

La puerta de la formalidad: una oportunidad para el emprendimiento femenino



Ingrid Chávez
Investigadora

Pablo Clark
Investigador

Fátima Masse
Directora de Sociedad Incluyente

Luis Mauricio Torres
Coordinador

Carlie McGrath
Practicante profesional

Contenido

Glosario	4
Resumen ejecutivo	5
1. La anatomía de las emprendedoras	7
1.1 La informalidad.....	7
1.2 Ingresos.....	11
1.3 Sectores económicos.....	12
1.4 Perfil sociodemográfico.....	13
2. Las emprendedoras mexicanas y el mundo	18
3. ¿Cuáles son las barreras que impiden a las mujeres emprender formalmente?	22
3.1 El costo (en tiempo y dinero) de la formalización	24
3.2 Falta de acceso a financiamiento para iniciar o hacer crecer sus negocios.....	28
3.3 Falta de profesionalización en el mercado	32
3.4 La brecha digital como barrera al crecimiento.....	34
3.5 Miedo al riesgo o al fracaso	36
4.IMCO Propone	38

Glosario¹

- **Emprendedor/a:** Aquella persona que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras. Para efectos de este análisis, se considera como emprendedoras a las mujeres que el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) clasifica como empleadoras y aquellas que trabajan por cuenta propia.
- **Empleador/a:** La o el trabajador independiente que emplea los servicios de uno o varios trabajadores a cambio de una remuneración económica monetaria o en especie. Para efectos de este análisis también se le denominará empresaria o empresario.
- **Sector formal:** Son todas aquellas actividades económicas que se desarrollan en empresas constituidas en sociedad, corporaciones, instituciones públicas o privadas, o negocios no constituidos en sociedad, pero que reportan ingresos ante la autoridad hacendaria, y en la agricultura y/o crianza de animales orientadas al mercado.
- **Sector informal:** Son todas aquellas actividades económicas de mercado que se desempeñan en una unidad económica no constituida en sociedad y que no lleva un registro contable de su actividad, independientemente de las condiciones de trabajo que se tengan.
- **Población subocupada:** Personas de 15 y más años que tienen la necesidad y disponibilidad de ofertar más horas de trabajo de lo que su ocupación actual les permite.
- **Trabajador/a por cuenta propia:** La o el trabajador que desarrolla actividades en su propio negocio, empresa, establecimiento o predio agrícola y que no contrató a trabajadores a cambio de un pago, aunque sí pudo recibir ayuda de parte de trabajadores sin pago, sean o no familiares. Para efectos de este análisis también se denominará como autoempleada o autoempleado.
- **Trabajador/a de tiempo completo:** La o el trabajador que tiene una jornada laboral tan extensa como lo establece la Ley Federal del Trabajo: ocho horas al día en jornada diurna, siete horas en la nocturna, y siete y media en la mixta.
- **Trabajador/a subordinado:** La persona que trabaja (con o sin pago) para una unidad económica en la que depende de un patrón o un representante de él o de un trabajador por cuenta propia.

¹ Realizado a partir de las definiciones señaladas en el Glosario del Inegi.

Resumen ejecutivo

Las mujeres mexicanas ejecutan la mayoría de las labores domésticas y de cuidado no remuneradas. Esto constituye una barrera para su inserción en el mercado laboral. **El emprendimiento surge entonces como una opción que les permite compaginar dichas tareas con la necesidad de generar un ingreso propio.** Esta vía cobró particular relevancia durante la pandemia, en la cual los sectores económicos más afectados han sido aquellos con mayor concentración de la fuerza laboral femenina.

La Real Academia Española define a una emprendedora como aquella persona que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras.² La definición es lo suficientemente amplia por lo que, en términos económicos, se considera a las mujeres que buscan generar su propio ingreso a pesar de no estar en un empleo subordinado.

En este estudio, el Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. (IMCO) busca caracterizar a las emprendedoras en cuya clasificación se incluye a empleadoras o trabajadoras por cuenta propia en micronegocios, pequeñas y medianas empresas- a partir de las estadísticas nacionales, la revisión de literatura, y entrevistas con expertos, a fin de identificar cuáles son las principales barreras que les impiden transitar a la formalidad y consolidar negocios más productivos.

A marzo de 2021, las emprendedoras representan 26% del total de mujeres ocupadas en el país. 82% de ellas opera en la informalidad, es decir, 4 millones 286 mil emprendedoras está ocupada en una unidad económica sin el reconocimiento de la ley. La informalidad tiende a estar relacionada con menores niveles de productividad, salarios más bajos³, y falta de acceso a herramientas que permitan a los negocios crecer o acceder a nuevos mercados.

Por el contrario, **el sector formal abriría la puerta a beneficios como financiamiento y capacitación** para consolidar sus emprendimientos y su autonomía económica, entre ellos la obtención de créditos para invertir en sus negocios, acceso a programas de gobierno para emprendedores como el Programa de Apoyo Financiero para Microempresas Familiares,⁴ así como el acceso a seguridad social para ellas y sus colaboradores, **lo cual podría derivar en mayores ingresos.**

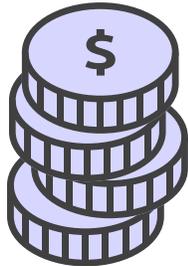
A marzo de 2021, de acuerdo con los datos del primer trimestre de 2021 reportados en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (Inegi), los ingresos promedio de **las emprendedoras formales son 2.5 veces más que aquellas en la informalidad.**

² Real Academia Española, "Diccionario de la lengua española", <https://dle.rae.es/emprendedor>

³ Santiago Levy, *Esfuerzos mal recompensados. La elusiva búsqueda de la prosperidad en México*, (BID: 2018), <http://dx.doi.org/10.18235/0001189>

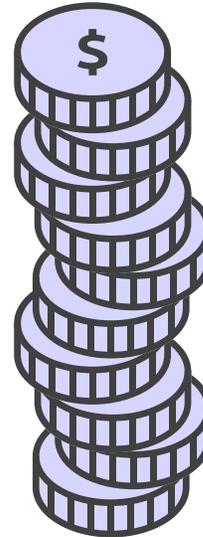
⁴ Secretaría de Economía, "La Secretaría de Economía anuncia un nuevo paquete de 60,000 apoyos a micronegocios en 2021", (2021), <https://bit.ly/2U3ACPD>

\$3 mil 707



Emprendedoras informales

\$9 mil 535



Emprendedoras formales

Una emprendedora mexicana promedio tiene entre 25 y 44 años, está casada, tiene uno o dos hijos, su nivel de escolaridad es de secundaria⁵, y opera en la informalidad debido a tres principales razones: el alto costo de trámites administrativos (en tiempo y dinero), la falta de acceso al financiamiento y la falta de capacitación sobre finanzas, contabilidad o desarrollo de negocios.

Para mejorar las condiciones económicas de las emprendedoras y fomentar su incorporación a la economía formal, el IMCO Propone transparentar y concentrar la información relacionada a los trámites y procesos a nivel local, así como generar una guía de apoyo a las emprendedoras que sirva como referente para formalizarse y aprovechar las capacitaciones y asesorías que brindan algunas dependencias y organizaciones.

⁵ Este análisis se obtiene de las frecuencias más altas de mujeres empleadoras y ocupadas por cuenta propia: 44% de las emprendedoras tiene entre 25 y 44 años; 42% son mujeres casadas; 41% tiene entre uno y dos hijos independientemente de su estado civil y 34% de ellas concluyeron hasta el nivel educativo de secundaria .

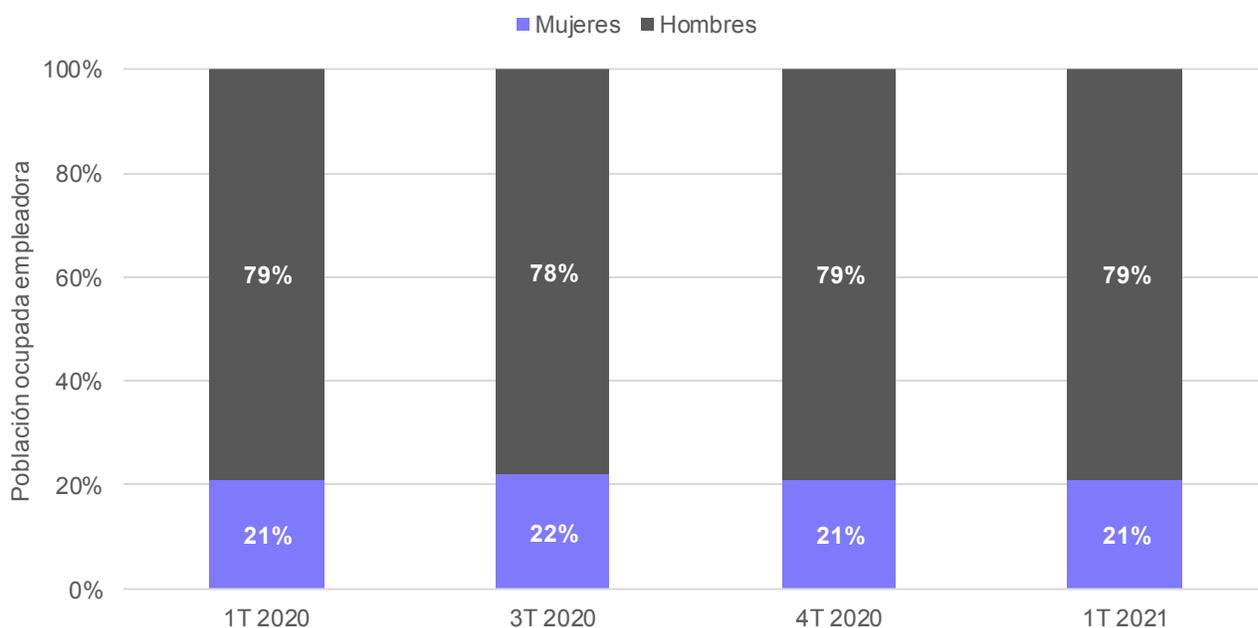
1. La anatomía de las emprendedoras

Para analizar la participación de las emprendedoras en la economía, se utilizaron datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) realizada por el Inegi, particularmente aquellos que conciernen a las **mujeres empleadoras y aquellas que trabajan por cuenta propia**. ¿Cuántas hay? ¿Cuáles son sus características económicas? ¿En qué sectores participan y cuál ha sido el efecto de la pandemia sobre sus actividades?

1.1 La informalidad

En primera instancia, se analizarán a las **mujeres empleadoras o empresarias**. A marzo de 2021 poco más de 544 mil mujeres se encontraron en esta posición, es decir, **representaron 21% del total de la población empleadora**. Durante 2020 e inicios de 2021, la proporción de mujeres y hombres empleadores tuvo poca variación a pesar del efecto de la pandemia.

Gráfica 1. Empresarias y empresarios antes y durante la pandemia



Nota: El periodo analizado no considera la información referente al segundo trimestre de 2020 dado el cambio de metodología con base en la ETOE del Inegi.

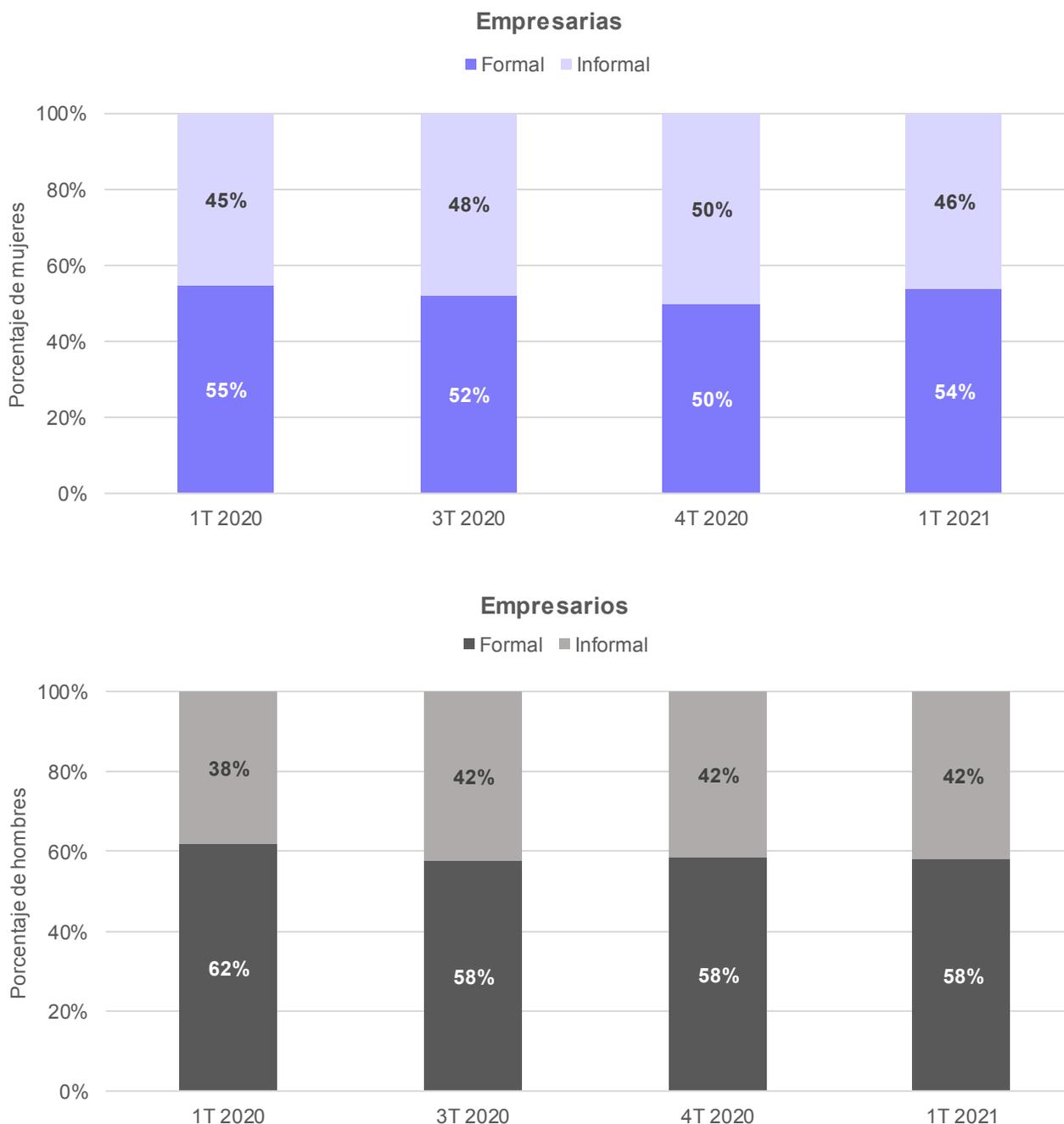
El análisis solo del primer trimestre de 2021 considera el nuevo factor de expansión elaborado con el Censo de Población y Vivienda 2020 del Inegi.

