

Mejores prácticas
de **MUJERES** que
han accedido con *éxito* al
SISTEMA FINANCIERO
en ciudades intermedias

Informe ejecutivo

Creado por

Rose Grant
GRANTS FOR WOMEN

En colaboración con



Financiado por



Aliados



Resumen

El propósito del informe es dar a conocer las mejores prácticas de mujeres que han ingresado exitosamente al sistema financiero en ciudades medianas. Estas prácticas están divididas en estadísticas de las empresarias y sus negocios, patrones de lenguaje y comportamiento para el acceso y la gestión del financiamiento, así como buenas prácticas que ellas recomiendan. La información reunida sirvió para diseñar una herramienta educativa titulada “Mi guía de acceso al financiamiento”, la cual sirvió para difundir la información a partir de talleres. Finalmente, la guía se valoró utilizando el *Net*

Promote Score (NPS), así como opiniones y sugerencias de mejora. La investigación ofrece una comprensión de los procesos de acceso a financiamiento de mujeres que viven alejadas de las principales capitales del país, es la primera investigación acerca de los patrones de lenguaje y comportamiento de estas empresarias, e incluye una guía con recomendaciones prácticas, a partir de sus experiencias. Es la primera investigación acerca de los patrones de lenguaje y comportamiento para conocer la estructura y flexibilidad de las dueñas de negocios inciertos.

Mejores prácticas de mujeres que han accedido con éxito al sistema financiero en ciudades intermedias© 2024

por **Rose Grant** en colaboración con **CINDEHU** financiado por el **Gobierno de Canadá** con el apoyo de **ANDE** está licenciada bajo CC BY-NC-SA 4.0. 

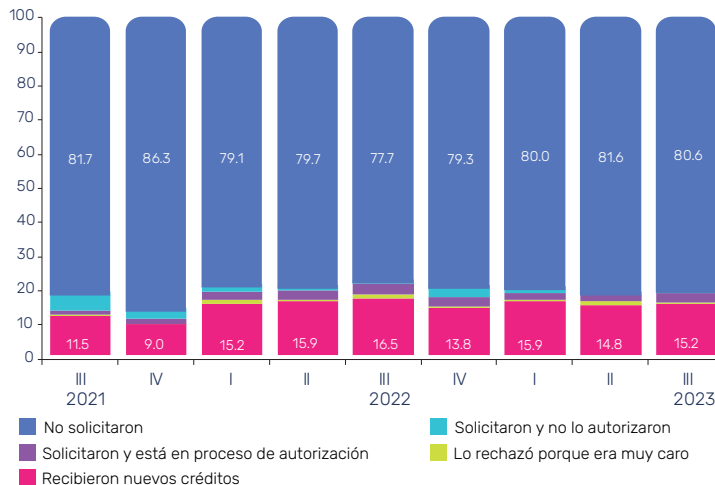
Para ver una copia de esta licencia, visita <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Introducción

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) del INEGI, la inclusión financiera se define como *el acceso y uso de servicios financieros formales bajo una regulación apropiada que garantice esquemas de protección al consumidor y promueva la educación financiera*¹.

A partir de esta definición, se buscó información acerca de las empresas mexicanas lideradas por mujeres que acceden a financiamientos formales. Se identificó que el Banco de México entrevistó a 653 empresas para conocer sus principales fuentes de financiamiento, encontrando que *las dos más utilizadas* fueron los proveedores (58.1%) y la banca comercial (29.3%). En lo que respecta al crédito bancario se encuentra una diferencia de solicitud de créditos a partir del tamaño de la empresa, pues solo un 35.5% de éstas con menos de 100 empleados solicitaron el crédito, en comparación con el 42.4% de empresas con más de 100 empleados que utilizan esta fuente de financiamiento. Sin embargo, este organismo informa que la gran mayoría de las empresas no solicita un crédito bancario.

Estructura de las Solicitudes de Crédito Bancario Por ciento total de las empresas



FUENTE: BANXICO, 2023, p. 5.

Sin embargo, las empresas de hasta 100 empleados que utilizaron nuevos créditos bancarios *perciben como algo positivo* las condiciones más accesibles en términos de plazos y de los montos ofrecidos. Por otro lado, observan como *menos favorable* la resolución del crédito, las condiciones para refinanciar los créditos, los requerimientos de colateral, así como otros requisitos solicitados por la banca.

Estas empresas también mencionaron que los principales *factores limitantes para utilizar créditos bancarios* son las tasas de interés, la situación económica general, las condiciones de acceso al crédito bancario, los montos exigidos como colateral, el acceso a apoyo público, las ventas y la rentabilidad de la empresa, la capitalización de la empresa, la disposición de los bancos a otorgar el crédito, las dificultades para el pago del servicio de la deuda bancaria vigente,

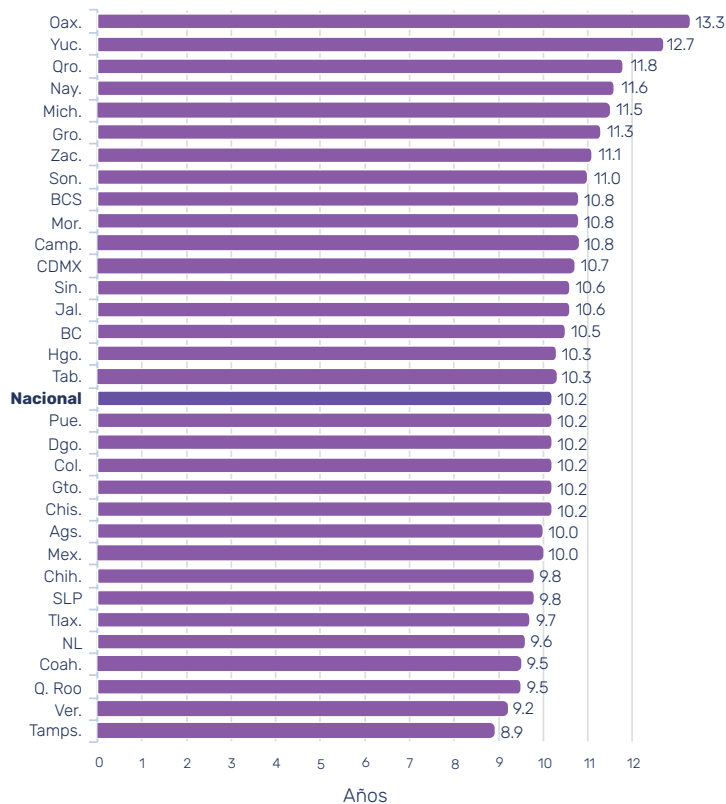
¹ INEGI (2021). Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF). Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enif/2021/doc/enif_2021_resultados.pdf

y la historia crediticia de la empresa. Finalmente, las empresas identificaron que los **principales problemas** que enfrentan son las ventas, la competencia, la disponibilidad de mano de obra, la inseguridad, el marco regulatorio y tributario, y los costos de producción.²

Esta información es valiosa porque brinda aspectos medulares para la solicitud y gestión de los financiamientos. Sin embargo, únicamente ofrece información a partir del tamaño de la empresa, uniéndola a las MiPYMES en un solo grupo y a las grandes empresas en otro. También se observa que carece de una distribución por líder empresarial y, por lo tanto, se desconoce cuántas empresas son lideradas por mujeres.

Por su parte, el INEGI informa en la *Demografía de los Negocios* que mientras más edad tiene un negocio, su probabilidad de muerte va disminuyendo.³ Por lo tanto, la esperanza de vida de un negocio a nivel nacional es de 8.4 años, y los estados con mayor esperanza de vida son Oaxaca, con 11.4 años y Yucatán, con 10.7 años. Por el contrario, los estados con menor esperanza de vida son Tamaulipas, con 7.2 años y Veracruz, con 7.4.

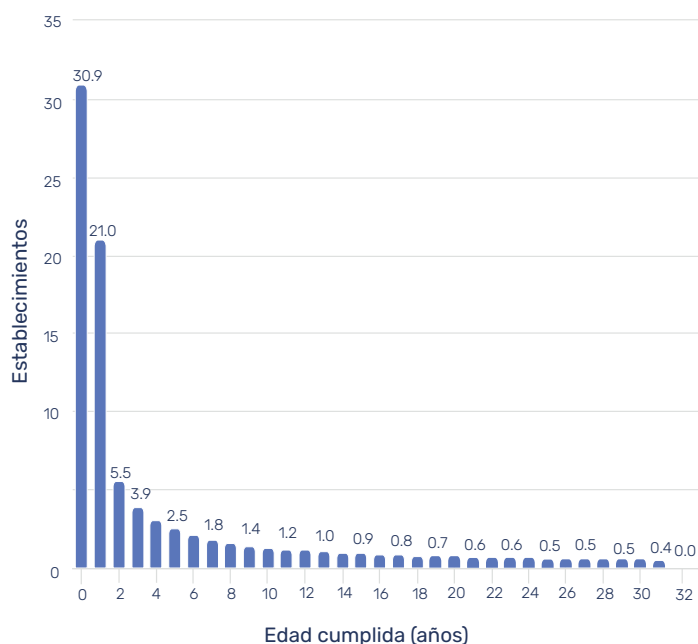
Esperanza de vida de los establecimientos al cumplir 5 años de vida por entidad federativa 2019



FUENTE: INEGI. Demografía de los Negocios 1989-2019

En cuanto a la mortalidad de los negocios, el INEGI informa que por cada 100 establecimientos, 52 mueren antes de cumplir los 2 años.

Número de establecimientos que mueren, por cada 100, antes de cumplir cierta edad 2019



FUENTE: INEGI

2 BANXICO (2023, noviembre). *Evolución del Financiamiento a las Empresas durante el Trimestre Julio – Septiembre de 2023* [Comunicado de prensa]. Recuperado de <https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/evolucion-trimestral-del-financiamiento-a-las-empr/%7B27247792-BCCE-D477-C962-44F1BBFCF1CC%7D.pdf>

3 A menos que se indique lo contrario, toda la información del INEGI parte de la siguiente referencia: INEGI (2023). *Demografía de los negocios* [página web]. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/temas/dn/>

La imagen precedente nos permite observar que la medición de la vida de los negocios se realiza de manera bianual, pues estos cortes temporales ofrecen una mayor precisión de las dinámicas de los negocios en México. Sin embargo, no se encontró información acerca de las mujeres que lideran los negocios.

