



Mujeres al Mando:

El nuevo Rostro del Emprendimiento y
la Innovación Tecnológica en México 2025

CONTPAQi®

Software empresarial fácil y completo

CONTENIDO

- 04** | **Mensaje de bienvenida**
de René Martín Torres Fragoso
- 06** | **Mensaje de bienvenida**
de Marlene García Padilla
- 08** | **Presentación**
- 12** | **Perfil de la mujer emprendedora y empresaria,
fortalecidas y con mayor experiencia**
- 22** | **Transformando las oportunidades
en crecimiento y liderazgo**
- 28** | **Familia y trabajo**
El reto de mantener el equilibrio
- 34** | **El sello femenino en los negocios**
El estilo de dirigir
- 42** | **Compromiso con los colaboradores**
NOM 035 y NOM 037
- 48** | **Transformación digital: El motor de eficiencia y
competitividad para MiPyMEs**
El camino a la excelencia operativa
- 78** | **Canales digitales: El aliado ideal para impulsar
las ventas**
Transformando la idea de contactar con los clientes
- 90** | **Conclusiones**





MENSAJE DE BIENVENIDA DE RENÉ MARTÍN TORRES FRAGOSO

Cofundador y Presidente de CONTPAQi®

En los últimos años, hemos sido testigos de un notable avance en la participación de las mujeres en el mundo de los negocios. Este fenómeno no es solo una tendencia pasajera, es una transformación profunda que está redefiniendo el panorama empresarial. Con una visión audaz y una determinación inquebrantable, las emprendedoras y empresarias están llevando sus negocios al éxito, demostrando su capacidad no solo para liderarlos, sino para transformarlos en modelos de innovación y crecimiento sostenible.

Como observador privilegiado de este cambio, tengo la oportunidad de presenciar de primera mano el impacto de este liderazgo femenino. En cada conferencia y congreso al que asisto, me encuentro rodeado de mujeres extraordinarias que no solo están al frente de sus empresas, también redefinen las reglas del juego empresarial.

En CONTPAQi® Inspirados por estas experiencias y conscientes del creciente impacto del liderazgo femenino en los negocios, decidimos enfocar la nueva edición de nuestro estudio en profundizar en las experiencias, desafíos y visiones de las mujeres emprendedoras.

"Mujeres al mando: El nuevo rostro del emprendimiento y la innovación tecnológica

en México 2025", revela un panorama fascinante de mujeres con mayor experiencia, confianza y visión estratégica. Un dato particularmente revelador es que el 12% de las participantes en la encuesta mencionaron que este era su segundo emprendimiento, lo que indica una mayor madurez y resiliencia en el ecosistema empresarial femenino.

Las estadísticas hablan por sí solas y subrayan la importancia crítica de las mujeres en el tejido empresarial mexicano: Según la Secretaría de Economía, 1.6 millones de "Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) en México tienen como propietaria a una mujer, lo que representa el 34% del total de este tipo de empresas.

Nuestro estudio anterior, **"MiPyMEs en México: Desafíos y oportunidades para su digitalización comercial en 2024"**, reveló que el 50% de los colaboradores en las MiPyMEs son mujeres. Estos números no solo reflejan una participación equitativa, además demuestran su papel crucial en la creación de empleo y en la dinámica de la economía nacional.

A pesar de los avances, las mujeres que deciden emprender continúan enfrentando desafíos únicos, como la conciliación trabajo-familia, el acceso al capital, que, aunque ha mejorado, aún es considerado un reto significativo, y la falta de apoyo por parte de los hombres e incluso de sus propias familias.

El futuro del emprendimiento es inclusivo, innovador y está moldeado por mujeres valientes que se atreven a soñar en grande. Sin embargo, para seguir avanzando, es crucial el apoyo de toda la sociedad.

En la actualidad el panorama empresarial está experimentando una transformación

significativa gracias al liderazgo y la visión de las mujeres emprendedoras. Los datos presentados en nuestro **ebook "Mujeres al mando: El nuevo rostro del emprendimiento y la innovación tecnológica en México 2025"**, revelan una realidad alentadora, ya que las mujeres no solo están creando y dirigiendo empresas exitosas, también redefinen la cultura empresarial con su enfoque colaborativo y su perspectiva única.

El espíritu de superación que acompaña a estas empresarias, junto con su inteligencia para superar los retos, pone las bases para un ecosistema empresarial más diverso, innovador y resiliente. A medida que avanzamos hacia el futuro, es evidente que el liderazgo femenino no es solo una tendencia, sino una fuerza transformadora que está moldeando el futuro de los negocios en México y más allá.

Invitamos a los lectores a ser parte activa de este cambio positivo. Ya sea apoyando a empresas lideradas por mujeres, guiar a emprendedoras emergentes o fomentar políticas inclusivas en sus propias organizaciones, cada acción cuenta para construir un ecosistema empresarial más equitativo y dinámico.

El futuro de los negocios es inclusivo, innovador y lo están escribiendo mujeres valientes que se atreven a desafiar el *statu quo*. Juntos, podemos impulsar este movimiento hacia adelante, creando un mundo empresarial donde el talento y la visión no conozcan género.

