

CONTPAQi®

Emprender es poder:

Mujeres que vencen barreras
y hacen crecer sus ideas



índice

Mensaje de René Martín Torres Fragoso	3
Mensaje de Marlene García Padilla	5
Presentación	7
Capítulo 1. La esencia de las mujeres que crean.	9
Perfil de las emprendedoras mexicanas	
Capítulo 2. Tecnología que impulsa y acompaña.	23
Digitalización e inteligencia artificial	
Capítulo 3. La fuerza interior que transforma.	45
El poder personal en el emprendimiento	
Capítulo 4. El equilibrio entre productividad y felicidad.	53
Salud empresarial y Happytalismo	
Capítulo 5. Claridad financiera para crecer.	57
Crédito y previsión: decisiones que impulsan el negocio	
Capítulo 6. Rasgos que definen a las emprendedoras mexicanas.	67
Datos generales de las emprendedoras	
Evolucionar para crecer: del impulso inicial a la gestión inteligente	71
Conclusiones	73

*Estudio desarrollado por **CONTPAQi**®





El poder de emprender no solo radica en crear un negocio, sino en transformar vidas, abrir oportunidades y sentar las bases de un entorno empresarial más equitativo y sostenible.

René Martín Torres Fragoso

Cofundador y Presidente de CONTPAQi®



G100 Denim Club Country Partner
IT Services, Innovation & GIG Economy

El emprendimiento femenino ha adquirido una relevancia estratégica en los últimos años. Somos testigos de un cambio trascendental en la dinámica empresarial mexicana. La fuerza, visión y determinación de las mujeres se han convertido en un motor fundamental de este cambio; están rediseñando la estructura de negocios y construyendo empresas más resilientes, más humanas y profundamente comprometidas con el futuro del país.

En nuestro más reciente estudio **“Emprender es poder: Mujeres que vencen barreras y hacen crecer sus ideas”** profundizamos en esta evolución y nos permite comprender, con datos concretos y testimonios reales, el impacto que las emprendedoras están generando en nuestro ecosistema productivo. A través de su experiencia, vemos cómo la digitalización, el acceso a la información, la profesionalización y la adopción de nuevas tecnologías se han convertido en herramientas clave para enfrentar retos, fortalecer operaciones y tomar decisiones más estratégicas. Este conjunto de capacidades demuestra que el liderazgo femenino no solo impulsa el crecimiento de sus propias empresas, sino que contribuye significativamente al desarrollo económico nacional.

Cada vez más mujeres están incorporando herramientas digitales y asumiendo con firmeza la responsabilidad de dirigir sus negocios. Al hacerlo, derriban barreras históricas, cuestionan modelos tradicionales y construyen nuevas formas de emprender, más colaborativas, más analíticas y con una visión de largo plazo. Este estudio revela cómo, a pesar de los desafíos que aún persisten —acceso a financiamiento, brechas tecnológicas o carga laboral—, su resiliencia y capacidad de adaptación se convierten en una ventaja competitiva.

Tengo la posibilidad, con gran satisfacción, de convivir con mujeres empresarias que lideran con pasión, inteligencia y audacia. Su ejemplo confirma que ellas son, sin duda, protagonistas de una nueva era en la economía mexicana.

En **CONTPAQi®** creemos firmemente en su potencial. Reconocemos el esfuerzo que realizan todos los días, celebramos sus logros y reafirmamos nuestro compromiso de seguir desarrollando herramientas tecnológicas que acompañen su crecimiento. Porque cuando una mujer emprende, no solo impulsa su propio camino: impulsa a su familia, a su comunidad y a nuestro país.

Hoy más que nunca podemos afirmar que emprender es poder. Poder: poder crear, poder transformar, poder trascender. Este estudio es un homenaje a todas las mujeres que, con su liderazgo, visión y valentía, están construyendo un México más próspero y más equitativo.

A través de los años he tenido la oportunidad de escuchar historias que conmueven, inspiran y nos recuerdan la enorme capacidad que tienen las mujeres para transformar su entorno. Cada una de ellas representa una visión distinta, un impulso único y un sueño que tomó forma a pesar de los retos. Y con este enfoque, nuestro más reciente estudio **“Emprender es poder: Mujeres que vencen barreras y hacen crecer sus ideas”** nace con el deseo de visibilizar ese esfuerzo, reconocerlo y amplificarlo.

Las emprendedoras mexicanas están abriendo caminos que antes parecían inalcanzables. Muchas comenzaron desde cero, combinando responsabilidades familiares, laborales y personales, pero aun así encontraron la manera de darle vida a sus proyectos. Su capacidad para encontrar soluciones, para aprender constantemente y para sostener a sus empresas incluso en momentos complejos es un testimonio del enorme valor que aportan a nuestro país.

Los resultados del estudio muestran algo profundamente alentador: cada vez más mujeres incorporan herramientas digitales que les permiten operar con mayor orden, tomar decisiones con claridad y aprovechar mejor la información de sus negocios. La digitalización no solo les da eficiencia; también les brinda confianza, autonomía y nuevas oportunidades para crecer. Es emocionante ver cómo, desde diferentes regiones del país, estas herramientas se convierten en aliadas que fortalecen su visión y amplían sus horizontes.

En **CONTPAQi®** creemos profundamente en ese talento. Sabemos que detrás de cada negocio hay una historia personal, una meta que impulsa y un propósito que sostiene. Nuestro compromiso es seguir creando herramientas que faciliten su día a día, que les permitan dedicar más tiempo a innovar, a hacer crecer sus ideas y transformar su entorno.

Claro que aún hay desafíos que requieren atención. Muchas emprendedoras expresan la necesidad de capacitación, de tiempo para analizar datos y de un acompañamiento tecnológico más cercano. También enfrentan barreras en el acceso a financiamiento, una realidad que limita su capacidad de expansión. Incluso cuando las circunstancias se complican. Esa fuerza interior es uno de los rasgos que más admiro.

Deseamos que este estudio sea una fuente de inspiración y un recordatorio de que el emprendimiento femenino no solo mueve la economía: también mueve corazones, impulsa comunidades y abre posibilidades para quienes vendrán después. Las mujeres emprendedoras nos enseñan que el poder de emprender comienza con una decisión: creer en lo que somos capaces de lograr. Y ese poder, una vez que nace, no se detiene.

Cuando una mujer decide avanzar, siempre encuentra una manera de seguir construyendo.

Marlene García Padilla
Directora General de **CONTPAQi®**



**MEXICO COUNTRY CHAIR IT Services,
Innovation & GIG Economy**

Presentación

El estudio **“Emprender es poder: Mujeres que vencen barreras y hacen crecer sus ideas”** presenta una evolución clara del emprendimiento femenino en México: de una etapa centrada en el acceso y la participación, hacia una fase de profesionalización, gestión estratégica y crecimiento sostenible.

A partir de una metodología robusta que integra análisis cuantitativo, entrevistas y trabajo de campo, esta investigación no solo describe el perfil de las mujeres emprendedoras, sino que profundiza en cómo operan sus negocios, cómo toman decisiones y qué factores están determinando su consolidación en el mercado.

El estudio pone en evidencia un cambio clave: las emprendedoras ya no solo utilizan tecnología, sino que comienzan a gestionar sus empresas con información, herramientas digitales y análisis financiero, incorporando prácticas que fortalecen el control operativo, la productividad y la planeación a futuro. En este contexto, la digitalización y la inteligencia artificial dejan de ser tendencias para convertirse en habilitadores reales de toma de decisiones.

Al mismo tiempo, la investigación identifica tensiones estructurales que persisten, particularmente en el acceso al financiamiento, donde el crecimiento del interés convive con barreras como el costo del crédito, la desconfianza en las instituciones y la preferencia por el autofinanciamiento. Esto revela un ecosistema donde el talento y la capacidad empresarial avanzan más rápido que las condiciones de acceso al capital.

Nuestro estudio incorpora una dimensión que no estaba presente con la misma fuerza en ediciones anteriores: el bienestar, la independencia económica y la dimensión humana del emprendimiento. Las mujeres no solo construyen empresas, también construyen autonomía, equilibrio y nuevas formas de liderazgo que integran productividad y calidad de vida.

En **CONTPAQi®** entendemos que hoy las emprendedoras no solo necesitan cumplir con sus obligaciones, sino contar con herramientas que les permitan tener control, claridad y visión sobre su negocio. Por ello, desarrollamos soluciones que integran la operación contable, financiera y administrativa en un solo entorno, facilitando el orden de la información y la toma de decisiones. Nuestro compromiso es acompañarlas en esta nueva etapa del emprendimiento, donde crecer no solo significa vender más, sino gestionar mejor, anticiparse y construir empresas más sólidas y sostenibles.

Más allá de los datos, este documento ofrece una lectura estratégica del momento que vive el emprendimiento femenino en México: una etapa de madurez, donde el reto ya no es únicamente emprender, sino ordenar, profesionalizar y hacer crecer los negocios con visión de largo plazo.

Este estudio busca contribuir a esa evolución, generando información útil para la toma de decisiones, impulsando la conversación sobre las condiciones necesarias para el crecimiento empresarial y visibilizando el papel de las mujeres como agentes clave en la transformación económica del país.



Capítulo 1. La esencia de las mujeres que crean.

Perfil de las emprendedoras mexicanas

Las mujeres emprendedoras en México conforman un perfil diverso y dinámico, marcado por la combinación de iniciativa personal, responsabilidad social y capacidad de adaptación. Al frente de micro, pequeñas y medianas empresas, estas mujeres asumen un rol activo en la toma de decisiones estratégicas y operativas, convirtiéndose en el eje central de sus negocios y en agentes clave del desarrollo económico local y nacional.

Muchas mujeres emprenden después de haber acumulado experiencia laboral previa, mientras que otras inician sus negocios motivadas por la necesidad de generar ingresos, alcanzar independencia económica o conciliar su vida profesional con responsabilidades familiares. Esta diversidad de motivaciones se traduce en estilos de liderazgo flexibles, cercanos y orientados tanto a los resultados como al bienestar de las personas que integran sus equipos.

El presente estudio “**Emprender es poder: Mujeres que vencen barreras y hacen crecer sus ideas**” se desarrolló a partir de una metodología mixta que integra análisis cuantitativo, cualitativo y documental. Se aplicaron 350 cuestionarios a mujeres emprendedoras y directivas de MiPyMEs en México, con representatividad nacional. Además, se complementó con entrevistas, lo que permitió contextualizar y enriquecer los hallazgos.


Perfil de las mujeres emprendedoras

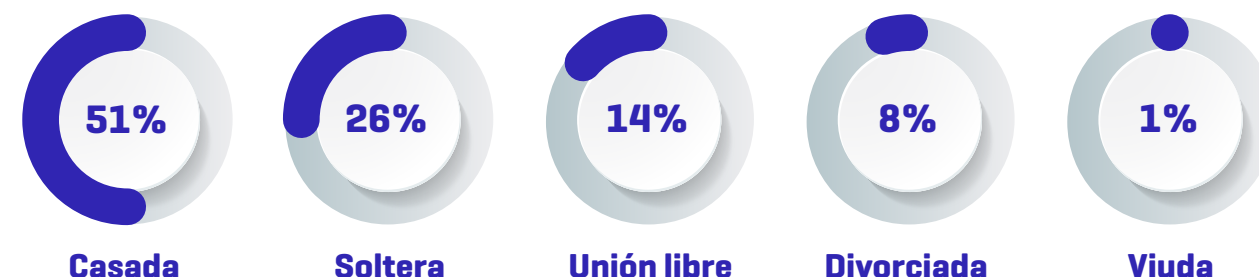
El perfil de las mujeres emprendedoras en México revela un liderazgo que se construye desde la vida real y en contextos diversos. No existe un solo modelo de emprendimiento femenino: las mujeres dirigen sus negocios desde distintas etapas personales, estados civiles y trayectorias profesionales, combinando experiencia, responsabilidad y visión de futuro.

La mayor concentración de emprendedoras se encuentra en edades de madurez profesional, cuando la toma de decisiones estratégicas y la proyección a largo plazo cobran mayor relevancia. Al mismo tiempo, el emprendimiento femenino representa una fuerza económica significativa, al concentrar a una proporción importante de las mujeres ocupadas en el país, lo que confirma su papel activo en el desarrollo económico.

El emprendimiento femenino se construye desde realidades personales diversas.

Más de la mitad de las mujeres emprendedoras se encuentran casadas, mientras que alrededor de una cuarta parte es soltera. A estos perfiles se suman mujeres en unión libre, divorciadas y viudas, que organizan su tiempo, toman decisiones y sostienen sus negocios.

 **2 de cada 3 emprendedoras** se encuentran casadas o en unión libre, lo que refleja que la mayoría mantiene una relación de pareja estable, frente a una menor proporción que vive sin un vínculo formal.



La mayor concentración de emprendedoras se da en etapas de madurez profesional.

El emprendimiento femenino se concentra principalmente en edades productivas, donde la experiencia y la toma de decisiones estratégicas tienen mayor peso.

 **3 de cada 10 emprendedoras** tienen entre 36 y 45 años, la etapa de mayor consolidación profesional.



El emprendimiento femenino es un pilar activo de la economía mexicana

Millones de mujeres emprenden en México, representando una proporción relevante dentro de la población económicamente activa.

 **1 de cada 4 mujeres ocupadas** en México es emprendedora.

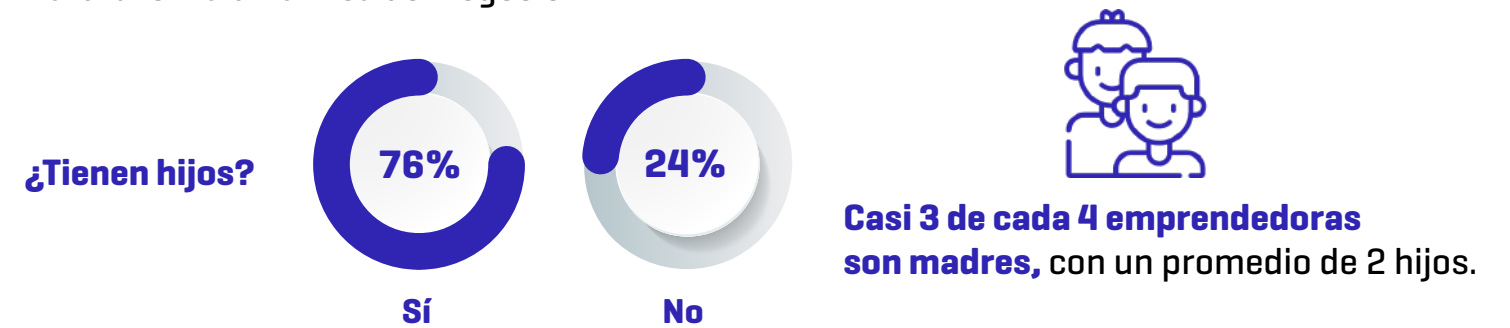
6.8 millones de mujeres en México, son emprendedoras, lo que representa alrededor de 27.5% de las mujeres ocupadas.


Fuente: Observatorio Nacional de Emprendimiento 2025, ENOE, Encuesta Nacional de ocupación y empleo 2024




Emprender y maternar avanzan de forma paralela

La maternidad es una constante en el emprendimiento femenino y se integra de manera natural en la dinámica del negocio.




 El emprendimiento brinda **vivencias invaluables** que fortalecen el propósito de vida de las mujeres.


 Genera **autonomía en el uso del tiempo y en la toma de decisiones**, permitiéndoles priorizar su bienestar y su salud.

 Ofrece **crecimiento económico sin un límite predefinido**, más allá de un ingreso fijo o un puesto.

El emprendimiento impulsa el propósito de vida y el empoderamiento personal

 Impulsa el **desarrollo personal y de liderazgo**, colocando al negocio al servicio de las personas, y no al revés.

 Fortalece la **empatía y la conciencia del esfuerzo económico**, valorando el trabajo y la autosuficiencia.

 Permite **inspirar a otras mujeres** desde su entorno familiar, profesional y laboral, generando impacto más allá del negocio.

Mujeres que dirigen y deciden

El liderazgo femenino en las MiPyMEs se distingue por una participación directa y constante en la gestión del negocio. Las mujeres emprendedoras no sólo fundan y dirigen sus empresas, sino que asumen responsabilidades clave en la operación diaria, la toma de decisiones estratégicas y la administración de recursos. Esta cercanía con el negocio les permite responder con agilidad a los retos del mercado, impulsar procesos de formalización y avanzar en la digitalización.

Los datos muestran que las decisiones estratégicas recaen directamente en las emprendedoras, especialmente en micro y pequeñas empresas, donde el liderazgo es más centralizado. En empresas de mayor tamaño, este liderazgo se traduce en roles administrativos y de coordinación más estructurados, sin perder la visión estratégica.

Desde el análisis cualitativo, se observa que el liderazgo femenino se adapta a la etapa de vida y al contexto familiar, equilibrando responsabilidades personales con la gestión empresarial. Esta capacidad de adaptación, sumada a la experiencia acumulada, se convierte en un activo clave para la sostenibilidad y el crecimiento de los negocios liderados por mujeres.

Las mujeres emprendedoras asumen roles centrales en la operación del negocio.

El 60 % de las mujeres entrevistadas son dueñas totales del negocio, especialmente en micro y pequeñas empresas. A medida que el tamaño de la empresa crece, se observa una mayor participación en roles administrativos y de gestión estratégica, particularmente en empresas medianas.