Sin embargo, se encontró otro reporte titulado “Informe de emprendimiento e inversión con lente de género en México” (Entrepreneurship and investment report with a gender lens in Mexico), liderado por Girls Who Venture en colaboración con Pro Mujer, Fémina Oaxaca y Sikanda. Su objetivo fue estudiar el panorama empresarial y de inversión en México, a partir de las políticas y leyes en materia de género, las intervenciones recomendadas y los cambios sistémicos necesarios para fomentar un entorno propicio para las inversiones empresariales. A su vez, brinda recomendaciones prácticas para el ecosistemas a través de análisis de datos y entrevistas con expertas.⁴

Este informe reporta la síntesis de una investigación realizada por Fémina en Oaxaca durante el último trimestre de 2022, donde se recopilaron datos sociodemográficos de las mujeres emprendedoras y dueñas de negocios en esa ciudad. Se entrevistó a 100 mujeres de entre 30 y 40 años, encontrando que el 52% estaba casada o en unión libre; a pesar de que el 80% tenía hijos, sólo el 24% tenía acceso a servicios de guardería. También se reportó que todas las mujeres trabajan más de 40 horas a la semana y además invierten más de 20 horas

4 A menos que se indique lo contrario, toda la información parte de la siguiente referencia: Girls Who Venture (2023). Entrepreneurship and investment report with a gender lens in Mexico. Recuperado de https://drive.google.com/file/d/1LGLI21PKSokGhVecmzxmvXo_g_iy40Q00/view?usp=drive_link

semanales en tareas del hogar, a pesar de que el 84% de ellas tiene el apoyo de su familia y dividen las labores del hogar. De igual manera llama la atención saber que más del 50% del ingreso en sus hogares proviene de sus negocios.

El estudio también identificó que el 72% había finalizado la licenciatura, el 48% reportó que sus ingresos mensuales aproximados son de 20 mil pesos mexicanos, el 62% afirmó tener competencia en el uso del teléfono celular, el 100% tenía acceso a internet, el 64% participa en programas de ahorro formales o informales. El 64% recibió algún tipo de formación en negocios, el 88% de los negocios cuenta con nombre comercial y realiza publicidad en redes sociales, el 48% vende sus productos y servicios de forma virtual, un 16% de puerta en puerta y 24% tiene un establecimiento rentado. Llama la atención saber que, de las 100 mujeres entrevistadas, sólo el 20% había accedido a financiamiento. Sin embargo, el 44% paga impuestos y emite facturas y realiza sus operaciones en efectivo o transferencias bancarias, además, el 68% de las empresarias ha instalado en su celular aplicaciones relacionadas con los negocios.

A pesar de que la mayoría de las entrevistadas se siente segura al tomar decisiones relacionadas con sus negocios, el grado de confianza varía. De igual manera es interesante notar que solo el 32% de ellas pertenece a alguna red empresarial exclusivamente femenina, aunque el 82% cree que puede contar con otras mujeres para obtener recomendaciones y otras formas de apoyo. Por otro lado, las necesidades frecuentes para el crecimiento de sus negocios son mayor exposición, más clientes, más ventas, mayor disponibilidad de tiempo, así como más financiamientos. De igual manera expresaron que los talleres que más

desean son de marketing, contabilidad, servicio al cliente y desarrollo humano.

Esta información de Fémina es reveladora, pues ofrece información reciente acerca de las empresas lideradas por mujeres en un estado del territorio mexicano. Se puede advertir que es imprescindible realizar estudios con perspectiva de género, pues los retos que enfrentan las dueñas de negocios es cualitativamente distinto a los de sus pares masculinos. Sin embargo, también es necesario mostrar que el estudio solo se enfoca en una ciudad mediana de México, lo que impide tener una idea global del fenómeno a nivel nacional.

A partir de estas problemáticas surge la siguiente interrogante: ¿cómo son las prácticas de las emprendedoras y empresarias que han ingresado exitosamente al sistema financiero en ciudades medianas?

Objetivo

Conocer las mejores prácticas de mujeres emprendedoras y empresarias que han ingresado exitosamente al sistema financiero en ciudades medianas.

Método

Se recopiló información de 85 mujeres emprendedoras y empresarias que accedieron a servicios financieros formales de 16 estados de la república mexicana, de noviembre de 2023 a febrero de 2024. Se diseñó un cuestionario para conocer aspectos estadísticos de las mujeres, sus negocios, tipo y monto del financiamiento, así como sus *patrones de lenguaje y comportamiento*⁵ para el acceso y gestión de éste en sus negocios, así como las buenas prácticas que ellas recomiendan.

A partir de la información compartida por las emprendedoras y empresarias se diseñó una guía para futuras mujeres que deseen acceder a un financiamiento, y esta herramienta se validó con la impartición de nueve talleres y la valoración de los asistentes, a partir del *Net Promoter Score* (NPS). De igual forma se diseminaron los resultados en webinars, conferencias, ruedas de prensa y campañas de redes sociales.

Alcance de la investigación

La comprensión de las mejores prácticas de las mujeres que han accedido a financiamientos formales, es el primer paso que permite establecer acciones para la inclusión financiera de otras emprendedoras y empresarias que desean acceder a estos productos, pero desconocen los procedimientos medulares. También será de utilidad para los diversos actores que forman parte del ecosistema de la inclusión financiera, pues conocerán cómo son las prácticas y retos de estas mujeres en las ciudades medianas.

⁵ Para el desarrollo de la herramienta que analizó los patrones de lenguaje y comportamiento se tomó como referencia a: Charvet, Shelle (2023). *Palabras que Cambian Mentes: Los 14 Patrones de la Maestría del Lenguaje de Influencia*. México: Institute for Influence.

Resultados

Los hallazgos se dividen en aspectos estadísticos de las mujeres, sus empresas, los financiamientos obtenidos, su educación financiera, los patrones de lenguaje y comportamiento relacionados con el acceso y la gestión del financiamiento, así como recomendaciones de las mujeres entrevistadas. Cabe destacar que el principal hallazgo radica en el hecho de que las prácticas varían de acuerdo con el monto del financiamiento obtenido. Por ese motivo, se presentarán los resultados desagregados a partir de este indicador.

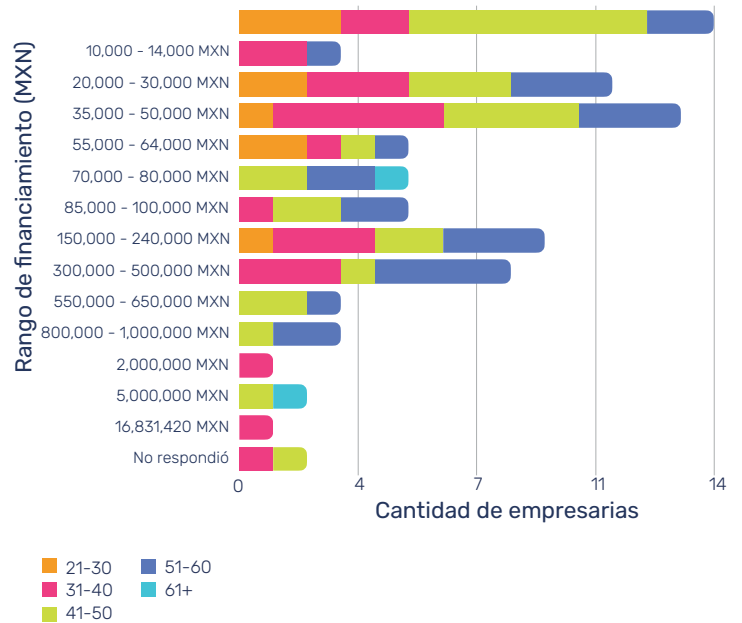
Mujeres empresarias de ciudades medianas

Se obtuvo información de 16 estados medianos, resaltando un mayor número de respuestas de Oaxaca y Yucatán.



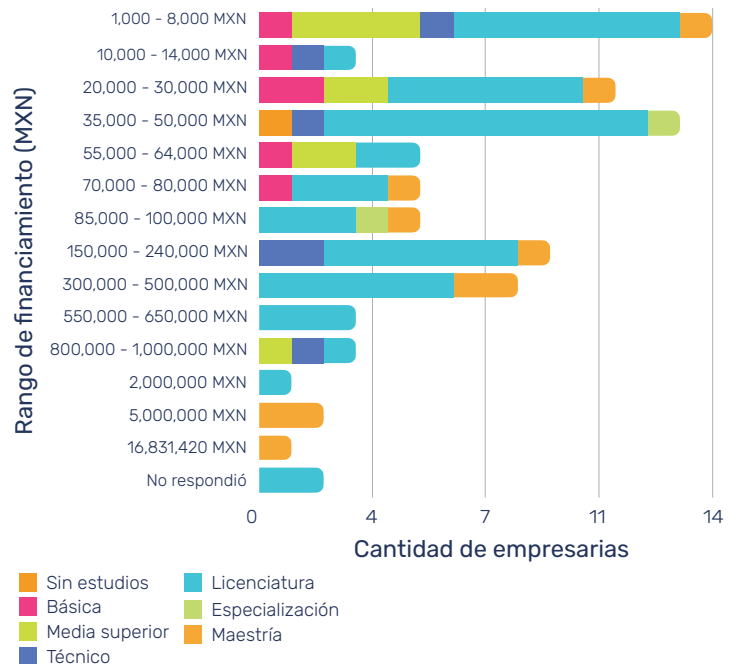
Las mujeres adultas son quienes mayormente solicitaron financiamiento para sus emprendimientos y empresas.

Edad conforme rango de financiamiento



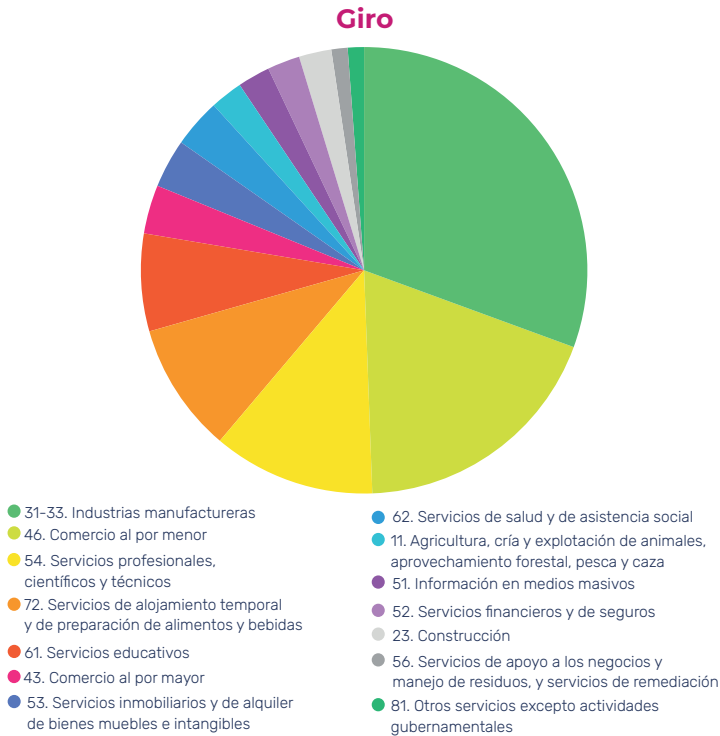
La mayoría de las mujeres tiene un negocio que no está relacionado con sus estudios. También llama la atención la existencia de mujeres que solo tienen educación básica o media superior y actualmente administran sus emprendimientos.