MENSAJE DE BIENVENIDA DE MARLENE GARCÍA PADILLA

Directora General de CONTPAQi®

A lo largo de mi carrera, una pregunta recurrente en conferencias y entrevistas ha sido: "¿Cuál es la clave del éxito de las mujeres en los negocios?" La respuesta, contrario a lo que muchos piensan, no se reduce a un solo factor. En realidad, el éxito se construye sobre múltiples pilares que abarcan desde nuestras aptitudes personales hasta nuestra red de apoyo y especialización profesional.

Las mujeres empresarias destacan por su resiliencia, creatividad y capacidad de adaptación. Según un estudio reciente de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el 48% de las mujeres emprendedoras citan la autoconfianza como un factor crucial en sus triunfos empresariales.

Las redes de apoyo emergen como herramientas fundamentales para el crecimiento profesional. Los programas de mentoría, por ejemplo, han demostrado resultados impresionantes: Incremento del 50% en los niveles de empleo en las empresas participantes y un aumento de hasta el 480% en ingresos. Estos datos subrayan una realidad poderosa: Para las mujeres, el aprendizaje colaborativo entre empresarias es excepcionalmente productivo.

Este dato y mi apreciación se confirman en nuestro nuevo estudio "**Mujeres al mando: El nuevo rostro del emprendimiento y la**

innovación tecnológica en México 2025", en donde encontramos que el 40% de las encuestadas consideran que su conocimiento y habilidades fueron esenciales para iniciar su negocio, mientras que para otro 14% su red de ayuda fue fundamental en este periodo de arranque.

Las empresarias demuestran un impacto transformador en el sector de las MiPyMEs, superando obstáculos significativos mediante estrategias innovadoras y resilientes. Los datos revelan su capacidad excepcional para generar rentabilidad y crear empleos, mientras establecen modelos empresariales más inclusivos y sostenibles. La combinación de programas de mentoría efectivos y el aprovechamiento de herramientas digitales marca una diferencia sustancial en el desarrollo de estos negocios.

En cuanto a la adopción de la tecnología, podemos afirmar que esta es un impulsor de las empresas dirigidas por mujeres. En nuestra investigación, encontramos que **8 de cada 10 emprendedoras en México, han implementado herramientas digitales en sus operaciones**, mientras que **2 de cada 10 directoras de empresas necesitan acceso a herramientas avanzadas para seguir desarrollándose dentro de sus organizaciones**. La transformación digital no solo mejora la eficiencia operativa, además también abre nuevos mercados y oportunidades de crecimiento.

El panorama futuro del emprendimiento femenino señala un cambio fundamental en el ecosistema empresarial. Las emprendedoras renuevan los estándares de éxito, especialmente en sectores tecnológicos y sostenibles, esto crea un efecto multiplicador que beneficia a toda la economía.

Este momento representa una oportunidad única para fortalecer el liderazgo femenino en las **MiPyMEs** y construir un futuro empresarial más equitativo y próspero. A medida que más mujeres asumen roles de liderazgo y adoptan tecnologías avanzadas, están sentando las bases para un cambio duradero en el panorama empresarial global.

El éxito de las mujeres en los negocios no se basa en una fórmula mágica, sino en la combinación de habilidades personales, redes de apoyo sólidas, conocimiento especializado y la capacidad de adaptarse a un entorno empresarial en constante evolución.

Al aprovechar estas fortalezas y enfrentar los desafíos con determinación e innovación, las mujeres empresarias no solo están alcanzando el éxito personal, sino que también están transformando el mundo de los negocios para las generaciones venideras.



PRESENTACIÓN

Durante más de 40 años, **CONTPAQi®** ha estado presente en el desarrollo de las **MiPyMEs** como un aliado estratégico para simplificar sus tareas administrativas y fiscales, para que los y las dueñas de los negocios se concentren en hacer crecer sus empresas.

El acercamiento que tenemos con las y los empresarios, nos lleva a entender de sus necesidades lo cual es el respaldo del **software** que creamos en **CONTPAQi®**. Desde hace cuatro años vamos más lejos con el conocimiento que acumulamos y hemos creado una serie de **ebooks**, que reflejan el momento por el que pasan las **MiPyMEs** mexicanas.

Por ejemplo, en el **ebook “Emprendedores y empresas postpandemia: Alcances y retos del nuevo rostro de la economía mexicana”** registramos la recuperación de estos negocios tras la pandemia, con las nuevas generaciones como líderes.

Cada publicación revela los elementos que definen el contexto particular, con énfasis en la tecnología. En los recientes años el **software** contable y de administración, en combinación con otras herramientas, permite a las empresas operar desde cualquier lugar, como lo exigió la pandemia.

Para esta edición de nuestro estudio anual, decidimos enfocarnos en las mujeres emprendedoras. Consideramos que son una fuerza emergente que marca una nueva

línea de dirección empresarial y de negocios en nuestro país. Como veremos, más adelante, ellas se han convertido en líderes con un sello propio.

Es preciso mencionar que este **ebook** titulado **“Mujeres al mando: El nuevo rostro del emprendimiento y la innovación tecnológica en México 2025”**, es el más extenso que hemos realizado y que contiene valiosa información sobre el estilo de dirección de las mujeres, el reto de conciliar el trabajo y la vida familiar, además de la forma en que usan la tecnología y la importancia que tiene en su proceso de ventas.

Destacamos el creciente interés en la adopción de **software** que les ayude con el trabajo de facturación, nóminas, contabilidad, compras, además encontramos un claro interés por tecnologías innovadoras y avanzadas como la Inteligencia Artificial, para apoyar el trabajo de las empresarias.