 **8 de cada 10 mujeres emprendedoras** participan en la propiedad de su empresa, ya sea como dueñas o socias.

Rol que juegan dentro de la empresa:

	General	Micro	Pequeña	Mediana
Es dueña total de un negocio propio	60%	67%	44%	25%
Es socia o copropietaria con participación en la gestión	22%	23%	23%	5%
Es Gerente General o Administradora de la empresa	18%	10%	33%	70%

Base: 350 cuestionarios Base: 260 cuestionarios Base: 70 cuestionarios Base: 20 cuestionarios

El liderazgo femenino es decisivo en la estrategia empresarial.

La toma de decisiones estratégicas recae principalmente en las propias emprendedoras. Esta centralización es más evidente en micro y pequeñas empresas, mientras que en empresas medianas se combina con esquemas de participación parcial.

 **3 de cada 4 mujeres** toman totalmente las decisiones estratégicas de su negocio.



Las entrevistadas representan distintos sectores (comercio, manufactura, servicios y distribución), pero comparten un rasgo común: una participación directa en la operación, la estrategia y el crecimiento del negocio, con un enfoque claro en eficiencia, control y profesionalización.

Las entrevistadas muestran que el liderazgo femenino en las MiPyMEs mexicanas se ejerce desde la operación diaria y la toma de decisiones estratégicas. Representando distintos sectores (comercio, manufactura, servicios y distribución), todas desempeñan funciones clave. Su participación no se limita a dirigir: construyen procesos, organizan equipos, implementan sistemas y toman decisiones que impactan directamente en la eficiencia y el crecimiento del negocio

Aprendizajes y consejos clave de mujeres emprendedoras



Atreverse a empezar, sin esperar el momento perfecto: validar, aprender y ajustar sobre la marcha.



Formalizar el negocio desde el inicio, estandarizando procesos y separando las finanzas personales del negocio.



Mantener **disciplina y constancia diaria**, con hábitos y orden operativo y financiero.



Apostar por el **aprendizaje continuo**, especialmente en ventas, finanzas y herramientas digitales.



Planificar con números: control de costos, precios, flujo de efectivo, metas de ventas y proyecciones, incluso con herramientas simples.



Cuidar la calidad de vida de forma integral, estableciendo límites, horarios y equilibrio entre lo personal y lo profesional.



Giro del negocio y madurez empresarial

El emprendimiento femenino se concentra principalmente en los sectores de comercio (63%) y servicios (25%), ambos estrechamente vinculados al consumo, la atención directa al cliente y la generación de valor a partir de la experiencia. La manufactura y producción, aunque con menor participación, representa una vía de emprendimiento con mayor complejidad operativa y potencial de escalamiento.

En términos de antigüedad, los datos muestran que los negocios se encuentran en etapas tempranas de desarrollo, con empresas jóvenes que están construyendo procesos, clientela y estabilidad operativa. Este perfil refleja un ecosistema emprendedor dinámico, donde el reto principal es consolidar y profesionalizar los negocios para asegurar su permanencia y crecimiento a largo plazo.

¿Cuál es el giro principal de su negocio?

Comercio

El comercio representa el giro predominante, impulsado por la venta de productos de consumo diario y especializado.



6 de cada 10 negocios se dedican al comercio.

Ropa, alimentos preparados, abarrotes y productos de belleza concentran una parte importante de la oferta, con una diversidad amplia de categorías.

Servicios

Los servicios se posicionan como el segundo giro más relevante, enfocados en la atención directa al cliente y el conocimiento especializado.



1 de cada 4 negocios opera en el sector servicios.

Predominan servicios de preparación de alimentos, belleza, educación, contabilidad y consultoría.

Manufactura y producción

La manufactura y producción, aunque en menor proporción, representa negocios con procesos más estructurados y enfoque productivo.



Aproximadamente 1 de cada 10 negocios pertenece a manufactura o producción.

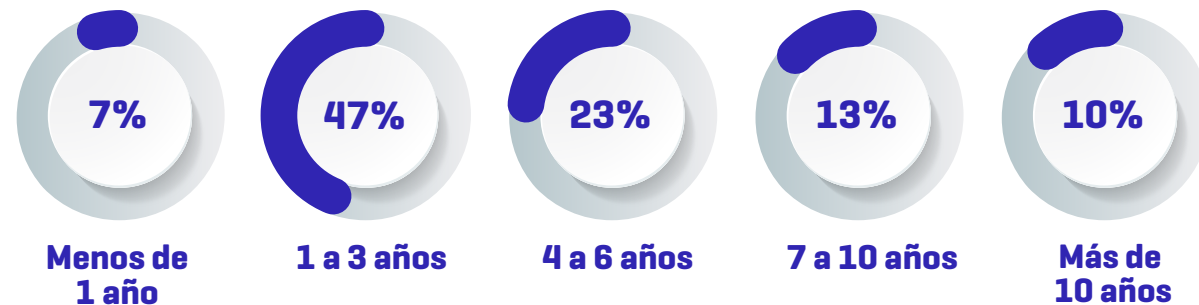
Incluye actividades como ropa, artesanías, alimentos procesados, calzado y productos industriales.

Predominan empresas jóvenes en proceso de consolidación.

La mayoría de los negocios son de reciente creación. Lo que refleja un ecosistema emprendedor activo y en crecimiento, con alto potencial de consolidación y en donde el acceso a herramientas, acompañamiento y financiamiento resulta clave para avanzar hacia modelos más sólidos y sostenibles.

 **5 de cada 10** empresas tienen entre 1 y 3 años.

¿Cuál es la antigüedad de su empresa?




Formación académica de las emprendedoras

El perfil educativo de las mujeres emprendedoras en México refleja un alto nivel de preparación académica, con una fuerte presencia de estudios universitarios y una base sólida en instituciones públicas. La formación en áreas administrativas, contables y de gestión se posiciona como un pilar para la operación y toma de decisiones en los negocios.

Al mismo tiempo, la existencia de trayectorias técnicas, especialidades y posgrados muestra que el emprendimiento femenino se nutre de distintos caminos formativos, donde el aprendizaje práctico y la especialización complementan la educación formal. En conjunto, estos datos confirman que la educación es un habilitador clave del liderazgo femenino y un factor que fortalece la profesionalización y sostenibilidad de los negocios.

La educación pública es la principal vía de formación.

La formación académica es un pilar relevante en el emprendimiento femenino, ya sea como impulso directo, como soporte organizativo o como complemento a la experiencia práctica adquirida en el camino empresarial.

 **7 de cada 10** mujeres estudiaron en una institución pública.



Conoce más en www.contpaqi.com

El 54 % de las emprendedoras que cuentan con universidad completa confirma que el emprendimiento femenino se construye sobre bases cada vez más formales y estratégicas. Este nivel educativo se traduce en mayores habilidades para la planeación, organización y toma de decisiones dentro del negocio, facilita la adopción de tecnologías, el uso de datos y la búsqueda de nuevos mercados. Refleja una apuesta clara por el conocimiento como motor de crecimiento.

Predomina la educación superior, donde más de la mitad de las emprendedoras, -un 59%- cuenta con estudios de universidad completa, especialidad y posgrado.

La presencia de formación técnica, preparatoria y posgrado muestra trayectorias educativas diversas que convergen en el emprendimiento.

¿Estudio su carrera en institución pública o privada?

Privada 30% **Pública 70%**

Primaria incompleta	2%	Técnica completa	5%
Primaria completa	0.3%	Normal	2%
Secundaria incompleta	0.3%	Universidad completa	9%
Secundaria completa	4%	Universidad incompleta	54%
Preparatoria incompleta	2%	Especialidad	3%
Preparatoria completa	17%	Posgrado	2%
Técnica incompleta	0.3%		

La formación como motor del emprendimiento

La formación académica desempeña un papel fundamental en el desarrollo del emprendimiento femenino, al proporcionar herramientas conceptuales, organizativas y estratégicas que fortalecen la gestión del negocio. Más que un requisito formal, se convierte en un habilitador clave para la toma de decisiones, la planeación a largo plazo y la profesionalización de las MiPyMEs.



Al mismo tiempo, el emprendimiento femenino no responde a un único perfil educativo. Las trayectorias técnicas, la educación media superior y la capacitación continua también forman parte del camino formativo. En muchos casos, la educación formal se complementa con aprendizaje práctico, experiencia profesional y actualización constante, configurando un liderazgo integral.

En conjunto, la formación académica [ya sea como impulso directo, soporte organizativo o complemento estratégico] se consolida como uno de los principales factores que fortalecen la autonomía, competitividad y sostenibilidad de los negocios liderados por mujeres.

 **3 de cada 10 emprendedoras** participan actualmente en programas de capacitación.

Cómo se perciben las emprendedoras

La autopercepción de las mujeres emprendedoras refleja un liderazgo construido desde la experiencia, la disciplina y la capacidad de adaptación. Se definen como trabajadoras, resilientes, autodidactas e independientes, cualidades que les permiten enfrentar la complejidad del entorno empresarial con determinación y claridad.

Al mismo tiempo, integran atributos tradicionalmente asociados a lo humano [como la sensibilidad, la creatividad y la búsqueda de equilibrio] en su forma de emprender. Esta combinación de fortaleza y empatía configura un estilo de liderazgo práctico, cercano y resolutivo, que no solo impulsa el crecimiento del negocio, sino que también fortalece la relación con su entorno y su comunidad.

La autopercepción combina disciplina, aprendizaje y resiliencia como pilares del emprendimiento femenino. La independencia impulsa la toma de decisiones y la acción.



Segmentos de mercado

La segmentación de mercado permite identificar tres etapas clave de madurez empresarial en los negocios liderados por mujeres: emergentes, confiables y competitivas. Cada segmento refleja no solo el tiempo de operación, sino también el nivel de estructura, alcance y enfoque estratégico del negocio.

Las empresas emergentes se caracterizan por estar en una fase inicial, con una prioridad centrada en la supervivencia y la operación diaria. Son negocios jóvenes, de alcance local, con estructuras pequeñas y una adopción tecnológica limitada, donde la capacitación suele ser escasa o autodidacta.



Negocios de hasta 2 años, con menos de 10 colaboradores y prioridad en la supervivencia.

Las empresas confiables representan una etapa de consolidación. Cuentan con procesos más definidos, comienzan a estandarizar operaciones y muestran apertura a la adopción de tecnología. Su enfoque se orienta al crecimiento, con presencia nacional e incluso internacional, y una mayor inversión en capacitación reactiva.



Empresas de **3 a 5 años**, con **11 a 50 colaboradores** y presencia nacional e internacional.

Por su parte, las empresas competitivas se distinguen por su madurez y diferenciación en el mercado. Operan con estructuras más robustas, mayor número de colaboradores y una alta demanda de uso de sistemas ERP. Su prioridad es la innovación, la planeación estratégica y la expansión sostenida, apoyada en capacitación especializada y certificaciones.



Empresas de **6 a 10 años**, con más de **50 colaboradores** y alta probabilidad de contar con ERP.

Estos segmentos muestran un ecosistema empresarial femenino en evolución, donde el crecimiento no solo se mide en ventas o años de operación, sino en la capacidad de adaptarse, profesionalizarse y competir en mercados cada vez más exigentes.



La madurez empresarial se refleja en **mayor estructura, planeación y profesionalización**.

Segmentación de MiPyMEs

La segmentación de las MiPyMEs permite comprender que el desarrollo empresarial no ocurre de forma homogénea, sino a través de distintas etapas de madurez. Las empresas emergentes concentran sus esfuerzos en estabilizar la operación; las confiables avanzan hacia la profesionalización y el crecimiento; mientras que las competitivas buscan diferenciarse mediante innovación, planeación y optimización de procesos.

Identificar el segmento al que pertenece cada empresa es clave para entender sus necesidades, prioridades y retos, así como para diseñar estrategias, herramientas y soluciones que acompañen su evolución de manera efectiva y sostenible.

Las empresas emergentes, que representan el 50% de la muestra, se encuentran en una etapa inicial enfocada en la supervivencia y la maduración del negocio. Son organizaciones jóvenes, con estructuras reducidas, operación local y una actitud mayormente reactiva frente al cambio.

 Enfocadas en **sobrevivir y estabilizar la operación.**

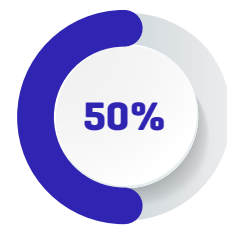
Las empresas confiables, que se concentran en un 35%, muestran un proceso de consolidación. Cuentan con modelos de negocio más estables, inician la estandarización de procesos y presentan una mayor apertura al crecimiento y a la adopción tecnológica.

 Transitan de la **supervivencia al crecimiento estructurado.**

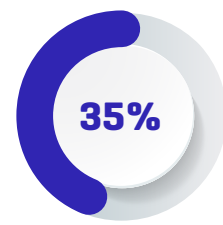
Por su parte, las empresas competitivas, aunque minoritarias con un 15%, reflejan un mayor nivel de madurez empresarial. Estas organizaciones destacan por su capacidad de transformación, su orientación a la innovación y su enfoque estratégico, con estructuras más robustas y una actitud proactiva frente al cambio.

 Enfocadas en **planeación, innovación y diferenciación.**

Esta segmentación evidencia un ecosistema empresarial femenino en evolución, donde cada etapa presenta retos y oportunidades distintas para avanzar hacia modelos más sólidos, eficientes y sostenibles.



Emergentes



Confiables



Competitivas



Capítulo 2. Tecnología que impulsa y acompaña

La digitalización y la inteligencia artificial se han convertido en elementos clave para la evolución de las MiPyMEs en México, especialmente para aquellas lideradas por mujeres, quienes enfrentan el reto constante de hacer crecer sus negocios en entornos cada vez más complejos y competitivos. Más que una tendencia, la tecnología representa hoy una herramienta estratégica que permite ordenar la información, optimizar procesos, tomar mejores decisiones y avanzar con mayor claridad hacia la profesionalización empresarial.

Los resultados del presente estudio *Emprender es Poder*. Mujeres que vencen barreras y hacen crecer sus ideas, muestran que las mujeres emprendedoras han comenzado a incorporar la tecnología como una aliada para fortalecer la productividad, ganar control sobre sus operaciones y reducir la dependencia de terceros. Sin embargo, también evidencian que la adopción tecnológica ocurre de manera gradual, con distintos niveles de madurez y con la necesidad de acompañamiento cercano que facilite su integración real en el día a día del negocio.

En **CONTPAQi®** reconocemos que impulsar la transformación digital de las MiPyMEs es también impulsar la autonomía, la confianza y el desarrollo sostenible de las mujeres que las dirigen. La tecnología no debe ser vista únicamente como una solución técnica, sino como un acompañamiento permanente en el crecimiento de las empresas. Digitalizar no es solo automatizar tareas, sino brindar a las emprendedoras herramientas que les permitan entender su negocio, anticiparse a los cambios y construir decisiones más informadas. La inteligencia artificial, en este contexto, se posiciona como un apoyo que potencia la capacidad humana, sin sustituir el criterio, la experiencia ni la visión estratégica de quien lidera la empresa.

Acompañarlas en este proceso significa ofrecer soluciones accesibles, prácticas y alineadas a su realidad, para que la tecnología se convierta en un verdadero motor de crecimiento y no en una barrera adicional.

La digitalización comienza en la operación

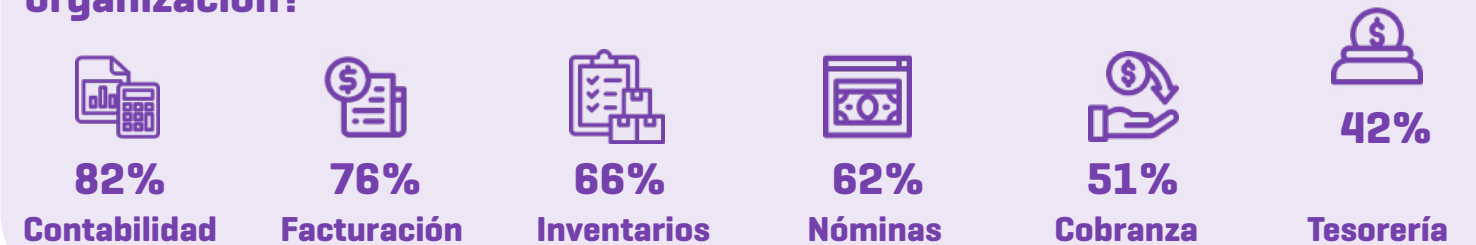
En las MiPyMEs, la transformación digital comienza por los procesos que sostienen el día a día del negocio. La contabilidad, la facturación y el control de inventarios se posicionan como los principales motores de esta adopción tecnológica, al permitir mayor orden, control y eficiencia operativa.



La contabilidad se consolida como el principal punto de partida de la transformación digital empresarial

Hoy, **8 de cada 10 empresas ya cuentan con contabilidad digital** y 7 de cada 10 han incorporado la facturación electrónica a sus procesos. Sin embargo, conforme se avanza hacia funciones más estratégicas (como la tesorería y la cobranza) el nivel de digitalización disminuye, lo que evidencia que el proceso aún es gradual.

¿Cuenta usted con alguno de estos procesos digitalizados dentro de su organización?



Este comportamiento varía según el tamaño de la empresa: mientras las microempresas priorizan la operación básica, las empresas pequeñas avanzan hacia la estandarización y las medianas utilizan la tecnología como una herramienta de control financiero y planeación.

Este panorama confirma que la digitalización no ocurre de manera uniforme, sino como un camino progresivo que acompaña el crecimiento del negocio. El verdadero reto ya no es comenzar, sino integrar los procesos para transformar la información en una base sólida para la toma de decisiones.