Nivel de estudios



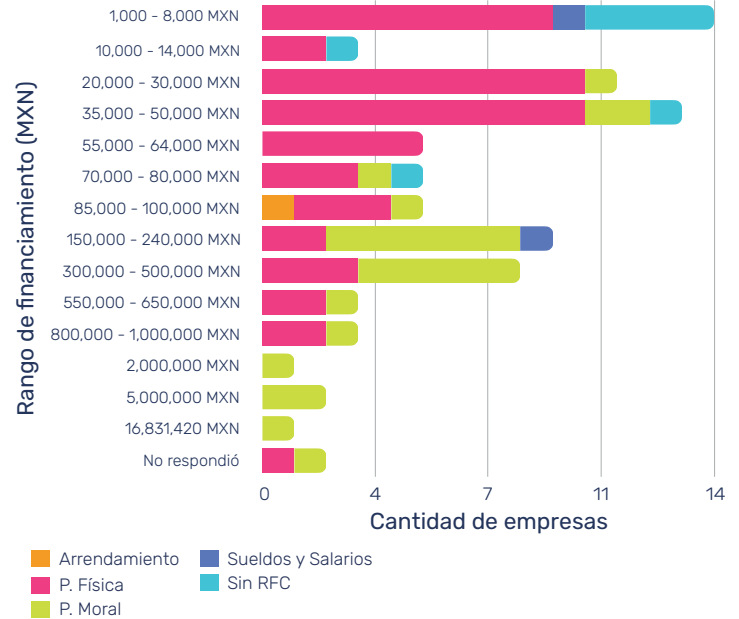
Negocios y emprendimientos

El giro predominante de sus negocios pertenece a la industria manufacturera.



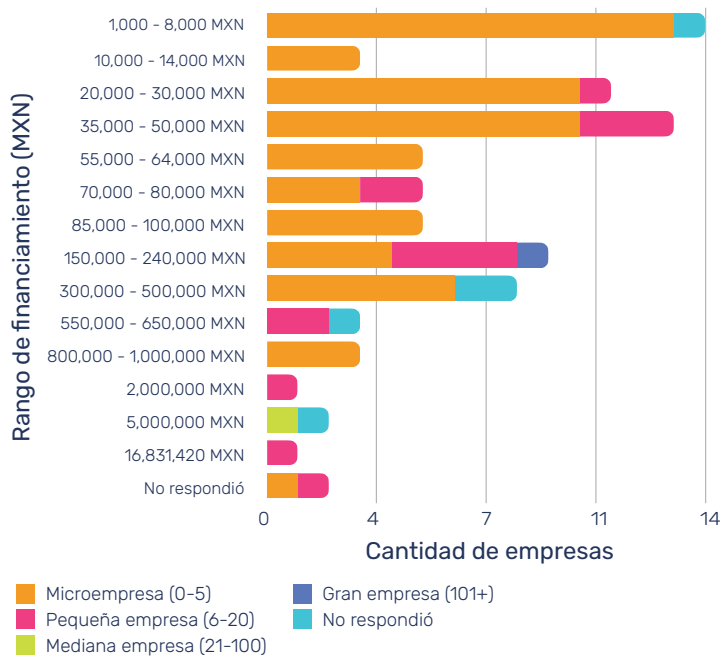
Una amplia mayoría tiene su negocio regulado por las instituciones hacendarias. La mayoría está inscrita en el SAT como persona física con actividad empresarial. Aunque en la gráfica se observa que el régimen de persona moral se encuentra más en los montos mayores.

Régimen fiscal y monto de financiamiento



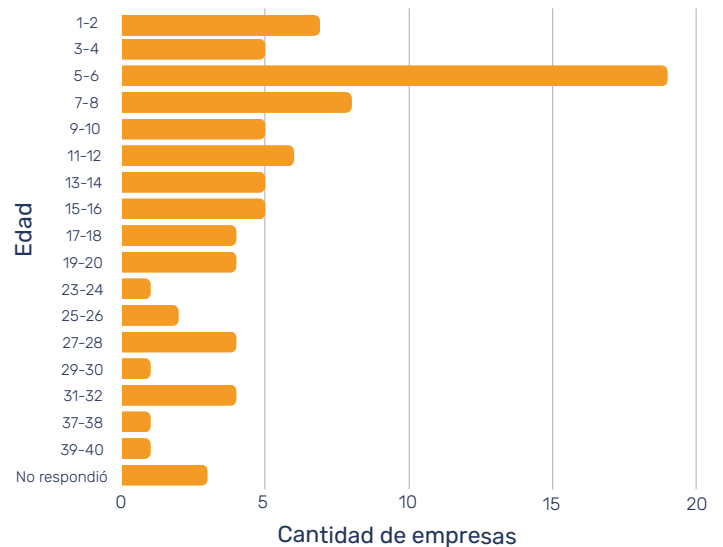
Una amplia mayoría de los negocios es microempresa

Tamaño de la empresa y monto de financiamiento



Destaca que 28 de las 85 mujeres tiene un negocio de 5 años de antigüedad como máximo.

Edad de las empresas

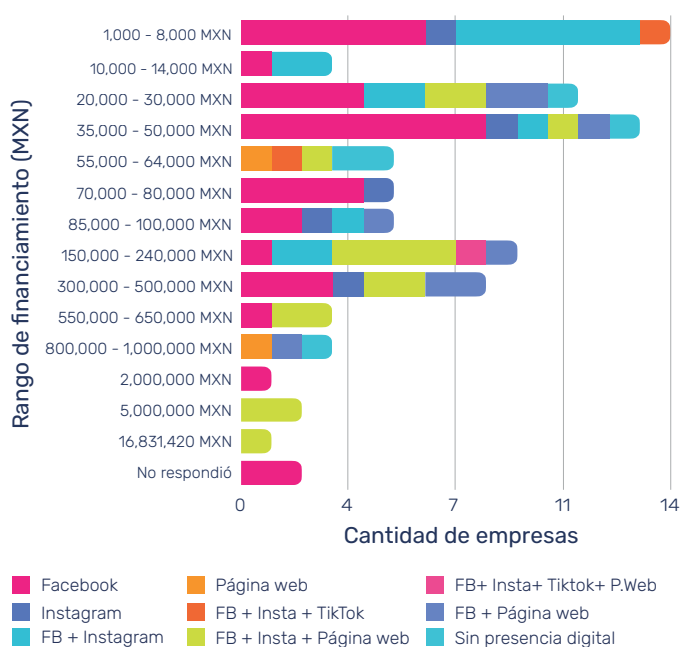


La gran mayoría tiene presencia digital en las redes sociales más conocidas. Cabe resaltar que Facebook se posiciona como la principal red en donde realizan la difusión de sus negocios.

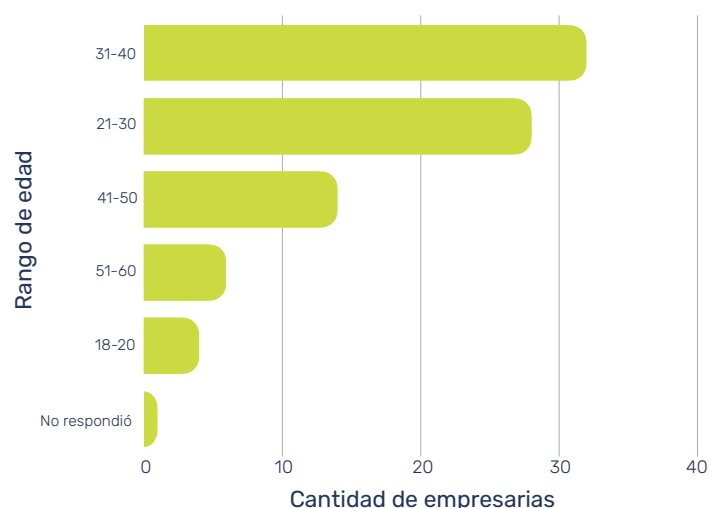
Sobre los financiamientos

La mayoría de las mujeres obtuvo su primer financiamiento entre los 21 y 40 años.

Presencia en redes sociales



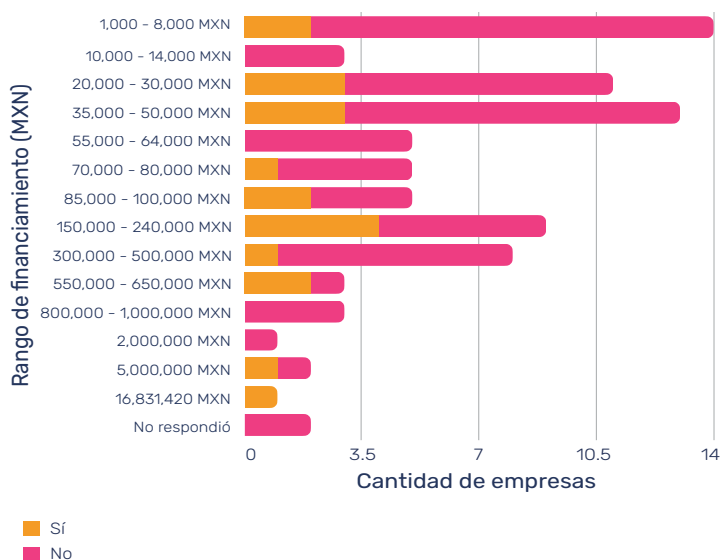
Primer Financiamiento



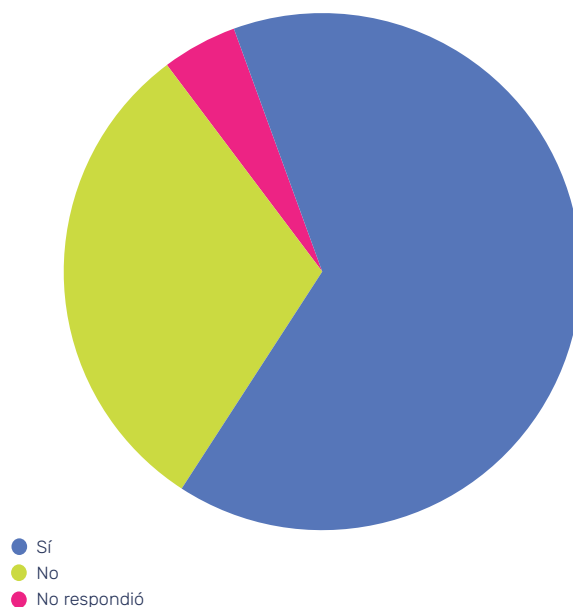
Sin embargo, su presencia en la red social profesional LinkedIn es mucho menor.

Llama la atención que más del 60% de las mujeres ya tenía hijos cuando solicitó su primer financiamiento.