Estamos seguros de que este nuevo trabajo aportará una visión integral de las mujeres emprendedoras y empresarias en México, quienes se ganaron a pulso el lugar como referentes en los negocios.

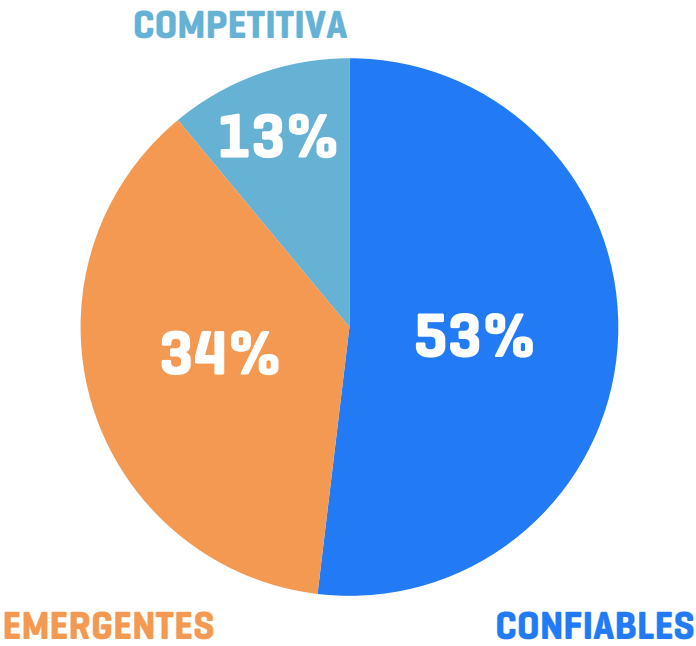


NUESTRO ESTUDIO

Perfil sujeto a estudio: Mujeres dueñas, socias o directoras de MiPyMEs, cuya empresa se encuentra digitalizada con por lo menos una herramienta para llevar a cabo su operación.

Para esta investigación se realizó una encuesta telefónica a 346 personas en la Ciudad de México, Guadalajara, Estado de México, León y Querétaro.

SEGMENTACIÓN DE LAS MIPYMES



CONFIABLES

Descripción: Empresas con consolidación en el mercado y años de trayectoria, que ya lograron un modelo de negocio rentable e inician con la estandarización de procesos y cumplimiento de normas.

Tiempo de creación de empresa: 3 a 5 años

Número de colaboradores: 11 a 50

Ventas anuales: \$4.01 MDP hasta \$100 MDP

Folios que se facturan: 8,000 a 200,000

Actitud al cambio: PROMOTORES Y REACTIVOS
HAMBRE DE CRECIMIENTO Y ADOPCIÓN RÁPIDA
A TECNOLOGÍA - EXPLORADORES Y JUGADORES

COMPETITIVA

Descripción: Empresas consolidadas, con optimización de productos, procesos y servicios, con diferenciadores en el mercado y con soluciones innovadoras y vanguardistas.

Tiempo de creación de empresa: 6 a 10 años

Número de colaboradores: 51 a 250

Ventas anuales: Más de \$100 MDP

Folios que se facturan: Más de 200 mil

Actitud al cambio: PROMUEVE -
TRANSFORMADORA O MADURA

EMERGENTES

Descripción: Empresas de reciente creación, fundadas por un emprendedor o varios y están en la búsqueda o madurez de un negocio rentable.

Tiempo de creación de empresa: 0 a 2 años

Número de colaboradores: Hasta 10

Ventas anuales: Hasta \$4 MDP

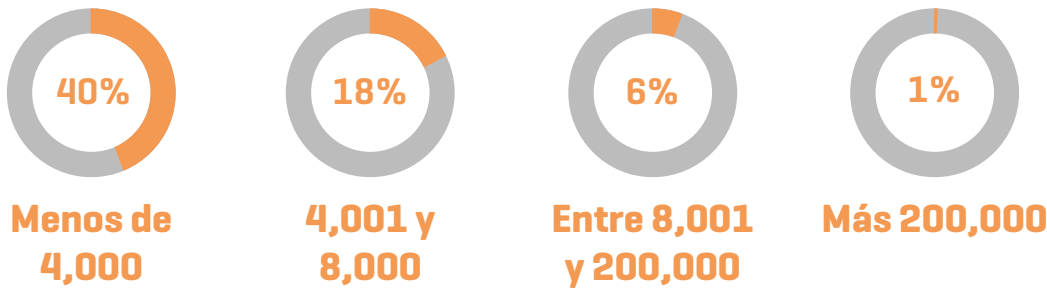
Folios que se facturan: Hasta 8,000

Actitud al cambio: REACTIVO-RESISTENTES

RANGO DE VENTAS ANUALES:



FOLIOS QUE SE FACTURAN ANUALMENTE



PERFIL DE LA MUJER EMPRENDEDORA Y EMPRESARIA, FORTALECIDAS Y CON MAYOR EXPERIENCIA

TRANSFORMANDO LA IDEA DE CONTACTAR CON LOS CLIENTES

México está experimentando una revolución silenciosa liderada por mujeres valientes y visionarias que están transformando el panorama empresarial del país. Estas emprendedoras no solo están creando negocios exitosos, sino que también están inspirando a una nueva generación de líderes femeninas, dejando una huella indeleble en la economía y la sociedad mexicana.