7 de cada 10 MiPyMEs en México dirigidas por mujeres ya se encuentran en algún grado de digitalización.



De este universo, sólo el 14% declara tener todos sus procesos digitalizados.




Digitalizar para operar y decidir

La digitalización en las MiPyMEs avanza con firmeza, impulsada por la necesidad de operar mejor, crecer y responder a un entorno cada vez más competitivo. Sin embargo, los resultados muestran que el desafío ya no es únicamente adoptar tecnología, sino transformar los datos en información comprensible y útil para la toma de decisiones.

Las empresas recopilan información con frecuencia y han digitalizado procesos clave, pero aún enfrentan barreras para interpretar áreas críticas como gastos, ingresos y marketing. Este escenario evidencia que la siguiente etapa de la transformación digital debe centrarse en integración, capacitación y análisis, para que la tecnología no solo registre información, sino que se convierta en una aliada estratégica del negocio.


Motivadores para digitalizar procesos

Las principales razones para digitalizar están vinculadas a eficiencia, control y crecimiento. Las empresarias buscan profesionalizar su gestión, optimizar el tiempo y fortalecer su estrategia comercial para responder a nuevos mercados.

 Digitalizar es visto como una vía para ganar **control, ahorrar tiempo y crecer**.

Actividades prioritarias en la digitalización y complicaciones

Las empresas concentran sus esfuerzos en ventas, facturación e inventarios, seguidos por control operativo, análisis de datos y comunicación interna, áreas clave para ordenar la operación y facilitar la toma de decisiones. Enfrentan procesos manuales que generan pérdida de tiempo, reportes poco claros y una curva de aprendizaje elevada. Además, la falta de integración entre sistemas dificulta la consulta de información actualizada.

 La digitalización inicia en la operación diaria y avanza hacia **el análisis estratégico**.

Frecuencia de recopilación de información

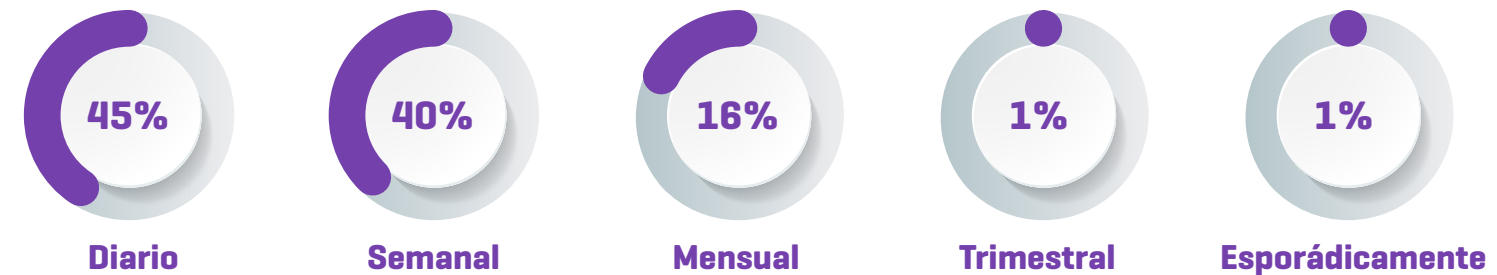
La alta frecuencia en la recopilación de información refleja una gestión activa del negocio. Sin embargo, el verdadero valor no está solo en registrar datos, sino en analizarlos de forma oportuna para convertirlos en decisiones claras y acciones estratégicas. El 40% lo hace semanalmente. Solo 1 de cada 6 revisa sus datos de manera mensual, lo que muestra un alto interés por el seguimiento constante.

 **4 de cada 10 empresas** recopilan información de forma diaria.

 La mayoría gestiona información con alta frecuencia, **pero no siempre con profundidad analítica**.




Frecuencia con la que las empresas recopilan su información interna:



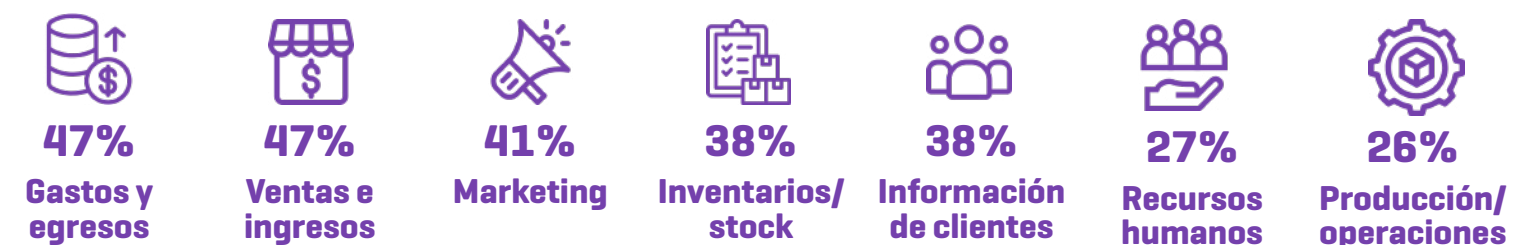
Procesos más difíciles de interpretar

Las áreas financieras y comerciales concentran la mayor complejidad analítica. Contar con información digital no siempre garantiza claridad: interpretar correctamente gastos, ingresos y resultados de marketing sigue siendo uno de los principales retos para la toma de decisiones.

Casi la mitad de las empresas (47%) identifica gastos y egresos como uno de los procesos más difíciles de interpretar, con el mismo porcentaje está el proceso de ventas e ingresos. A esto se suma el control de inventarios y stock, que representa un reto para casi 4 de cada 10 empresas (38%), confirmando que las áreas financieras y operativas concentran la mayor complejidad en el análisis de la información digital.

 **5 de cada 10 empresas** identifican gastos y egresos, como uno de los procesos más difíciles de interpretar, el reto no es la falta de datos, sino convertirlos en información clara para decidir.

Procesos digitalizados que resultan más difíciles de interpretar o usar para la toma de decisiones



La digitalización sí impulsa la productividad

La digitalización muestra un impacto contundente: un 98 % de las emprendedoras que participaron en nuestro estudio consideran que el uso de herramientas digitales ha mejorado la productividad de su negocio. Este consenso confirma que la tecnología se percibe como un factor clave para trabajar mejor y con mayor eficiencia.

La información digital se utiliza principalmente para impulsar ventas, controlar inventarios y planear financieramente, pero también comienza a permear áreas como la negociación, la innovación y la gestión de talento. Este comportamiento refleja un avance hacia una gestión más informada, donde los datos dejan de ser un registro pasivo y se convierten en un activo clave para el crecimiento del negocio.

La digitalización y su impacto en la productividad

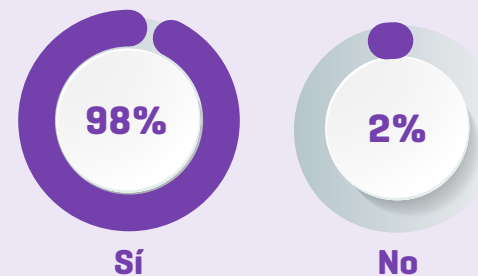
La percepción es prácticamente unánime: 98% de las empresas considera que la digitalización ha mejorado la productividad de su negocio, confirmando que el uso de herramientas digitales impacta directamente en la eficiencia, el control y el desempeño operativo.

No obstante, persisten retos como interpretar datos, generar reportes útiles y lograr una adecuada integración entre sistemas



La digitalización no es opcional: su impacto en la productividad es casi unánime.

¿Consideran que la digitalización ha mejorado la productividad del negocio?



Uso de la información digital-prioridades

La información digital recopilada por las empresas se ha convertido en un insumo clave para la toma de decisiones estratégicas y operativas. Su principal aplicación se concentra en áreas directamente relacionadas con el crecimiento y el control del negocio.

A medida que la madurez digital avanza, los datos dejan de ser únicamente un respaldo administrativo y se transforman en una herramienta estratégica que orienta decisiones clave, fortalece la sostenibilidad del negocio y permite responder con mayor agilidad a las dinámicas del mercado.



Más de la mitad (56%) la aplican en planeación financiera y presupuestos, fortaleciendo la sostenibilidad del negocio.

¿En qué aspectos de la empresa usa más la información digital recopilada?



61%

Estrategia de ventas y marketing



60%

Control de inventarios



56%

Planeación financiera / presupuestos



39%

Negociación con proveedores



33%

Innovación en productos / servicios



23%

Decisiones de contratación de personal

La evolución digital de las MiPyMEs en la gestión de su información

El análisis del uso de herramientas digitales muestra que, a medida que las empresas crecen, evolucionan de esquemas básicos hacia soluciones más integradas y especializadas. En este contexto, **CONTPAQi®** se posiciona como un aliado clave para acompañar a micro, pequeñas y medianas empresas en su proceso de digitalización, facilitando la transición de hojas de cálculo y registros manuales hacia sistemas administrativos y contables más robustos. Para **CONTPAQi®**, impulsar el uso de tecnología accesible y escalable significa fortalecer el control, la toma de decisiones y la sostenibilidad de los negocios, especialmente aquellos liderados por mujeres que buscan crecer con mayor orden y claridad.



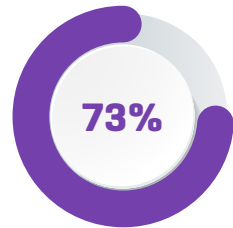
Panorama General

Aunque el uso de hojas de cálculo representa un 73 %, los resultados evidencian que la información aún no está plenamente integrada. La falta de conexión entre procesos limita la visibilidad del negocio y dificulta el análisis oportuno. En este contexto, contar con software administrativo y tableros de indicadores, como los que ofrece CONTPAQi®, se vuelve clave para centralizar datos, automatizar reportes y transformar la información en decisiones claras y oportunas.

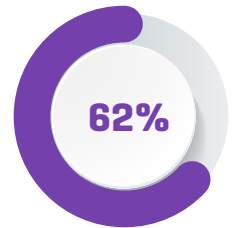


6 de cada 10 empresas utilizan software administrativo.
3 de cada 10 cuentan con sistemas propios o desarrollos internos, mostrando un avance gradual hacia soluciones más personalizadas.

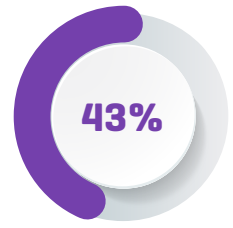
Herramientas utilizadas para registrar y almacenar la información:



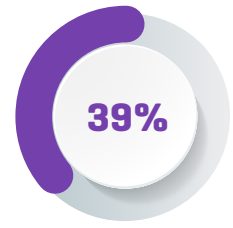
Excel u hojas de cálculo



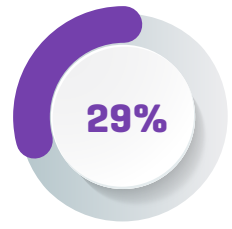
Software administrativo/ contable



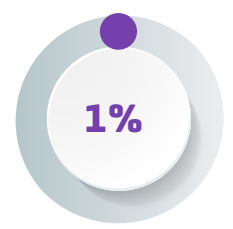
Archivos físicos/ manuales



Aplicaciones móviles



Sistemas propios/ desarrollos internos



No registro información de forma organizada

Por tipo de empresa

En las microempresas, el registro de datos se apoya principalmente en herramientas básicas, lo que permite operar y cumplir con las tareas esenciales, aunque con una alta dispersión de la información. En este nivel, el principal objetivo es documentar, más que integrar o analizar. En las microempresas, el registro de información se concentra en herramientas básicas. Casi 3 de cada 4 [74%] utilizan hojas de cálculo y más de la mitad [58%] emplea software administrativo.



La prioridad es **registrar**, no integrar: la información se dispersa entre herramientas.

En las empresas pequeñas se observa una etapa de transición. Comienzan a incorporar soluciones administrativas más estructuradas, pero aún conviven con métodos tradicionales, lo que genera esquemas mixtos de gestión. Esta combinación refleja un interés por mejorar el control del negocio, aunque todavía existen retos para centralizar la información y obtener una visión integral. Las empresas pequeñas mantienen un alto uso de Excel [73%], pero incrementan la adopción de software administrativo [71%].



Estas empresas pequeñas están en **transición**: combinan herramientas tradicionales con soluciones más estructuradas.

Por su parte, las empresas medianas muestran un mayor nivel de madurez digital. El uso de sistemas administrativos se vuelve más consistente y estratégico, permitiendo una mejor organización de los datos, mayor control operativo y bases más sólidas para la toma de decisiones. En este segmento, la gestión de la información deja de ser solo un registro y se convierte en un activo clave para la planeación y el crecimiento.



El uso de software administrativo se consolida como la principal herramienta: **8 de cada 10 lo utilizan.**

Etapas de la digitalización empresarial

La digitalización empresarial no es un proceso homogéneo ni lineal, sino una evolución que acompaña la historia y madurez de cada negocio. Desde empresas que nacen digitales, pasando por aquellas que transitan de lo manual a lo tecnológico, hasta las que hoy buscan actualizarse para responder a nuevas exigencias operativas, todas comparten un mismo objetivo: mejorar su gestión y fortalecer su capacidad de decisión.

Comprender estas etapas permite dimensionar que la transformación digital no depende únicamente de la tecnología, sino del momento del negocio, de su crecimiento y de su visión a futuro. La clave no está solo en digitalizar, sino en hacerlo de forma estratégica, integrada y alineada a las necesidades reales de la empresa.



Por etapa

Por una parte se encuentran las empresas con digitalización madura, que nacieron digitales o adoptaron sistemas integrados desde sus primeros años, operando con procesos estandarizados y esquemas de trabajo flexibles como el modelo híbrido o a distancia. Comprender estas etapas permite dimensionar que la transformación digital no depende únicamente de la tecnología, sino del momento del negocio, de su crecimiento y de su visión a futuro. La clave no está solo en digitalizar, sino en hacerlo de forma estratégica, integrada y alineada a las necesidades reales de la empresa.



Las **empresas en etapa madura** la digitalización no es un proyecto: es parte del ADN del negocio.

En una etapa intermedia están aquellas empresas que comenzaron con procesos manuales y migraron gradualmente a soluciones digitales, iniciando por áreas como ventas y facturación, para después incorporar operaciones internas.



Las **empresas en etapa intermedia** ya digitalizaron partes clave, pero aún conviven con esquemas mixtos.

Las empresas en proceso de migración y actualización, ya utilizan herramientas digitales, pero buscan sistemas más eficientes e integrados, ya que el crecimiento del negocio ha superado las capacidades de sus plataformas actuales.



En las empresas en proceso de migración y actualización, la digitalización deja de ser operativa y se vuelve una **decisión estratégica**.

La digitalización abre mercados y reduce dependencias

La digitalización no solo optimiza procesos, sino que transforma la forma en que las empresas se relacionan con su entorno y gestionan su operación. Los resultados confirman que, para la gran mayoría de las empresas, incorporar herramientas digitales ha significado acceder a nuevos clientes, ampliar mercados y reducir barreras geográficas y comerciales.

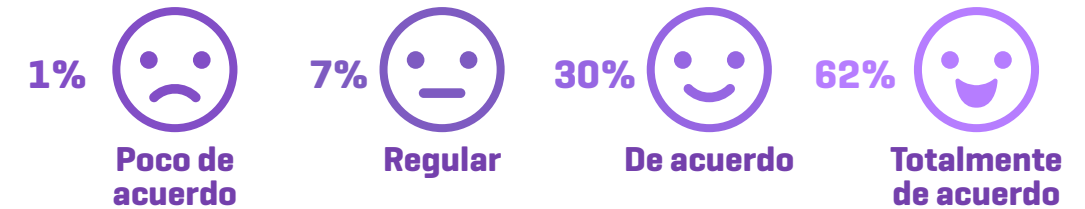
Al mismo tiempo, la digitalización fortalece la autonomía del negocio al disminuir la dependencia de terceros para tareas clave, permitiendo una gestión más directa, informada y oportuna. En conjunto, estos efectos posicionan a la digitalización como un habilitador estratégico que impulsa tanto el crecimiento como el control, dos elementos esenciales para la sostenibilidad empresarial.

Ante la pregunta sobre en qué medida está de acuerdo con que la digitalización le ha permitido acceder a nuevos clientes o mercados, la percepción es ampliamente positiva. Una mayoría clara reconoce que la digitalización ha ampliado su alcance comercial: poco más de dos tercios se declaran totalmente de acuerdo y tres de cada diez están de acuerdo. Las posturas neutras o negativas son marginales.



9 de cada 10 empresas confirman que la digitalización sí abre nuevos mercados.

En escala del 1 al 5 donde 1 es "Nada de acuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo", ¿En qué medida está de acuerdo con que la digitalización le ha permitido acceder a nuevos clientes o mercados?

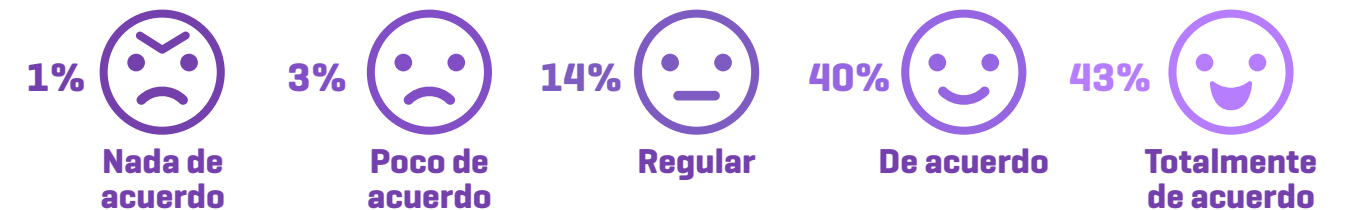


La digitalización también impacta la autonomía del negocio. Una mayoría significativa, más del 80%, reconoce que hoy depende menos de terceros para operar y tomar decisiones, aunque el consenso es ligeramente menor que en el acceso a mercados.