Fuente: Elaborado por el IMCO con información de la ENOE y ENOE-N trimestral del Inegi.

Como se muestra en la gráfica 1, **el número de hombres empleadores es casi tres veces mayor al de mujeres**, incluso durante los meses más críticos de la crisis sanitaria. Desde 2020 hay en promedio 500

mil mujeres empleadoras con una participación constante a través del tiempo. **La mayoría de ellas en el sector formal**, como lo muestra la gráfica 2.

Gráfica 2. Empresarias y empresarios por tipo de ocupación (formal e informal)



Nota: El periodo analizado no considera la información referente al segundo trimestre de 2020 dado el cambio de metodología con base en la ETOE del Inegi.

El análisis solo del primer trimestre de 2021 considera el nuevo factor de expansión elaborado con el Censo de Población y Vivienda 2020 del Inegi.

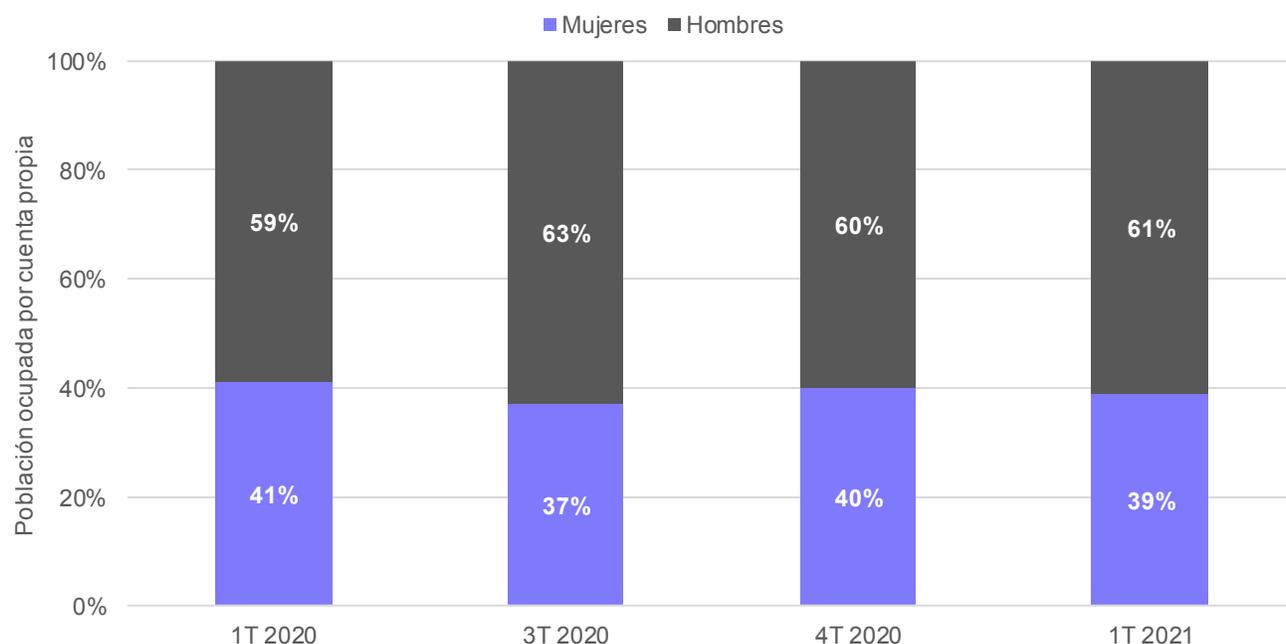
Fuente: Elaborado por el IMCO con información de la ENOE y ENOE-N trimestral del Inegi.

Como lo muestra la gráfica 2, en los primeros tres meses de 2020 la proporción de mujeres en el sector informal fue menor en comparación con aquellas en la formalidad. En periodos consecutivos **la informalidad aumentó**. Esto podría responder a la **eliminación de puestos de trabajo** o al **cierre definitivo de negocios**. A finales de 2020 los niveles de formalidad e informalidad fueron paritarios, y a inicios de 2021, la proporción de mujeres en la formalidad se recuperó.

Las trabajadoras que trabajan por cuenta propia, denominadas en algunos casos como autoempleadas, constituyen el segundo subconjunto de mujeres emprendedoras. En México el número de **mujeres ocupadas por cuenta propia** es, en promedio, **7.8 veces mayor en comparación con aquellas consideradas empresarias**.

El autoempleo suele ser el inicio de la apertura de un negocio. Sin embargo, cuando las mujeres autoempleadas buscan crecer sus negocios a través de la contratación de personal, tienen menor éxito que los hombres. Dicha situación se deriva, entre otros factores, de las barreras sistémicas en el desarrollo de habilidades para el manejo de negocios o la gestión de la carga de trabajo no remunerado, que disminuye el tiempo disponible de las mujeres para impulsar sus emprendimientos.

Gráfica 3. Autoempleadas y autoempleados antes y durante la pandemia



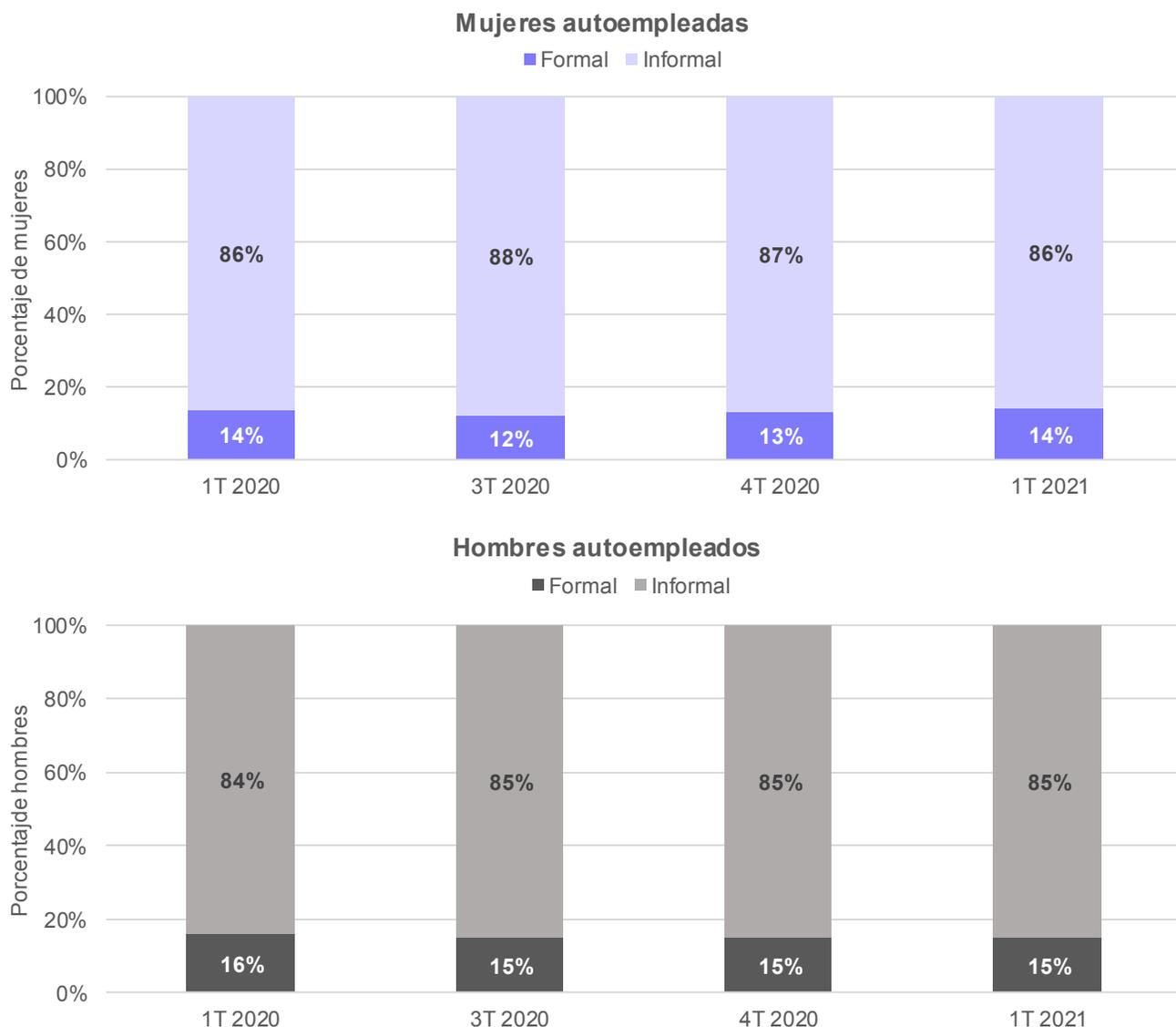
Nota: El periodo analizado no considera la información referente al segundo trimestre de 2020 dado el cambio de metodología con base en la ETOE del Inegi.

El análisis solo del primer trimestre de 2021 considera el nuevo factor de expansión elaborado con el Censo de Población y Vivienda 2020 del Inegi.

Fuente: Elaborado por el IMCO con información de la ENOE y ENOE-N trimestral del Inegi.

En promedio durante 2020, 13% de las mujeres ocupadas por cuenta propia se encontró en el sector formal, el equivalente a 625 mil trabajadoras, mientras que para los hombres la proporción fue de 15%, con un millón 100 mil trabajadores. En la contraparte están las **4 millones 286 mil mujeres que emprenden en la informalidad**, cuyo porcentaje asciende a 82% de empleadoras y trabajadoras por cuenta propia.

Gráfica 4. Autoempleadas y autoempleados por tipo de ocupación (formal e informal)



Nota: El periodo analizado no considera la información referente al segundo trimestre de 2020 dado el cambio de metodología con base en la ETOE del Inegi.

El análisis solo del primer trimestre de 2021 considera el nuevo factor de expansión elaborado con el Censo de Población y Vivienda 2020 del Inegi.

Fuente: Elaborado por el IMCO con información de la ENOE y ENOE-N trimestral del Inegi.

Durante la pandemia, se popularizó un término coloquial para denominar a las mujeres autoempleadas en la informalidad que compran y venden productos a través de las redes sociales: las “nenis”. Más allá de las connotaciones despectivas del apodo, las mujeres que se dedican a la venta por internet o por catálogo **generan cerca de 9.5 millones de pesos al día en ventas** de acuerdo con datos del Laboratorio de Análisis en Comercio, Economía y Negocios de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)⁶.

Además de generar un empleo propio e incrementar tanto su autonomía económica como la aportación a los ingresos del hogar, estas mujeres dedican a su negocio prácticamente las 24 horas del día, los siete días de la semana sobre todo porque la principal forma de ofrecer su mercancía es a través de plataformas digitales como los grupos de WhatsApp, Instagram y Facebook, dada la cantidad de gente que utiliza estas aplicaciones.

De acuerdo con información de la UNAM, cerca de 13 millones de hogares tienen un ingreso gracias a dicha actividad económica, con lo que han convertido al comercio digital en una alternativa frente al desempleo o la falta de ingresos, especialmente durante la pandemia. Aunque es categorizado como comercio informal, este se diferencia del ambulante, puesto que las ventas se realizan a través de un medio digital e incluso la mayoría de los pagos también son electrónicos.

El potencial que han dejado ver **las redes sociales como alternativa del autoempleo significa un primer paso al emprendimiento** utilizando recursos propios, sin necesidad de contar con un establecimiento u oficina para la apertura y crecimiento de los negocios. No obstante, como sucede en el sector informal en general, las mujeres que se dedican a estas actividades quedan expuestas a la falta de seguridad social o alguna otra protección que les permita enfrentar riesgos futuros.⁷

1.2 Ingresos

Respecto a sus ingresos, a marzo de 2021 las empleadoras ganaban en promedio 9 mil 972 pesos mensuales, apenas 3% menos en términos reales (270 pesos) de lo que ingresaban en marzo de 2020. Sin embargo, los meses más críticos de la pandemia afectaron sus ingresos, pues durante el tercer trimestre de 2020, ganaron 16% menos (mil 641 pesos) que durante el primer trimestre.⁸

Además, **los ingresos de una mujer autoempleada son considerablemente menores a los de una mujer empleadora**. Aún en los meses donde se registró un menor ingreso para las empleadoras, ganaban más del doble que las empleadas por cuenta propia.

En comparación con los hombres empleados por cuenta propia, las mujeres autoempleadas también tienen ingresos menores. **La brecha salarial entre hombres y mujeres que trabajan por cuenta propia**

⁶ Dirección General de Comunicación Social, “Economía neni’ dinamiza el comercio digital en México”, (2021), https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2021_228.html (Consultado el 24/06/2021).

⁷ Condusef, “Ya está aquí la economía Neni”, (2021), <https://revista.condusef.gob.mx/2021/05/ya-esta-aqui-la-economia-neni/> (Consultado el 24/06/2021).

⁸ Los ingresos promedio están ajustados por el efecto de la inflación tomando como base el primer trimestre de 2020.

es del 37%. Mientras que, al cierre de 2021, ellas ganaban en promedio 4 mil 8 pesos, ellos percibían 6 mil 338 pesos mensuales.

En general, las emprendedoras sufren los mismos efectos de la brecha salarial que la población de mujeres ocupadas. No obstante, la diferencia de ingresos promedio es considerable al comparar entre emprendedoras formales e informales. Como lo muestra la gráfica 5, **las emprendedoras en el sector formal ganan 2.5 veces más que las ocupadas de manera informal.**

Gráfica 5. Ingresos promedio de las emprendedoras formales e informales



Nota: Los ingresos promedio están ajustados por el efecto de la inflación tomando como base el primer trimestre de 2020. Además, están acotados a trabajadoras empleadoras y autoempleadas de tiempo completo.

El periodo analizado no considera la información referente al segundo trimestre de 2020 dado el cambio de metodología con base en la ETOE del Inegi.

Fuente: Elaborado por el IMCO con información de la ENOE y ENOE-N trimestral del Inegi.

1.3 Sectores económicos

A marzo de 2021, **los sectores económicos que concentran el mayor número de mujeres empleadoras son los restaurantes y alojamientos, y el comercio.** Estos agrupan 64% de las empresarias, con un total de 347 mil mujeres. Dicha proporción se ha mantenido a pesar de la pandemia, aun cuando el sector restaurantero vio una disminución en el número de empleadoras durante el tercer trimestre y el de comercio, durante el cuarto trimestre de 2020.

En contraste, los hombres empleadores se concentran en los sectores de la construcción, así como la agricultura y ganadería, los cuales hasta el primer trimestre de 2021 registraron al 43% de dicha

población, con 889 mil hombres. Los sectores donde participan menos son los servicios sociales⁹, así como transportes y telecomunicaciones, donde apenas el 5% de ellos emprendió.

Las mujeres ocupadas por cuenta propia están concentradas en los sectores donde la pandemia tuvo mayor impacto debido a la suspensión temporal y el cierre definitivo de negocios. En el primer trimestre de 2021, el mayor número de trabajadoras por cuenta propia se concentró en los sectores de comercio (47%) y restaurantes y alojamientos (17%). El sector de construcción es en el que menos autoempleadas participan.