En "Mujeres al mando: El nuevo rostro del emprendimiento y la innovación tecnológica en México 2025" revela datos fascinantes sobre el perfil de la mujer emprendedora en México. Con una edad promedio de 37.9 años, estas mujeres representan un grupo dinámico y enérgico que está redefiniendo los estándares del éxito empresarial.

Este perfil joven y activo refleja una generación de mujeres que han crecido en una era de cambios tecnológicos y sociales. Son nativas digitales, adaptables y resilientes, características que les permiten navegar con destreza en el complejo mundo de los negocios del siglo XXI. Las emprendedoras, antes de serlo fueron, en el 22% de los casos, colaboradoras de una empresa, 19% estudiantes, 10% comerciantes y 6% vendedoras.

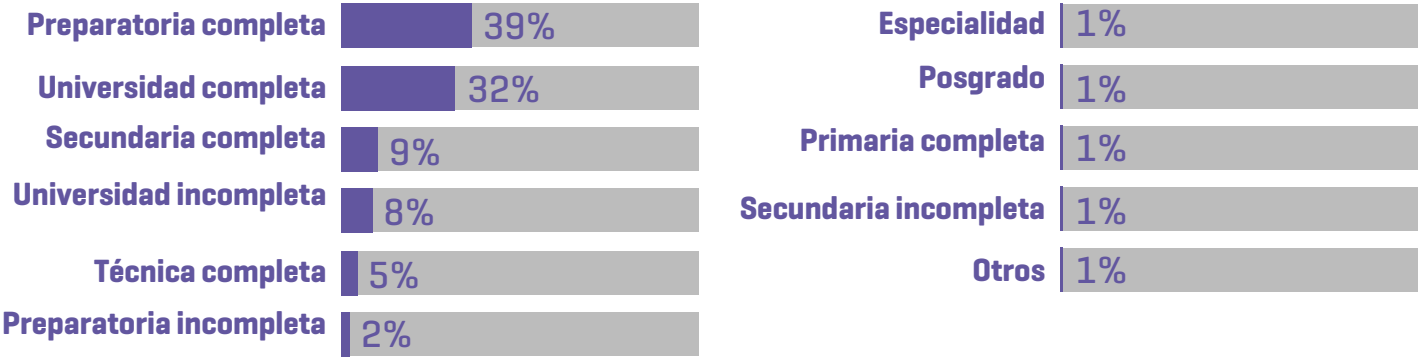
¿ANTES DE EMPRENDER SU NEGOCIO A QUÉ SE DEDICABA?



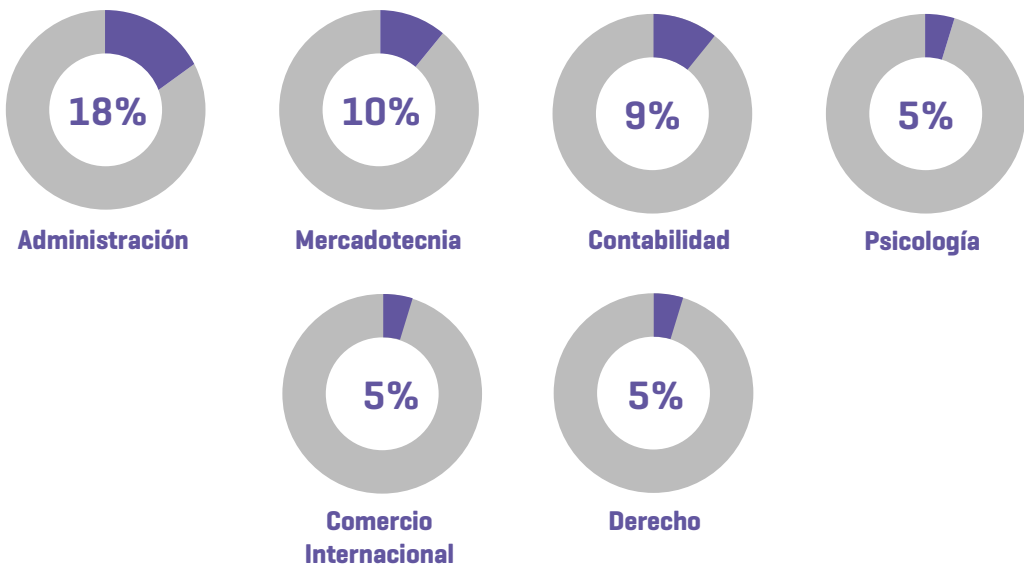
Además de lo anterior, los datos recopilados muestran una notable distribución en cuanto a los niveles educativos alcanzados por las mujeres encuestadas:

- **Educación Media Superior:** Un 39% de las participantes ha concluido sus estudios de preparatoria. Este porcentaje significativo sugiere un sólido fundamento educativo que puede servir como trampolín para futuras oportunidades académicas y profesionales.
- **Educación Superior:** Aún más alentador es el hecho de que el 32% de las encuestadas ha logrado completar una licenciatura. Este logro no solo refleja un compromiso con la educación superior, sino que también indica un potencial considerable para el desarrollo profesional y la contribución al mercado laboral calificado.