Más de **8 de cada 10** empresas perciben una **mayor autonomía operativa**.

En escala del 1 al 5 donde 1 es "Nada de acuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo", ¿En qué medida está de acuerdo con que la digitalización ha reducido su dependencia de terceros?



Datos que impulsan decisiones

Los resultados confirman que las empresas reconocen el valor estratégico de los datos y se sienten, en su mayoría, preparadas para tomar decisiones basadas en información automatizada.

La necesidad de dashboards, reportes automatizados y herramientas de análisis más accesibles se presenta como el siguiente paso natural en la madurez digital. Convertir datos dispersos en visualizaciones claras y accionables permitirá a las empresas fortalecer su planeación, responder con mayor agilidad y tomar decisiones más estratégicas en un entorno cada vez más competitivo.

En las empresas, los datos funcionan como un “sistema nervioso” que conecta la operación diaria con el crecimiento. A partir de ellos se generan señales clave sobre finanzas, operaciones, clientes, talento humano y desempeño comercial, permitiendo monitorear el negocio en tiempo real y anticipar decisiones.



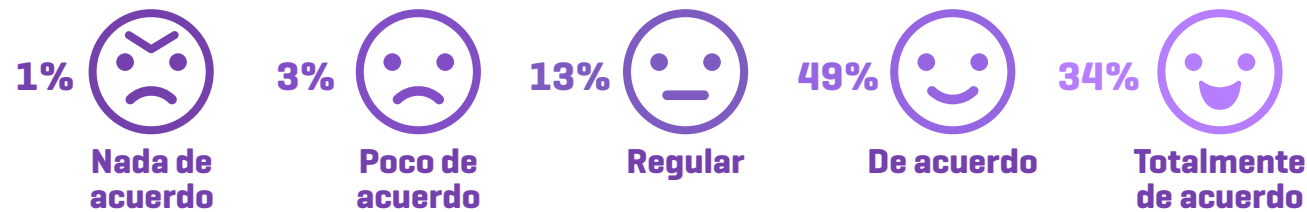
Sin datos claros, la empresa **opera sin señales.**

El 83 por ciento de las empresas se percibe con una base sólida para comenzar a tomar decisiones apoyadas en datos automatizados al sentirse preparadas y totalmente preparadas para utilizar herramientas como dashboards y sistemas de análisis, lo que refleja un avance importante en la adopción de una cultura orientada a la información y al uso estratégico de los datos en la gestión empresarial.



Más de **8 de cada 10 empresas** se consideran preparadas o totalmente preparadas para tomar decisiones basadas en dashboards o algoritmos.

En escala del 1 al 5 donde 1 es "Nada preparada" y 5 "Totalmente preparada", ¿Qué tan preparada se siente para tomar decisiones basadas en datos automatizados (dashboards, algoritmos)?



Al plantearle a las emprendedoras algunas frases relacionadas con las decisiones basadas en datos automatizados dentro de sus empresas, los resultados reflejan una alta valoración de los datos como base para la toma de decisiones empresariales. Existe una convicción clara de que contar con información confiable mejora la calidad de las decisiones y fortalece la gestión del negocio. Sin embargo, este reconocimiento convive con una percepción de aprovechamiento parcial de la información generada, lo que evidencia que aún hay margen para convertir los datos en un activo plenamente estratégico.

La necesidad de contar con dashboards, reportes automatizados y herramientas de análisis más accesibles surge como un punto clave para avanzar hacia una toma de decisiones más estructurada. La falta de tiempo, así como la ausencia de soluciones que faciliten la interpretación de la información, limitan el potencial de los datos. En este contexto, el reto no es generar más información, sino integrarla, visualizarla y utilizarla de forma oportuna para guiar acciones estratégicas y sostener el crecimiento del negocio.



6 de cada 10 emprendedoras confían en los datos como base para decidir.



Más de **4 de cada 10** aprovecha la información que genera.
 Más de **3 de cada 10** ven en los dashboards un salto estratégico pendiente.

En una escala del 1 al 5 donde 1 es "Nada de acuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo", ¿qué tan de acuerdo está con las siguientes frases?

	Nada de acuerdo	Poco de acuerdo	Regular	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Contar con datos confiables me permite tomar mejores decisiones	59%	25%	11%	3%	2%
Hoy en día mi empresa aprovecha la información que genera	43%	33%	18%	5%	1%
Si tuviera dashboards/reportes automáticos, sería más estratégica en mis decisiones	33%	33%	22%	8%	4%
Me falta tiempo o herramientas para analizar mejor la información	16%	25%	29%	18%	12%


¿Cómo deciden las empresas?

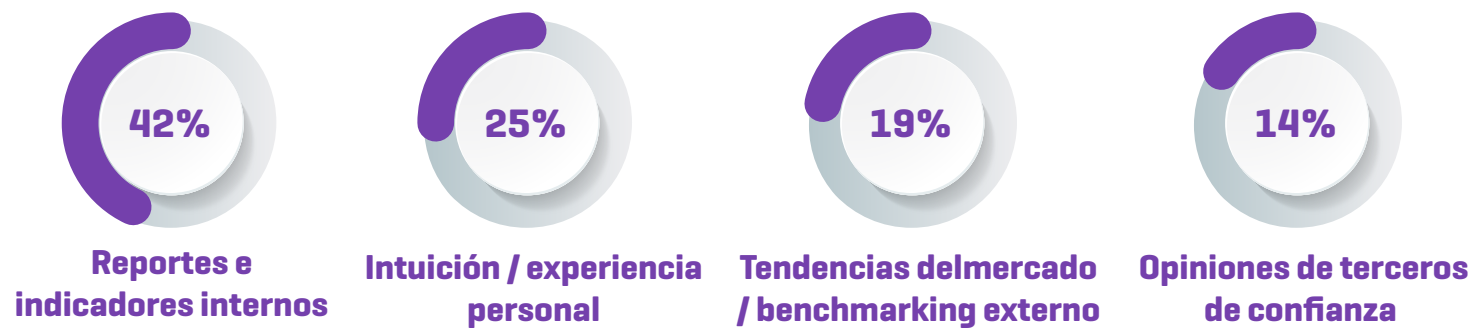
Los resultados muestran que la toma de decisiones empresariales se apoya cada vez más en información interna y menos en criterios externos o exclusivamente subjetivos. Si bien la experiencia personal y la intuición continúan siendo elementos relevantes, los datos propios comienzan a ocupar un rol central como fuente de confianza y control.

Este equilibrio entre datos, experiencia y observación del entorno refleja una etapa de transición hacia modelos de gestión más analíticos. El reto para las empresas no es elegir entre intuición o datos, sino lograr que la información estructurada complemente la experiencia, permitiendo decisiones más sólidas, oportunas y alineadas con los objetivos.

Los reportes e indicadores internos se posicionan como la principal referencia para la toma de decisiones. Esto indica una orientación creciente hacia el uso de datos propios, métricas operativas y resultados internos como base para definir el rumbo del negocio.

 **4 de cada 10 empresas** toman decisiones clave apoyándose principalmente en sus propios datos.

 **1 de cada 4 empresas** sigue confiando en la experiencia personal como principal brújula para decidir.



La cultura de datos se consolida

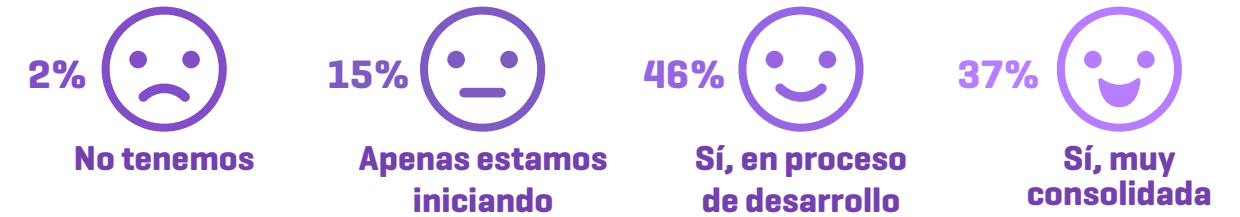
La consolidación de una cultura de datos representa uno de los indicadores más claros de madurez digital en las empresas. Implica no solo recopilar información, sino utilizarla de forma sistemática para analizar, decidir y anticipar escenarios. Los resultados muestran que una parte relevante de las empresas ya se encuentra en esta etapa avanzada, con diferencias claras según su tamaño y giro.

A nivel general, una proporción significativa de empresas reconoce contar con una cultura de datos plenamente consolidada. Esto indica que la información forma parte activa de su gestión cotidiana y de sus decisiones estratégicas, más allá de esfuerzos aislados de digitalización.

Las empresas medianas encabezan este proceso, lo que refleja una necesidad estructural de apoyarse en información confiable para sostener su crecimiento y coordinar múltiples procesos. Sin embargo, el avance no se limita a este segmento: tanto las empresas pequeñas como las microempresas muestran señales claras de madurez, evidenciando que el uso estratégico de datos no es exclusivo de organizaciones grandes, sino una práctica cada vez más transversal.

Por giro empresarial, los sectores vinculados a manufactura y producción presentan un mayor nivel de consolidación, impulsados por la necesidad de control preciso de procesos, costos e inventarios. El comercio también avanza de forma consistente, mientras que los servicios, aunque en una etapa más temprana, comienzan a integrar el uso de datos como parte de su operación cotidiana.


¿Considera que su empresa tiene una "cultura de datos"?



Quién decide y qué se automatiza


La adopción de información digital no solo transforma los procesos, también redefine quién toma decisiones dentro de la empresa y qué decisiones pueden anticiparse o automatizarse. Los resultados muestran una clara concentración de la consulta de datos en los niveles directivos, así como un uso operativo aún enfocado en áreas clave del negocio.

La consulta de información digital se concentra principalmente en la figura directiva, lo que refleja un modelo de decisión centralizado. Aunque otros perfiles participan, el acceso a los datos estratégicos sigue estando mayormente en manos de la persona dueña o dirigente del negocio.

 **56% de las empresas** toman decisiones basadas en datos desde la dirección.

Las decisiones que más se automatizan o anticipan están directamente ligadas al control operativo y comercial. Inventarios, precios y proyecciones de ventas encabezan el uso práctico de la información digital, mientras que otras áreas avanzan de forma más gradual.


 **1 de cada 4 empresas** ya anticipa decisiones clave de inventario.

 **1 de cada 5** ajusta precios o proyecta ventas con datos.

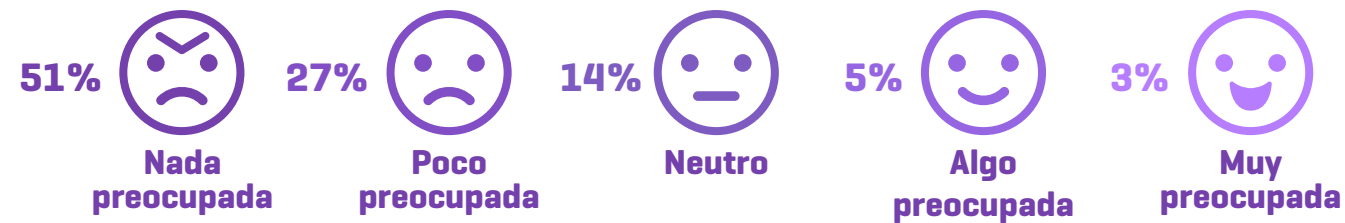
La seguridad de los datos importa

La seguridad de la información se ha convertido en una preocupación central para las empresas. A medida que la digitalización avanza y los datos adquieren un papel estratégico, protegerlos deja de ser una tarea técnica aislada y se vuelve parte esencial de la gestión y la continuidad del negocio.


La mayoría de las empresas muestra una alta sensibilidad frente a la seguridad de su información. Predomina una percepción de riesgo que impulsa la adopción de medidas de protección, mientras que las posturas de baja preocupación son claramente minoritarias.

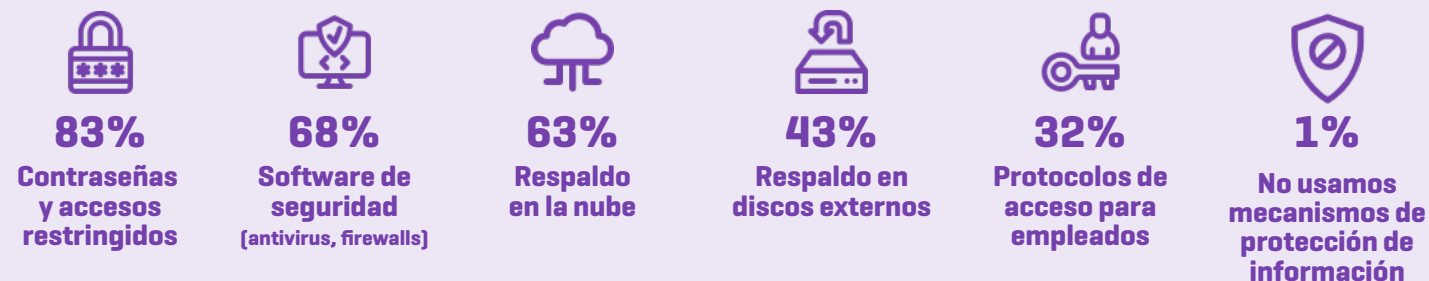
 **8 de cada 10 empresas** se declaran preocupadas o muy preocupadas por la seguridad de sus datos.

En escala del 1 al 5 donde 1 es "Nada preocupada" y 5 "Muy preocupada", ¿Qué tanto le preocupa la seguridad de datos de su empresa?



Las empresas recurren principalmente a medidas básicas y preventivas para proteger su información. El uso de contraseñas, accesos restringidos y software de seguridad se consolida como la primera línea de defensa, complementada por respaldos locales y en la nube. Cabe señalar que las contraseñas y accesos restringidos son el punto de partida, no la solución final. Funcionan como la puerta de entrada a la seguridad, pero para proteger información crítica del negocio (financiera, operativa y de clientes) deben integrarse en una estrategia más amplia de protección de datos, especialmente en empresas que ya están digitalizadas o en crecimiento.

 **8 de cada 10 empresas** protegen su información con controles de acceso.



IA: productividad con criterio


La inteligencia artificial comienza a ocupar un lugar relevante en la agenda empresarial. Se le reconoce como una palanca para ganar agilidad y productividad, pero su adopción aún requiere claridad, criterio y control para integrarse de forma estratégica a los procesos del negocio.

La inteligencia artificial se asocia principalmente con velocidad, practicidad y apoyo operativo. Los conceptos que predominan reflejan una visión funcional: herramientas que ayudan, simplifican tareas y permiten escalar operaciones con mayor eficiencia.

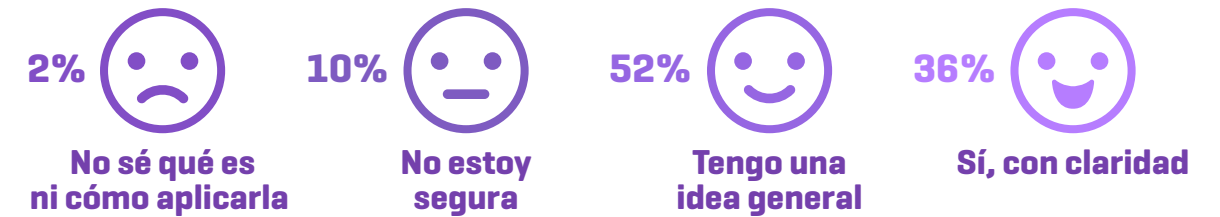


La IA se percibe más como una herramienta práctica de apoyo que como un sustituto del criterio humano.


La mayoría de las empresas cuenta al menos con una idea general sobre cómo la inteligencia artificial podría apoyar su operación. Sin embargo, solo una parte tiene claridad total, lo que indica que el interés supera al conocimiento práctico.

 **9 de cada 10 empresas** tienen algún nivel de entendimiento sobre el potencial de la IA, aunque no siempre con aplicaciones concretas.

¿Actualmente sabe para qué podría servir la IA en su empresa?



El uso de IA se encuentra en una etapa temprana. Una parte relevante ya la aplica en algún proceso, mientras que otras empresas se mantienen en exploración o la han utilizado de forma puntual, principalmente para tareas específicas.

 **El 43% de las empresas** ya dio el primer paso práctico hacia el uso de IA, aunque con alcances limitados.



La inteligencia artificial ya está en uso

La inteligencia artificial comienza a integrarse de manera gradual en las empresas, no como una solución única, sino como un conjunto de herramientas que apoyan tareas específicas. Su adopción responde principalmente a necesidades prácticas y operativas, más que a estrategias de transformación profunda.

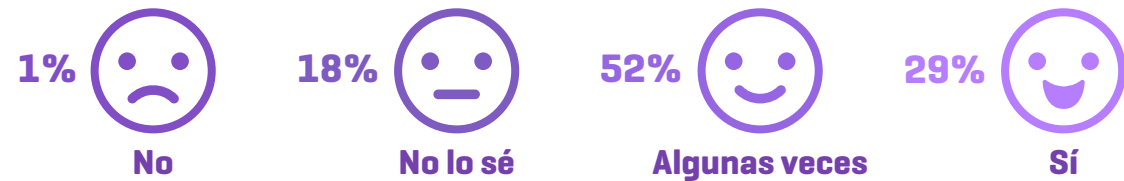
Aunque todavía no todas las empresas la utilizan de forma sistemática, los resultados muestran que la IA ya forma parte del día a día de muchas organizaciones. El reto ahora es pasar de un uso ocasional o táctico a una implementación más estructurada, alineada con los objetivos del negocio.