Aun cuando hay una diferencia notable entre el número de personas empleadoras y ocupadas por cuenta propia, el efecto diferenciado por sexo en los sectores donde participan es similar, especialmente en el caso de las mujeres.

1.4 Perfil sociodemográfico

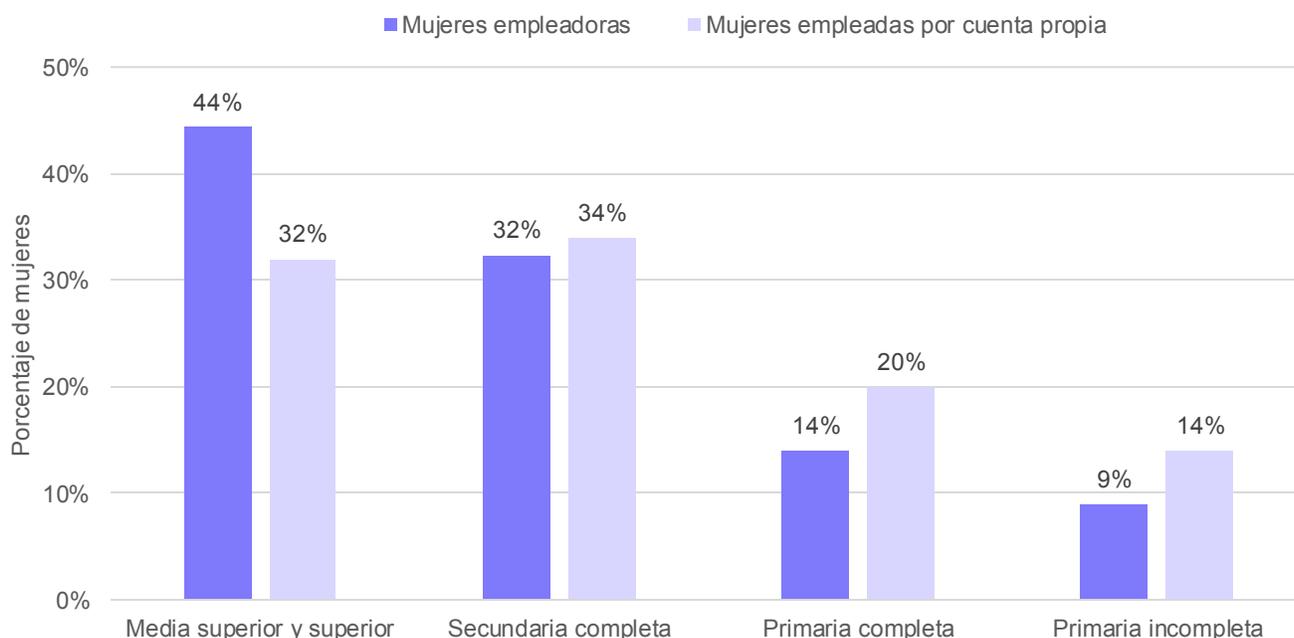
A marzo de 2021, 46% de las mujeres empleadoras en promedio tiene entre 45 y 64 años, la proporción más alta, seguida por las mujeres de 25 a 44 años (41%). 47% de ellas están casadas, mientras que 16% son solteras. Por otro lado, 43% de las mujeres con esta ocupación, independientemente de su estado civil, tiene de tres a cinco hijos.

La preparación académica también es un factor relevante para las emprendedoras. Las mujeres empleadoras tienen, en su mayoría, estudios de educación media superior o superior (44%), proporción que se ha mantenido constante desde antes de la pandemia. Las empleadoras con secundaria completa aumentaron en cuatro puntos porcentuales en comparación con enero de 2020 (28%).

Respecto a la preparación académica de las mujeres empleadas por cuenta propia, como muestra la gráfica 6, 34% de ellas concluyeron hasta nivel secundaria –la proporción más alta–, mientras que 32% tienen estudios de preparatoria o universidad.

⁹ Se refiere a actividades de asistencia o trabajo social.

Gráfica 6. Porcentaje de emprendedoras por nivel educativo, 2021



Fuente: Elaborado por el IMCO con información de la ENOE 1T 2021 del Inegi.

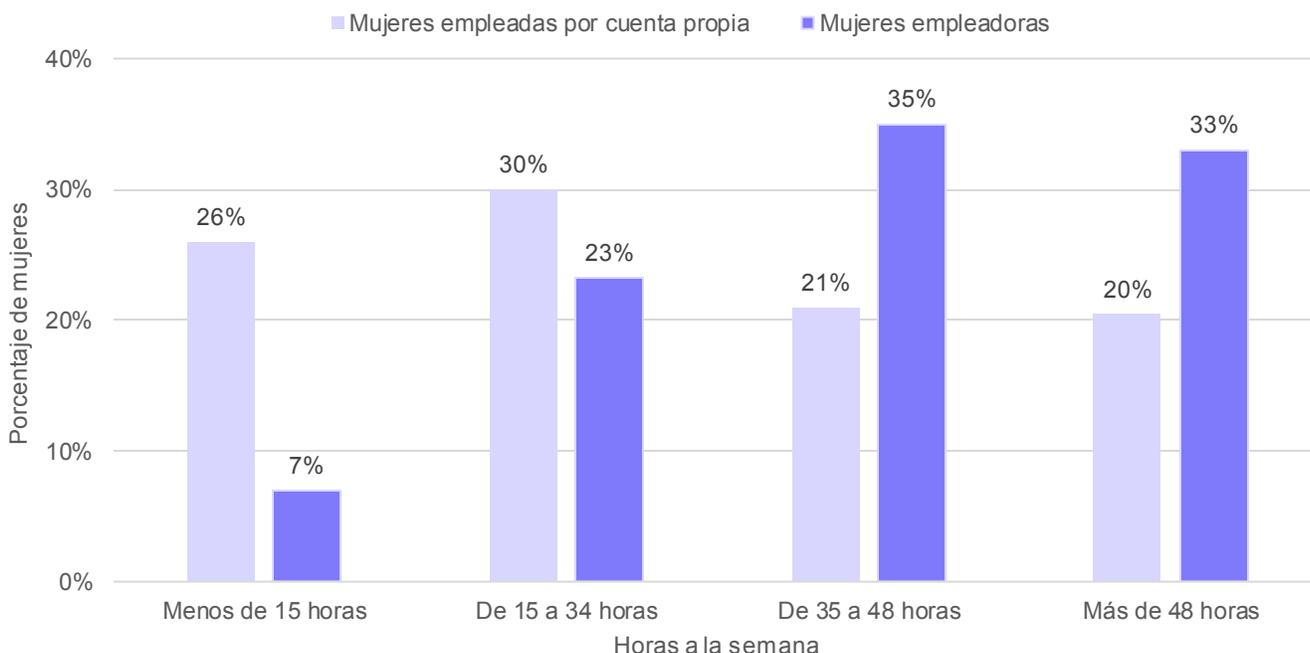
Las estadísticas del Inegi también muestran que las mujeres empleadoras dedican gran parte de su tiempo a los quehaceres domésticos. Al primer trimestre de 2021, 93% de ellas destinaba parte de su tiempo al cuidado del hogar, mientras que solo 1% de ellas estudiaba. Por su parte, 96% de las mujeres autoempleadas ocupa parte de su tiempo a quehaceres domésticos, mientras que solo 2% de ellas estudia.

La distribución del tiempo de las mujeres emprendedoras podría estar relacionado con su estado civil, así como con el número de hijos que tienen, pues se ha observado que el tiempo dedicado al trabajo no remunerado aumenta significativamente para las mujeres cuando se casan.¹⁰

Un dato estrechamente relacionado con el tiempo que dedican a otras tareas dentro del hogar o para uso personal o social es la duración de su jornada de trabajo. Como evidencia la gráfica 7, el porcentaje más alto de mujeres ocupadas por cuenta propia destina entre 15 y 34 horas a la semana a su actividad. La proporción se invierte en el rango de 35 o más horas a la semana, pues **las mujeres empleadoras trabajan jornadas más extensas en comparación con las autoempleadas.**

¹⁰ Ingrid Chávez y Sophie Herscovici, “Cómo impacta el matrimonio a la economía de las mujeres”, *La Silla Rota*, (2021), <https://lasillarota.com/lacaderadeeva/como-impacta-el-matrimonio-a-la-economia-de-las-mujeres/515192> (Consultado el 08/05/2021).

Gráfica 7. Duración de la jornada laboral de las emprendedoras, 2021



Nota: La suma total de los porcentajes por sexo no da como resultado 100%, ya que la gráfica no considera el tiempo no especificado, así como la población que tuvo ausencia temporal, pero que permanece con un vínculo laboral.

Fuente: Elaborado por el IMCO con información de la ENOE 1T 2021 del Inegi.

Estos últimos datos podrían reflejar que **el trabajo por cuenta propia es una opción flexible para quienes ejecutan una mayor cantidad de tareas no remuneradas**. No obstante, también podría ser efecto de subocupación. Del total de emprendedoras, 14% está subocupada y dedica a su trabajo un promedio semanal de 42.7 horas a sus labores en el sector formal y 29.5 horas en la informalidad. La jornada laboral podría estar relacionada con el tiempo que dedican a otras actividades como el trabajo no remunerado o la escuela.

Finalmente, la mayoría de las mujeres empleadas por cuenta propia (44%) tiene entre 25 y 44 años. En general, las mujeres autoempleadas son mujeres más jóvenes en comparación con los hombres, cuya edad más frecuente es de 45 a 64 años (44%). 42% está casada y 41% tiene entre uno y dos hijos. En contraste con las empleadoras, tanto la edad como el número de hijos es menor.

En resumen, **la anatomía de una mujer emprendedora** (considerando a las empleadoras y a las que trabajan por cuenta propia) **es la siguiente:**



- **Labora en el sector informal**
- **Su ingreso promedio es de 3 mil 707 pesos**
- **Tiene entre 25 y 44 años**
- **Es casada**
- **Tiene uno a dos hijos**
- **Su nivel de escolaridad es hasta secundaria**

Nota: Este análisis se obtiene de las frecuencias más altas de mujeres empleadoras y ocupadas por cuenta propia: 44% de las emprendedoras tiene entre 25 y 44 años; 42% es casada; 41% tiene entre uno y dos hijos independientemente de su estado civil y 34% de ellas concluyó hasta el nivel educativo de secundaria.

Frente a la actual crisis económica, la importancia de mantenerse en el mercado laboral se intensifica. Por eso **más mujeres han encontrado en el emprendimiento una oportunidad** en un contexto de recorte de los salarios, cierre de algunos negocios, así como el aumento en las tareas de cuidado y la falta de políticas de flexibilidad para combinar la vida personal y laboral.

El reto es lograr que más emprendedoras operen en la formalidad como una vía para consolidar su autonomía económica. Para lograrlo, es necesario facilitar el camino del emprendimiento para que más mujeres logren crear, fortalecer o hacer crecer negocios más productivos.

¿Qué pasó con las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) durante la pandemia?

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) representan uno de los pilares más importantes del crecimiento de un país, no solo por la creación de nuevos empleos, sino también porque impactan directamente en la producción. Tan solo en México se estima que las pequeñas y medianas empresas (pymes) aportan el 52% del PIB per cápita.¹¹

Aunque no existe información clara sobre los efectos de la pandemia en las mipymes dirigidas por mujeres, el análisis general de estos negocios da pistas sobre los desafíos que enfrentaron, las

¹¹ CitiBanamex, "La importancia del emprendimiento femenino en la sociedad", (2021), <https://bit.ly/3wCwPqt> (Consultado el 05/05/2021).

oportunidades que hallaron para sobrevivir, y cómo cambió el mercado respecto al inicio de la crisis sanitaria.

Los resultados del Estudio de la Demografía de los Negocios (EDN) 2020 del Inegi muestran que, de los 4.9 millones de micro, pequeñas y medianas empresas, 97% son micro negocios, mientras que el 3% son pequeñas y medianas.¹² Entre mayo de 2019 y septiembre de 2020, se estima que cerraron 1 de cada 5 negocios (la mayoría de estos solo de forma temporal), y 3.9 millones de ellos sobrevivieron tanto a la pandemia como al ciclo de vida natural de las pymes en México. La principal fuente de apoyo económico para hacer frente a la crisis fue, en el caso de las microempresas, los familiares o amigos (29%), y de las pymes, los bancos (33%).

De acuerdo a la Encuesta sobre el Impacto Económico Generado por COVID-19 en las Empresas (ECOVID-IE) 2020¹³, el 32% de las PyMES y el 57% de los micronegocios afirmó haber recibido transferencias de efectivo (no subsidiadas por el gobierno) para mantener sus negocios. El segundo apoyo más frecuente fue el de apoyos fiscales. Aun así, las empresas dicen enfrentar un estrés financiero como consecuencia de la pandemia, y expresan una necesidad cada vez más urgente de apoyos.

De los establecimientos que desaparecieron 12.8% se encontraba en el sector informal. Como han revelado análisis con base en datos del Inegi, la mayoría de los empleos perdidos durante la pandemia recayó en las mujeres de dicho sector, por lo que generar estrategias para hacer crecer sus negocios o ayudarlas a iniciar uno propio, cobra urgencia y relevancia en este contexto.

El reto no es menor, pero apostar por el desarrollo de las mipymes podría impulsar el crecimiento del país por dos razones: la primera, porque es posible integrar prácticas y tecnologías probadas con mayor rapidez y seguridad en comparación con empresas más grandes cuyos procesos de adopción podrían tomar más tiempo y recursos.

La segunda es que las micro, pequeñas y medianas empresas son un campo de cultivo para la innovación y el desarrollo de nuevas ideas. Dado que no se ven obstaculizadas por sistemas heredados y estrategias obsoletas, las y los emprendedores a menudo pueden repensar las prácticas establecidas y traspasar los límites tradicionales de la industria.¹⁴

¹² De acuerdo con el Inegi, se consideran microempresas aquellas que tienen de 0 a 10 personas ocupadas. Las pequeñas empresas son las que tienen de 11 a 50 personas y las medianas de 51 a 250 personas.

¹³ El levantamiento de información por el Inegi se realizó de mayo 2019 a septiembre 2020.

¹⁴ Abdulaziz Albaz, Marco Dondi, Tarek Rida y Jörg Schubert, "Unlocking growth in small and medium-size enterprises", *McKinsey & Company*, (2020) <https://www.mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/unlocking-growth-in-small-and-medium-size-enterprises> (Consultado el 02/05/2021).