GRADO DE ESCOLARIDAD



¿QUÉ CARRERAS ESTUDIARON?



Entre aquellas que han cursado estudios universitarios, se observa una clara preferencia por ciertas áreas de estudio:

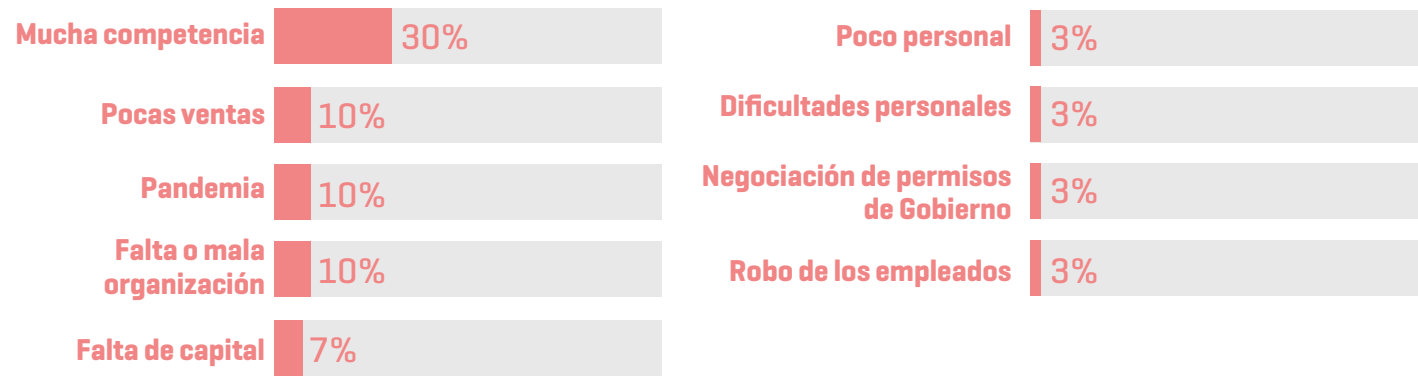
1. **Administración:** Lidera la lista con un 18% de las licenciadas, lo que sugiere un fuerte interés en roles de gestión y liderazgo empresarial.
2. **Mercadotecnia:** El 10% de las graduadas universitarias se ha especializado en esta disciplina, indicando una inclinación hacia el mundo del **marketing** y la publicidad.
3. **Contabilidad:** Un 9% ha optado por esta carrera, demostrando la importancia continua de las habilidades financieras y analíticas en el mercado laboral.

2 de cada 10 mujeres líderes de empresas cursaron la licenciatura de administración.

ACTIVIDAD PREVIA

De acuerdo con nuestro estudio, el 12% de las dueñas de las empresas que participaron en la encuesta ya habían tenido un negocio anterior; sin embargo, este no logró prosperar. El principal motivo que llevó al fracaso de estos emprendimientos fue la intensa competencia del mercado. Específicamente, el 30% de ellas indicó que la feroz competencia que existía en el momento de iniciar sus operaciones fue la causa principal del cierre de su negocio. Además, con un porcentaje similar, un 10% en cada caso, las razones que también contribuyeron a la decisión de “bajar la cortina” de sus emprendimientos incluyeron las bajas ventas, los efectos adversos de la pandemia de COVID-19 y la falta o mala organización en la gestión del negocio.

¿CUÁL FUE EL MOTIVO POR EL QUE NO FUNCIONÓ?