La adopción de herramientas de IA es mayoritariamente parcial. Predomina un uso ocasional, mientras que un grupo menor ya las incorpora de manera constante. Aún existe una proporción relevante de empresas que no las utiliza.



8 de cada 10 empresas han usado IA al menos alguna vez.

¿En su empresa hacen uso de alguna herramienta de inteligencia artificial?

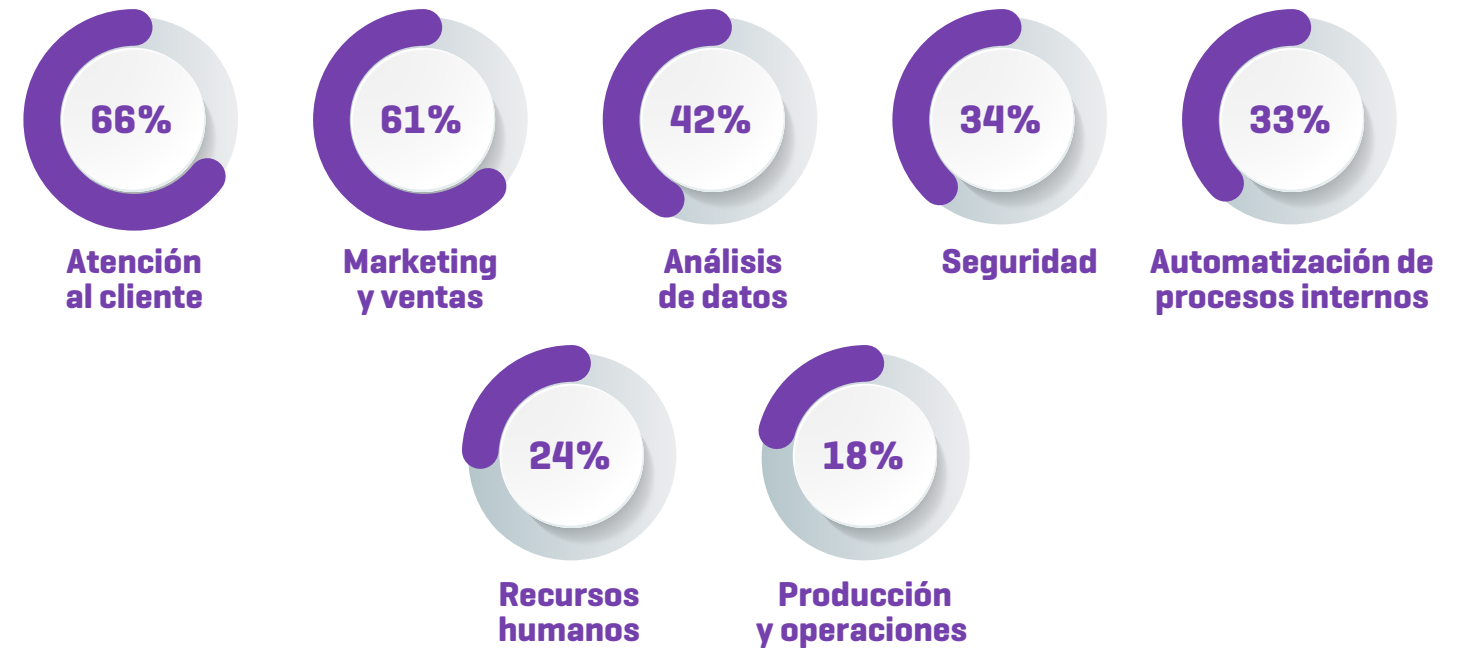


El uso de IA se concentra en actividades relacionadas con el cliente y el crecimiento comercial. Atención al cliente y marketing encabezan las aplicaciones más frecuentes, seguidas por el análisis de datos y la automatización de procesos internos.



2 de cada 3 empresas utilizan IA para atención al cliente, y más de la mitad la emplea en marketing y ventas.

¿Para qué actividades usan herramientas de inteligencia artificial con mayor frecuencia en su empresa?



La brecha competitiva de la inteligencia artificial

La inteligencia artificial no solo introduce nuevas herramientas, también redefine el terreno competitivo entre las empresas. Aquellas que avanzan en su adopción comienzan a generar ventajas visibles frente a quienes aún no la integran, especialmente en productividad, velocidad de respuesta y toma de decisiones.

Los resultados reflejan una percepción clara: la IA ya está marcando diferencias reales en el desempeño empresarial. Esta brecha no se percibe como lejana o futura, sino como un fenómeno presente que influye directamente en la capacidad de competir y crecer en el mercado.

La mayoría de las empresas percibe una brecha competitiva significativa frente a quienes ya utilizan inteligencia artificial. Las respuestas se concentran en niveles altos y moderados, lo que indica una conciencia generalizada de que la IA está generando ventajas reales.



2 de cada 3 empresas consideran que la brecha competitiva frente a quienes usan IA es grande o muy grande.

¿Qué tan grande considera la brecha competitiva entre su empresa y aquellas que usan IA?



El impacto de la inteligencia artificial en la productividad es consistente y relevante. Tanto el valor promedio como el más frecuente coinciden, lo que indica una experiencia compartida entre las empresas respecto a los beneficios obtenidos.

 Para la mayoría de las empresas, **la inteligencia artificial ha impulsado la productividad a la mitad de su potencial operativo.**

¿Qué porcentaje cree que la IA ha ayudado a incrementar su productividad?

Promedio: **50%**

Moda: **50%**

Las barreras para adoptar IA

La adopción de herramientas de inteligencia artificial no depende únicamente de la tecnología disponible, sino de las condiciones internas de cada empresa para integrarla de forma efectiva. Las barreras identificadas reflejan retos estructurales, operativos y de conocimiento que influyen directamente en la velocidad de adopción.

Los resultados muestran que, más que resistencia al cambio, existe una necesidad clara de preparación previa: datos organizados, herramientas adecuadas y acompañamiento correcto. Estas barreras varían según el tamaño de la empresa, evidenciando distintos niveles de madurez digital.

La principal barrera para la adopción de la inteligencia artificial está relacionada con la gestión interna de la información. Muchas empresas reconocen que antes de incorporar inteligencia artificial necesitan ordenar, integrar y estructurar mejor sus datos. A esto se suman los costos percibidos y el desconocimiento de las herramientas disponibles.



4 de cada 10 empresas señalan que no tienen sus datos listos para usar IA.



1 de cada 3 empresas identifica los costos como un freno relevante.



1 de cada 4 empresas admite que desconoce las herramientas de IA disponibles.



Las barreras para implementar IA se manifiestan de forma distinta según el tamaño del negocio. Mientras las microempresas enfrentan mayores limitaciones económicas y de acceso a proveedores, las pequeñas y medianas empresas concentran sus retos en la gestión de datos y la preparación interna para integrar estas tecnologías.



1 de cada 3 microempresas enfrenta costos elevados como principal barrera.



50% de la MiPyMEs reconoce que necesita mejorar la gestión de sus datos antes de adoptar IA.



4 de cada 10 empresas medianas señalan los costos como el mayor obstáculo, aunque con mayor preparación estructural.

La integración de la inteligencia artificial en las empresas no depende únicamente de la disponibilidad tecnológica, sino de las condiciones que permitan adoptarla con confianza y efectividad. Los resultados revelan que las necesidades se concentran más en el acompañamiento, la formación y la accesibilidad que en la tecnología misma.

Antes de pensar en soluciones avanzadas, las empresas buscan bases sólidas: comprender, aprender y contar con herramientas que se adapten a su realidad operativa. Este enfoque evidencia que la inteligencia artificial se aprecia como un proceso de aprendizaje gradual, más que como una implementación inmediata.

La principal necesidad para integrar IA es la capacitación. Las empresas reconocen que requieren desarrollar conocimientos y habilidades antes de adoptar estas herramientas de forma estratégica y la facilidad de uso se posiciona como un factor clave. Las empresas buscan soluciones intuitivas, que no requieran altos niveles de especialización técnica para generar valor inmediato.

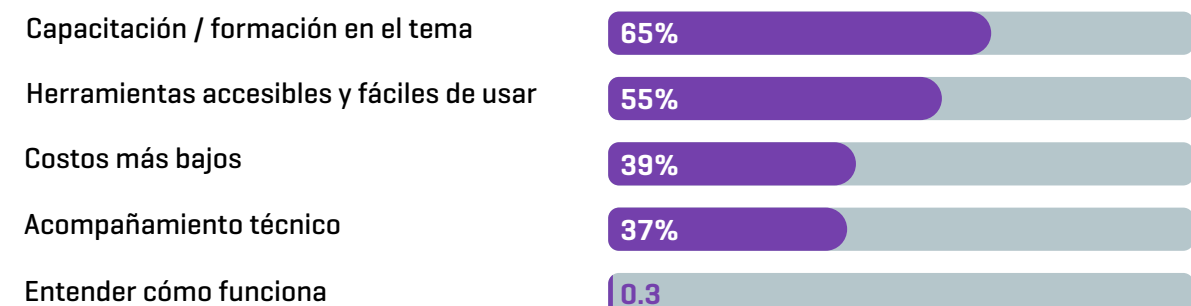


2 de cada 3 empresas consideran que formarse en IA es el paso más importante para comenzar.



4 de cada 10 empresas necesitan que la IA sea económicamente viable para adoptarla.

¿Qué necesitaría para integrar IA en su negocio?



Dónde la inteligencia artificial decide mejor

La inteligencia artificial comienza a posicionarse como un apoyo estratégico en la toma de decisiones empresariales, especialmente en aquellos procesos donde el análisis de grandes volúmenes de datos, la velocidad y la predicción juegan un papel clave. Su valor no radica en sustituir a las personas, sino en complementar su criterio con información más precisa y oportuna.

Los resultados muestran que las empresas identifican claramente en qué áreas la inteligencia artificial puede generar mayor impacto, principalmente en procesos comerciales y de análisis. A la par, la percepción general en México refuerza la idea de que la IA es una aliada para decisiones importantes y para liberar tiempo en tareas de mayor valor.

El marketing encabeza la lista de procesos donde la IA es vista como más efectiva, gracias a su capacidad para analizar comportamientos, segmentar audiencias y optimizar campañas en tiempo real.



4 de cada 10 empresas consideran que la IA supera al criterio humano en decisiones de marketing digital.

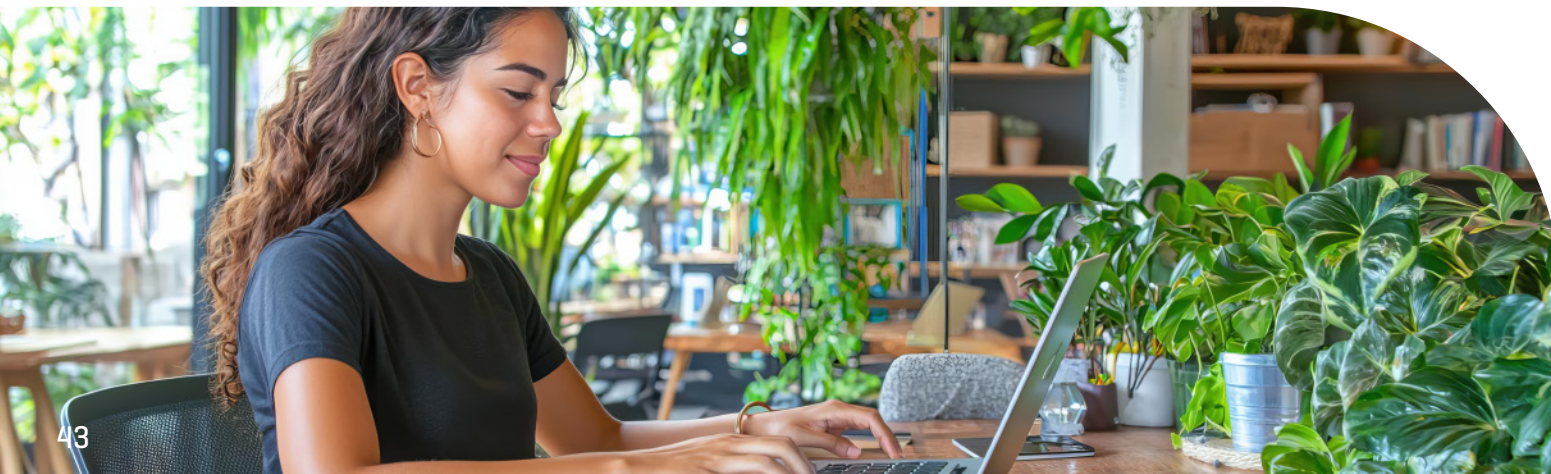
¿En qué procesos cree que la inteligencia artificial podría tomar mejores decisiones que una persona?



La percepción social refuerza la visión empresarial. La mayoría de los mexicanos reconoce a la IA como un apoyo válido para decisiones importantes, anticipa un impacto positivo en su industria y valora su capacidad para liberar tiempo en tareas de alto valor.



7 de cada 10 personas ven en la IA una herramienta transformadora para el trabajo y la toma de decisiones.



Capítulo 3. La fuerza interior que transforma.

Más allá de los números, los procesos y la tecnología, el verdadero motor del crecimiento empresarial está en la fortaleza interna de quienes emprenden. En el presente estudio Mujeres que vencen barreras y hacen crecer sus ideas, pudimos apreciar que la transformación de las empresas nace de una combinación profunda de determinación, resiliencia y claridad personal que guía cada decisión estratégica.

Este capítulo explora esa fuerza interior que impulsa a las emprendedoras a adaptarse, aprender y avanzar incluso en contextos de incertidumbre. Es la capacidad de confiar en su criterio, sostener el rumbo y convertir los retos en oportunidades lo que permite que la innovación, la digitalización y el crecimiento se consoliden. Aquí se reconoce que, cuando la visión personal se alinea con herramientas adecuadas y datos confiables, la transformación deja de ser un objetivo y se convierte en una realidad sostenible.

Motivaciones y aprendizajes que impulsan el emprendimiento

Emprender no surge de una sola causa, sino de una combinación de necesidad, propósito y búsqueda de equilibrio. Las mujeres que deciden iniciar un negocio lo hacen, en muchos casos, como respuesta a contextos económicos desafiantes, pero también como una forma consciente de redefinir su relación con el trabajo, la autonomía y la vida personal.

Este bloque explora tanto las razones que detonaron el emprendimiento como las lecciones que dejó el camino recorrido, especialmente cuando hubo intentos previos que no prosperaron. Los resultados revelan un perfil resiliente, reflexivo y orientado al aprendizaje continuo.

Las motivaciones para emprender combinan factores económicos con decisiones de vida. La necesidad de generar ingresos convive con el deseo de independencia, flexibilidad y realización personal, mostrando que el emprendimiento es tanto una estrategia de supervivencia como una elección de transformación.

1 de cada 4 mujeres emprendió por necesidad económica, lo que posiciona al emprendimiento como una respuesta directa a la falta de ingresos.

4 de cada 10 lo hicieron buscando equilibrio o independencia, reflejando que el emprendimiento también es una vía para redefinir el estilo de vida.

¿Por qué decidió emprender?



Las experiencias previas, incluso aquellas que no alcanzaron el éxito esperado, se convierten en una fuente clave de aprendizaje. Lejos de desmotivar, estos intentos fortalecen habilidades financieras, estratégicas y emocionales, sentando bases más sólidas para nuevos proyectos.



4 de cada 10 mujeres aprendieron que el control financiero es fundamental para la sostenibilidad del negocio.



1 de cada 5 identificó la importancia de investigar mejor el mercado antes de tomar decisiones.

En caso de haber tenido un emprendimiento anterior que no prosperó, ¿qué lección valiosa te dejó esa experiencia?



Emprender transforma metas e independencia

Emprender no solo impacta los ingresos, también redefine la manera en que las mujeres piensan su futuro, establecen metas y se relacionan con la autonomía económica. La experiencia emprendedora actúa como un catalizador de cambios profundos, tanto en lo personal como en lo familiar y social.

Este bloque explora dos dimensiones clave: por un lado, cómo el emprendimiento transforma la visión de largo plazo y los objetivos de vida; por otro, el grado en que el negocio se traduce en independencia económica real, considerando el tamaño de la empresa y su contexto.

El emprendimiento amplía la perspectiva de las mujeres sobre su propio potencial. Más allá del ingreso inmediato, impulsa una mentalidad orientada a la estabilidad financiera, la planeación estratégica y la confianza personal, integrando el crecimiento económico con propósito y sentido social.

1 de cada 2 mujeres afirma que emprender la llevó a pensar en la estabilidad financiera de su familia y a fijar metas más ambiciosas.

4 de cada 10 fortalecieron la confianza en su capacidad para lograr cualquier objetivo que se propongan.

¿De qué forma cree que emprender ha transformado su visión de futuro y metas?



La independencia económica es una de las aspiraciones más claras del emprendimiento femenino. Los resultados muestran avances significativos, especialmente en las microempresas, aunque también reflejan que la autonomía plena puede ser progresiva y depender del tamaño y madurez del negocio.

A nivel general, **2 de cada 3 mujeres** señalan que su negocio sí les ha brindado independencia económica.

En empresas pequeñas y medianas, **alrededor de 6 de cada 10** confirman independencia, mientras que **1 de cada 3** indica que ésta se presenta solo en algunas etapas u ocasiones.