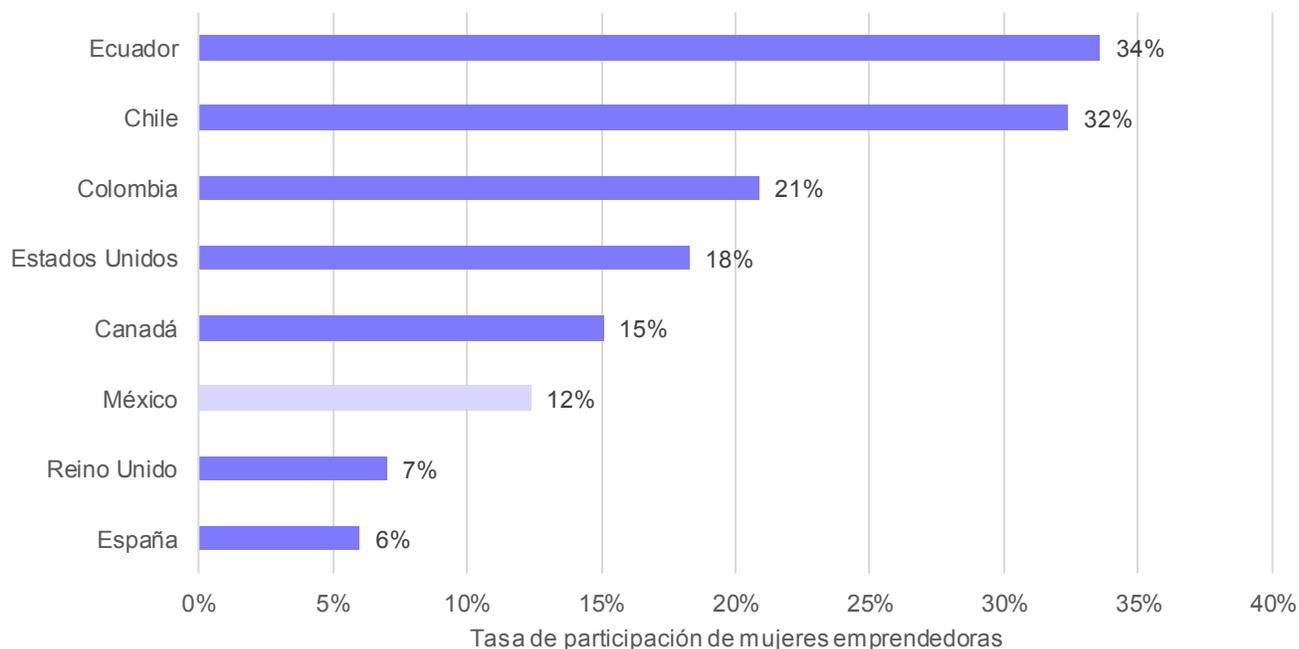
2. Las emprendedoras mexicanas y el mundo

Emprender sigue siendo difícil para las mujeres en México y en América Latina por diversas barreras socioeconómicas. Aunque su representatividad en el sistema continúa creciendo, se enfrenta a la falta de condiciones equitativas en el mercado laboral y la brecha salarial que persiste en prácticamente todas sus economías.

En 2018, del total de los establecimientos en México, 45% de las microempresas eran dirigidas por una mujer (un millón 811 mil 570 negocios), mientras que 16% de las pequeñas y medianas empresas (17 mil 622 negocios) estaban a cargo de una emprendedora.

Un año después, de acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), la tasa de mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe (ALC) fue del 17.3% (en comparación con territorios como África Subsahariana cuya proporción era del 21.8%). Resulta interesante analizar el porcentaje de mujeres que participan en este sector ya que, aunque las regiones de Europa y Asia Central o América del Norte reportan cifras menores de mujeres emprendedoras (6% y 15%, respectivamente), la mayoría de ellas lo hace como un negocio de oportunidad y no de necesidad, como en el caso de América Latina.¹⁵

Gráfica 8. Tasa de participación de mujeres emprendedoras en el mundo, 2019



Fuente: Elaborado por el IMCO con información del GEM 2019-2020.

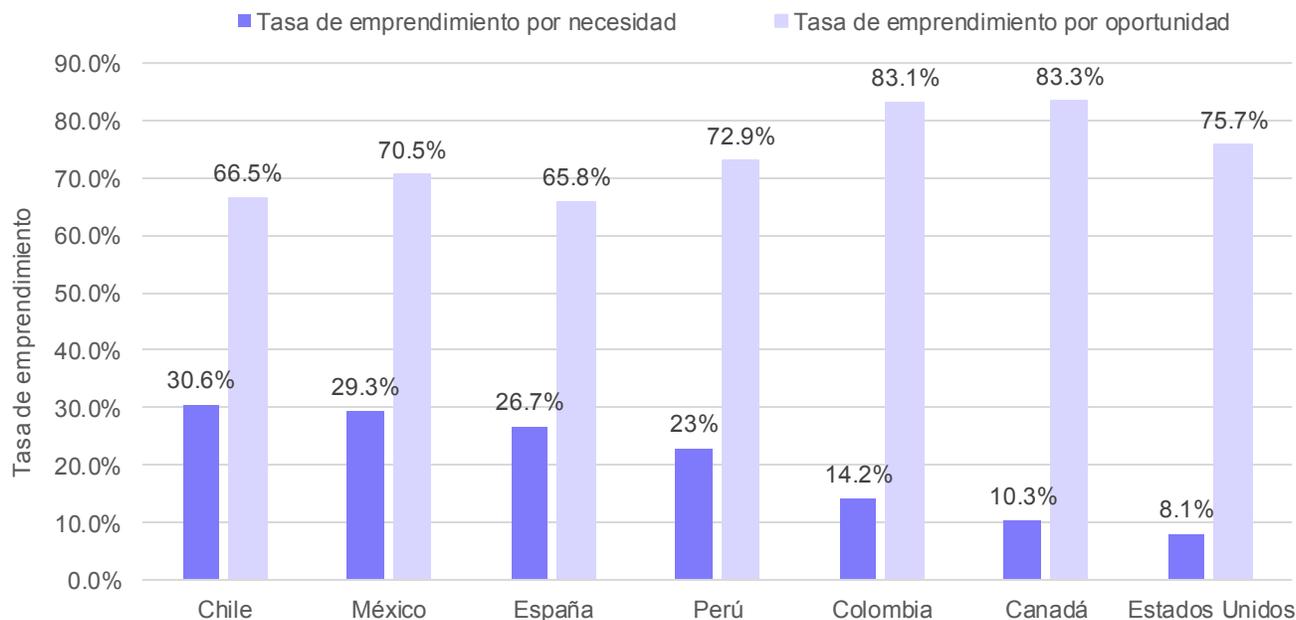
¹⁵ Nota: el análisis se realizó a 59 países del mundo que participan anualmente en el GEM. Fuente: GEM, *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report*, (2019), <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50405> (Consultado el 16/04/2021).

En México, la brecha entre mujeres y hombres que emprenden es mínima (apenas dos puntos porcentuales). En países como Armenia o Chile esta diferencia es de 10 y nueve puntos porcentuales respectivamente, las brechas más grandes entre los países evaluados. Respecto a la proporción de mujeres con propuestas de negocio innovadoras, que ofrecen un nuevo producto significativamente diferente a otros en el mercado, en México es de poco menos del 5%, mientras que en Chile es del 12.5%.

Como se mencionó anteriormente, las emprendedoras inician un negocio propio por distintas motivaciones. La gráfica 9 muestra que, **en países en vías de desarrollo, el principal móvil para emprender es la necesidad**. Ahí radica la importancia de impulsar el crecimiento de sus negocios y que estos formen parte del sector formal.

Las cifras presentadas son un claro ejemplo de las dos caras del emprendimiento femenino. Por un lado, **la apertura de una empresa responde a la necesidad de las mujeres para hacer frente al desempleo o los bajos ingresos** en los centros de trabajo -especialmente durante la pandemia-. Por el otro, los negocios que inician con un modelo de negocios consolidado y que, a su vez, disponen de capital y conocimientos para emerger de manera más rápida.

Gráfica 9. Tasa de emprendimiento de mujeres en el mundo por necesidad u oportunidad, 2019



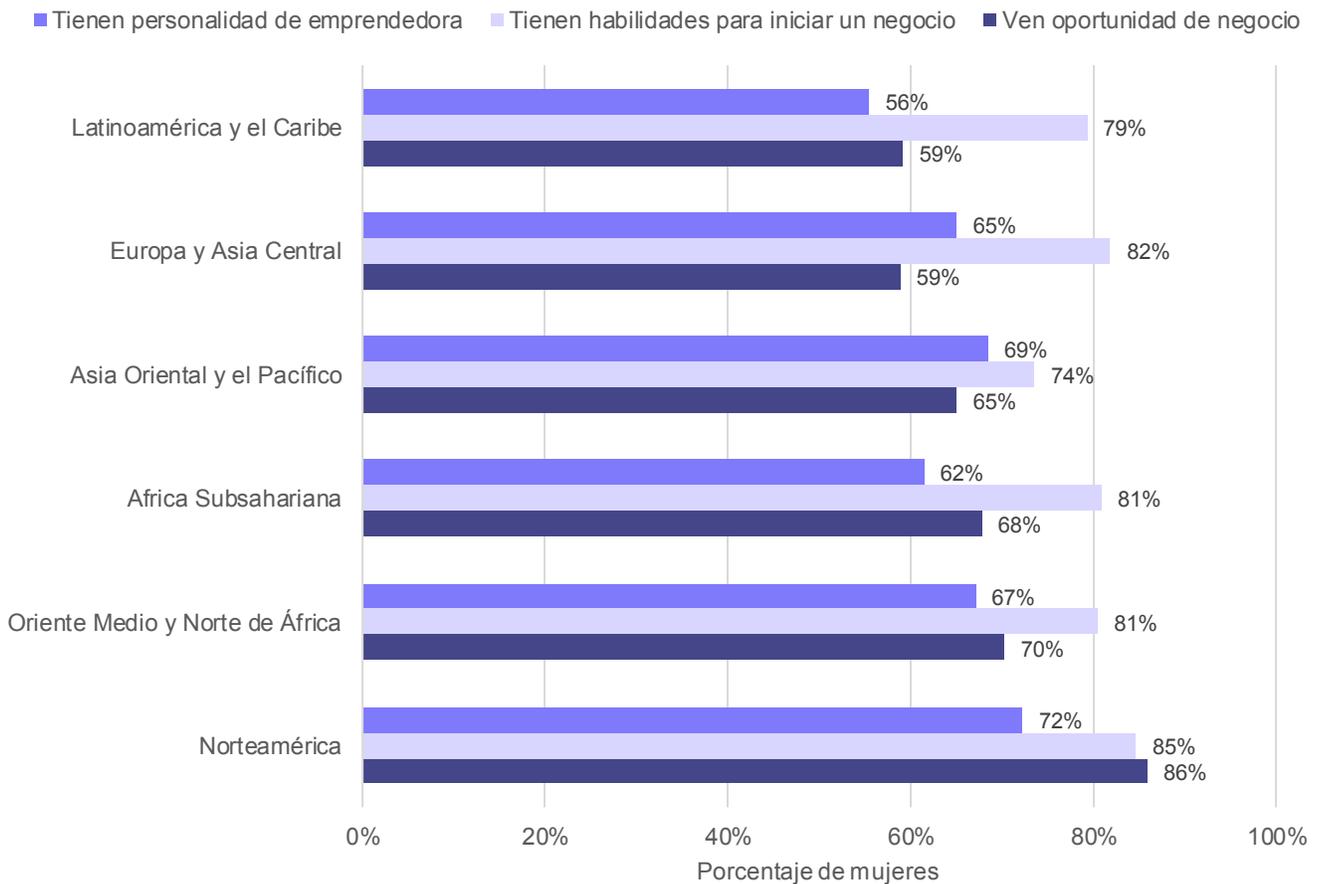
Fuente: Elaborado por el IMCO con información del GEM 2018-2019.

Esta hipótesis se confirma al revisar los resultados del *Entrepreneurship at a Glance Highlights 2018* de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), cuyos datos evidencian

que 43% de las mujeres emprendedoras en México inicia un negocio con el objetivo de hacer dinero, mientras que esta aseveración cierta para 39% de los hombres.¹⁶

El reporte del GEM también detalla que en los países de ingresos más altos las mujeres y los hombres jóvenes son más propensos a colaborar en empresas de reciente creación, mientras que los adultos mayores optan por la creación de negocios. Esto podría estar relacionado con la solvencia económica que adquieren con el paso de los años para financiar la apertura de una empresa.¹⁷

Gráfica 10. Características de las emprendedoras por región, 2019



Fuente: Elaborado por el IMCO con información del GEM 2018-2019.

La gráfica 10 muestra algunas de las características y habilidades que las emprendedoras consideran que poseen en el ecosistema de los negocios. Norteamérica es la única región del mundo donde nueve de cada 10 mujeres consideran que en sus empresas hay una oportunidad de negocio y tienen las habilidades para manejarlo. En el caso de Latinoamérica y el Caribe, la visión de negocio es 27 puntos

¹⁶ OECD, *Entrepreneurship at a Glance 2018 Highlights*, (2018), <https://www.oecd.org/sdd/business-stats/EAG-2018-Highlights.pdf> (Consultado el 15/05/2021).

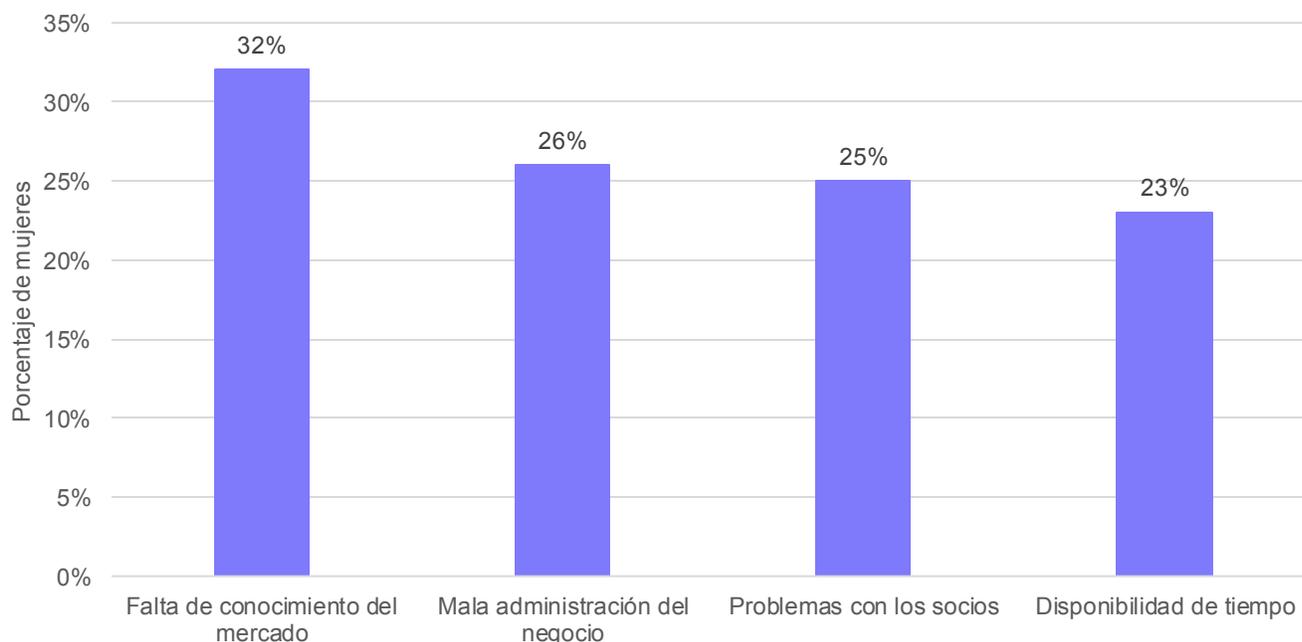
¹⁷ GEM, *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report*, (2019).

porcentuales menor. Este dato podría estar relacionado con los obstáculos que detectan para iniciar un negocio en sus países, así como la diversificación del mercado.