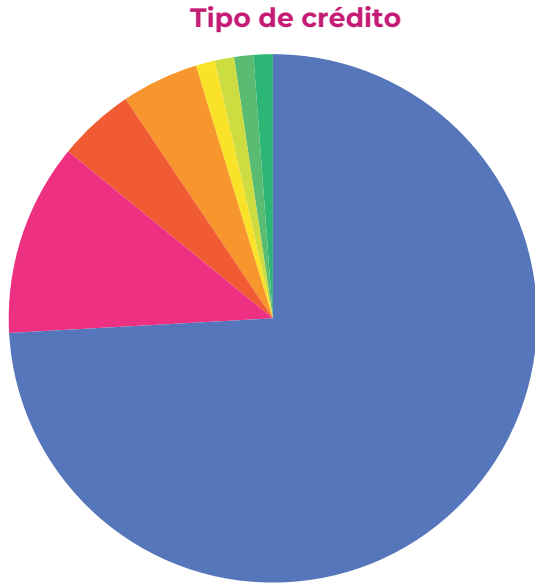
Perfil profesional en LinkedIn



Hijos al solicitar financiamiento

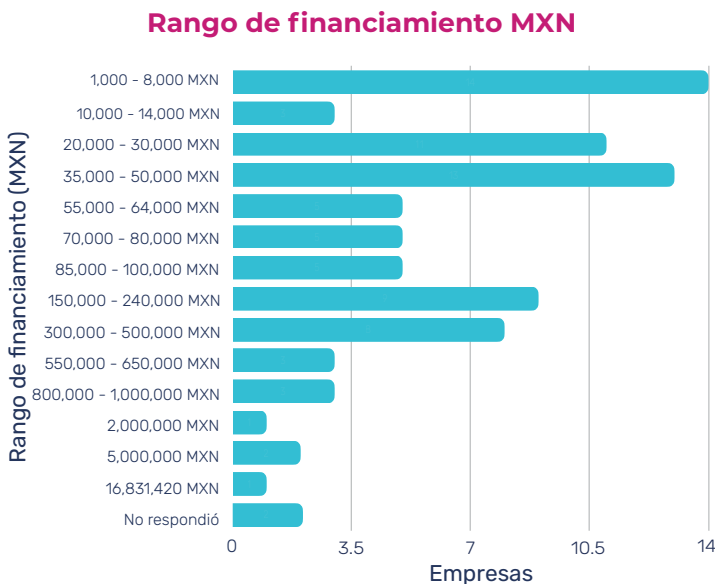


La mayoría tramitó un crédito simple.



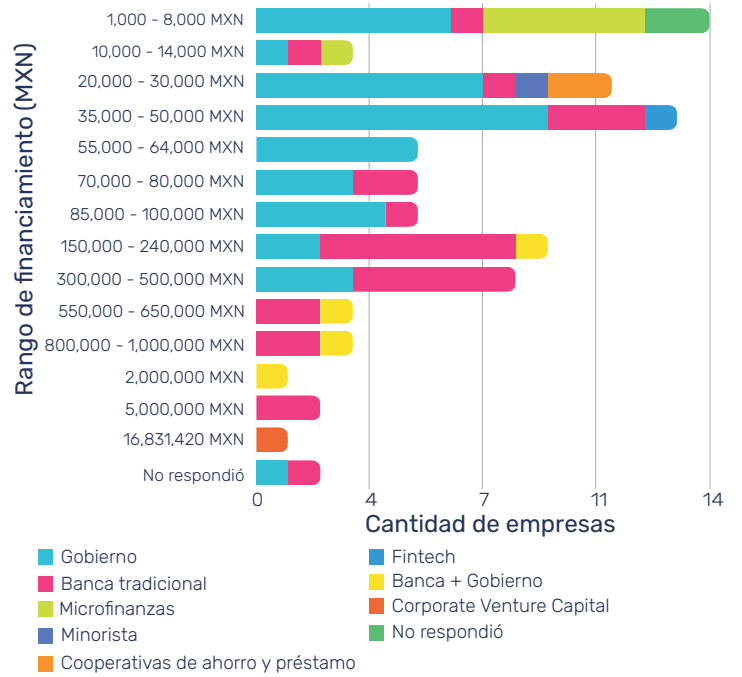
- Crédito simple
- Crédito grupal
- Crédito revolving
- C. Simple + Revolving
- Crédito refaccionario
- Crédito hipotecario
- Equity
- Fideicomiso de riesgo compartido

La cantidad del financiamiento obtenido va desde mil pesos (USD \$50) hasta los dieciséis millones de pesos mexicanos (USD \$1,000,000).



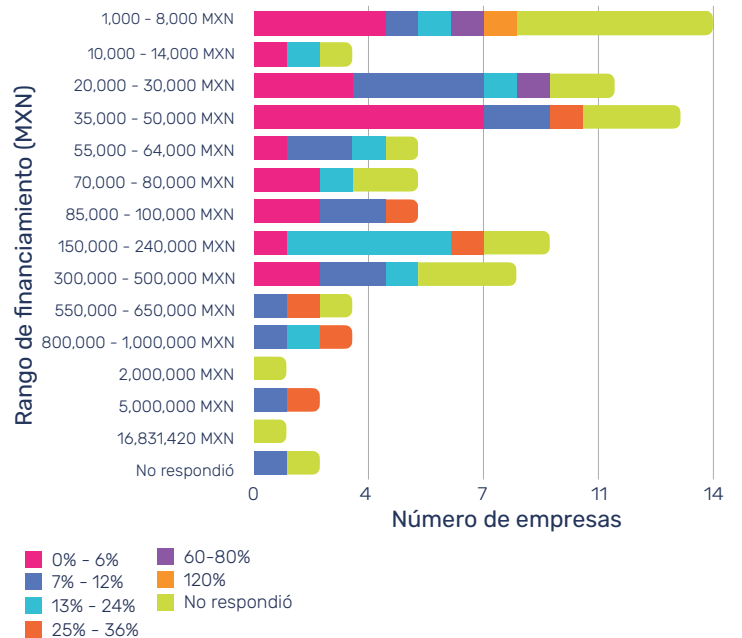
La principal fuente de financiamiento fue el gobierno mexicano, seguido de la banca tradicional.

Institución que otorgó



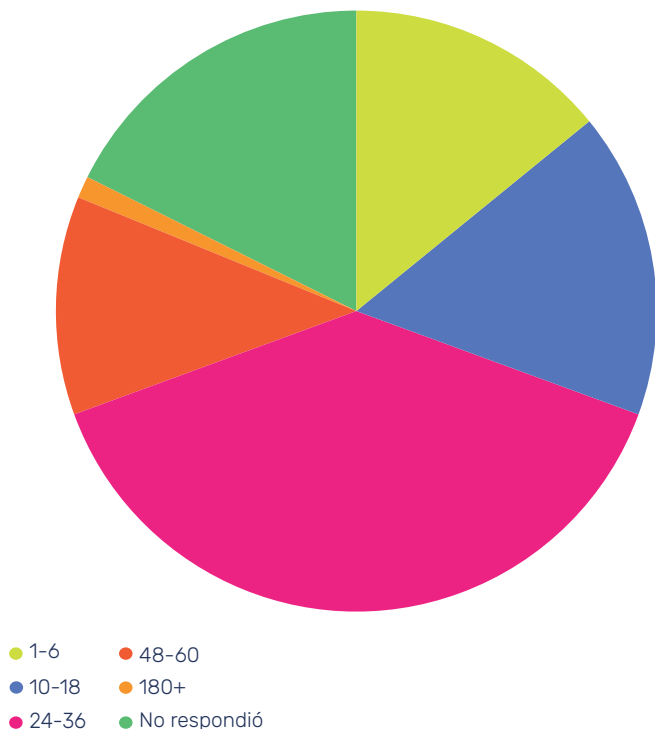
Las tasas anuales del financiamiento varían del 0% al 120%

Tasa de interés anual según rango de financiamiento



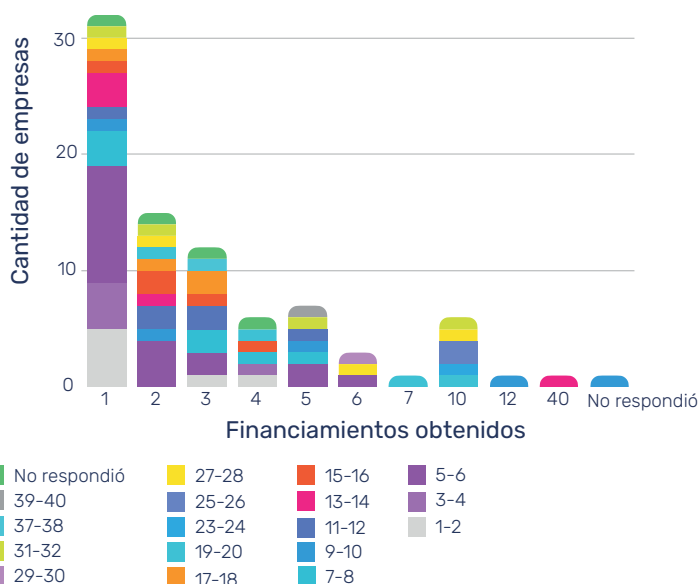
La mayoría de las mujeres pagaron sus financiamientos entre 24 y 36 meses.

Plazo para pagar financiamiento



Casi la tercera parte de las entrevistadas habían recibido un solo financiamiento.

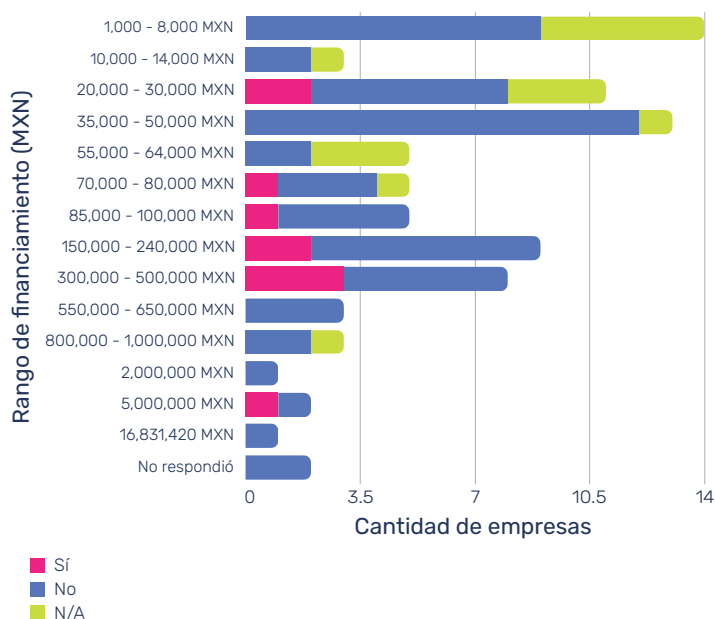
Financiamientos obtenidos según la edad de la empresa (frecuencia bianual)



Educación financiera

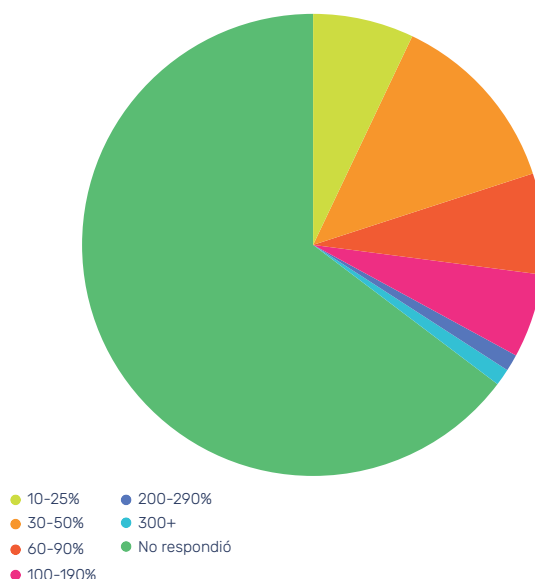
Más del 80% de las mujeres carece de formación en el área contable, ya sea porque estudiaron otra carrera o porque solo tienen educación básica y media superior.

