dedicación en la esfera de los negocios pero, al mismo tiempo, evidencia la necesidad de promover una **organización laboral más compatible con las esferas del cuidado y la “vida”, tanto para hombres como para mujeres.**

Ello considerando, en todo caso, la **realidad empresarial hondureña**, en donde la prevalencia de la microempresa³, la baja cualificación en los niveles gerenciales⁴, la informalidad y la falta de seguridad a la hora de hacer negocios son sus atributos característicos, atributos que

¹ Según se ha visto las empresas encuestadas han señalado como barreras para acceder a puestos gerenciales y directivos los estereotipos sobre el papel de las mujeres (más del 60%), la falta de compromiso de los líderes empresariales (casi un 40%) y la cultura corporativa hostil (casi un 30%).

² Igualmente los resultados de la encuesta han arrojado que, para alrededor del 40% de las empresas la compatibilidad con las responsabilidades familiares y la disponibilidad horaria y/o para viajar son barreras que interfieren en el acceso de las mujeres a puestos directivos.

³ El 86% de las empresas son pymes y el 13% microempresas, según el Directorio de Establecimientos Comerciales de 2015.

⁴ Un 54% de las microempresas son dirigidas por personas con nivel de educación primaria.

trascienden objetivos focalizados exclusivamente en materia de igualdad de género pero que, al mismo tiempo, los condicionan a la hora de plantear estrategias.

En ese sentido, las estrategias encaminadas a potenciar la participación y presencia de las mujeres en la gestión empresarial necesariamente imponen una focalización inicial en empresas formales y con un tamaño relativamente grande, en la medida en que es en ellas donde existe mayor margen para la mejora, una vez los criterios básicos de competitividad se encuentran dados. Empresas formalizadas y de ciertas dimensiones que coinciden, en gran parte, con las empresas representadas en el COHEP y desde las cuales, igualmente, se puede operar como multiplicador de transformaciones en el resto del tejido productivo del país, incluyendo la promoción de encadenamientos entre micro y pequeñas empresas con grandes empresas.

Ahora bien, atendiendo por otro lado la amplia representatividad **de mujeres en el empleo por cuenta propia**⁶ que acoge el país y que, en esa medida, dirigen sus propias empresas -aunque bajo los atributos empresariales antes mencionados⁷ - una estrategia en la que quede incluida la intervención directa sobre este colectivo repercutirá, por consiguiente, en la mejora global de la situación de las mujeres en la gestión empresarial. Por tanto, junto a la cultura inclusiva y una organización laboral más "conciliadora", la mejora de las condiciones de las mujeres empresarias debería formar parte de la Agenda Estratégica.

Por último, una Agenda que persiga los objetivos estratégicos señalados necesita, inevitablemente, de actuaciones enfocadas a la buena gobernanza y fortalecimiento del Comité de Género del COHEP, para convertirse en un espacio cada vez más potente y efectivo de impulso del empoderamiento y la igualdad de género.

ESQUEMA DE INTERVENCIÓN PARA LA AGENDA ESTRATÉGICA DEL COHEP

ALCANZAR UNA MAYOR IGUALDAD DE GÉNERO EN LA GESTIÓN DE EMPRESAS HONDUREÑAS

Avanzar en la implementación de medidas de igualdad y diversidad de género en las empresas

Generar una **cultura más inclusiva** desde el enfoque de género y con pleno reconocimiento de las mujeres

Promovemos una **organización empresarial compatible** con la esfera familiar y del cuidado

Mejorar la **competitividad** de las empresas "femeninas"

Empresas formales y de cierto tamaño

Microempresas "femeninas"

Fortalecer las capacidades y recursos del **COHEP** en materia de igualdad de género

⁵ El 61% de las empresas hondureñas está en desacuerdo con que la policía brinda suficiente resguardo a las empresas para el desarrollo normal de su actividad, según la última Encuesta Empresarial del COHEP 2017.

⁶ El 42% de mujeres trabaja por cuenta propia, seis puntos por encima que los hombres (36%), según la EPHPM de 2016.

⁷ La situación laboral de más del 55% de las mujeres hondureñas es de debilidad o suma precariedad, como trabajadoras por cuenta propia que asumen todos los riesgos o trabajadoras sin remuneración (EPHPM, 2016).

Esta Agenda Estratégica, impulsada por el Comité de Género del COHEP, tendrá en cuenta el compromiso de la dirigencia empresarial, los gremios y las empresas, así como continuar obteniendo y recolectando datos e información sobre la situación y aplicando herramientas y recursos de apoyo para las organizaciones miembro del COHEP y las empresas. También será necesario realizar actividades de seguimiento y evaluación de los avances de la Agenda.