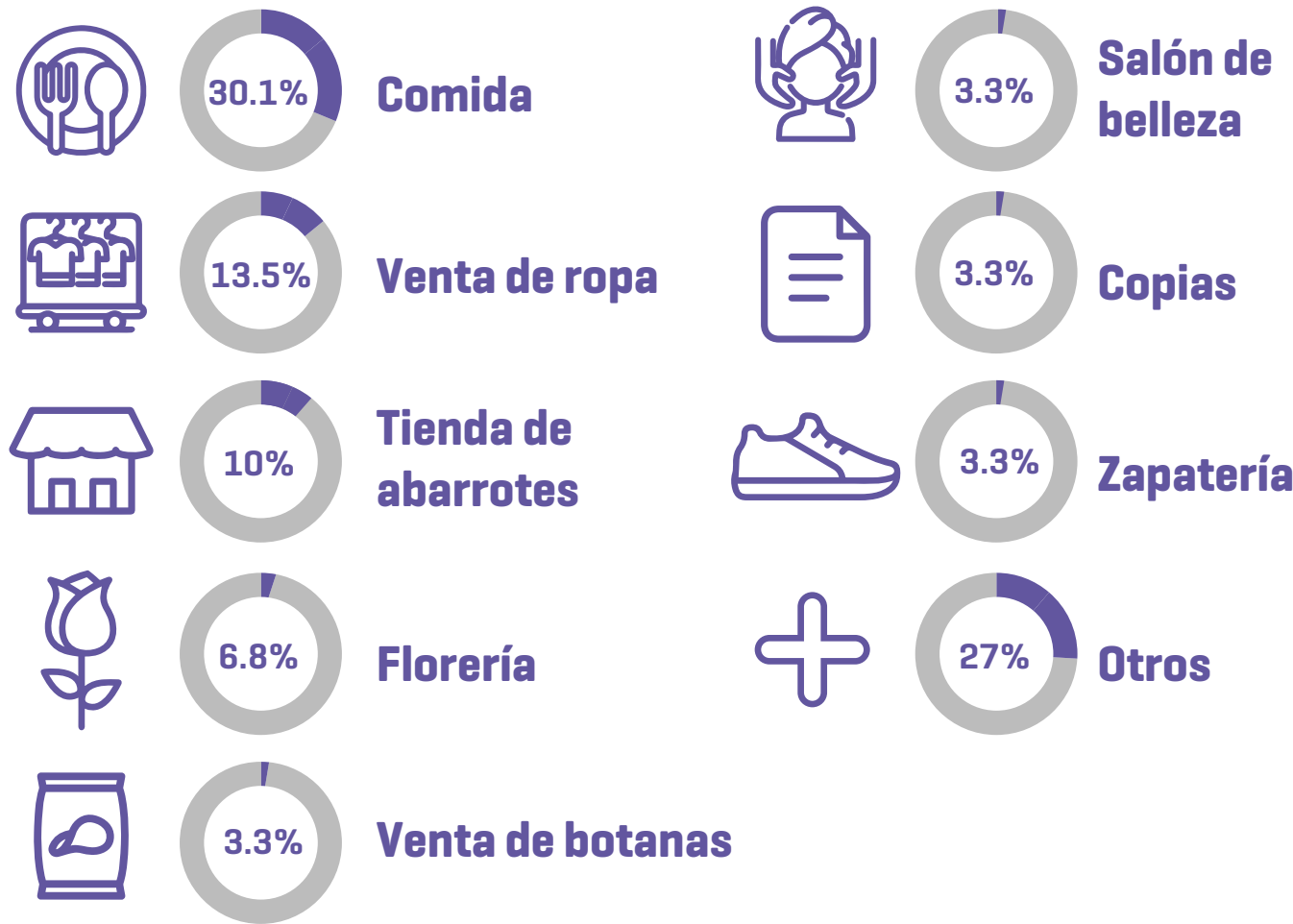
No obstante, aunque podríamos considerar que esta situación es desafiante, ellas han demostrado una notable capacidad para adaptarse y convertir lo que inicialmente se percibía como un “fracaso” en un éxito rotundo para su segundo emprendimiento. Como veremos más adelante, las experiencias previas que vivieron se transformarán en un valioso conocimiento que aplicarán para desarrollar su segundo negocio. Este aprendizaje les permitirá evitar los errores cometidos anteriormente y, en consecuencia, lograr resultados mucho más favorables que los obtenidos con el primer intento. Así, el camino hacia el éxito se construye a partir de las lecciones aprendidas en el pasado, lo que resalta la resiliencia y determinación de estas mujeres.

1 de cada 10 empresarias encuestadas dijo que este es su segundo emprendimiento.

ANTERIOR A ESTE EMPRENDIMIENTO, ¿TUVO ALGÚN OTRO QUE NO HAYA FUNCIONADO?



¿QUÉ TIPO DE NEGOCIO?



Con base a lo anterior, esto indica una clara especialización, esto indica una clara especialización en el área de ventas y una preferencia notable por el trato directo y personal con los clientes. Es interesante observar que son pocos los emprendimientos que han incursionado en el sector industrial; los datos recopilados en el estudio identifican algunos negocios que se dedican a la fabricación de estructuras de aluminio e imprentas, lo que sugiere una tendencia hacia el comercio más que hacia la producción industrial.

Es importante destacar que las mujeres que han liderado estos negocios, en la segunda etapa de sus emprendimientos, han migrado hacia giros que están relacionados con su primer negocio. Como se puede observar en la siguiente tabla, en algunos casos, también se evidencia que algunas emprendedoras han mantenido el mismo giro, pero han logrado aumentar el tamaño de su negocio en su segundo emprendimiento. Por ejemplo, si en su primer negocio tenían una tortería o una fonda, en la actualidad podrían estar operando un restaurante más grande y con mayor capacidad. En resumen, se percibe un avance significativo en la trayectoria de estas emprendedoras, lo que refleja su capacidad de adaptación y crecimiento en el mundo empresarial.