Formación en contabilidad



Esto se refleja en algunas respuestas manifestadas, pues dos terceras partes de las mujeres desconocía el porcentaje de aumento de ventas debido al financiamiento.

Porcentaje de aumento de ventas



Las mujeres manifestaron que una libreta y Excel son las principales herramientas para el seguimiento de su contabilidad.



La mayoría de las entrevistadas no recibió asesoría financiera. Las que sí tuvieron eligieron una consultoría financiera, la incubación de negocios o una red empresarial.

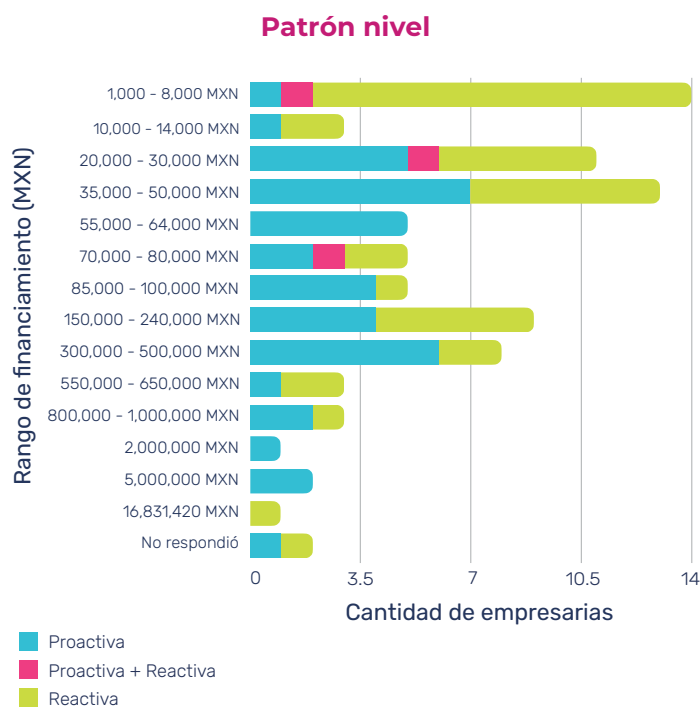


Patrones de lenguaje y comportamiento

Las entrevistas arrojaron información valiosa acerca de un perfil de lenguaje y comportamiento generalizado entre las mujeres que solicitaron el financiamiento, el cual está basado en la programación neurolingüística.

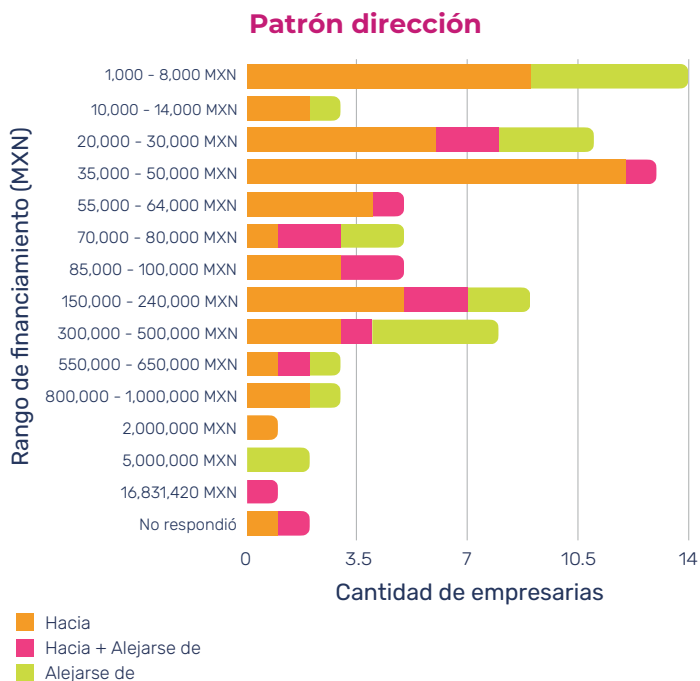
A continuación se describen los aspectos relacionados con la obtención del financiamiento.

Las mujeres mostraron un alto *nivel* de proactividad en la búsqueda de un financiamiento porque estaban dispuestas a asumir la responsabilidad de su gestión.

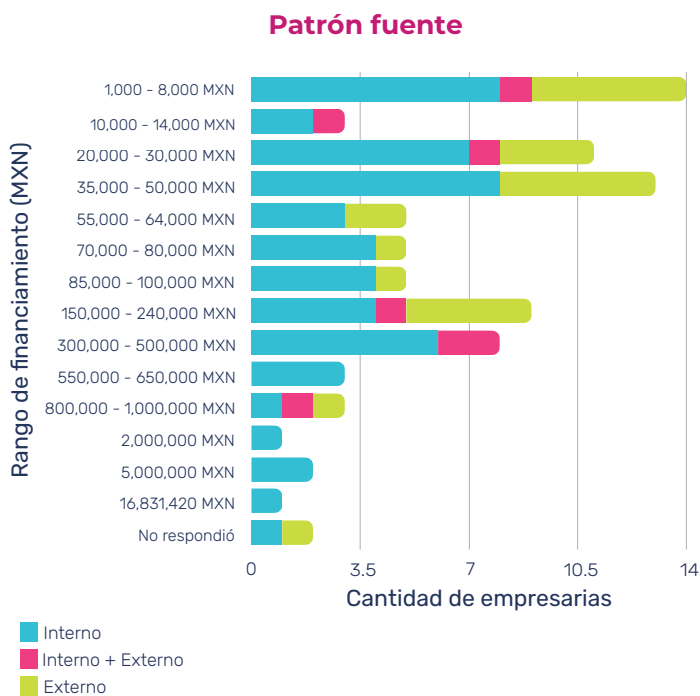


Los principales *valores* relacionados con la solicitud del financiamiento fueron: maximizar operaciones, una tasa de interés baja, cumplir con los pagos y una buena administración del recurso.

La principal **motivación** para obtener el financiamiento fue el deseo de lograr sus objetivos como emprendedoras y empresarias.



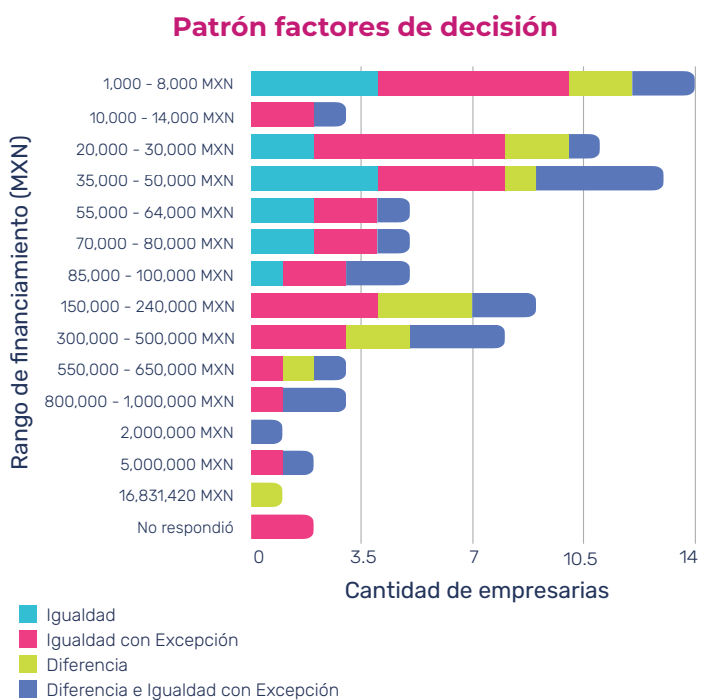
La **fuerza** de esa motivación fue interna, ya que tomaron la decisión de obtener un financiamiento de forma individual.



Las **razones** por las que eligieron sus financiamientos fueron: la explicación que brindó la institución acerca de los pasos a seguir, así como la valoración de que ese producto financiero era la mejor alternativa.

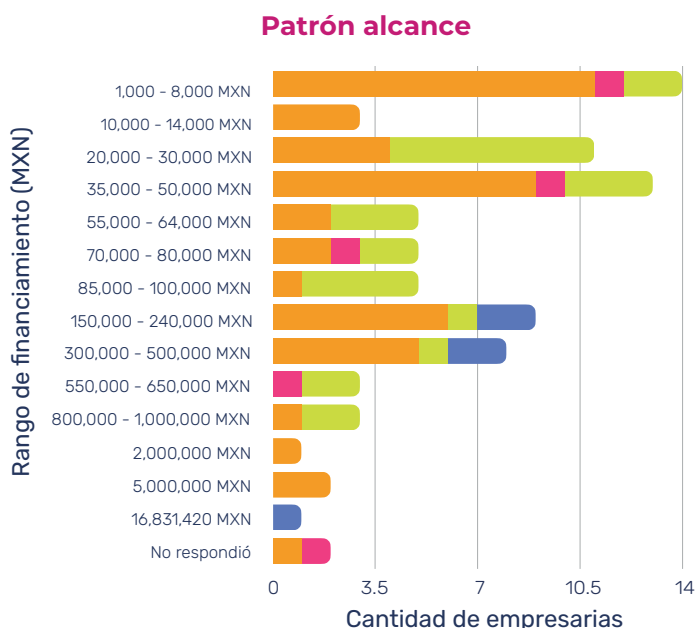


Las mujeres manifestaron que fue **decisiva** la obtención del financiamiento en la mejora de sus negocios porque continuaron con la operación habitual y también hicieron mejoras.



Los aspectos del lenguaje y comportamiento relacionados con la gestión del financiamiento se enlistan a continuación.

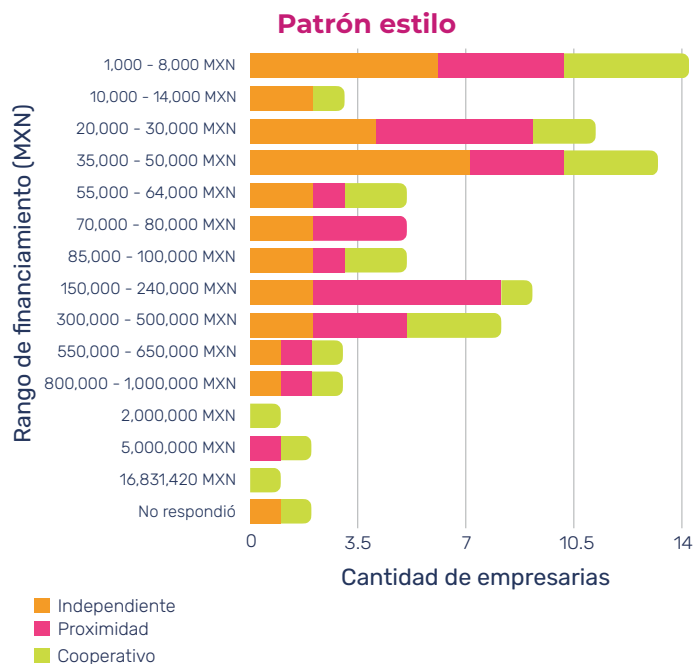
Gestionaron sus cuentas de forma *específica*, porque sabían exactamente cómo administraban el dinero en todos sus aspectos.