Finalmente, algunos de los factores que condicionan el ecosistema del emprendimiento tienen que ver con el cierre de las empresas. La Asociación de Emprendedores de México (ASEM) entrevistó a más de mil 100 emprendedoras y emprendedores en el país durante agosto y septiembre de 2020, con el objetivo de recabar información sobre su participación.¹⁸

Los resultados de la gráfica 11 muestran que la proporción más alta de mujeres atribuyó el **cierre de su empresa a la falta de conocimientos del mercado**, seguido por una **mala administración del negocio y problemas con los socios**. La cuarta causa más mencionada es la poca disponibilidad de tiempo que tienen para trabajar en el mercado. Esto responde a un problema estructural en la carga de trabajo no remunerado que recae principalmente en las mujeres (en promedio ellas dedican 50.4 horas a la semana, una jornada laboral completa, en comparación con las 19.6 horas que destinan los hombres a estas tareas).¹⁹

Gráfica 11. Principales factores de fracaso de las empresas lideradas por una mujer, 2020



Fuente: Elaborado por el IMCO con información de la Radiografía del emprendimiento en México 2020 de la ASEM.

¹⁸ ASEM, Radiografía del emprendimiento en México, (2020), <https://bit.ly/2TbpVKN> (Consultado el 06/06/2021).

¹⁹ IMCO, #MujerEnLaEconomía: cómo alcanzar el potencial de México. Los beneficios económicos de sumar a más trabajadoras, (2021).

Identificar cuáles han sido las causas del cierre de empresas permite a los tomadores de decisiones enfocar los esfuerzos para generar políticas acordes a la situación actual de las emprendedoras en México.

Aunque existe una oferta de programas desarrollados por instituciones públicas y privadas para fomentar el emprendimiento entre las mujeres, las estadísticas demuestran que su participación aún es baja en comparación con los hombres y con otras regiones del mundo. Esto se debe a múltiples barreras que les impiden encontrar espacios de inversión y desarrollo para sus negocios, especialmente en momentos de crisis. A continuación, se discuten algunas de ellas.

3. ¿Cuáles son las barreras que impiden a las mujeres emprender formalmente?



El emprendimiento formal es una oportunidad de desarrollo y crecimiento económico. Sin embargo, la mayoría de las mujeres que deciden emprender lo hacen en la informalidad. Esto responde a algunos retos en las etapas tempranas del emprendimiento, pero también a las fases subsecuentes del desarrollo de las empresas que se desenvuelven en un entorno emprendedor complejo. Algunas actitudes y motivaciones de las mujeres al iniciar un negocio también entran en juego.²⁰

Formalizarse es una manera de invertir en el crecimiento de los negocios, ya que las oportunidades de financiamiento, servicios y tecnologías de desarrollo empresarial son mayores respecto a aquellos que operan en la informalidad. Además, cuando una empresa se formaliza, proyecta mayor confianza y credibilidad, lo cual puede impulsar la expansión de su mercado y generar mayor competitividad para atraer recursos y talento.²¹

Al estar en la informalidad, las empresas tienden a ser 50% menos productivas que los negocios formales y deprime los salarios de los trabajadores. Este problema se ha convertido en un cuello de botella para el crecimiento y el desarrollo de México.²²

²⁰ EY, *Liberando el potencial de crecimiento de las emprendedoras en Latinoamérica y el Caribe*, (2014), <https://publications.iadb.org/es/wegrow-2014-liberando-el-potencial-de-crecimiento-de-las-emprendedoras-en-latinoamerica-y-el-caribe> (Consultado el 07/06/2021).

²¹ OIT, *La formalización de las empresas*, (2017), <https://bit.ly/3xgzJ5b> (Consultado el 08/06/2021).

²² Santiago Levy, *Esfuerzos mal recompensados. La elusiva búsqueda de la prosperidad en México*, (BID: 2018).

Ante este panorama, el IMCO realizó una revisión de literatura especializada sobre el entorno emprendedor y la complementó con **16 entrevistas** a un grupo variado de expertos que abarca varias aristas del ecosistema de emprendimiento: emprendedoras, integrantes de organizaciones que acompañan el proceso de inicio y crecimiento de un negocio, así como impulsoras del emprendimiento femenino y funcionarias de gobierno.

Personas entrevistadas para la realización de este documento

Ana Bárbara Mungaray (Titular de la Unidad de Desarrollo Productivo de la Secretaría de Economía)

Itzel González (Fundadora de BrunaMX)

Ana Martínez (Coordinadora de la UCEx del Laboratorio Nacional de Políticas Públicas del Centro de Investigación y Docencia Económicas)

Laura Manzo (Directora de Dalia News + Media de Dalia Empower)

Anahí Olea (Fundadora de Momsters, Dinks & Sinks)

Mariuz Calvet (Directora de Sustentabilidad e inversión responsable de Grupo Financiero Banorte)

César Reséndiz (Investigador del Laboratorio Nacional de Políticas Públicas del Centro de Investigación y Docencia Económicas)

Melina Cruz (CEO de Homely)

Fabiola Ortiz (Presidenta de la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas Ciudad de México)

Óscar Ocampo (Coordinador del área de Energía del IMCO)

Fernando Lelo de Larrea (Confundador de Antoni & Lelo de Larrea Venture Partners)

Stefanía Tapia (Directora de Cumplimiento de la Unidad de Desarrollo Productivo de la Secretaría de Economía)

Grace Sandoval (Fundadora de Empoweringrace)

Suelem Hernández (Fundadora de El Cortijo)

Georgina Barragán (Fundadora de Star Tree Tea)

Úrsula Quijano (Socia y directora comercial de Victoria 147)

Las entrevistas se realizaron con base en el campo de experiencia y sector de cada persona. Su objetivo principal era conocer la postura de las y los entrevistados respecto a las razones por las que muy pocas emprendedoras operan en la formalidad. Esto ayudó a confirmar algunas hipótesis que surgieron de la revisión de literatura, identificar nuevas barreras y contar la frecuencia con la que los expertos mencionaron ciertos temas.

Como muestra la gráfica 12, las **barreras más mencionadas** fueron: el **costo de tiempo y dinero para formalizarse** dados los procesos administrativos, la **falta de acceso a financiamiento**, los **conocimientos limitados** en torno al manejo de sus negocios y la brecha digital. A continuación, se describe cada una de ellas.

Gráfica 12. Principales barreras identificadas por las y los entrevistados para emprender en la formalidad



Nota: La suma de las frecuencias no da como resultado 16, ya que algunas entrevistadas y entrevistados mencionaron más de una barrera. En la categoría “Otros” se incluye la violencia de género, la inseguridad y los estereotipos sociales.
 Fuente: Elaborado por el IMCO con base en las 16 entrevistas realizadas.

3.1 El costo (en tiempo y dinero) de la formalización

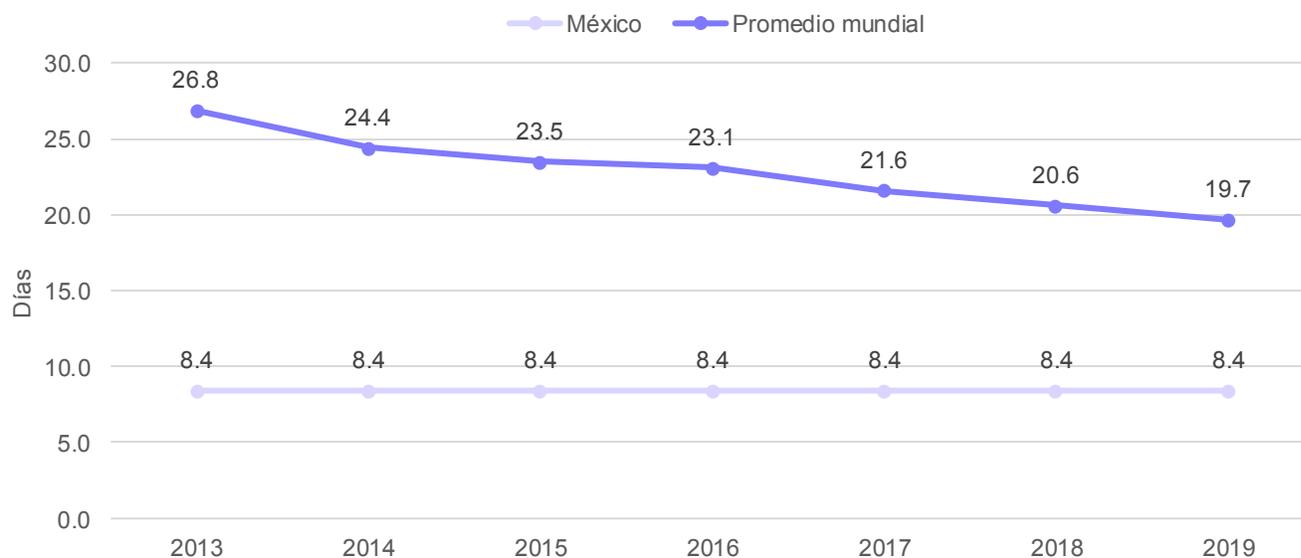
El **principal reto identificado** por las y los expertos **se relaciona con el proceso administrativo** para registrar y dar de alta una empresa en el sector formal. Por ejemplo, respecto a las microempresas, los resultados de la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) señalan que hasta 2018, de los cuatro millones de establecimientos en el país, 45% afirmó que la realización de trámites como la inscripción de la empresa ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT), el Instituto Mexicano para el Seguro Social (IMSS), Infonavit o las licencias de construcción, fueron un obstáculo para el crecimiento de su negocio al que dedicaron suficiente tiempo y recursos (en promedio, seis horas).

A nivel mundial, de acuerdo con datos del estudio *Doing Business*²³ elaborado por el Banco Mundial, hasta 2019 les tomaba a las mujeres, en promedio, **19.7 días para iniciar y formalizar un negocio**.²⁴ En el caso de los hombres este periodo era de 19.5 días. Si bien, la diferencia entre sexos es mínima, para las mujeres puede implicar sacrificios **mayores por todas las actividades no remuneradas** del hogar o de cuidados que desempeñan en su día a día. En ese sentido, una mayor inversión de tiempo podría desalentar a más mujeres a llevar a cabo los trámites necesarios, lo cual se refleja en mayores tasas de informalidad.

A nivel mundial, Venezuela fue el país con el proceso más largo (230 días), seguido de la República Democrática Popular Lao (173 días) y Camboya (99 días). Nueva Zelanda es el país con el proceso más corto (tan solo un día).

En el caso de **México**, como lo muestra la gráfica 13, el **tiempo promedio para formalizar un negocio es de ocho días** -cifra igual para hombres y mujeres, y que se ha mantenido desde 2013-. Los retos en esta fase yacen en la **diferencia de documentación, costos y requisitos** al interior del país, incluso en cada entidad federativa.

Gráfica 13. Tiempo que le toma a una mujer iniciar y formalizar un negocio



Fuente: Elaborado por el IMCO con información del proyecto Doing Business 2019 del Banco Mundial.

²³ Banco Mundial, "Doing Business", https://datos.bancomundial.org/indicador/IC.REG.DURS.MA?end=2019&most_recent_value_desc=true&start=2003&view=chart (Consultado el 13/05/2021).

²⁴ El tiempo necesario para iniciar un negocio la cantidad de días calendario que se necesitan para completar los procedimientos que implica la operación legal de una empresa. Si es posible acelerar un proceso a un costo adicional, se toma en cuenta el procedimiento más rápido, independientemente del costo.

Algunos de los documentos que requiere una emprendedora o emprendedor para formalizar su empresa son los siguientes:

1. **Acta constitutiva.** En este documento se estipulan todos los aspectos generales de la empresa: denominación social, objetivo, tipo de empresa, giro y administración.
2. **Inscripción ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT).** De este registro se obtiene la Cédula Fiscal que contiene el número de Registro Federal de Contribuyentes (RFC).
3. **Registro de propiedad industrial.** Es el documento que constata el registro de la empresa ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, con el objetivo de proteger la marca, los secretos comerciales, así como los derechos de publicidad, y estimular la competencia sana y proteger la inversión y la innovación.
4. **Registro ante el IMSS.** Es necesario acudir al Instituto Mexicano del Seguro Social para registrar la empresa constituida a fin de realizar las aportaciones personales de los empleados.
5. **Inscripción ante los demás organismos requeridos.** Dependiendo del giro de la empresa, será necesaria la inscripción a distintos organismos como la Secretaría de Salud, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, entre otros.²⁵

La utilización de tecnología para eficientar los procesos de registro de una empresa, su automatización y homologación de requisitos, podrían ser una vía para impulsar la formalización de más establecimientos.

Aunque en México el tiempo promedio para formalizar una empresa es relativamente corto, la **falta de homologación de los procesos en cada entidad federativa** representa un obstáculo al momento de hacerlo. Al combinar con la **falta de información** sobre el proceso administrativo, los requisitos y los costos en torno a la apertura de un establecimiento originan barreras particulares cuyo impacto provoca que un gran número de emprendedoras decidan mantenerse en el sector informal para ahorrar tiempo y dinero.

Esta decisión limita el crecimiento de las mipymes. A nivel nacional, las y los emprendedores deben realizar, en promedio, ocho procedimientos iniciales para registrar e inscribir²⁶ una empresa (a nivel mundial la cifra disminuye ligeramente a siete). Sin embargo, las disparidades incrementan al interior del país gracias a los requerimientos estatales y municipales.

En 2016, mientras que existían algunos ejemplos como Nuevo León y Sinaloa donde una empresa tomaba ocho días en abrir, en estados como Quintana Roo y Chiapas, estos períodos eran de 48.5 días y 29.5 días, respectivamente.²⁷ Esto habla de la diferencia de procedimientos y la falta de

²⁵ Nadia Luna, “¿Cómo crear una empresa en México”, *Entrepreneur*, (2018), <https://www.entrepreneur.com/article/312136> (Consultado el 23/05/2021).

²⁶ Los procedimientos para establecer una empresa son los que se necesitan para iniciar un negocio, incluso las interacciones para obtener los permisos y licencias necesarias para completar todas las inscripciones, verificaciones y notificaciones a fin de comenzar a operar.