En microempresas, **más de 8 de cada 10** reportan haber alcanzado esta autonomía, mostrando un impacto directo del emprendimiento en su economía personal.

El negocio como herramienta de autonomía y libertad

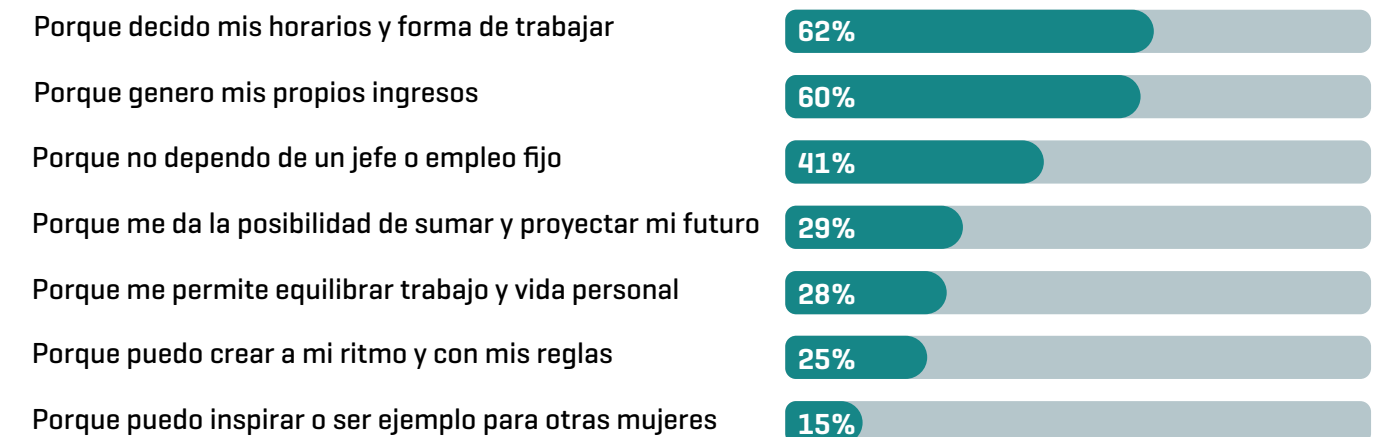
Para muchas mujeres emprendedoras, el negocio no es solo una fuente de ingresos: es una palanca de autonomía personal, económica y emocional. La libertad asociada al emprendimiento se construye a partir de decisiones cotidianas que redefinen la relación con el tiempo, el trabajo y el futuro.

En nuestro estudio exploramos las razones por las que las emprendedoras consideran que su negocio se ha convertido en su principal herramienta de libertad, revelando una combinación de control, independencia y proyección personal que va más allá del aspecto financiero.

El emprendimiento se consolida como una herramienta de autonomía y libertad para las mujeres cuando les permite tomar control directo de su tiempo, sus ingresos y sus decisiones laborales. Para 2 de cada 3 emprendedoras, la libertad comienza al decidir sus horarios y la forma en que trabajan, lo que confirma que el manejo del tiempo se ha convertido en el activo más valioso dentro de su vida profesional.

De manera casi equivalente, 6 de cada 10 señalan que generar sus propios ingresos es un factor determinante. Este dato revela que el emprendimiento no sólo responde a una motivación económica, sino a una necesidad de autonomía financiera, entendida como seguridad personal y capacidad de sostener decisiones propias sin depender de terceros.

¿Por qué considera que su negocio se convierte en su mayor herramienta de libertad?





El costo invisible del emprendimiento femenino

Emprender no sólo implica crear un negocio: también exige decisiones personales profundas que impactan la vida cotidiana de las mujeres. Detrás de cada proyecto hay renunciadas, ajustes emocionales y un esfuerzo constante por sostener el equilibrio entre lo personal y lo profesional.

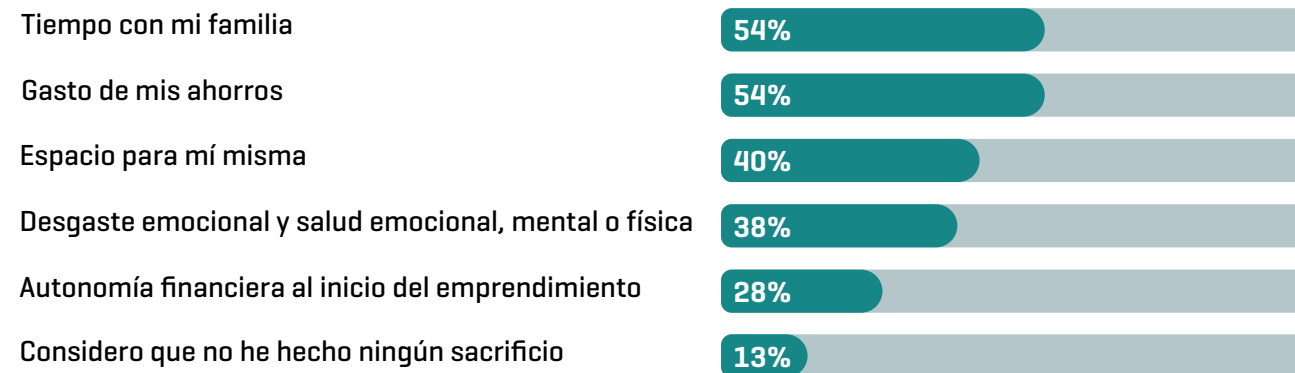
Revelamos el lado menos visible del emprendimiento, donde los sacrificios y los retos actuales conviven con la determinación de seguir creciendo. Lejos de victimizar, los datos muestran resiliencia, conciencia y una clara lectura de lo que aún falta por fortalecer.

El emprendimiento femenino se construye, en muchos casos, a partir de renunciadas personales que afectan tanto el entorno familiar como el bienestar individual. El sacrificio no es simbólico: es real, cotidiano y sostenido en el tiempo.

Más de la mitad de las emprendedoras (54%) señala que el principal sacrificio ha sido el tiempo con la familia, lo que equivale a **1 de cada 2 mujeres** ajustando su vida personal para sostener su negocio.

En la misma proporción, **1 de cada 2** ha tenido que invertir sus propios ahorros, evidenciando que el emprendimiento inicia, muchas veces, sin red financiera externa.

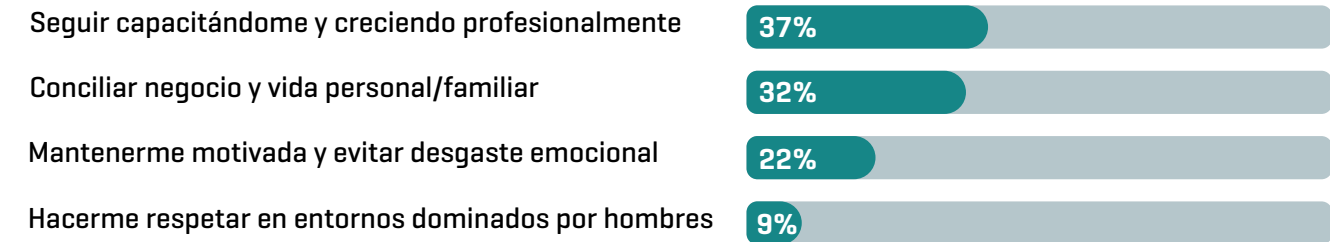
¿Qué sacrificios personales ha tenido que hacer para emprender?



Una vez superada la etapa inicial, los retos se transforman. Ya no se trata sólo de resistir, sino de crecer con intención, sin perder bienestar ni motivación en el proceso.

4 de cada 10 emprendedoras identifican como principal reto seguir capacitándose y creciendo profesionalmente, lo que refleja una mentalidad orientada a la mejora continua.

¿Cuál consideras que es tu mayor reto hoy como mujer emprendedora?



Emprender para resistir y avanzar

El emprendimiento no elimina los desafíos, pero transforma la manera de enfrentarlos. Para muchas mujeres, crear y sostener un negocio se convierte en una fuente de estabilidad, fortaleza personal y capacidad de adaptación frente a contextos económicos y sociales cambiantes.

Las respuestas reflejan que el emprendimiento actúa como un pilar integral: sostiene ingresos, refuerza la confianza personal y abre oportunidades para impactar más allá del negocio propio.



6 de cada 10 emprendedoras señalan que su negocio les ha permitido generar ingresos estables, confirmando que el emprendimiento es, ante todo, una estrategia de seguridad económica frente a la incertidumbre.



En una proporción muy cercana, **más de la mitad** afirma que emprender les ha dado confianza y seguridad personal, evidenciando que el impacto va más allá de lo financiero y fortalece la autoestima y la toma de decisiones.



1 de cada 2 reconoce que su negocio le ha brindado independencia laboral, reduciendo la dependencia de estructuras tradicionales y aumentando el control sobre su trayectoria profesional.



¿De qué formas consideras que tu emprendimiento te ha ayudado a enfrentar desafíos?



Crecer, el gran desafío del negocio

En la etapa actual del emprendimiento femenino, los retos ya no se centran únicamente en iniciar un negocio, sino en hacerlo crecer, consolidarlo y sostenerlo en el tiempo. Las respuestas de este bloque reflejan una mentalidad enfocada en la expansión, la competitividad y la adaptación a un entorno cada vez más exigente.

Este panorama muestra a emprendedoras que han superado la fase de arranque y ahora enfrentan decisiones estratégicas relacionadas con ventas, crecimiento territorial y adopción tecnológica, confirmando que el reto principal ya no es existir, sino evolucionar con claridad y dirección.

El crecimiento comercial domina la agenda de las emprendedoras, seguido por la necesidad de escalar operaciones y fortalecer su propuesta de valor en un mercado competitivo.

- 4 de cada 10 negocios** identifican como principal reto aumentar ventas, posicionando la generación de ingresos como el eje central de la toma de decisiones actuales.
- 3 de cada 10** señalan la expansión o apertura de nuevas sucursales como su mayor desafío, lo que indica una clara intención de crecimiento estructural y no solo operativo.
- 1 de cada 6 emprendedoras** reconoce que incorporar nuevas tecnologías, como inteligencia artificial y procesos de digitalización, es un reto clave para mantenerse competitivas.



Aliados que impulsan el crecimiento

El crecimiento de un negocio no ocurre en solitario. Las emprendedoras reconocen que avanzar, escalar y sostener su empresa implica construir una red de aliados estratégicos que aporten estabilidad operativa, visión financiera y acompañamiento en la toma de decisiones.

Más allá del esfuerzo individual, el desarrollo del negocio depende de relaciones clave que fortalecen la cadena de valor y permiten a las emprendedoras enfocarse en crecer con mayor orden, confianza y proyección.

Las respuestas muestran una clara jerarquía de aliados, donde los vínculos operativos y financieros superan a los vínculos internos tradicionales.

- 6 de cada 10 emprendedoras** señalan a los proveedores como sus principales aliados, evidenciando la importancia de relaciones sólidas para garantizar continuidad, calidad y cumplimiento en la operación diaria.
- En una proporción muy cercana, **casi 6 de cada 10** identifican al contador o contadora como una figura clave, confirmando el papel estratégico que juega la información financiera en la toma de decisiones y el crecimiento ordenado.
- 4 de cada 10** consideran al socio o socia como un aliado fundamental, destacando la relevancia de la corresponsabilidad y la visión compartida en la expansión del negocio.

¿De qué formas consideras que tu emprendimiento te ha ayudado a enfrentar desafíos?



Capítulo 4. El equilibrio entre productividad y felicidad

Emprender no es únicamente crecer en cifras, procesos o resultados. Para muchas mujeres, también implica sostener un delicado equilibrio entre el desempeño del negocio, la vida personal y el bienestar emocional. El éxito, visto desde esta perspectiva, deja de medirse sólo en productividad y comienza a evaluarse en términos de calidad de vida, autonomía y satisfacción personal.

El presente estudio **“Emprender es poder: Mujeres que vencen barreras y hacen crecer sus ideas”**, revela que las mujeres emprendedoras buscan construir negocios eficientes sin renunciar a su bienestar. El equilibrio entre productividad y felicidad refleja la forma en que la tecnología debe estar al servicio de las personas. Impulsar herramientas que ayuden a las emprendedoras a trabajar con mayor orden, claridad y control no solo mejora la eficiencia del negocio, sino que también libera tiempo, reduce el estrés operativo y favorece una mejor calidad de vida. Desde esta visión, en **CONTPAQi®** entendemos que un negocio sano es aquel que crece de manera sostenible, cuidando tanto los resultados como el bienestar de quienes lo lideran, especialmente de las mujeres que hoy impulsan una parte fundamental de la economía del país.



Felicidad en el camino emprendedor

El bienestar emocional es un componente esencial del emprendimiento femenino. Más allá de los retos operativos y financieros, la forma en que las mujeres se sienten respecto a su proyecto impacta directamente en su motivación, su toma de decisiones y su permanencia en el mercado.

Este bloque del estudio permite observar cómo el emprendimiento, aun con sus desafíos, se vive mayoritariamente como una experiencia positiva, vinculada al propósito personal, la autonomía y la satisfacción de construir algo propio.



53% de las emprendedoras se declara muy feliz, lo que indica un fuerte sentido de realización y satisfacción personal en su camino empresarial.



37% se sienten felices, reforzando que el emprendimiento es percibido como una experiencia gratificante, aun en contextos de alta exigencia.

¿Qué tan feliz se siente actualmente en su camino como emprendedora?



Cuidar a las personas también es estrategia

El bienestar de los equipos se ha convertido en un eje estratégico para las emprendedoras. Más allá de los resultados financieros, hoy existe una conciencia creciente sobre la importancia de crear entornos de trabajo que favorezcan la salud, la armonía y la felicidad de quienes forman parte del negocio.

Las decisiones de liderazgo femenino integran prácticas humanas y flexibles que no solo impactan en la calidad de vida de los colaboradores, sino que también fortalecen la sostenibilidad, el compromiso y la productividad de las empresas.



Un **67% de las emprendedoras** priorizan el equilibrio vida-trabajo, incorporando horarios flexibles, home office y días libres adicionales, lo que confirma que la flexibilidad es la base del bienestar laboral.



Un **51%** impulsa el bienestar emocional, mediante apoyo psicológico, manejo del estrés y celebraciones, reconociendo la salud mental como un activo clave del negocio.

La nueva forma de trabajar

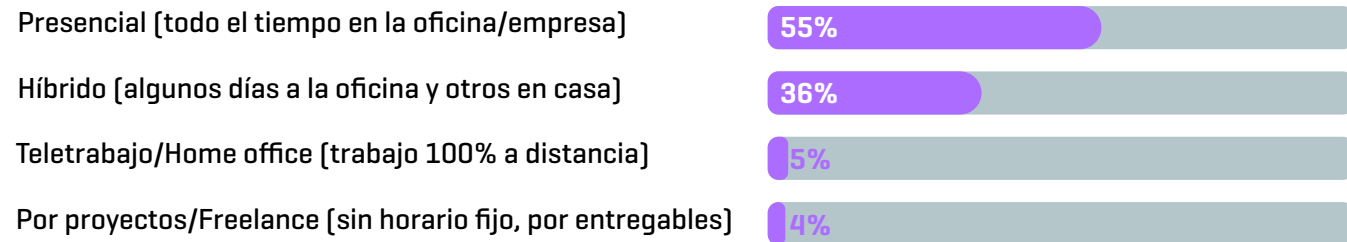
La modalidad de trabajo se ha transformado de manera acelerada en los últimos años, impulsada por la digitalización, la búsqueda de mayor bienestar y la necesidad de flexibilidad operativa. Las emprendedoras han tenido que adaptar sus modelos de trabajo para responder tanto a las demandas del negocio como a las expectativas de sus equipos.

Este bloque permite observar cómo conviven distintos esquemas laborales dentro de las empresas, así como el nivel de conocimiento normativo que existe en torno al trabajo a distancia, evidenciando avances, retos y oportunidades de mejora.


Los resultados muestran una clara preferencia por esquemas tradicionales, aunque los modelos flexibles ganan terreno de forma sostenida.

 **Más de la mitad de las empresas, un 55%, opera bajo un esquema presencial, lo que indica que 1 de cada 2 organizaciones mantiene la oficina como eje central del trabajo.**

¿Cuál es la modalidad de trabajo actualmente en su empresa?



El esquema híbrido no solo existe, sino que ya representa una parte relevante de la fuerza laboral.

 **Un 36% han adoptado un modelo híbrido, combinando días presenciales y remotos, consolidando este esquema como una alternativa viable y estable.**

En este nuevo panorama, se observa una **disminución del teletrabajo**, que pasó de un 11% en 2025 a un 5% en 2026, mientras que los **esquemas híbridos** comienzan a consolidarse como una alternativa intermedia cada vez más adoptada.


Paralelamente, **el nivel de conocimiento normativo ha crecido de forma significativa**. La **NOM-035** incrementó su reconocimiento de un 21% a un 65%, y la **NOM-037** de un 19% a un 63%, lo que evidencia un avance importante en la conciencia regulatoria, aunque aún persisten retos en su implementación.



Bienestar percibido en los equipos

La percepción del bienestar de los colaboradores es un reflejo directo del estilo de liderazgo, la cultura organizacional y las condiciones de trabajo dentro de las empresas. Para las emprendedoras, entender cómo se sienten sus equipos es clave para construir entornos sostenibles, productivos y humanos.

La percepción general sobre el nivel de felicidad de los colaboradores de las emprendedoras en el trabajo, es positiva, aunque con matices que invitan a seguir fortaleciendo el bienestar interno.

 **Un 87% de los colaboradores son percibidos como felices** o muy felices lo que indica un entorno laboral mayoritariamente favorable.