En este apartado se presenta una propuesta de Agenda Estratégica, elaborada con el Enfoque de Marco Lógico, y que el Comité de Género debe liderar y asumir para su puesta en marcha.

Para poner en marcha la Agenda se requieren dos cosas:

1. Asignación de responsabilidades: La implementación de la Agenda para el impulso de la participación de las mujeres en la gestión empresarial no es un asunto que compete únicamente

al Comité. Se deben identificar los gremios empresariales y el recurso humano que pueden apoyar en la puesta en marcha de los procesos y actividades definidos en la planificación operativa.

2. Seguimiento y evaluación: Para conocer cuál es el impacto de las medidas adoptadas, es imprescindible realizar el seguimiento y la evaluación de las acciones. Con la información obtenida mediante el seguimiento, se podrán realizar los ajustes necesarios para dirigir con más precisión las medidas. Por ello, es previsto en la Agenda realizar acciones de estudio e investigación para recopilar datos y generar la información necesaria para mantener el rumbo hacia la igualdad de género en el sector empresarial del país.

En las siguientes páginas se presenta la Agenda en el formato de marco lógico con sus respectivos objetivos, medidas, resultados e indicadores, así como el cronograma de ejecución.

AGENDA ESTRATÉGICA 2018-2019: MUJERES EN LOS NEGOCIOS Y LA GESTIÓN EMPRESARIAL

	MEDIDAS	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN
OBJETIVO GENERAL			
ALCANZAR UNA MAYOR IGUALDAD DE GÉNERO EN LA GESTIÓN DE LAS EMPRESAS HONDUREÑAS.			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS			
Avanzar en la implementación de medidas de igualdad y diversidad de género en las empresas	Demanda al Estado de incentivos a la implantación de medidas de igualdad de género en las empresas.	<ul style="list-style-type: none"> • A finales de 2018 un incentivo ha sido definido como prioritario. • A finales de 2019 un incentivo ha sido creado. 	Norma o programa vinculante en la materia. Informe de evaluación final de Ejecución de la Agenda
	Establecimiento de un distintivo COHEP a las empresas que destaque en la implementación de medidas de igualdad de género.	<ul style="list-style-type: none"> • A finales de 2018 un distintivo ha sido creado. • A finales de 2019 al menos 15 empresas reciben el distintivo. 	Bases para el otorgamiento de distintivo. Resoluciones en el otorgamiento del distintivo. Informe de evaluación final de Ejecución de la Agenda.
	Realización de foros y jornadas para el intercambio de experiencias entre empresas.	<ul style="list-style-type: none"> • A finales de 2019 dos foros han sido celebrados. • A finales de 2019 al menos 100 empresas han participado en los foros. 	Programa de foros celebrados. Listados de participación y asistencia de empresas. Informe de evaluación final de Ejecución de la Agenda.
	Creación de una Red de Empresas por la Igualdad de Género.	<ul style="list-style-type: none"> • A finales de 2018 una Red ha sido creada. 	Programa y actas de reuniones de la Red. Informe de evaluación final de Ejecución de la Agenda.
Generar una cultura más inclusiva desde el enfoque de género y con pleno reconocimiento de las mujeres	Firma de compromiso por parte de las empresas COHEP para el fomento de una cultura empresarial inclusiva.	<ul style="list-style-type: none"> • A finales de 2018 al menos 100 empresas han firmado el compromiso. 	Compromiso alcanzado y empresas firmantes. Informe de evaluación final de Ejecución de la Agenda.