²⁷ Banco Mundial, *Doing Business en México 2016*, (2016), <https://www.doingbusiness.org/es/reports/subnational-reports/mexico> (Consultado el 15/05/2021).

coordinación a nivel nacional entre las instituciones, que obstaculizan a las mujeres y hombres para formalizar sus empresas, incluso cuando los reglamentos son diseñados y ejecutados en cada localidad.

Por ejemplo, en Celaya, Guanajuato, el artículo 18 del Reglamento para la apertura de molinos, tortillerías y molinos-tortillerías, indica que los establecimientos con giro de abarrotes solamente pueden vender tortilla fría previamente empaquetada. Por el contrario, si una tortillería quisiera vender este producto, tendría que sacar una licencia adicional, pues su permiso original establece que solo pueden vender tortillas calientes.²⁸

Otro caso interesante es el de Tulancingo de Bravo en Hidalgo. El bando municipal establece un horario de apertura y cierre para los negocios en los sectores del comercio y servicios de nueve de la mañana a nueve de la noche. Sin embargo, las estéticas y peluquerías pueden iniciar operaciones desde las siete de la mañana, a diferencia de los mercados que están sujetos a horarios distintos dependiendo el día de la semana. El no cumplir con los horarios puede hacer a los negocios acreedores a una sanción.²⁹

Asimismo, respecto al costo de los procedimientos para iniciar actividades comerciales de su empresa, **las emprendedoras en México destinan el equivalente al 15% del ingreso per cápita, equivalente a 25 mil 920 pesos de mayo 2021,**³⁰ para formalizar sus negocios. A nivel mundial este porcentaje es del 20%, mientras que Venezuela, Somalia y Haití son los países cuyos costos para formalizar son los más altos (212%, 198% y 180% del ingreso per cápita, respectivamente).

Aunque los costos son relativamente bajos, esto es solo durante la fase de arranque de un negocio, pues en las etapas posteriores las cuotas del IMSS, impuesto sobre la renta (ISR), Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), etc. pueden rebasar los ingresos de los establecimientos convirtiéndose en una barrera para crecer. En esta misma línea, de acuerdo con datos de la ENAPROCE, el 44% de las pymes consideró en 2017 que los altos impuestos son uno de los principales problemas para su crecimiento. Y no solo en términos de dinero, sino también de tiempo.

En promedio, los establecimientos dedicaron 241 horas anuales a los procesos relacionados con la preparación, pago, presentación y retención del impuesto sobre la renta (ISR), el impuesto al valor

²⁸ Gobierno municipal de Celaya, “Reglamento para la apertura de molinos, tortillerías y molinos-tortillerías”, (2009), https://www.celaya.gob.mx/cya/wp-content/uploads/2017/06/images_direcciones_UAIP_reglamentos_Reglamento_Tortillerias_2009_01.pdf (Consultado el 11/06/2021).

²⁹ “Bando de policía y gobierno del municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo”, <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/HIDALGO/Municipios/Tulancingo/1BANDO.pdf> (Consultado el 11/06/2021).

³⁰ Para el indicador del costo total de los trámites al abrir un negocio, expresado como el porcentaje del ingreso per cápita, se toma el 15% del Ingreso Nacional Bruto ajustado por la inflación acumulada de diciembre 2014 a mayo 2021.

agregado (IVA) y las contribuciones de seguridad social³¹. Los procesos administrativos se convierten en un eslabón más de la permanencia en la informalidad.

A pesar del carácter obligatorio del cumplimiento de responsabilidades fiscales, la formalidad abre oportunidades para las emprendedoras y sus colaboradores que vale la pena considerar. Entre ellos están el acceso a los beneficios de la seguridad social (instituciones de salud, ahorro para el retiro, créditos hipotecarios a través del Infonavit, etc.), la garantía de sus derechos laborales y, al mismo tiempo, la apertura a mercados en otros países y acceso a financiamiento en instituciones bancarias o plataformas de apoyo.³²

Los costos de la formalidad no solo se asocian con gravámenes, sino también con la extorsión. Como lo ha señalado el economista Luis de la Calle, la extorsión se ha convertido en el principal freno de la inversión, el crecimiento y la productividad en México.³³ Este concepto, denominado “economía de la extorsión”, impacta principalmente en las pequeñas y medianas empresas al elevar los costos de operación.

Por ejemplo, los delincuentes que cobran “derecho de piso” a cambio de protección contra robos o asaltos en los establecimientos. Los sobornos para “agilizar” cualquier proceso administrativo de una empresa, también clasifican dentro de la economía de la extorsión. En este caso, el abuso de poder a cambio de un servicio público condiciona el interés por formalizarse.

La economía de la extorsión es uno de los promotores de la informalidad. Para la empresa informal la extorsión puede convertirse en una vía para resolver sus problemas de supervivencia al amparo de la ilegalidad. En contraste, las empresas formales, sobre todo las pymes, deben someterse a la revisión continua, el pago de sanciones o la extorsión de los inspectores del gobierno.

3.2 Falta de acceso a financiamiento para iniciar o hacer crecer sus negocios

La falta de acceso a servicios financieros es uno de los mayores retos a los que se enfrentan las y los emprendedores para iniciar o hacer crecer sus negocios. Los complejos procesos de solicitud para acceder a préstamos, la falta de un historial crediticio, así como las percepciones y estereotipos en torno al endeudamiento, hacen que su principal fuente de financiamiento provenga de sus círculos más cercanos como familiares, amigos o ahorros propios.³⁴

³¹ IMCO, *De la informalidad a la competitividad: Políticas públicas para un ecosistema donde las pymes crezcan y se desarrollen*, (2021), <https://imco.org.mx/pymes-de-la-informalidad-a-la-competitividad/> (Consultado el 03/05/2021).

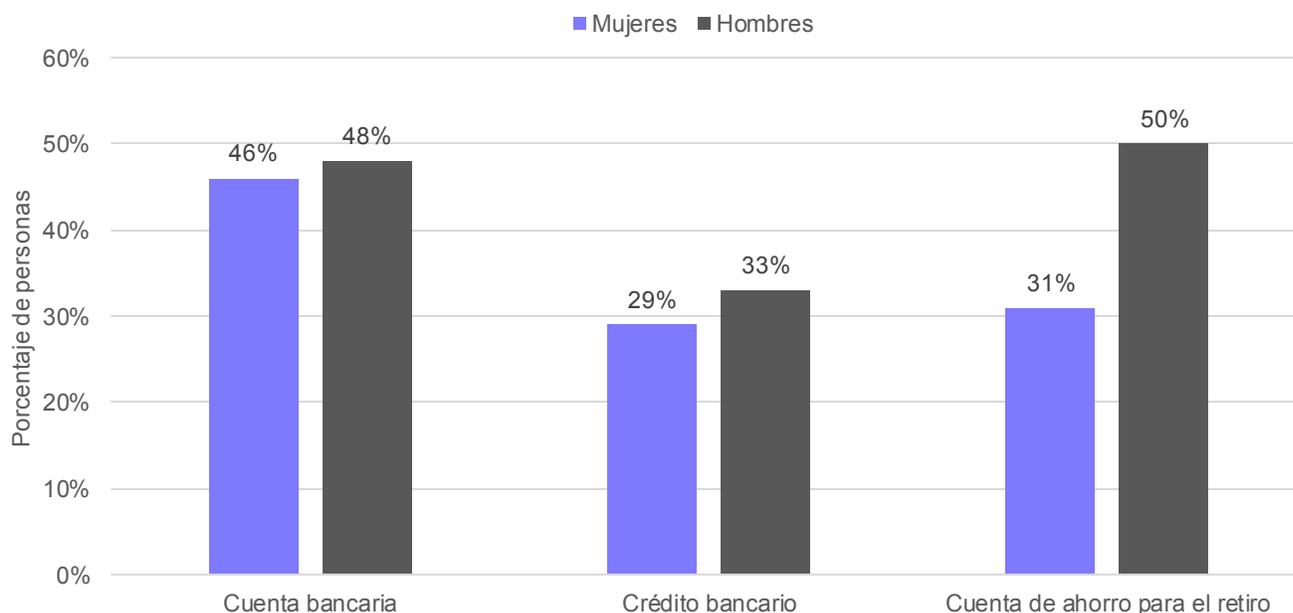
³² Este es el caso de Canasta Rosa, una plataforma dirigida a mujeres emprendedoras formales que les permite comprar y vender sus productos de una manera segura, automatizada y de acceso internacional. Fuente: Canasta Rosa, “Acerca de nosotros”, <https://canastarosa.com/about-us>

³³ Luis de la Calle, *La economía de la extorsión*, (Debate: 2020).

³⁴ Mujeres del Pacífico, *Primer informe. Programas de apoyo al emprendimiento femenino en la Alianza del Pacífico*, (2018), https://home.mujeresdelpacifico.org/uploads/library/5b96f4d0a1270_1er-Informe-MdP-ASELA-OAP.pdf (Consultado el 14/05/2021).

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2018 del Inegi, a nivel nacional, 65 de cada 100 mujeres contaban con algún producto financiero (cuenta bancaria, crédito formal o cuenta de ahorro). Sin embargo, **menos de 30% de las mujeres tenía un crédito bancario formal que podría utilizarse para iniciar una empresa.**

Gráfica 14. Porcentaje de mujeres y hombres que cuentan con algún producto financiero



Fuente: Elaborado por el IMCO con información de la ENIF 2018 del Inegi.

La Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) reportó que en 2019, más de 26 millones de mujeres contaron una cuenta bancaria, con un saldo promedio de 19 mil 162 pesos bajo el esquema de cuenta tradicional. En el caso de las cuentas de ahorro, su saldo promedio fue de 14 mil 634 pesos. Además, un mayor número de mujeres que de hombres (ocho millones más) contaron con una tarjeta de débito, pero tuvieron menos acceso a tarjetas de crédito por una diferencia de 700 mil³⁵.

En América Latina y el Caribe (ALC), según el Banco Mundial, sólo el 49% de las mujeres tiene una cuenta bancaria, el 11% ahorra y el 10% dispone de crédito con una institución bancaria. Además, la Corporación Financiera Internacional (IFC), ha estimado que a nivel mundial existe una brecha de \$287 mil millones de dólares para el financiamiento de pequeñas y medianas empresas formales propiedad

³⁵ CNBV, *Panorama anual de inclusión financiera con datos al cierre de 2019*, (2020), https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/581089/Panorama_IF_2020.pdf (Consultado el 24/06/2021).

de mujeres, en donde América Latina se ubica como la región con la brecha más grande (\$85 mil 638 millones de dólares).³⁶

Hasta 2017 poco más de 44 mil pymes mexicanas tomaron la decisión de acceder a un crédito bancario para la empresa, mientras que en el caso de los micro negocios, esta cifra fue de poco más de un millón de establecimientos. Aunque no se cuenta con información desagregada por sexo respecto a la propiedad de las empresas, de acuerdo con datos del BID, **en ALC una de cada tres mipymes son propiedad de una mujer, pero en promedio, el 70% de estas no tienen acceso a financiamiento.**³⁷

Las principales razones por las que las mipymes no recurrieron a una institución bancaria como fuente de financiamiento es porque consideran que es caro (58%), no necesitan invertir o comprar nada a crédito (20%), no tienen confianza en los bancos (15%), o sí les gustaría, pero no creyeron que les otorgarían el préstamo (4%) de acuerdo con datos de la ENAPROCE 2018.

Asimismo, las **actitudes discriminatorias y la falta de información** sobre la inserción de las mujeres en el sistema financiero limitan su acceso al financiamiento. Si bien existen productos bancarios dirigidos solo a mujeres, aún es probable que estos estén condicionados por los estereotipos y roles de género de las mujeres en los procesos de evaluación de las solicitudes de créditos en comparación con los hombres.³⁸

El tiempo que dedican al trabajo no remunerado, así como su estado civil y rol dentro del hogar son factores sociodemográficos discutidos anteriormente que también limitan su acceso a financiamiento. Algunos estereotipos conductuales que las limitan a solicitar préstamos para iniciar sus negocios, normalmente porque creen que su petición será rechazada o porque consideran que la cantidad otorgada por los préstamos no será suficiente para hacer crecer sus negocios.³⁹

Dado que sus empresas típicamente comienzan con un menor capital en comparación con los negocios de los hombres, los negocios liderados por mujeres observan un bajo desempeño en términos de activos, ingresos, rentabilidad y supervivencia.

Tan solo en ALC, hasta 2018 las mujeres invirtieron 933 dólares para iniciar una empresa, mientras que los hombres mil 518 dólares. Esta brecha es aún mayor en regiones como Norteamérica, Asia y

³⁶ IFC, *Women-Owned SMEs: A Business Opportunity for Financial Institutions*, (2014), <https://documents1.worldbank.org/curated/en/574801510949557053/pdf/933530WP0Women0s0Box385379B00OU090.pdf> (Consultado el 30/04/2021).

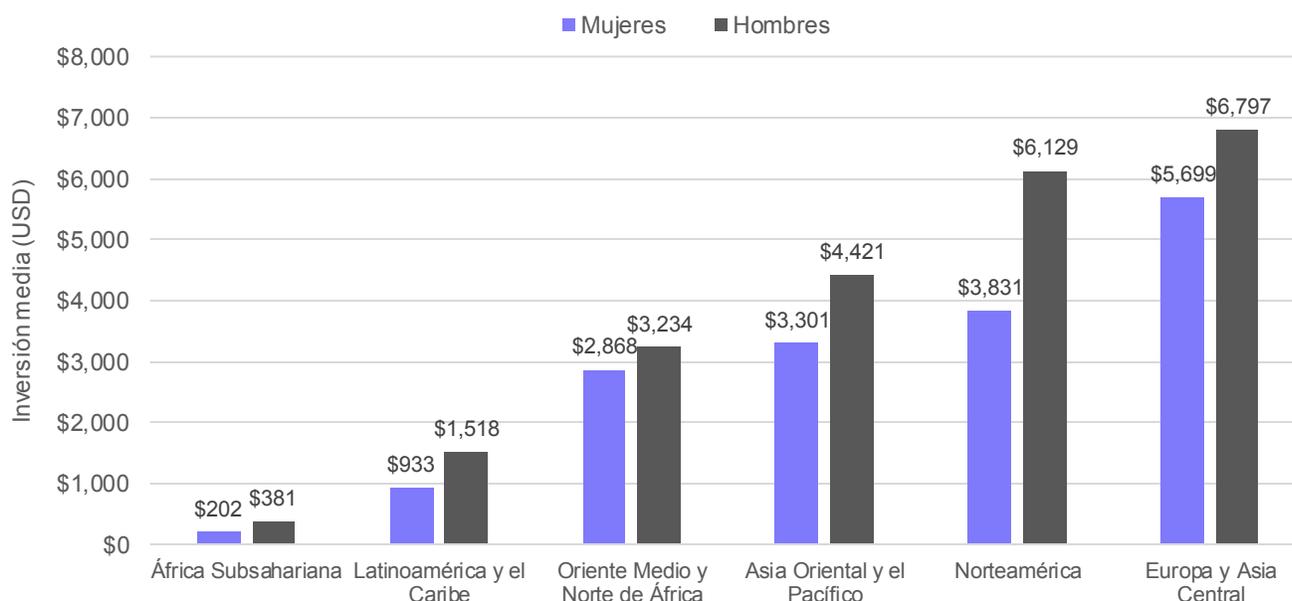
³⁷ BID, *La gran oportunidad. De la crisis a la transformación del empleo femenino*, (2021), <http://dx.doi.org/10.18235/0003222> (Consultado el 16/04/2021).