 **El 57% se ubica en el nivel de felices**, mostrando estabilidad emocional en el día a día. En contraste, **un 13% presenta niveles intermedios**, lo que señala áreas de oportunidad para reforzar acciones de bienestar.

¿Cómo percibe el nivel de felicidad de tus colaboradores en el trabajo?



Capítulo 5. Claridad financiera para crecer

Emprender no solo implica tener una idea y la determinación para llevarla a cabo; también requiere gestionar de manera eficiente los recursos disponibles, tanto financieros como tecnológicos y estratégicos, incluyendo así la toma de decisiones sobre cómo hacer crecer el negocio y sostener su operación. Este capítulo analiza cómo las mujeres emprendedoras enfrentan estos retos, y cómo el uso de las herramientas juegan un papel clave.

A partir de los datos recabados, se observa que las emprendedoras desarrollan distintas estrategias para sostener y fortalecer sus empresas: optimizan recursos, buscan mayor control financiero y toman decisiones cada vez más informadas. La gestión eficiente no se limita al capital, sino que también incluye el acceso a conocimiento, herramientas y acompañamiento que les permita consolidar operaciones más sólidas y sostenibles.

Para **CONTPAQi®**, este tema es especialmente relevante porque conecta directamente con nuestro propósito: facilitar el acceso a herramientas que den claridad, control y confianza a las empresas, independientemente de su tamaño. En este contexto, contar con información ordenada, procesos claros y una gestión financiera estructurada se convierte en un elemento estratégico para el crecimiento. Desde esta visión, en **CONTPAQi®** impulsamos el uso de tecnología como un habilitador clave para la toma de decisiones y el fortalecimiento de los negocios en el largo plazo.

Claridad financiera: saber vender para ganar

La claridad financiera es uno de los pilares más importantes para la sostenibilidad de un negocio. Conocer cuánto se debe vender, cuál es el margen real de ganancia y cómo se comportan los ingresos permite a las emprendedoras tomar decisiones con mayor seguridad y visión de largo plazo.

La mayoría de las emprendedoras cuenta con una referencia clara sobre su punto de equilibrio.



El conocimiento del margen de ganancia está ampliamente extendido entre las emprendedoras.

9 de cada 10 afirman conocer el porcentaje de ganancia de sus ventas, lo que indica un manejo financiero cada vez más consciente.

Los márgenes de utilidad reportados muestran negocios con estructuras eficientes y modelos orientados al valor.

1 de cada 2 emprendedoras opera con márgenes cercanos al 50%, reflejando modelos de negocio con buen control de costos y alto valor agregado.

¿Cuál es el margen de utilidad aproximado?

Promedio: **50.6%**

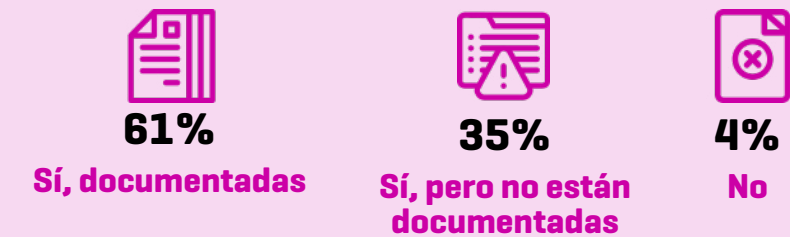
Moda: **50%**

Las emprendedoras muestran una adopción mayoritaria de la planeación financiera para los próximos 12 meses, aunque con distintos niveles de formalidad.

6 de cada 10 emprendedoras cuentan con proyecciones documentadas, lo que refleja una gestión financiera estructurada y orientada al largo plazo.

1 de cada 3 realiza proyecciones de manera mental o no documentada, lo que indica intención de planeación, pero con oportunidades para fortalecer el control y el seguimiento.


¿Cuenta con proyecciones financieras (ventas, gastos, utilidades) para los próximos 12 meses?




Del equilibrio a la previsión financiera

Alcanzar el punto de equilibrio y planificar los meses de menor ingreso son dos hitos clave en la madurez financiera de un negocio. Para las emprendedoras, estos momentos representan no solo estabilidad económica, sino también tranquilidad, capacidad de anticipación y mayor control sobre el futuro de su empresa.

Sobre el tiempo que les tomó alcanzar el punto de equilibrio para cubrir todos sus gastos con sus ventas es variable, pero la mayoría logra estabilizarse en los primeros años.


 Un **36% de las emprendedoras** logró cubrir sus gastos entre 1 y 2 años, lo que refleja procesos de consolidación progresiva.


 El **33%** alcanzó el equilibrio entre 6 meses y 1 año, mostrando modelos de negocio con rápida tracción.

¿Cuánto tiempo le tomó a su negocio llegar a cubrir todos sus gastos con sus ventas (es decir, alcanzar el punto en que no tenía pérdidas)?

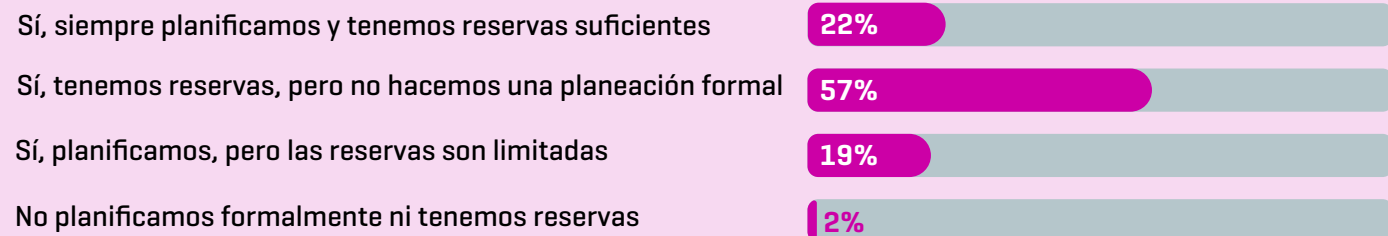


La previsión financiera es una práctica extendida, aunque con distintos niveles de profundidad.

 El **22%** Planifica y cuenta con reservas suficientes, lo que indica una gestión financiera preventiva.

 El **57%** tiene reservas pero no ha hecho una planeación formal lo que las deja expuestas ante imprevistos.


¿Planifican para meses bajos? ¿Cuentan con reservas?




Decisiones financieras de las MiPyMEs


La gestión financiera es uno de los pilares que define la viabilidad y el crecimiento de una MiPyME. En la práctica, muchas empresas avanzan combinando herramientas básicas con soluciones especializadas, lo que revela distintos niveles de madurez en la toma de decisiones económicas. Este bloque muestra cómo las empresarias analizan su información financiera, qué sistemas utilizan y qué indicadores consideran prioritarios para evaluar la salud de su negocio.

La gran mayoría de las empresarias sí utiliza alguna herramienta para analizar las finanzas de su negocio, aunque predominan soluciones básicas. El uso de hojas de cálculo sigue siendo la puerta de entrada al análisis financiero, mientras que una proporción menor ya ha incorporado software especializado o, en contraste, aún no utiliza ninguna herramienta formal.

 **95% de las empresarias** analizan sus finanzas con hojas de calculo o software especializado.

 **61%**
Sí, Excel u hojas de cálculo

 **35%**
Sí, software especializado

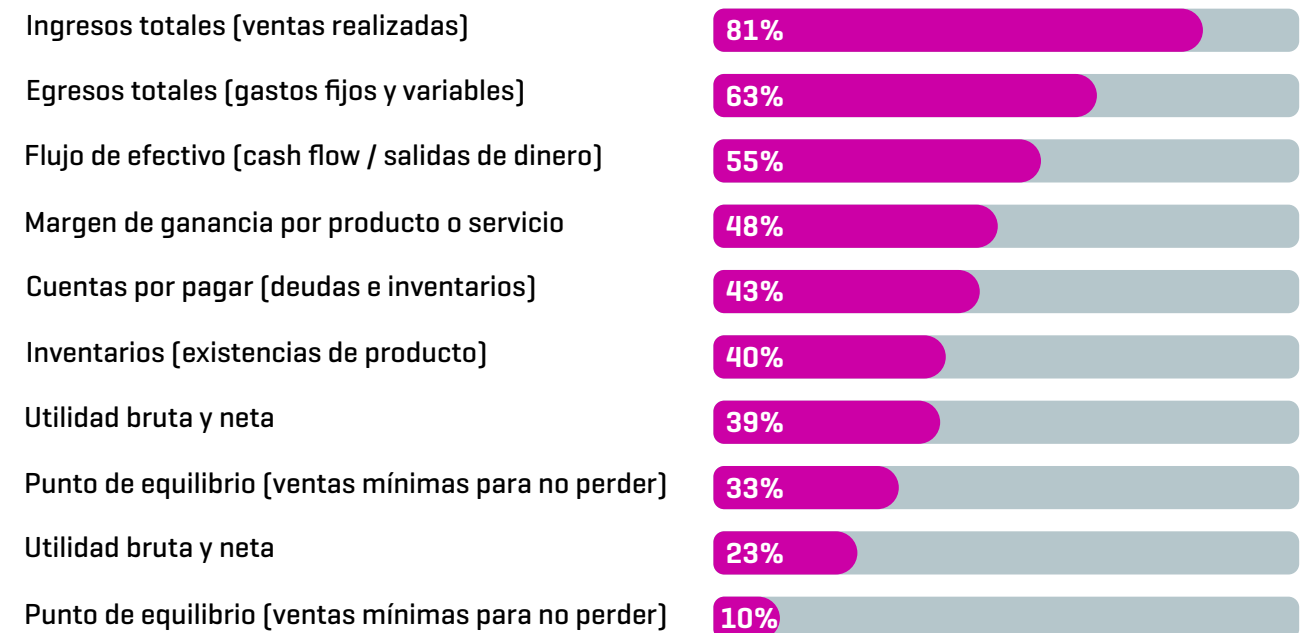
 **4%**
No utilizo herramientas para el análisis financiero de mi negocio

La revisión mensual de indicadores financieros se enfoca principalmente en el flujo inmediato del negocio: ingresos, egresos y liquidez. En contraste, los indicadores de análisis profundo, como rentabilidad o métricas financieras avanzadas, son menos revisados, lo que sugiere una toma de decisiones más reactiva que estratégica.

 **8 de cada 10 empresarias** revisan sus ingresos totales cada mes.

 **6 de cada 10** monitorean sus egresos.

¿Qué indicadores financieros revisan cada mes?



Financiamiento: una palanca usada con cautela

El acceso al financiamiento continúa siendo uno de los retos más complejos para las MiPyMEs, especialmente para las lideradas por mujeres. Aunque existen diversas alternativas en el mercado, la decisión de solicitar recursos externos no se toma a la ligera y está profundamente condicionada por factores como el riesgo percibido, los costos asociados y la carga administrativa que implica cada opción.

Este bloque muestra como las empresarias evalúan el crédito desde una lógica cautelosa y selectiva, enfocándose en la estabilidad del negocio, el control financiero y el crecimiento orgánico antes que el endeudamiento. Mas priorizan la estabilidad del negocio, el control financiero y el crecimiento orgánico antes que el endeudamiento. Más que una falta de interés, los datos reflejan una adopción selectiva y consciente del financiamiento como herramienta de crecimiento.

La solicitud de financiamiento no es una práctica generalizada. A nivel agregado, la mitad de las empresarias ha recurrido a algún tipo de financiamiento, mientras que la otra mitad ha optado por operar sin apoyo externo. Esta decisión varía según el tamaño de la empresa, mostrando que las organizaciones pequeñas son más propensas a buscar recursos que las medianas y microempresas.

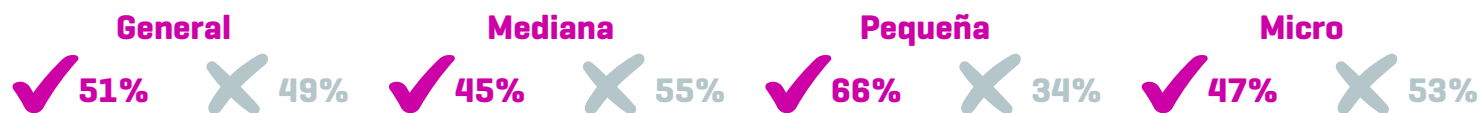


1 de cada 2 empresarias ha solicitado financiamiento alguna vez.



Entre las **empresas pequeñas** esta proporción sube a casi **2 de cada 3**, mientras que en las micro y medianas predomina la decisión de no endeudarse.

¿Ha solicitado algún tipo de financiamiento para su empresa actual?



Entre quienes sí han buscado financiamiento, el crédito bancario se mantiene como la principal alternativa, seguido por préstamos personales y esquemas informales o semiformales. Las opciones más innovadoras, como fintech o inversionistas, aún tienen una participación marginal, lo que evidencia barreras de acceso, conocimiento o confianza en estos modelos.

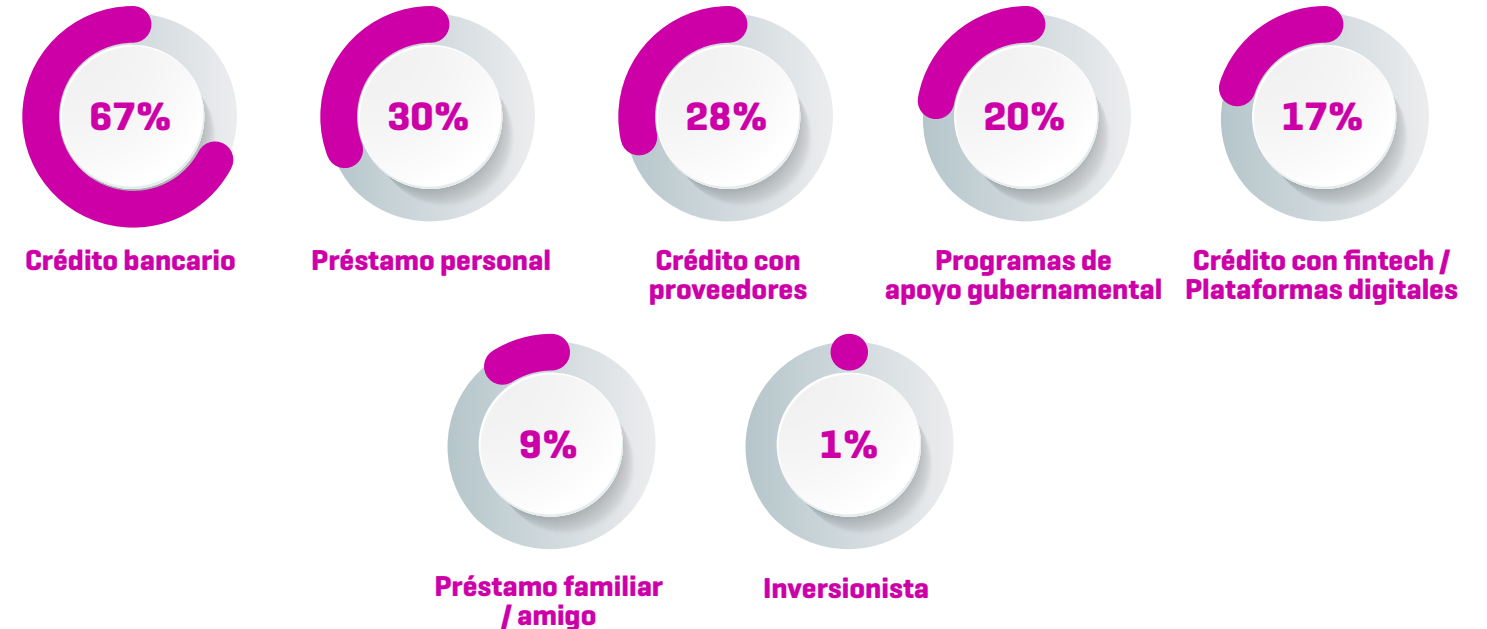


67% recurre al crédito bancario.



30% al préstamo personal.

¿Qué tipo de financiamiento ha solicitado?



Mayor apertura al financiamiento, pero con desafíos

Solicitar financiamiento representa un momento decisivo para muchas emprendedoras: es la intersección entre la necesidad de crecer y la exposición al riesgo financiero. Este bloque permite entender no solo qué tan exitosas son las solicitudes de crédito, sino también qué obstáculos persisten en el camino, incluso cuando existe intención y viabilidad del negocio.

La mayoría de las solicitudes de financiamiento concluye de forma positiva, lo que indica que el sistema financiero sí está otorgando recursos, aunque muchas veces bajo condiciones ajustadas o montos menores a los solicitados originalmente.



A **6 de cada 10 emprendedoras** les aprobaron el crédito en su totalidad.



A **3 de cada 10** se los aprobaron parcialmente.

¿Cuál fue el resultado principal de su solicitud de financiamiento?