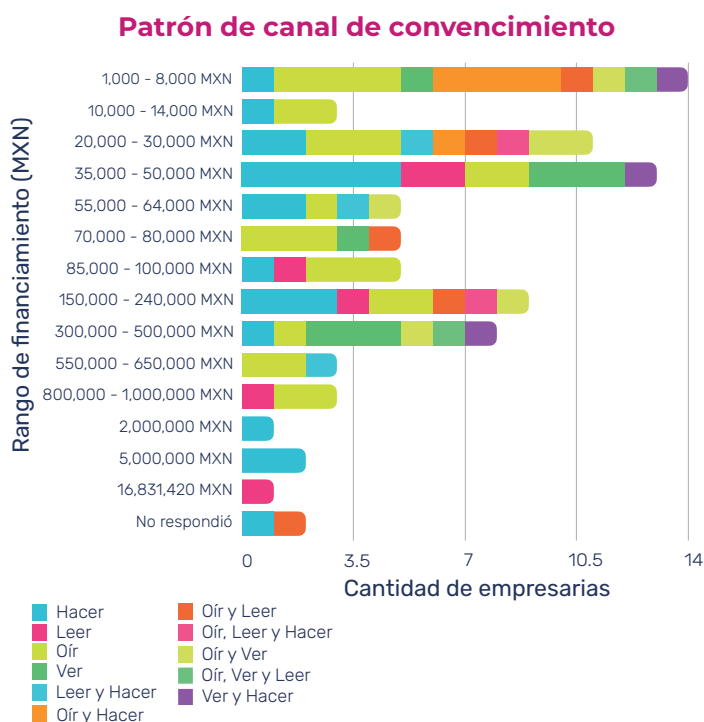
A pesar de existir situaciones de *estrés* durante la gestión del financiamiento, eligieron calmarse para tomar mejores decisiones.



Las mujeres *administraron* mejor sus financiamientos de forma independiente, aunque estuvieron receptivas en los consejos brindados por otros miembros de sus negocios.

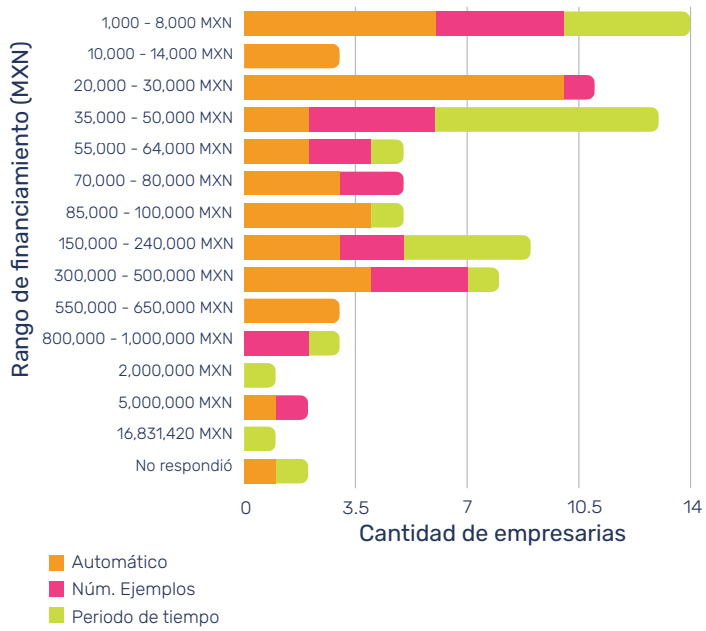


El *canal de convencimiento* para elegir el financiamiento fue ver el testimonio de otras mujeres cercanas que lo habían solicitado previamente, y a partir de ello actuaron en consecuencia.



Por ese motivo, el *medio de convencimiento* fue automático.

Patron medio de convencimiento



Consejos de empresaria a empresaria

Las empresarias brindaron consejos de acceso y gestión del financiamiento a partir de sus experiencias personales. Éstos se clasificaron en cinco ámbitos: preparación psicológica, capacitación en el giro comercial, trámites para la solicitud del financiamiento, educación financiera, y ejemplos de apalancamiento.



Diseño de la guía

La comprensión de las buenas prácticas de emprendedoras y empresarias dio como resultado la creación de una guía. Ésta, junto con los siete talleres impartidos en diversos estados de la república mexicana tuvieron como objetivo difundir la investigación y valorar el contenido didáctico de la herramienta en voz de los participantes.

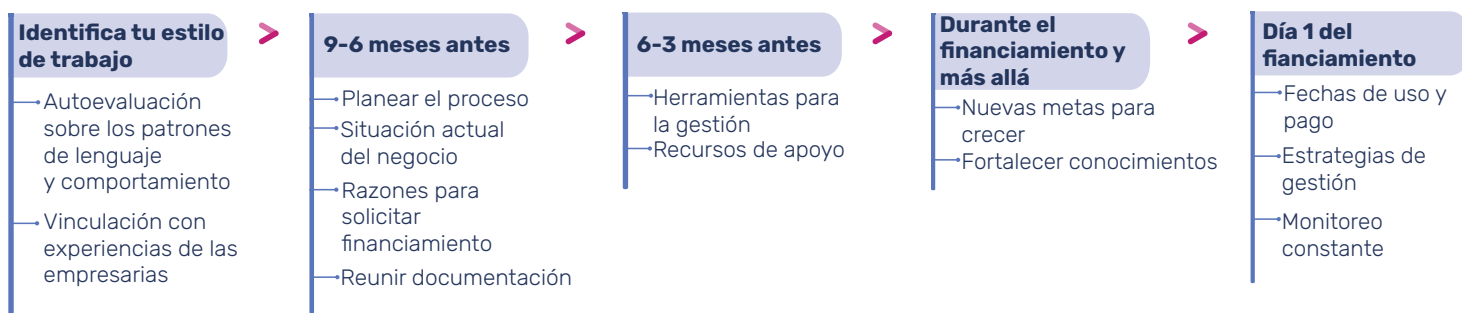


La estructura didáctica de la herramienta se planeó a partir de una línea del tiempo, de tal manera que durante el taller se apoyó a las personas para responder las preguntas, de acuerdo con diversas fases en la conformación de un negocio y la solicitud de financiamiento. Se inició con una autoevaluación de los asistentes, tomando como base el *Perfil de Lenguaje y Comportamiento*. Al finalizar el llenado los grupos socializaron para contrastar sus respuestas con las respuestas de las empresarias entrevistadas en la investigación.

Una vez realizado el diagnóstico individual, iniciaron preguntas para estimar las posibilidades reales de acceder a un financiamiento, considerando los aspectos indispensables

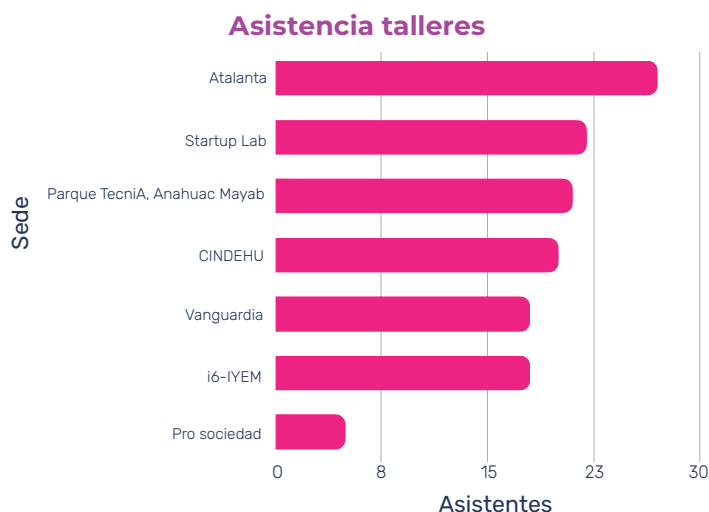
que compartieron las empresarias y que se describieron en secciones anteriores. Durante el taller se sugirió que los preparativos para el préstamo inicien nueve meses antes, con la intención de cubrir los requisitos mencionados por las empresarias. Esta sección de la guía también se abordó en el taller para resolver dudas. Finaliza con un plan de acción personalizado, así como con preguntas de reflexión acerca de la situación actual de los negocios de los participantes y su relación con el deseo de obtener un financiamiento.

Por último, la guía incluye un glosario de términos clave vistos durante la sesión, así como otros consejos de las empresarias entrevistadas en la investigación.



Diseminación y valoración de la guía

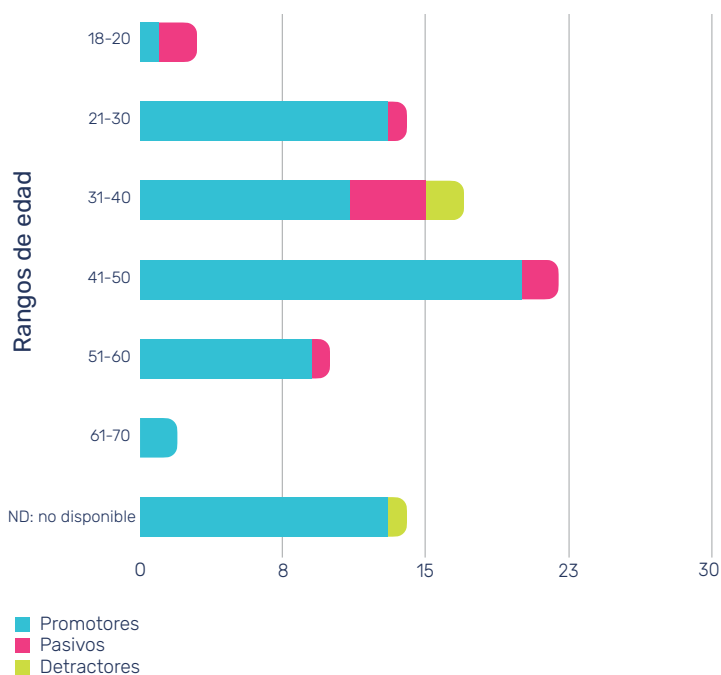
Del 7 al 30 de mayo de 2024 se impartieron siete talleres en diferentes estados del país, atendiendo a 131 personas. Estos eventos se realizaron en las siguientes sedes: Atalanta (virtual), ió-IYEM (presencial), Startup Lab (virtual), CINDEHU (virtual), Pro sociedad (virtual), Parque TecniA de la Anáhuac Mayab (virtual) y Vanguardia (presencial).



Cada taller tuvo una duración de 90 minutos. Al finalizar, las personas valoraron el contenido del mismo a través del *Net Promoter Score* (NPS), cuyo indicador promedio fue de **81 puntos**. Utilizando los perfiles del NPS (promotores, pasivos y detractores), se realizó un análisis cruzado con sus datos demográficos, los cuales se presentan a continuación.

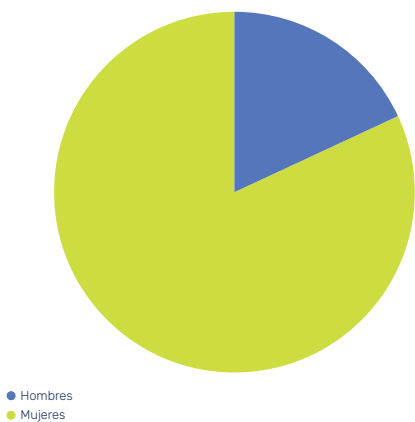
En los talleres se observó una mayor asistencia de personas de entre treinta y cuarenta años.