MEDIDAS	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN
Fomento de la paridad en las organizaciones gremiales.	• A finales de 2019, al menos 10 organizaciones gremiales han realizado actuaciones para promover la paridad de género.	Composición directiva en los organigramas de las organizaciones gremiales. Informe de evaluación final de Ejecución de la Agenda.
Visibilización de mujeres destacadas en puestos de alta y media gerencia en medios de comunicación.	• A finales de 2019 se han realizado, al menos, 10 acciones comunicacionales. • A finales de 2019 al menos 20 gerentes o altas ejecutivas han sido visibilizadas.	Soportes comunicacionales utilizados. Informe de evaluación final de Ejecución de la Agenda.
Promover una organización empresarial compatible con la esfera familiar y del cuidado	Experimentación de formas flexibles de organización laboral para mujeres y hombres (flexibilidad horaria, teletrabajo,...) entre las empresas COHEP e intercambio de experiencias.	Actas de reuniones de intercambio. Informe de evaluación final de Ejecución de la Agenda.
Establecimiento de servicios conjuntos de apoyo a la plantilla para el cuidado de personas dependientes entre empresas COHEP o, en su caso, demanda al Estado de mayor cobertura de servicios.	• A finales de 2019 al menos 30 empresas se han aliado para ofrecer servicios de apoyo al cuidado de personas dependientes.	Regulaciones o carta de servicios de los recursos creados. Informe de evaluación final de Ejecución de la Agenda.
Mejorar la competitividad de las empresas femeninas	Fomento de la corresponsabilidad en las tareas familiares y del cuidado entre los trabajadores (hombres) de las empresas COHEP.	Informe de evaluación final de Ejecución de la Agenda.
Incremento de las habilidades gerenciales y competencias empresariales entre las mujeres empresarias, mediante el desarrollo de programas de capacitación.	• A finales de 2019 al menos 150 empresarias han participado en programas de capacitación en gestión empresarial.	Programa de capacitaciones. Listados de mujeres beneficiarias. Informe de evaluación final de Ejecución de la Agenda.
Vinculación y relaciones comerciales entre las Mipymes de mujeres y las medianas y grandes empresas de COHEP, especialmente dirigidas a hacerlas formar parte de la cadena de valor.	• A finales de 2019 al menos 50 empresarias forman parte de la cadena de valor de las grandes y medianas empresas de COHEP.	A finales de 2019 al menos 150 empresarias han realizado participado en programas de capacitación en gestión empresarial.
Establecimiento de una red o asociación de mujeres empresarias hondureñas que forma parte del COHEP	• A finales de 2018 una red o asociación de mujeres empresarias hondureñas ha sido creada.	Estatus de constitución de la red o asociación. Informe de evaluación final de Ejecución de la Agenda.
Visibilidad de la situación, realidades y aportes de las empresarias hondureñas al desarrollo económico y social de Honduras	• A finales de 2019 se han realizado, al menos, 10 acciones comunicacionales.	Soportes comunicacionales utilizados. Informe de evaluación final de Ejecución de la Agenda.

MEDIDAS	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN
Fortalecer las capacidades y recursos del COHEP en materia de igualdad de género	<p>Conocimiento Generación, o incidencia en la generación, de nuevos datos en torno a la realidad de las mujeres en la gestión empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • A finales de 2019 se cuenta con información actualizada y específica sobre la situación de las mujeres en la gestión empresarial. 	Informes de situación. Informe de evaluación final de Ejecución de la Agenda.
	<p>Capacidades Refuerzo de las capacidades en materia de igualdad de género de los y las miembros del Comité Técnico del COHEP, así como del órgano directivo de la institución.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A finales de 2019 se han realizado, al menos, cinco capacitaciones (presenciales y/o virtuales) al Comité Técnico y miembros del órgano directivo de COHEP en temas específicos sobre igualdad de género (a nivel estratégico, técnico y operativo) en la gestión empresarial.
	<p>Financiación Obtención de recursos para la puesta en marcha de acciones en materia de igualdad de género en la gestión empresarial y la proyección/sostenibilidad del Comité de Género de COHEP, mediante la presentación de proyectos a organismos internacionales u otros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A finales de 2018 se han presentado al menos dos proyectos a organismos internacionales. • A finales de 2019 se ha obtenido apoyo financiero para al menos uno de los proyectos presentados
	<p>Alianzas a) Nacionales Impulso de una alianza público-privada estable con las instituciones, organizaciones y empresas con incidencia en la promoción de la una participación más amplia, cualitativa y cualitativa, de las mujeres hondureñas en el mundo de los negocios.</p> <p>b) Internacionales Conocimiento e intercambio de experiencias y buenas prácticas, mediante la relación de COHEP con organizaciones y redes internacionales que fomenten la igualdad de género en la gestión empresarial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A finales de 2018 se ha definido una propuesta estratégica y operativa de alianza nacional y presentado a sus socios potenciales, así como a los organismos internacionales con actividad en el país que pudieran participar o prestar su apoyo. • A finales de 2019 se ha formalizado la alianza y se encuentra en funcionamiento, con una presencia relevante del COHEP. • A finales de 2019 se ha incluido alguna práctica internacional de interés en el catálogo de iniciativas promovidas por el COHEP. • A finales de 2019 se ha concretado algún acuerdo de colaboración con alguna institución de otro país. • A finales de 2019 el Comité de Género del COHEP es miembro o participante de alguna red internacional.
	<p>Comunicación Difusión permanente de los objetivos, acciones, resultados y productos de la agenda mediante la disposición de un sitio web específico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A finales de 2018 COHEP cuenta con un micrositio web específico y/o una red social.