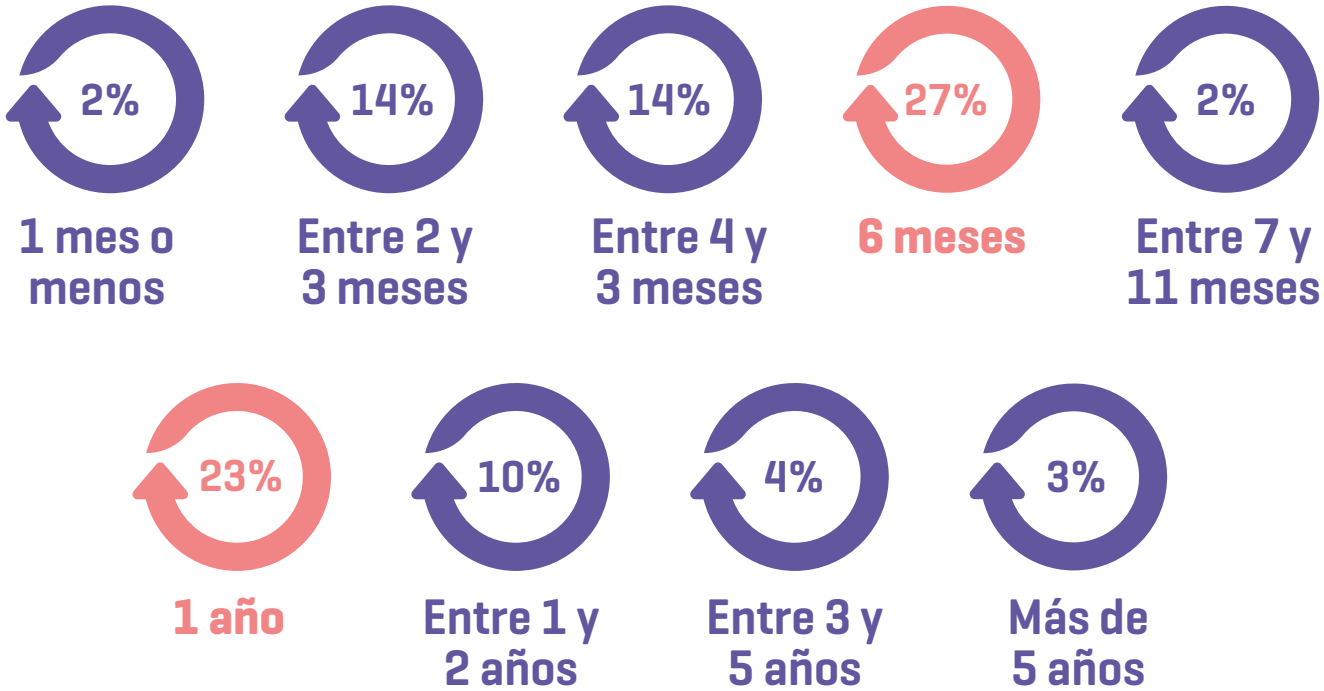
¿QUÉ TIPO DE NEGOCIO TUVIERON EN SU ANTERIOR EMPRENDIMIENTO Y QUÉ NEGOCIO TIENEN ACTUALMENTE?

Negocio anterior	Negocio actual
Alimentos preparados	Ropa (Boutique, Lencería, Uniformes, Vestidos de novia)
	Dulcería
	Abarrotes
	Alimentos preparados (Restaurante, Fondas, Cenadurías, Taquerías, Rosticerías)
Ropa	Fabricación de textiles
	Belleza (Estética, Manicure, Pedicure, Spa, Barbería)
	Abarrotes
	Tortillería
Abarrotes	Cosméticos y maquillaje
	Bar
	Frutería
	Abarrotes
Florería	Florería (otra)
	Servicios contables
Imprenta	Fabricación de muebles
Productos naturistas	Industria alimentaria
Repostería	Refaccionaria
Zapatería	Ferretería
Fabricación de pañales	Abarrotes
Belleza	Belleza (Estética, Manicure, Pedicure, Spa, Barbería)
Productos de belleza	Fabricación de maquinaria
Botanas	Tortillería
Fabricación de estructuras de aluminio	Instalaciones de equipo
Copias	Imprenta
Catálogo	Ropa (Boutique, Lencería, Uniformes, Vestidos de novia)

La decisión de iniciar un negocio propio es un proceso que requiere una considerable cantidad de tiempo y reflexión. No se trata simplemente de un impulso momentáneo, sino de evaluar cuidadosamente varios factores que pueden influir en el éxito del emprendimiento. Esto incluye la planificación detallada del negocio, la búsqueda de asesoría adecuada y la consideración de cómo equilibrar la vida profesional con la vida familiar.

Este equilibrio es, sin duda, un reto significativo que puede generar tensiones y desafíos adicionales. Por esta razón, los resultados muestran que el promedio de tiempo que les lleva a las encuestadas llegar a una resolución definitiva para emprender es de aproximadamente 13 meses. En el análisis, se observa que el menor tiempo registrado para tomar esta decisión es de seis meses, lo que representa el 27% de las respuestas. Además, el siguiente tiempo más común es de un año, con un 23% de las respuestas, lo que refleja la complejidad de este importante paso en la vida de una mujer emprendedora.

¿CUÁNTO TIEMPO LE LLEVÓ TOMAR LA DECISIÓN DE EMPRENDER?



8 de cada 10 mujeres tomaron la desicion de emprender durante el primer año.