³⁸ Banco de Desarrollo de América Latina, *Inclusión financiera de las mujeres en América Latina. Situación actual y recomendaciones de política*, (2018), <https://bit.ly/3i8bOjA> (Consultado el 10/04/2021).

³⁹ EY, *Scaling Up: Why Women-Owned Businesses Can Recharge the Global Economy*, (2009), <https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/library/scaling-why-women-owned-businesses-can-recharge-global-economy> (Consultado el 17/05/2021).

Europa. Al comparar los ingresos con los que una emprendedora arranca su negocio, las mujeres en ALC son quienes invierten menos en todo el mundo, solo por arriba de África Subsahariana.

Gráfica 15. Inversión media por región y por sexo para iniciar una empresa



Fuente: Elaborado por el IMCO con información del GEM 2018-2019.

Esta dinámica de género puede cambiar. El sistema financiero podría ser un impulsor de la igualdad de género al ofrecer servicios de acuerdo a las necesidades de las emprendedoras. Por sí sola la inclusión financiera no detonará cambios, se requiere de un **mayor acceso a la gama completa de servicios financieros para que las mujeres los utilicen en la apertura y crecimiento de sus negocios.**

Además, de acuerdo con la Corporación Financiera Internacional (IFC, por sus siglas en inglés), financiar a las emprendedoras es un buen negocio, pues podría representar una oportunidad de 6 mil 502 millones de dólares adicionales al país.⁴⁰ Algunas investigaciones han demostrado que las mujeres son más productivas, mejores pagadoras y un nicho desatendido.⁴¹

Un estudio de la Alianza Mundial para la Bancarización demostró que las mujeres son mejores pagadoras del crédito que los hombres. Una posible causa es que las mujeres son más conscientes del riesgo, lo que las lleva a solicitar financiamiento cuando tienen mayor seguridad respecto al proyecto

⁴⁰ Nota: considerando una proyección de financiamiento a 340 mil empresas de 33 mil 846 empresas medianas, 152 mil 307 empresas pequeñas y un millón nueve mil tres empresas muy pequeñas. *Ibid*

⁴¹ IFC, *Financiar a las emprendedoras es un buen negocio*, (2019), <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/59f818f3-499e-4120-bc27-89d732ca9dc5/Banca+Mujer+Argentina.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mHZ8OPn> (Consultado el 12/05/2021).

que están iniciando. Esto se comprueba en un caso en Brasil, donde uno de sus bancos implementó un programa dirigido a emprendedoras que resultó en el incremento de su cartera de pymes dirigidas por mujeres del 20% al 30%. Al término del análisis se observó que las mujeres tenían en promedio nueve días menos de atraso en sus pagos en comparación con los hombres.

En Chile, de acuerdo a la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF), también existen brechas de género en el sistema financiero. La base de deudoras mujeres es ocho puntos porcentuales menor a la masculina, el monto total de crédito vigente es 46 puntos porcentuales menor al de los hombres, y en los créditos de consumo y comerciales las mujeres tienen menor otorgamiento y tasas de interés mayores a las de los hombres.

Actualmente en México, la Secretaría de Economía ha implementado el Programa de Microcréditos para el Bienestar, conocido como “Programa de Tandas para el Bienestar”, con el objetivo de fortalecer las capacidades productivas y de emprendimiento de las personas que dirigen microempresas y que se encuentran en condiciones de marginación, a través de financiamiento, asesoría y capacitación.

El programa, dirigido a negocios de subsistencia, ofrece apoyos de financiamiento que inicia con 6 mil pesos sin intereses. Una vez que este se ha saldado, se les permite acceder a un segundo apoyo de 10 mil, 15 mil y 20 mil pesos en forma subsecuente. El objetivo es atender a la población que, por diferentes causas, no ha tenido acceso a los servicios que ofrece el sector financiero tradicional para consolidar un negocio existente.

Al primer trimestre de 2020 el programa había atendido a 27 microempresas, de las cuales 26 eran dirigidas por mujeres de entre 30 a 67 años.⁴² Adicionalmente, se busca dar asesoría y capacitación en temas como presupuesto, ahorro, crédito, administración, plan de negocios, mercadotecnia, ventas, entre otros, de forma presencial o en línea, en colaboración con la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef).

3.3 Falta de profesionalización en el mercado

En agosto de 2019, el Instituto Nacional del Emprendedor (Inadem) cambió de figura a la Unidad de Desarrollo Productivo (UDP) en la Secretaría de Economía (SE).⁴³ Previo a esta modificación, el Inadem era un órgano desconcentrado de la SE cuyo objetivo era apoyar a los emprendedores de las mipymes para impulsar su innovación, competitividad y proyección en los mercados nacionales e internacionales.

Además, brindaba una oportunidad de acompañamiento y capacitación en todo el proceso de inicio y crecimiento de los establecimientos, sobre todo en los esquemas de financiamiento. Al cambiarse esta

⁴² Secretaría de Economía, “Primer informe trimestral para el ejercicio fiscal 2020 sobre el presupuesto ejercido”, (2020), http://www.tandasparaelbienestar.economia.gob.mx/images/Archivos/Primer_Informe_Trimestral_2020.pdf (Consultado el 08/06/2021).

⁴³ DOF, “Decreto por el que se reforman y derogan diversas disposiciones de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa”, (2019), https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5567743&fecha=13/08/2019 (Consultado el 20/05/2021).

figura bajo el argumento de corrupción, se buscó que los apoyos otorgados a los emprendedores se dieran de manera directa y no, como se argumentó, a través de un tercero como el Inadem.

Esta decisión cobra relevancia, ya que la falta de capacitación y conocimiento alrededor de temas como las finanzas, la contabilidad o el desarrollo del negocio, ha sido una de las barreras más mencionadas por las y los expertos para que las mujeres inicien y desarrollen sus negocios.

En este sentido, la UDP se ha enfocado en el desarrollo de empresas formales y en cómo sumar a más negocios que se encuentran en la informalidad. Algunas de las acciones que han implementado han sido MujerExportaMX⁴⁴ en conjunto con el Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres) y Mercado Solidario,⁴⁵ las cuales han dado continuidad a las labores realizadas por el Inadem.

Si se toma en cuenta que en México solo 1 de cada 3 emprendedoras cuenta con estudios de educación media superior o superior, existe una ventana de oportunidad para impulsar en los programas de estudio de nivel primaria, secundaria y preparatoria, materias relacionadas al desarrollo de una empresa. Así, las 46 millones de mujeres que solo cuentan con educación básica y media superior⁴⁶ tendrían acceso a los conocimientos necesarios, desde el desarrollo hasta la ejecución de ideas, para impulsar una empresa en cualquier momento de su vida.

Como se planteó en 2019 por el entonces secretario de Educación, Esteban Moctezuma, también es importante incluir contenidos de educación financiera en los programas de educación básica-para los alumnos- hasta las escuelas normales -para los maestros-, que recalquen la importancia del ahorro, la cultura de la inversión, así como de la formación de un patrimonio propio y de metas financieras bajo el modelo de la Nueva Escuela Mexicana.⁴⁷

La profesionalización de las emprendedoras y el fortalecimiento de los conocimientos que emprender exige debe realizarse desde etapas de formación tempranas. Aunque durante la presentación de la Política Nacional de Inclusión Financiera (PNIF) en marzo de 2020, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y la SEP aseguraron que los programas escolares del siguiente ciclo incorporarían materias sobre inclusión financiera,⁴⁸ hasta el momento no hay claridad sobre estos cambios o a partir de qué año escolar se introducirían los contenidos.

⁴⁴ El programa consiste en capacitación especializada sobre el panorama que encuentran las mujeres empresarias al exportar. Fuente: Secretaría de Economía, "MujerExportaMX", (2020), <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/mujerexportamx-1a-e-rueda-de-negocios-para-empresarias-mexicanas>

⁴⁵ El programa consiste en el registro electrónico de negocios locales que ofrecen servicio de venta a domicilio y por adelantado. Fuente: Gobierno de México, "Mercado solidario", <https://mercadosolidario.gob.mx/>

⁴⁶ Inegi, Censo de Población y Vivienda 2020, (2020).

⁴⁷ SEP, "Sensibilizar a los alumnos en temas financieros es prepararlos mejor para la vida: Esteban Moctezuma", (2019), <https://www.gob.mx/sep/articulos/boletin-no-192-sensibilizar-a-los-alumnos-en-temas-financieros-es-prepararlos-mejor-para-la-vida-esteban-moctezuma-barragan?idiom=es> (Consultado el 21/05/2021).

⁴⁸ Notimex, "SEP y SHCP presentan Política Nacional de Inclusión Financiera", *El Economista*, (2020), <https://www.eleconomista.com.mx/politica/SEP-y-SHCP-presentan-Politica-Nacional-de-Inclusion-Financiera-20200311-0116.html> (Consultado 08/06/2021).

Contar con conocimientos de gestión empresarial como la planificación, la toma de decisiones y la contabilidad, así como de habilidades personales como la innovación, la negociación y la construcción de narrativas en torno a nuevos productos que diversifiquen el mercado, podrían ser determinantes para una emprendedora al momento de tomar la decisión de continuar con su negocio o no.

3.4 La brecha digital como barrera al crecimiento

La brecha digital se refiere a la desigualdad que existe entre mujeres y hombres para acceder a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs). Esta constituye una barrera más para el emprendimiento femenino y evidencia las brechas de género ya existentes en otras esferas del desarrollo de la mujer, pues obstaculiza la adquisición de habilidades digitales que exige el inicio y crecimiento de un negocio.

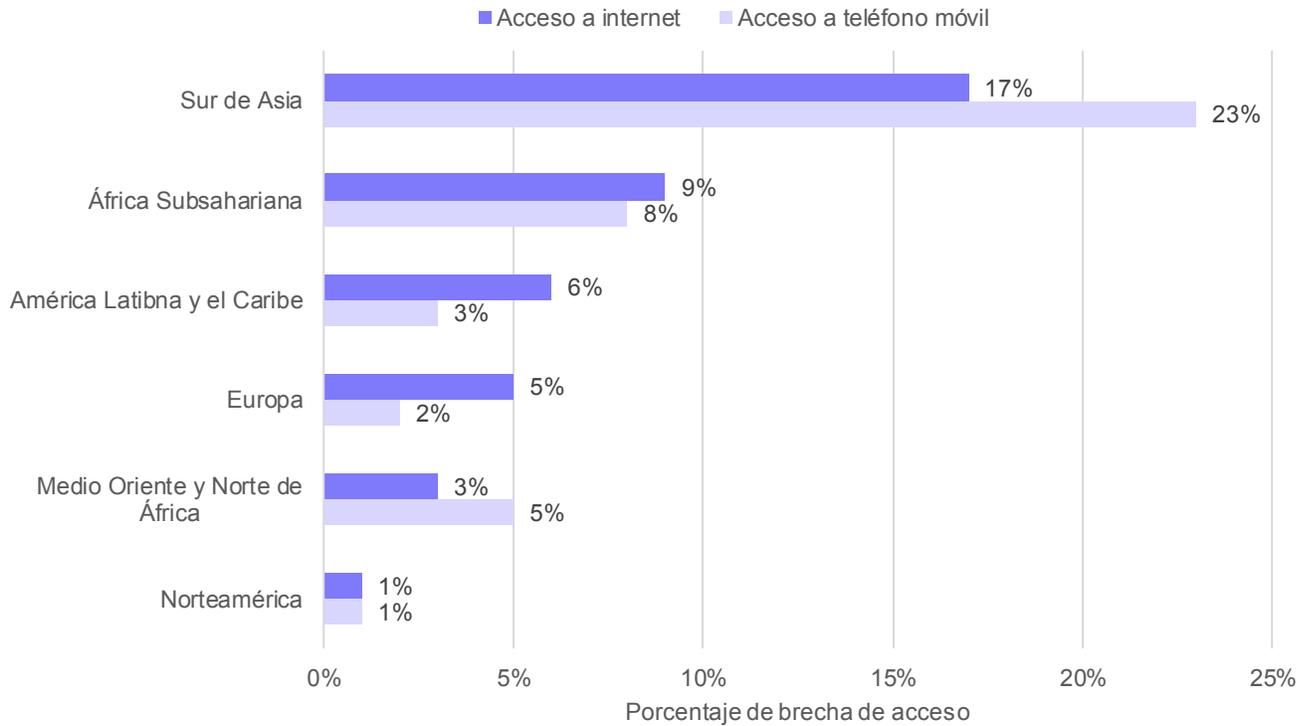
En un contexto donde la pandemia ha acelerado tendencias de venta y consumo digital, la innovación tecnológica ha adquirido especial relevancia, pues durante el cierre temporal y/o permanente de establecimientos durante los meses más críticos de la crisis sanitaria la adopción de las TICs hizo posible la supervivencia de mipymes en todo el mundo.

De acuerdo con datos de la Estudio sobre la Demografía de los Negocios (EDN) 2020, de los negocios que no sobrevivieron durante la pandemia, apenas 2% de las micro y 18% de las pequeñas y medianas empresas tenía ventas por internet, aun cuando 81% de estas últimas hacían uso de equipo de cómputo en sus negocios. El reto yace en las microempresas donde apenas 17% utilizó la tecnología como parte de sus negocios y solo 2% de ellas implementó estrategias de capacitación de personal.

De acuerdo con el reporte *¿Desigualdades en el mundo digital?: Brechas de género en el uso de las TIC* del BID, aunque América Latina y el Caribe presenta una de las menores brechas en comparación con zonas como el Sur de Asia respecto al acceso a internet y telefonía móvil entre mujeres y hombres, los resultados esconden importantes diferencias entre países.⁴⁹

⁴⁹ BID, *¿Desigualdades en el mundo digital?: Brechas de género en el uso de las TIC*, (2020), <https://publications.iadb.org/es/desigualdades-en-el-mundo-digital-brechas-de-genero-en-el-uso-de-las-tic> (Consultado el 20/05/2021).

Gráfica 16. Brecha entre mujeres y hombres de acceso a internet y teléfono móvil por región



Fuente: Elaborado por el IMCO con información del Índice de Internet Inclusivo 2019 de *The Economist*.

La brecha digital en ALC no supera los seis puntos porcentuales, sin embargo, la diferencia en México es de 11 puntos porcentuales en el acceso a internet y de cinco puntos porcentuales en el acceso a teléfono móvil. En casos como el de Chile, la brecha en ambos casos es de apenas un punto porcentual.