CONSEJO HONDUREÑO DE LA EMPRESA PRIVADA DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS DE IGUALDAD Y EQUIDAD DE GÉNERO EN EL SECTOR EMPRESARIAL

CONSIDERANDO

Que en Honduras, para lograr un desarrollo económico sostenible es necesario empoderar a las mujeres para que participen activamente en las diferentes actividades económicas del país.

A nivel mundial se ha creado una nueva condición en donde la mujer ocupa espacios de trascendencia en las empresas y en la sociedad. La mujer de hoy es activa, participativa, independiente, con índices de escolaridad más altos y empoderadas económicamente dentro de la sociedad.

CONSIDERANDO

Que romper las barreras estructurales y culturales dentro de las organizaciones, que limitan el avance de las mujeres, requiere el firme compromiso de todos; que por esta razón el liderazgo femenino es una realidad que cada día toma más fuerza, ya que las características propias de la mujer han logrado que su liderazgo sea necesario tanto en la vida familiar como empresarial.

CONSIDERANDO

Que Honduras ratificó la Convención de las Naciones Unidas sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer, asimismo, estableció dos convenios fundamentales que son: Igualdad de remuneración y sobre la discriminación, empleo y ocupación; dichos instrumentos comprometen a las empresas que operan en el país a asegurar estas condiciones.

El COHEP como organización cúpula del sector empresarial, ha estado comprometido con la promoción de igualdad de condiciones laborales para mujeres y hombres. La visión sobre igualdad considera que se trata de un derecho fundamental, esencial para alcanzar el objetivo mundial de trabajo decente para todos.

POR TANTO: la Junta Directiva del COHEP, con base en sus principios doctrinarios enmarcados en una filosofía de desarrollo basada en la competencia, producción, productividad, eficiencia y calidad, en condiciones de igualdad de oportunidades y observando estrictos valores éticos y morales en todas sus actividades; y que promueve la igualdad de oportunidades para todos, dentro de la más amplia libertad y apoya el fortalecimiento del capital humano como base del desarrollo, reconociendo que el sistema de Libre Empresa ofrece la oportunidad para alcanzar los mejores niveles de prosperidad, resuelve:

1. Promover en las empresas y en las organizaciones empresariales, trato igualitario entre mujeres y hombres.
2. Impulsar iniciativas destinadas a garantizar la igualdad de género al más alto nivel dentro de las empresas y en las organizaciones empresariales.
3. Promover una cultura empresarial inclusiva, eliminando estereotipos.

4. Brindar igualdad de oportunidades en los procesos de reclutamiento y selección de personal.
5. Promover ambientes de trabajo libres de cualquier tipo de acoso, discriminación e intimidación.
6. Promover el crecimiento y desarrollo a través de programas de formación, capacitación, entrenamiento y orientación, con las mismas condiciones a mujeres y hombres.
7. Velar por ambientes de trabajo seguros, protegidos para mujeres y hombres, a través de la implementación de sistemas de gestión de la salud y seguridad en el trabajo.
8. Difundir buenas prácticas nacionales empresariales que promuevan igualdad y equidad de género.
9. Apoyar el desarrollo de capacidades empresariales sostenibles, económica y socialmente en condiciones igualitarias.
10. Articular esfuerzos para garantizar el acompañamiento a emprendimientos empresariales que garanticen el bienestar de las familias hondureñas.

Solicitamos al Gobierno de la República de Honduras, considerar el espíritu de esta Declaratoria, a efecto de incorporar en forma progresiva y gradual, la temática que como empresarios hemos resuelto, con la aspiración de buscar nuevos escenarios de oportunidades a la igualdad y equidad de género. Asimismo, retomar la iniciativa de la Norma de Equidad de Género en vigencia desde diciembre de 2013, en la que se incluye temas de capacitación, desarrollo profesional, igualdad de oportunidades y compensaciones, sensibilización y comunicación en temas de género, así como promover la política nacional de la mujer para el logro de un mayor empoderamiento.

Hacemos entrega de la presente DECLARACIÓN DE IGUALDAD Y EQUIDAD DE GÉNERO EN EL SECTOR EMPRESARIAL a las asociaciones gremiales empresariales, al Gobierno de la República, a la representación de las Naciones Unidas en Honduras y a la sociedad en general.

Tegucigalpa, M.D.C., 5 de noviembre de 2015



ALINE FLORES PAVÓN
PRESIDENTE



 cohep.com

 cohep-oficial

 cohep_it