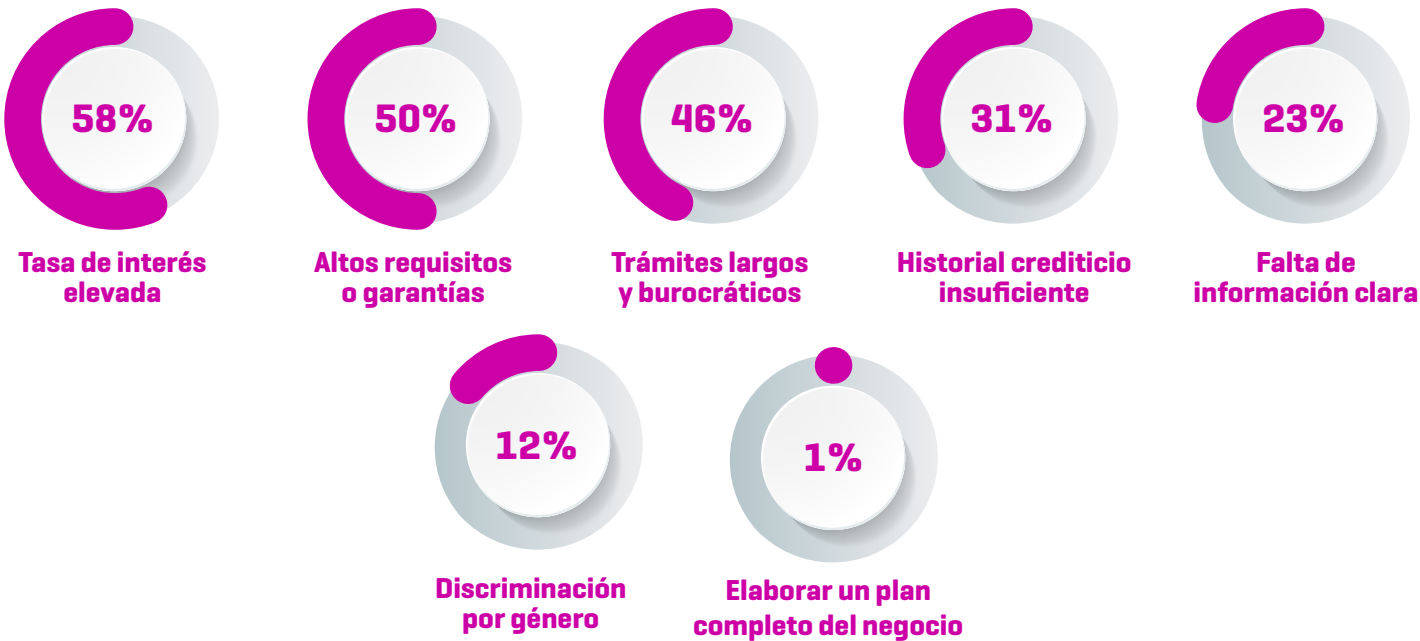


Aun cuando el crédito se aprueba, el camino está lleno de desafíos.

Más del **50% de las emprendedoras** identifica el costo del crédito y las garantías como el principal freno.

1 de cada 2 enfrenta procesos largos y complejos.

¿Cuáles fueron los principales obstáculos que enfrentó al solicitar financiamiento?



Acceder al financiamiento sigue siendo el reto

El acceso al financiamiento formal continúa siendo uno de los principales desafíos para las mujeres emprendedoras. Más allá de la viabilidad de sus negocios, la percepción de dificultad está profundamente ligada a condiciones estructurales, criterios de evaluación rígidos y dinámicas históricas que influyen en la forma en que se analiza el riesgo.

La percepción general apunta a una dificultad elevada. La mayoría de las mujeres emprendedoras considera que acceder a financiamiento formal no es un proceso sencillo.

8 de cada 10 mujeres consideran que conseguir financiamiento formal es difícil o algo difícil, lo que posiciona al crédito como una barrera estructural más que como una herramienta de crecimiento accesible.

¿Qué tan difícil considera que es conseguir financiamiento formal para mujeres emprendedoras?



Las emprendedoras coinciden en que solicitar crédito no es una opción viable, que las condiciones no siempre son claras y que el financiamiento empresarial suele implicar riesgos elevados.

Entre **4 y 5 de cada 10 mujeres** expresan acuerdo con afirmaciones que asocian el crédito con riesgo, deuda negativa o falta de opciones reales, lo que refuerza una relación cautelosa [e incluso defensiva] frente al financiamiento formal.

En escala del 1 al 5 donde 1 es "Nada de acuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo", ¿Qué tan de acuerdo se encuentra con las siguientes frases?



Frases	1	2	3	4	5
Solicito un crédito empresarial porque no tengo otra opción	21%	22%	31%	16%	10%
El crédito empresarial se solicita dependiendo de las condiciones	41%	31%	21%	5%	2%
El crédito empresarial es una herramienta de crecimiento	28%	33%	33%	4%	2%
El crédito empresarial es una deuda negativa o un riesgo	17%	25%	43%	8%	7%

Autofinanciarse antes que endeudarse

Para las mujeres emprendedoras, el financiamiento no se vive como una palanca de crecimiento, sino como una decisión que implica riesgo, incertidumbre y pérdida de control. Antes de recurrir a un crédito formal, las emprendedoras evalúan cuidadosamente el impacto que una deuda puede tener sobre la estabilidad de su negocio y su vida personal.

Las principales razones para evitar el crédito están asociadas al miedo al endeudamiento y a las condiciones del sistema financiero.

7 de cada 10 emprendedoras mencionan el temor a endeudarse como la razón principal para evitar el crédito.

2 de cada 3 señalan las altas tasas de interés como un factor determinante.



CONTPAQi

La preferencia se inclina claramente hacia el autofinanciamiento. La mayoría de las emprendedoras opta por crecer con recursos propios, priorizando el control, la tranquilidad y la reducción del estrés financiero.



7 de cada 10 mujeres prefieren autofinanciarse.



3 de cada 10 que optan por solicitar un crédito formal, evidenciando una relación cautelosa con el endeudamiento.

El autofinanciamiento se asocia principalmente con evitar deudas, esquivar altas tasas de interés y mantener el control total del negocio.



Para 4 de cada 10 emprendedoras, evitar las deudas es la razón central para autofinanciarse.



Para 3 de cada 10, es una forma de protegerse de intereses altos y conservar autonomía financiera.

CONTPAQi: Control, confianza y crecimiento

En el contexto del último capítulo, donde las emprendedoras expresan cautela frente al endeudamiento y priorizan el control financiero, las herramientas tecnológicas adquieren un papel clave como aliadas para crecer sin comprometer la estabilidad. La confianza no se deposita únicamente en el crédito, sino en sistemas que permitan entender, anticipar y decidir con claridad.

Las ventajas percibidas de **CONTPAQi** se conectan directamente con esta necesidad: ofrecer orden, cumplimiento y visibilidad financiera. Más que un software, se percibe como una infraestructura que respalda decisiones responsables y reduce la incertidumbre que hoy limita el acceso y uso del financiamiento formal.



Las empresarias valoran que **CONTPAQi** esté alineado con las regulaciones fiscales vigentes, lo que reduce riesgos, errores y dependencias externas. La automatización de facturación y cumplimiento ante el SAT se traduce en tranquilidad operativa y mayor confianza en la información financiera.



En un entorno donde el crédito se percibe riesgoso, la certeza legal se convierte en una forma de protección financiera.

La diversidad de soluciones permite a las empresas acompañar su crecimiento sin cambiar de sistema. Las emprendedoras reconocen que **CONTPAQi** se adapta a distintas etapas del negocio, desde la operación básica hasta estructuras más complejas.



Para quienes crecen con recursos propios, la escalabilidad del software se percibe como una alternativa al crédito como palanca de expansión.

CONTPAQi se percibe como una herramienta que evoluciona junto con la empresa. Esta capacidad de escalar sin perder control resulta especialmente valiosa para negocios pequeños y medianos que buscan ordenarse antes de asumir compromisos financieros mayores.



Escalar primero con información, antes que con deuda, es una estrategia recurrente entre las emprendedoras.

La facilidad de uso es un factor determinante. Las empresarias destacan que no es necesario contar con un perfil técnico especializado para comenzar y que el descubrimiento progresivo de funciones acompaña el aprendizaje y la madurez del negocio.



Cuando el acceso al crédito es complejo, la autonomía en el manejo de la información se vuelve una ventaja competitiva.

Capítulo 6. Control, confianza y crecimiento

Las emprendedoras mexicanas no se definen únicamente por los resultados que logran, sino por la forma en la que enfrentan el camino. En el presente estudio, Mujeres que vencen barreras y hacen crecer sus ideas, emerge un perfil marcado por la resiliencia, la autodisciplina, la capacidad de adaptación y una profunda conexión entre lo personal y lo profesional. Estos rasgos no surgen de manera espontánea: se construyen a partir de contextos desafiantes, decisiones valientes y una constante búsqueda de equilibrio entre crecimiento económico, bienestar y propósito.

Este capítulo pone el foco en la dimensión humana del emprendimiento. Más allá de cifras y procesos, revela cómo la perseverancia, la claridad mental, la independencia y la creatividad se convierten en motores que sostienen a las empresas lideradas por mujeres. Comprender estos rasgos es clave para entender por qué muchas emprendedoras avanzan incluso cuando los recursos son limitados, por qué priorizan el control sobre el riesgo y cómo transforman la experiencia en aprendizaje continuo.

Identificar y comprender los rasgos que definen a las emprendedoras mexicanas es fundamental para desarrollar soluciones que realmente acompañen su realidad. La disciplina, la necesidad de control, la búsqueda de claridad y la toma de decisiones informadas están directamente vinculadas con el valor que las empresarias otorgan a la información confiable y a los sistemas que les permiten ordenar, visualizar y anticipar. Este capítulo refuerza el papel de la tecnología como aliada del carácter emprendedor: una herramienta que potencia la fortaleza interior de quienes lideran negocios y convierten sus ideas en proyectos sostenibles.

Perfil de liderazgo de las emprendedoras mexicanas

El emprendimiento femenino en México se construye desde una etapa de madurez personal y profesional, donde las decisiones empresariales conviven con responsabilidades familiares, formación constante y liderazgo activo. Las mujeres que encabezan MiPyMEs no solo dirigen negocios: administran tiempo, prioridades y visión estratégica en contextos que exigen equilibrio, claridad y determinación.




Los datos dibujan a una emprendedora madura, responsable, preparada y profundamente involucrada en su negocio.

 **37% de las mujeres** emprendedoras tiene entre 36 y 45 años.

 **76% de estas mujeres** tienen hijos.


 **72%** toma la decisión total en los aspectos más importantes del negocio.


 **59%** cuenta con nivel de educación superior y **70%** participa en programas de capacitación continua.


Datos e IA: adopción creciente con retos pendientes


La digitalización y el uso de datos se han convertido en un eje central para la operación y toma de decisiones de las empresas en México. Hoy, los procesos contables, la información financiera y las herramientas tecnológicas ya no son solo un soporte administrativo, sino un habilitador directo de productividad, control y crecimiento sostenible.

Sin embargo, este avance convive con brechas claras: mientras aumenta la adopción de soluciones digitales y de inteligencia artificial, persisten retos en capacitación, seguridad de la información y uso estratégico de los datos. El panorama muestra a empresas que avanzan con decisión, pero que aún requieren acompañamiento para profesionalizar y escalar su gestión tecnológica.

 **8 de cada 10 empresas** ya iniciaron su transformación digital desde la contabilidad.

 **42% de las empresas** recopila información interna de forma diaria.

 **98%** considera que la digitalización ha mejorado la productividad del negocio.

 **49% del mercado** se siente preparado para tomar decisiones importantes basadas en datos.

 Al **51% del mercado** le preocupa la seguridad de los datos de su empresa.







 **3 de cada 10 empresas** ya usan herramientas de IA de forma cotidiana.

 **56%** considera que le falta mayor capacitación a su equipo para usar herramientas de IA.

Decisiones, sacrificios y bienestar en el camino emprendedor

El emprendimiento femenino en México está marcado por decisiones profundas que combinan necesidad económica, búsqueda de independencia y compromiso personal. Más allá de los indicadores financieros, las emprendedoras construyen sus negocios enfrentando sacrificios, redefiniendo prioridades y asumiendo una alta responsabilidad en la gestión de su vida profesional y familiar.

A pesar de los retos estructurales, el emprendimiento se consolida como una vía de autonomía, satisfacción personal y crecimiento. Las cifras revelan una narrativa de esfuerzo constante, apoyos estratégicos y una visión clara sobre los desafíos que aún limitan el desarrollo pleno de los negocios liderados por mujeres.








-  **1 de cada 4 mujeres** emprendió impulsada por la necesidad.
-  **64% del mercado** considera que su negocio le ha proporcionado independencia económica total respecto a su pareja o familia.
-  **54% del mercado** considera que los mayores sacrificios han sido personales, principalmente el uso de ahorros para arrancar el negocio.
-  **4 de cada 10 empresas** luchan hoy por escalar sus ventas.
-  **6 de cada 10 negocios** ven en sus proveedores a su aliado estratégico principal.
-  **53%** se siente muy feliz con su situación como emprendedora.



Finanzas y barreras en el crecimiento del negocio

La gestión financiera se consolida como uno de los ejes más determinantes en la vida de las emprendedoras. El dominio de conceptos clave, el control de ingresos y la capacidad de anticipar escenarios marcan la diferencia entre la supervivencia y el crecimiento sostenido del negocio. Sin embargo, estos avances conviven con obstáculos estructurales que siguen limitando el acceso a mejores oportunidades.

Se revela un panorama dual: por un lado, una base sólida de conocimiento financiero y uso de herramientas; por otro, retos persistentes como el acceso al financiamiento formal y las condiciones del crédito. La lectura conjunta permite entender cómo las decisiones financieras impactan directamente en la estabilidad, el ritmo de desarrollo y la viabilidad de largo plazo.

-  **8 de cada 10 emprendedoras** conocen el umbral mínimo de ventas para sostener su negocio.
-  **89% del mercado** conoce el porcentaje de ganancia de sus ventas.
-  **6 de cada 10 empresas** planifican financieramente su año.
-  **87% del mercado** utiliza herramientas de análisis financiero
-  **1 de cada 2 emprendedoras** ha buscado apoyo financiero externo.
-  **Las MiPyMEs demoran entre 1 y 2 años** en alcanzar su punto de no pérdidas.
-  **1 de cada 4 emprendedoras** ve el crédito formal como una meta compleja.



Evolucionar para crecer: del impulso inicial a la gestión inteligente

2025 = Adopción



Las mujeres emprenden, usan tecnología y comienzan a estructurar.

Adopción y arranque

Digitalización como apoyo operativo: facturación contabilidad, compras inventarios y nóminas

Decisiones más intuitivas

Financiamiento visto como desafío

→ Enfoque en:

- Oportunidad económica
- Crecimiento del negocio

El conocimiento sobre las NOM es bajo: 79% desconoce la NOM-035 y 81% la NOM-037, evidenciando que el bienestar laboral aún no es parte central de la gestión empresarial.

Bienestar como equilibrio trabajo-familia

Nivel educativo medio-alto, pero disperso

2026 = Evolución

Las mujeres gestionan, analizan y profesionalizan sus empresas.



Evolución y gestión estratégica

Digitalización como columna vertebral del negocio: contabilidad, facturación, inventarios, nóminas y cobranza.

Decisiones basadas en datos y análisis financiero

Mayor búsqueda de financiamiento, pero sigue siendo un desafío

→ Enfoque en

- Independencia económica
- Propósito
- Crecimiento estructurado

Las NOM ganan visibilidad: 65% ya conoce la NOM-035 y 63% la NOM-037, integrándose gradualmente a la conversación sobre bienestar y cultura organizacional.

Bienestar como estrategia empresarial: happytalismo

Mayor preparación: ~59% con educación superior, más especialización

Cambio real

Evolución hacia una gestión empresarial más inteligente, impulsada por datos, tecnología y visión financiera.



El emprendimiento femenino en México avanza como un proceso de profesionalización, donde la tecnología, los datos y la gestión financiera impulsan empresas más estratégicas y sólidas.

Conclusiones

El presente estudio, que denominamos Mujeres que vencen barreras y hacen crecer sus ideas ofrece una radiografía clara, profunda y actual del ecosistema emprendedor femenino en México. A lo largo de los capítulos se confirma que las mujeres emprendedoras no solo sostienen una parte fundamental de la economía, sino que lo hacen desde la resiliencia, la toma de decisiones estratégicas y una creciente adopción de herramientas digitales. Son líderes que combinan experiencia, intuición y datos para operar sus negocios, aun cuando enfrentan barreras estructurales como el acceso al financiamiento, la sobrecarga de responsabilidades y la falta de capacitación especializada.

Es un reflejo de mujeres que decidieron avanzar aún cuando el camino no era claro. Mujeres que sostienen negocios, familias y sueños al mismo tiempo; que aprenden, se adaptan y vuelven a intentarlo. Cada cifra representa una historia de valentía, de decisiones tomadas con miedo pero también con esperanza. Que estos hallazgos sirvan como recordatorio de que no están solas, de que pedir apoyo también es fortaleza y de que cada paso (por pequeño que parezca) es parte de una transformación más grande.

Para **CONTPAQi®**, este estudio no solo representa una investigación, es una reafirmación de nuestro propósito: acompañar a las empresas (y especialmente a las mujeres emprendedoras) en la construcción de negocios más sólidos, productivos y sostenibles. Los hallazgos confirman que existe una necesidad real de soluciones que integren información financiera, operativa y fiscal en un solo lugar, que simplifiquen la gestión diaria y que brinden claridad para tomar decisiones estratégicas con confianza.

Creemos firmemente que el crecimiento de México pasa por el fortalecimiento de sus emprendedoras. Los resultados de este estudio refuerzan nuestro compromiso de seguir desarrollando soluciones tecnológicas que simplifiquen la gestión, profesionalicen la toma de decisiones y acompañen a las MiPyMEs en cada etapa de su evolución. Impulsar negocios más ordenados, informados y sostenibles, además de mejorar su productividad: construye empresas con futuro y la tecnología es una aliada accesible, confiable y estratégica para quienes día a día hacen crecer sus ideas.





CONTPAQi[®]

Conoce más en www.contpaqi.com