Entre los principales obstáculos para no contar con un teléfono móvil -tanto para mujeres como para los hombres- es la falta de recursos para pagarlo y el desconocimiento sobre cómo usarlo son los factores con la mayor brecha reportada (nueve puntos porcentuales) y la segunda barrera más importante que afecta a las mujeres.

En cuanto al acceso a internet, del total de las mujeres encuestadas, 40% señala que el desconocimiento para usarlo y **19% el no saber qué es el internet** son las principales barreras. Esta **falta de conocimientos y habilidades pueden traducirse en desventajas** dentro del mercado laboral y derivar en discriminación, brecha salarial y falta de oportunidades para acceder a mejores puestos.

En lo que se refiere al acceso a una computadora, el Censo de Población y Vivienda 2020 del Inegi reportó que de las 25.6 millones de mujeres que usan una computadora cotidianamente, 50.6% la utiliza para labores escolares, 37% para actividades laborales y **18% como medio de capacitación**.

Al respecto, los datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2020, detallan que 47% de las mujeres que utiliza una computadora es de estrato socioeconómico medio bajo y 26% de nivel medio alto. Además, la entidad federativa con más usuarias de una computadora es el Estado de México, mientras que Colima es el estado con menor acceso a esta tecnología para las mujeres.

Finalmente, un dato que resulta interesante relacionado a los hallazgos del BID es que **los hombres utilizan el internet para trámites burocráticos y laborales** principalmente. Entre otras actividades están la búsqueda de ofertas de empleo, el contacto con clientes y la promoción de su currículum en línea. Mientras tanto, **las mujeres utilizan internet con fines educativos** como buscar páginas web de estudios, leer noticias y buscar textos en línea.

El uso distinto que se le da la tecnología habla sobre la falta de oportunidades que tienen las mujeres para acceder a ella, ya sea por habitar en una zona geográfica determinada, por el nivel educativo, económico, o por falta de conocimiento en torno a su uso. Estas barreras impiden la adopción de las TICs como parte del inicio y el crecimiento de negocios bajo una visión innovadora y automatizada en el emprendimiento que podría impulsar el desarrollo de las mipymes en el país.

Según el estudio Desarrollo Digital de las Pequeñas Empresas 2020, en México la digitalización de las empresas generará hasta 65 mil millones de dólares en el Producto Interno Bruto (PIB) en 2024. Si las mipymes se profesionalizaran y se integrara la tecnología al desarrollo de sus negocios, la economía de México podría observar un incremento acumulado en el PIB de 5.5% durante los próximos cinco años, una tasa de crecimiento 42% más rápida que la actual.⁵⁰

3.5 Miedo al riesgo o al fracaso

Las mujeres tienen una mayor aversión al riesgo. Múltiples estudios recopilados por la Organización Internacional del Trabajo y el Foro Económico Mundial señalan que, en ámbitos financieros, las mujeres suelen ser más precavidas a la hora de tomar decisiones con cierto nivel de riesgo, lo que indica un mayor temor al fracaso. Si bien esto puede tener ventajas para las finanzas de un negocio, también pueden ser un impedimento al momento de solicitar financiamiento externo.⁵¹ Ese también es un obstáculo para el emprendimiento. De acuerdo con datos del GEM, **30% de las emprendedoras asegura tener miedo a equivocarse.** Esto puede provocar que las mujeres decidan quedarse en nichos más tradicionales, innovar poco o, incluso, abstenerse de iniciar un negocio propio.

Al estar al frente de una empresa, la toma de decisiones es fundamental para asegurar la estabilidad del negocio y mantener sus finanzas sanas. La aversión al riesgo puede ser una ventaja adquirida por

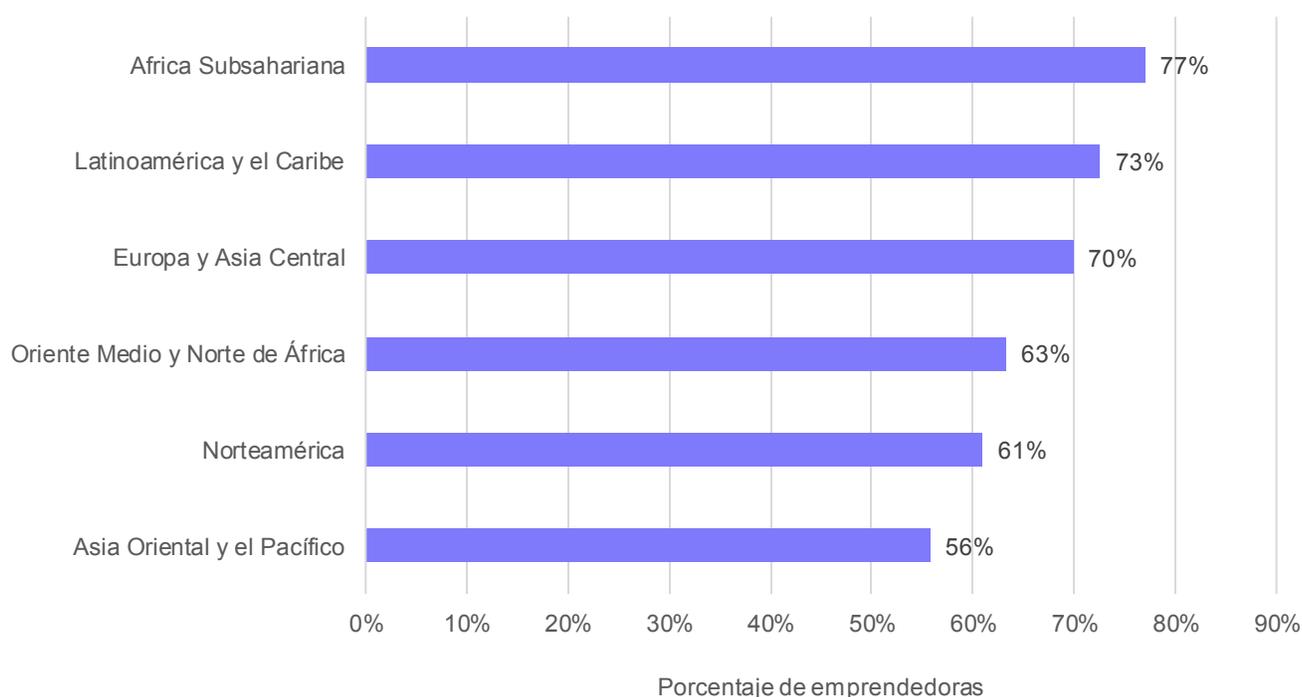
⁵⁰ Eréndira Reyes, "En México, digitalizar a las pymes puede sumar 65,000 mdd al PIB para 2024", *Expansión*, (2020), <https://expansion.mx/tecnologia/2020/09/18/digitalizar-a-las-pymes-puede-sumar-65-000-mdd-al-pib-2024> (Consultado el 20/05/2021).

⁵¹ OIT, *Panorama temático Laboral. Mujeres en el mundo del trabajo*, (2019), https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/americas/-/ro-lima/documents/publication/wcms_715183.pdf y WEF, "Cómo cerrar las brechas de género en el capital de riesgo", (2020), <https://es.weforum.org/agenda/2020/08/como-cerrar-la-brecha-de-genero-en-el-capital-de-riesgo/>

las mujeres en comparación con los hombres, aunque esta aseveración no necesariamente es redituable al momento de emprender un negocio.

La percepción de fracaso es el resultado de múltiples preocupaciones sobre las consecuencias de que una empresa no tenga éxito, por ejemplo, sociales (¿qué dirán los demás?), económica (¿cuánto dinero perderé?), y/o familiar (¿cómo cuidaré de mi familia?). El miedo al fracaso puede estar relacionado con el costo de oportunidad de seguir adelante, especialmente si hay otras posibilidades de empleo.⁵²

Gráfica 17. Porcentaje de emprendedoras que no se dejan intimidar por miedo al fracaso



Fuente: Elaborado por el IMCO con información del GEM 2018-2019

En comparación con las mujeres, los hombres son 10% menos propensos a dejarse disuadir por el miedo al fracaso. Como se observa en la gráfica 17, en todas las regiones del mundo los hombres tienen una respuesta más positiva en torno al fracaso que ellas, lo que podría ayudarlos a asumir más riesgos en torno a la apertura de una empresa y con ello, impulsarlos a innovar.

Lo anterior se suma a la **falta de confianza** que tienen las mujeres para iniciar o hacer crecer sus negocios, así como de la falta de **contactos, alianzas y mentorías** para guiar sus decisiones y estar seguras de los retos que asumen.

⁵² GEM, *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report*, (2019).

Las redes de contactos suelen ser más pequeñas y menos diversas entre las emprendedoras, lo que coloca a las mujeres en desventaja. Formar parte de programas para el desarrollo de habilidades que las hagan sentir más seguras con sus decisiones, así como el acompañamiento de mentoras, aumentaría la probabilidad de que las mujeres incursionen en sectores con mayor rentabilidad.

4. IMCO Propone

El emprendimiento es una opción para impulsar la participación de más mujeres en la economía. Sin embargo, promover que este suceda en la formalidad es una vía para que más mujeres tengan mayor certidumbre sobre sus ingresos, así como para fomentar el crecimiento económico del país a través de negocios más productivos.

Por ello, es necesario generar acciones desde los distintos sectores que permitan hacer frente a las barreras identificadas anteriormente, bajo una perspectiva de género. Para lograrlo, el IMCO Propone:



Transparentar y concentrar todos los procesos a nivel local para registrar y operar una empresa. Asegurar que la información sobre la documentación, costos, tiempos y requisitos para operar una empresa en cada entidad federativa estén disponibles para la ciudadanía - independientemente del municipio donde se encuentren-, podría ser un primer paso que significaría un ahorro de recursos económicos y humanos, tanto para emprendedoras como para los institutos del emprendimiento o secretarías de economía locales.

Esto se podría lograr a través de una **plataforma electrónica donde se puedan automatizar y simplificar los procesos** haciendo uso de la tecnología. De esta forma, es posible que más mujeres decidan formalizar su empresa, ya que la percepción del proceso administrativo sería de mayor rapidez, facilidad y transparencia, lo cual, a su vez, reduciría los costos de la formalidad y cerraría oportunidades de extorsión por parte de las autoridades.

Las economías que obtienen las mejores puntuaciones en cuanto a la facilidad para hacer negocios comparten características comunes, por ejemplo, el uso generalizado de sistemas electrónicos, procesos de constitución de empresas en línea, plataformas de declaración de impuestos electrónicas y trámites en línea relacionados a la obtención de permisos de construcción.⁵³

Asimismo, es posible **generar incentivos para quienes decidan registrar su empresa.** Estos beneficios podrían incluir el acceso a nuevos mercados con empresas que también estén legalmente constituidas a través de una plataforma única donde se den a conocer sus servicios y, lo que es más importante, opciones exclusivas de acceso a financiamiento para aquellas empresas formales.

⁵³ Banco Mundial, *Women Entrepreneurs in Mexico: Breaking Sectoral Segmentation and Increasing Profits*, (2020).

En 2020, Nueva Zelanda fue calificado como el mejor país para abrir una empresa. Esto se debe a que su proceso para formalizarse se realiza a través de internet y consta de la elección del nombre, una estructura registrada en el sitio web de la Oficina de Empresas y el otorgamiento de un Número de Negocio de Nueva Zelanda.⁵⁴



Concentrar la información básica de los pasos a seguir para formalizarse. Mantener un registro de procesos y pasos que una emprendedora debe seguir para empezar su negocio podría ser una herramienta útil para impulsar su formalización con base en sus necesidades y sectores. Esta debería contener información relacionada con la constitución de una empresa, qué tipo de regímenes impositivos hay, **conceptos básicos** de contabilidad y finanzas, así como una lista de entidades que ofrecen **financiamiento** a mipymes. Con ello, se pueden crear programas enfocados en ciertas áreas o sectores para incentivar la formación y generación de talento femenino en el nuevo mercado de trabajo.

Asimismo, esta **guía** sería un recurso vivo cuya actualización debería ser constante en la medida que surjan nuevas oportunidades de apoyo a mujeres emprendedoras. Respecto a su elaboración, es posible que deba ser coordinado por la UDP en conjunto con organizaciones, instituciones financieras, dependencias del gobierno y aceleradoras de empresas, a la vez que se generan incentivos como descuentos en algunos trámites para su formalización, **acompañamiento para quienes decidan formalizarse**, acceso a una red de emprendedoras con quienes puedan compartir buenas prácticas implementadas en sus negocios y asesoramiento legal.



Promover que más emprendedoras se sumen a las capacitaciones y asesorías que ofrece la Unidad de Desarrollo Productivo. La UDP creó el Padrón de Desarrolladoras de Capacidades Empresariales conformado por organizaciones, empresas e instituciones académicas que cuentan con experiencia probada en la materia y se ubican en distintas entidades del país. Su objetivo es brindar acompañamiento y asistencia técnica a mipymes en temas como administración, finanzas, comercialización, responsabilidad social, habilidades blandas y procesos.⁵⁵ Dado que existe registro y vigilancia de las entidades desarrolladoras de capacidades, es necesario aprovechar estos recursos y **fortalecer la comunicación con las secretarías de economía estatales** a fin de promover que, por un lado, se sumen más organizaciones con capacidad operativa y conocimientos específicos en el desarrollo de negocios, y a su vez, se incentive la participación de más mujeres emprendedoras.

⁵⁴ BizlatinHub, “Estableciendo un negocio en Nueva Zelanda”, (2019), <https://www.bizlatinhub.com/es/establecier-negocio-nueva-zelanda/> (Consultado el 05/06/2021).

⁵⁵ Secretaría de Economía, “Padrón de Desarrolladoras de Capacidades Empresariales - PADCE”, (2019), <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/desarrollo-productivo-padce> (Consultado el 05/06/2021).

Es posible que la UDP incluya entre sus capacitaciones, asesoramiento en el uso de nuevas tecnologías y aprovechamiento de la información para el análisis de su negocio, a fin de cerrar la brecha digital entre las emprendedoras. Un ejemplo de esta iniciativa enfocada en habilidades tecnológicas podría ser lo que hace el BID con la *startup* Chicas en Tecnología, la cual ofrece programas para desarrollar habilidades digitales para mujeres jóvenes en Argentina, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay.⁵⁶

Asimismo, se pueden **aprovechar los proyectos de capacitación para mujeres** emprendedoras mediante un trabajo en conjunto entre la UDP y la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef). De esta forma más mujeres pueden aprovechar las acciones de ambas dependencias para acceder a sesiones de capacitación, talleres y guías sobre servicios financieros y procurar el intercambio de experiencias y conocimientos con otras comunidades e instituciones.

⁵⁶ BID, *La gran oportunidad. De la crisis a la transformación del empleo femenino*, (2021), <http://dx.doi.org/10.18235/0003222>