Rangos de edad de acuerdo al NPS



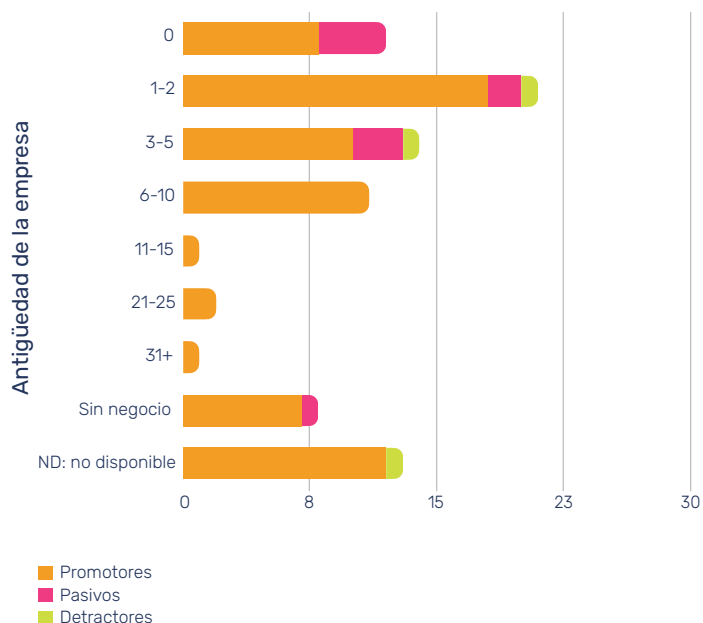
También es importante aclarar que en estos talleres sí acudieron personas de ambos sexos.

Desagregado de asistentes por sexo



Una gran mayoría de los asistentes tienen negocios de entre cero a dos años.

Antigüedad de la empresa de acuerdo al NPS



La dinámica de la valoración consistió en un pretest para conocer los datos demográficos, tanto de los participantes como de sus negocios. De igual manera se realizó una pregunta exploratoria acerca de cuánto tiempo requieren para solicitar su primer financiamiento. Posteriormente se realizó el taller, cuya estructura se describió en el apartado anterior. Al finalizar, se realizó un postest donde se solicitó la evaluación para obtener el *Net Promoter Score* (NPS), así como sus opiniones acerca del taller, propuestas de mejora y por último se les preguntó nuevamente cuánto tiempo requieren para solicitar su primer financiamiento.

La opinión de los asistentes acerca del taller se agrupó en seis categorías: completo y útil, explicación clara, apoyo para el emprendimiento, apoyo para el financiamiento, basado en experiencias y casos de éxito, e interesante y educativo. Algunos comentarios significativos de cada categoría se encuentran en la siguiente imagen.

Explicación clara	Apoyo para el emprendimiento	Apoyo para el financiamiento	Conocer ejemplos de apalancamiento	Interesante y educativo	Basado en experiencias y casos de éxito
<ul style="list-style-type: none"> Método fácil y claro Ponentes claras y pacientes Lenguaje accesible a todos los perfiles y práctico Te ayuda a aterrizar tus ideas de forma clara y productiva Específica, excelentes temas 	<ul style="list-style-type: none"> Nos ayuda a tener una inspección Muy buena opción para resolver dudas y tener más confianza en las decisiones Herramienta fundamental para el apalancamiento y crecimiento de muchos negocios Buen esquema y buen sistema regulatorio Referente para tener una idea clara y objetiva a la hora de solicitar un crédito 	<ul style="list-style-type: none"> Practicidad de tomar decisiones y analizar las diferentes opciones de financiamiento Información útil para acceder a un financiamiento Ver con claridad la probabilidad de acceso a un financiamiento Ayuda para ver qué tan preparada estás para un financiamiento Reflexión sobre todo lo que implica acceder a un financiamiento 	<ul style="list-style-type: none"> Muy completo y útil para tomar decisiones Guía completa y fácil de entender La guía abarca todos los aspectos Muy bueno que exista este tipo de información Brinda excelente información para tomar una decisión 	<ul style="list-style-type: none"> Despierta esa necesidad de educación financiera personal y empresarial Parteaguas para la educación financiera Información interesante para acceder a financiamientos para PYMES Cobran sentido los perfiles con mi personalidad Es muy buena información para cualquiera que desee aprender 	<ul style="list-style-type: none"> Nos enseña basado en casos de éxito y experiencias previas Avalado por una investigación con otras personas que emprendieron Excelente apoyo a mujeres emprendedoras

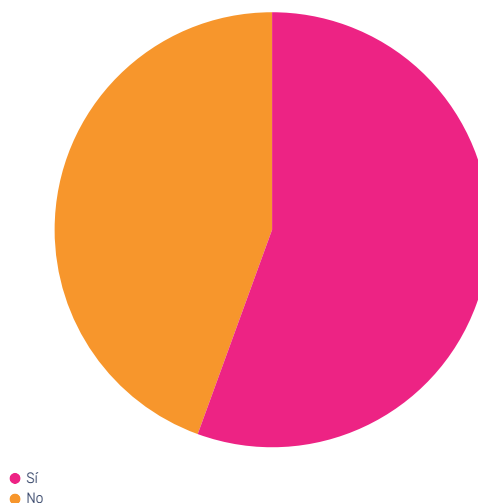
En cuanto a las propuestas para mejorar la guía y el taller, los participantes emitieron diferentes opiniones, las cuales se clasificaron en las siguientes categorías: mejoras en la información y

explicación, mayor participación y asesoramiento, más capacitaciones y cursos, así como mayor tiempo y acceso.

Mejoras en la información y explicación	Participación y asesoramiento	Tiempo y Acceso	Más capacitaciones y cursos
<ul style="list-style-type: none"> Incluir una capacitación de distintos financiamientos Explicar a detalle cada paso y ofrecer estrategias Dar ejemplos de fuentes de financiamiento Más explicación en los conceptos Explicar mejor la misión de Rosegrant Profundizar un poco más Información más puntual sobre oportunidades Más ejemplos de créditos ante desastres naturales (huracanes) Dar tips de financiamiento y requisitos 	<ul style="list-style-type: none"> Considerar a futuros emprendedores Se requiere más asesoría y participación Que participen hombres Asesoramiento personal Más participación y menos presentación Que la audiencia sea 100% con mujeres empresarias 	<ul style="list-style-type: none"> Más tiempo para llenar la guía Faltó tiempo para leer toda la guía Que esté en la web para usarla y recomendarla 	<ul style="list-style-type: none"> Tener esta información más seguido Dar más pláticas y talleres Seguir dando más cursos Abrir el taller a más personas Difundir este taller Ofrecer más talleres

Por último, al analizar el pretest y postest acerca de cuánto tiempo requieren para solicitar su primer financiamiento, los resultados arrojaron que más del 60% de los asistentes modificaron su reflexión después de asistir a los talleres y abordar las preguntas de la guía.

Cambio en autoevaluación (pretest-postest)



Discusiones y conclusiones

Esta investigación presenta datos novedosos, tanto de las buenas prácticas que realizan las empresarias de ciudades medianas que obtuvieron algún financiamiento regulado, como de la valoración de nuevas personas que acudieron a los talleres y conocieron la guía. Los hallazgos fueron significativos porque se obtuvo información en voz de las mujeres mexicanas que provienen de diversos contextos, así como de personas que desean acceder a un financiamiento para sus negocios.

Fue significativo conocer que los negocios liderados por mujeres tienen un mayor apoyo para obtención de financiamientos desde el gobierno, y en segundo lugar se encuentra la banca tradicional. Esta información es significativa porque se observa una mayor participación del Estado para la creación de empresas lideradas por mujeres, y hasta el momento de cierre de esta investigación se ha descubierto que la banca comercial todavía carece de herramientas financieras accesibles a micro, pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres.

Ha resultado significativo que Oaxaca y Yucatán sean los estados con mayor esperanza de vida en los negocios reportados por el INEGI, al tiempo que son los estados con mayor participación en esta investigación. También es significativo advertir que la edad de la mayoría de los negocios en esta investigación ronda entre los 5 y 6 años, lo cual advierte que podrían tener una mayor esperanza de vida en sus comunidades. De igual manera es revelador que Oaxaca se posicionó como el estado con

mayor participación de mujeres entrevistadas, pues fue el mismo estado en donde Fémina realizó su investigación durante 2022. También es significativo descubrir que muchos de los hallazgos de esta investigación guardan una relación profunda con los hallazgos de Fémina acerca de las mujeres y su rol de parejas, jefas de familia y dueñas de negocios.

Sin embargo, esta investigación tuvo aspectos significativos que permiten conocer a nivel cualitativo las características y retos de las mujeres de ciudades medianas:

- Hasta el momento, es la investigación con mayor profundidad acerca de la comprensión del acceso a financiamiento de mujeres que viven en ciudades medianas de todo México.
- Es la primera investigación acerca de un patrón de lenguaje y comportamiento de mujeres que lideran sus negocios y administran el dinero.
- La investigación dio paso a la creación de una herramienta pedagógica validada y de acceso abierto para que más personas puedan informarse.
- La información de la guía y los talleres que la acompañan provino de las recomendaciones prácticas ofrecidas por las empresarias entrevistadas.
- Fue revelador saber que una mujer no necesita estudios de contabilidad para acceder a un financiamiento. Sin embargo, a mayor preparación, una empresaria podría acceder a un mayor monto.

De igual manera se sugiere que una herramienta derivada de la *Programación Neurolingüística* puede ayudar a que las empresarias comprendan la necesidad de tener estructura y flexibilidad ante la incertidumbre de un negocio.

Recomendaciones

La investigación mostró que el mayor *reto* se encuentra en *brindar educación financiera* a las mujeres que desean acceder a financiamientos para sus negocios. Lo anterior se ejemplifica en las gráficas sobre la falta de educación contable y el desconocimiento acerca de las tasas de interés de los productos financieros. También fue evidente el desconocimiento del porcentaje de ventas alcanzadas a partir de la obtención del financiamiento.

Por otro lado, *los patrones del lenguaje y comportamiento* relacionados con el *canal y medio de convencimiento* para acceder a los productos brindaron otras pautas. La mayoría de las empresarias solamente confió en los testimonios de otras mujeres cercanas a ellas. En este sentido, recomendamos la importancia de obtener información leyendo y comparando diversas opciones, lo cual supone también permitir un tiempo razonable para la búsqueda de la mejor opción. Lo anterior también se reforzó con la afirmación de las mujeres entrevistadas acerca de la importancia de recibir *capacitación en aspectos contables*.

Otro aspecto significativo que surgió de las entrevistas fue la importancia de *brindar apoyo psicológico y motivacional* a la par de la educación financiera. Las entrevistadas proponen la formación de redes aprendizaje, ya sea a través de servicios profesionales o grupos de apoyo mutuo.

Es aquí donde cobró importancia la guía realizada a partir de las experiencias de vida y recomendaciones de las empresarias. La evaluación obtenida a través del NPS (81 puntos), el pretest y el postest sobre el tiempo que necesitan los asistentes del taller para solicitar su primer financiamiento, así como la valoración cualitativa, demostraron que la información fue valiosa y de utilidad. Esto también se confirmó con las propuestas de mejora, pues la mayoría solicitó más información al respecto, ya sea una mayor cantidad de talleres sobre acceso a financiamientos, mayor acompañamiento para el llenado de la guía, e incluso sugirieron recomendaciones acerca de qué instituciones ofrecen financiamientos.

Investigación

Creada por

Rose Grant
GRANTS FOR WOMEN

Rose Grant

Organismo de impulso al emprendimiento liderado por mujeres
rosegrant.org

En colaboración con



CINDEHU

Institución de Educación Superior con enfoque en emprendimiento y desarrollo humano
cindehu.edu.mx

Financiado por



Gobierno de Canadá
www.canada.ca



Aspen Network of Development Entrepreneurs (ANDE)

Red global de organizaciones que impulsan el emprendimiento en economías en desarrollo
andeglobal.org

En alianza con

Academia Digital PYMES

Espacio de aprendizaje en temas digitales para PYMES
academiadigitalpymes.com

Co Creando

Organización que contribuye al empoderamiento y autorrealización de personas impulsoras de cambio a través del desarrollo humano y de habilidades empresariales
yococreao.org

Donadora

Plataforma de crowdfunding para atender de manera especializada causas personales e iniciativas sociales
donadora.org

Anahuac TecniA

Parque Tecnológico y de Innovación de la Universidad Anahuac Mayab
merida.anahuac.mx/tecniA

Comunicación Consciente

Empresa especializada en entender por qué las personas hacen lo que hacen
comunicacionconsciente.com

HSBC

Organización de servicios bancarios y financieros
www.hsbc.com

Atalanta y Asociadas

Consultoría dedicada a impulsar el desarrollo de emprendimientos sostenibles e inclusivos con enfoque de género
atalantayasociadas.com

Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo de los Estados Unidos Mexicanos (CONCANACO SERVYTUR MÉXICO)

Institución de interés público que representa, defiende y promueve los intereses legítimos de las empresas pertenecientes a los sectores Comercio, Servicios y Turismo
www.concanaco.com.mx

Miguel Ángel Gutiérrez Páramo

Especialista en Neocodificación
Consciente, Kinesiología
Emocional, Bioneuroemoción
y Biodescodificación
miguelangelinside.com.mx

Pro Mujer

Empresa social enfocada
en la igualdad de género
en América Latina
promujer.org/

Secretaría de Desarrollo Económico de Oaxaca

Organismo público enfocado
al fomento y promoción de la
competitividad de las industrias
www.oaxaca.gob.mx/sedeco/

Sonia Michaca Tapia

Profesional destacada como
directora de producto con más de
20 años de experiencia liderando
y desarrollando estrategias
para productos y plataformas
en servicios financieros
[www.linkedin.com/in/
soniamichaca/](http://www.linkedin.com/in/soniamichaca/)

Instituto Yucateco de Emprendedores

Organismo público descentralizado
del Gobierno del estado de Yucatán,
que apoya al emprendimiento
y al desarrollo artesanal, así
como a las micro, pequeñas
y medianas empresas
iyem.yucatan.gob.mx

Play Business

Institución de Financiamiento
Colectivo
playbusiness.mx

Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario de Veracruz

Organismo público enfocado
a la creación de empresas
competitivas y al mejoramiento
y ampliación de las existentes
[www.veracruz.gob.mx/
desarrolloeconomico/](http://www.veracruz.gob.mx/desarrolloeconomico/)

SOC | Muni

Red de asesores
financieros de México
muni.com.mx

Pro Sociedad | COMETA

Agencia de desarrollo especializada
en el fortalecimiento y sostenibilidad
de organizaciones que quieren
impactar de forma positiva en el
mundo y creadores de CO-META,
programa de empoderamiento
económico de mujeres
[prosociedad.org/co-
meta-empoderamiento-
economico-de-mujeres](http://prosociedad.org/co-meta-empoderamiento-economico-de-mujeres)

Startup Chihuahua

Ecosistema de desarrollo
para los innovadores
startupchihuahua.com

StartupLab

Organismo enfocado a
educación emprendedora e
innovación corporativa
www.startuplab.mx

Vanguardia d' Mujer

Centro de negocios para mujeres.
[www.instagram.com/
vanguardiamujer](http://www.instagram.com/vanguardiamujer)

Mujeres que participaron en la investigación

Un agradecimiento especial a las mujeres que participaron en esta investigación por su tiempo y valiosas aportaciones.

Adda Solís

Grupo Ganzo
Campeche

Addy Lourdes Silva

MEDLab del Sureste
Yucatán

Adlemi Margarita Marrufo Sánchez

Compra venta de pescados y mariscos La morenita
Yucatán

Alicia Rocío Silva Domínguez

Integra Dental
Yucatán

Amairani Díaz

Coquito Barrelo
Oaxaca

Ana Greta

StartupLab
San Luis Potosí

Andrea Jacqueline Aguilar Camarena

Navial by Jackie Camarena
Yucatán

Argelia Bautista

Servicios Publicitarios Acosta y CIA
Quintana Roo

Argelia López

ARG Danza
Yucatán

Arminda del Carmen

Ari Collection, Grupo: OMEI
Oaxaca

Aurea Cancino Jiménez

Avícola Cancino Jiménez
Oaxaca

Beatriz Guadalupe Borges Cámara

Condimentos y recados tía Carmi
Yucatán

Bero Isabel Ruiz Castro

Tienda Nutricional De Isa
Oaxaca

Blanca Elizabeth Cantú Guerra

Súper Tires Silao
Guanajuato

Carmita Madrigal May

Jalpaneca Morena Restaurante
Tabasco

Cirenia Magdalena López Díaz

CocOax
Oaxaca

Clara García Antonio

Dava Diseño Artesanal
Oaxaca

Claudia Garduño

Ropa Típica Frida
Oaxaca

Claudia Ruiz

XtremoTennis
Oaxaca

Claudia Vargas

Infosomex
San Luis Potosí

Cristian Rocío Hernández Serret

Serret Marketing
Oaxaca

Cristina Alejandra Hernández González

Solproy
Yucatán

Daniella Martínez

TLC Asociados SC
Baja California

Denia Marques

Cookies Media Marketing
Guerrero

Dulcy María Mex Pech

Confeciones Selene
Yucatán

Eleonora Becerra Oliver

Los 3 Globos de RB
Veracruz

Elisa Jazmin Reyes

Artesanías Las Mariposas
Oaxaca

Elsy Yarisol Arguelles Cruz

Base Cúbica
Yucatán

Emelin Martínez

Papelería y Novedades Lifer
Oaxaca

Eneyda Guadalupe Medrano Rivero

Voga Yucatán
Yucatán

Erika Adriana Ramírez Mijangos

Guajito
Oaxaca

Erika Peralta

Bidixu Café Nómada

Oaxaca

Gisela Álvarez Fuentes

Latxido Stine

Oaxaca

Giusi Alfeo

Vanguardia VM

Yucatán

Gloria Viridiana Luna

Mia Glo's Zapatería

Tabasco

**Guadalupe Fuentes
Martínez**

Factor Gente

Guanajuato

Hipatia González Julio

My Love

Guerrero

Iris Alejandra Piñón Ramos

Renacer 8.2

Oaxaca

Iris Ruiz Orozco

Nancy Diseño Floral y Artesanías

Oaxaca

Isabel Ortega

Guiidi YÚ

Oaxaca

Jhoana Barranco García

Delifrut-yoy Pulpas de Tamarindo

Oaxaca

**Julieta Marina Hernández
Ruiz**

Nacubimx

Oaxaca

Julisa Martínez

JULISA MARTÍNEZ Business & Life Coach

Yucatán

Julissa Román

INEC Instituto de Educación y

Capacitación

Sinaloa

Karina Gómez Cabrera

Distribuidora de Globos Pulgarcito

Oaxaca

Karla Barrientos Pérez

Laboratorio Biotiks Cosméticos

Dermatológicos

San Luis Potosí

Liliana Aguilar

Salón Comics

Chihuahua

Lorena Peralta Lozano

Veterinaria del Ángel

Oaxaca

**Marcela Ivonne Valdez
García**

Instituto SAVIA

Yucatán

María Azucena Ortiz García

Edificaciones y Obras Civiles

Kachiña SA de CV

Oaxaca

**María del Rosario
Lara Nuñez**

*Anuncios Luminosos Grupo Gráfico
del Valle*

Veracruz

**María Dolores Miguel
Chávez**

Artes Manuales y Decoraciones

Miguel Mixteca de Mi corazón

Dolemi Cosmética Natural

Oaxaca

María Matilde Baas Pech

María Matilde Baas Pech

Yucatán

Mariana Azcorra

Instituto Culinario de Yucatán

Yucatán

**Martha Josefina
Trujeque Lara**

Cocolitos Sisal

Yucatán

Martha Nieto

Operadora Hotelera de Cozumel

S.A de C.V / CASE S.C.

Quintana Roo

Mayra Sánchez García

Ce Único - Instituto Galileo

de Coatzacoalcos S.C.

Veracruz

Melisa Lorméndez Aguilar

Forrajera Albagan

Veracruz

Miriam Barrios

Trud

San Luis Potosí

Miriam Ruiz García

Chiripas

Oaxaca

Mirna Valdivieso

Lienzos y Tradición

Oaxaca

Mizaela Villarreal

Espacio Bienestar y Coaching

Chiapas

Mónica Aburto

Grupo Montero Galván

Veracruz

Mónica Farías

Flor de Tabasco

Tabasco

Mónica González Dillón

Editorial Institutos Culturales El

DragónRojo

Yucatán

Myralby Sánchez Ruiz

Cayele Artesanal

Oaxaca

Nadia Hernández Pablo

Marabunta Artesanal

Estado de México

Nadxieli Santiago Díaz

Pueblos Originarios de Oaxaca Market

Oaxaca

Nancy Ramírez Sandoval

Consultores en Cómputo

Oaxaca

**Norma Angélica
Romero Ramón**

Instituto bilingüe IBIME

Estado de México

**Pamela Guadalupe
Pacheco Ferráez**

Aqua Metrix

Yucatán

Rina Irene García Chagoya

Mezcal Tierra de Jaguar

Oaxaca

Rosa María Lobo

Lobo SC

Chihuahua

Rubí Patraca Raygoza

Franlui

Oaxaca

Seidy Ramírez Martínez

Pagando

Chihuahua

Shamll Moreno Domínguez

Abarrotes Yema de Oro

Oaxaca

Shunaxi Martínez Santiago

Alegra Snack

Oaxaca

**Silvia Cristina
Peniche Herrera**

Micheladas Yumbalam

Yucatán

Silvia Cruz Cruz

Tienda las Divas

Yucatán

**Sofía Ivonne Guia
Regalado**

OMEI

Oaxaca

Velia Zavala Martínez

ALS Electrónica

Baja California

Verónica Bejarano Urrutia

File Adoch SR de CV

Querétaro

Verónica Selem

Nonna Mía

Campeche

Yetzari Bonilla García

EcoProdel

Puebla

Para más información
escríbenos a:
guia@rosegrant.org