Base 250 cuestionarios

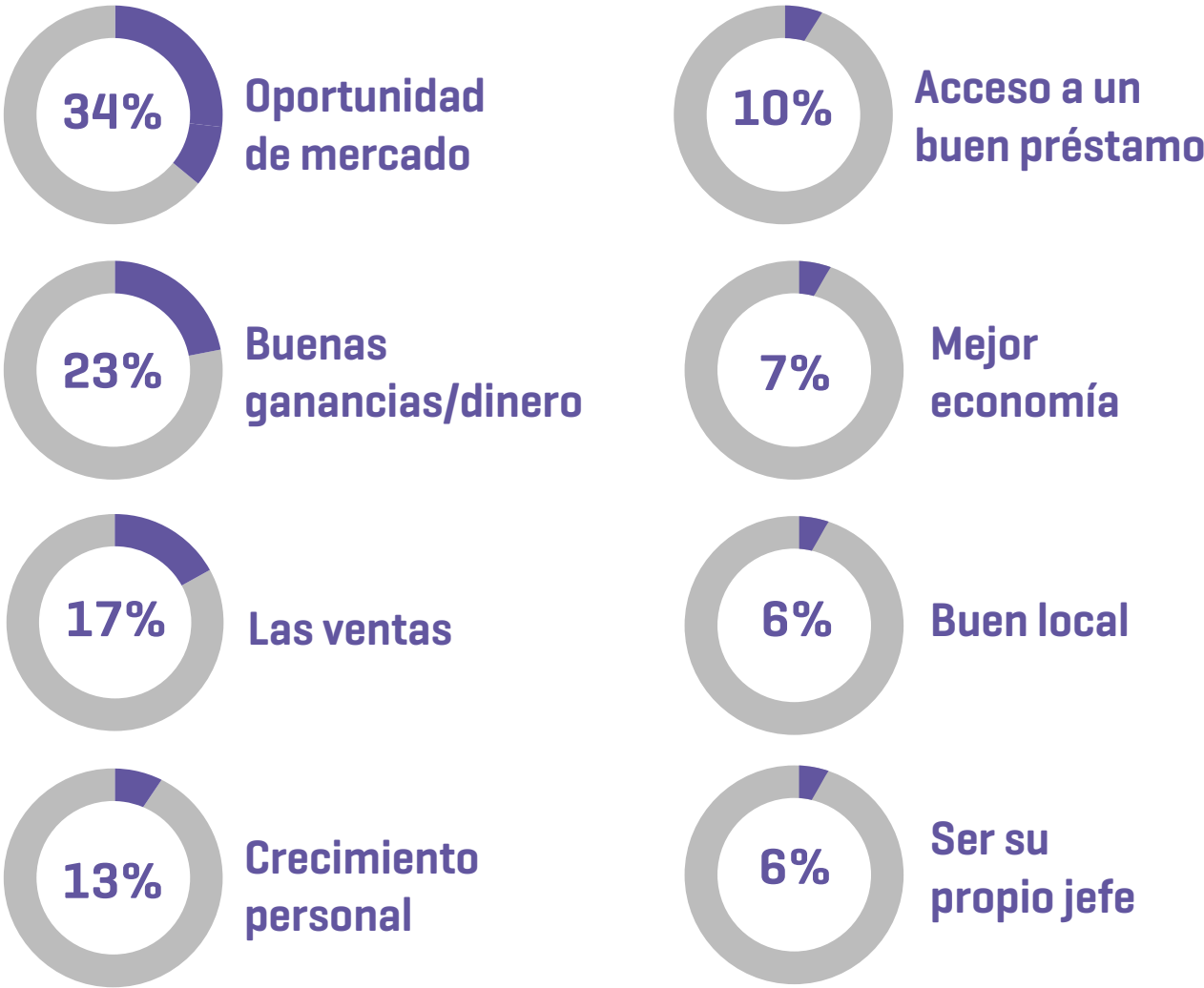


3 de cada 10 mujeres empresarias comenzó su negocio porque vio una oportunidad de negocio.

En nuestra investigación, al preguntarles a las emprendedoras **¿qué las llevó a iniciar su negocio?**, encontramos respuestas interesantes. El 28% de las encuestadas mencionó que identificó una oportunidad de negocio que no podía dejar pasar; el 23% indicó que buscaba obtener buenas ganancias; mientras que un 13% destacó el deseo de experimentar un crecimiento personal a través de su emprendimiento.

Un dato revelador que desafía un cliché común es que solo el 6% de las mujeres encuestadas expresó que su principal motivación era el deseo de ser su propia jefa. Esto nos permite observar que las razones detrás del emprendimiento son más complejas y están más relacionadas con la búsqueda de financiamiento y una visión estratégica, en lugar de simplemente querer tener autonomía laboral.

¿QUÉ TE MOTIVO A EMPRENDER?



En los segmentos de comercio y servicio, las emprendedoras se enfocaron principalmente en la identificación de oportunidades de mercado que están directamente relacionadas con la demanda y las necesidades del consumidor. Esto muestra una clara atención a lo que el mercado realmente requiere.

En el sector industrial, notamos un cambio en la perspectiva. En este ámbito, las respuestas incluyeron temas como la obtención de ganancias y la importancia de que los productos se vendan bien.

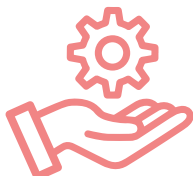
Este cambio en el enfoque refleja una evolución significativa en la mentalidad de las empresarias, que ahora consideran no solo la viabilidad económica, sino también el impacto de sus decisiones. Además, es importante mencionar que también se abordó el tema de la creación de empleos y la mejora de la economía local, conceptos que tienen un enfoque más social y comunitario, algo que no se observa con la misma frecuencia en el sector de comercio y servicio.

MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER POR TIPO DE NEGOCIO



COMERCIO

Oportunidad de mercado	28%
Las ventas	19%
Buenas ganancias/dinero	21%
Acceso a un buen préstamo	12%
Crecimiento personal	11%
Mejor economía	8%
Poca competencia	8%
Buen local	6%



SERVICIO

Oportunidad de mercado	30%
Buenas ganancias/dinero	25%
Crecimiento personal	22%
Disponibilidad de tiempo	8%
Buen local	8%
Ser su propio jefe	7%
Crecimiento comercial	7%
Acceso a un buen préstamo	5%



INDUSTRIA

Buenas ganancias/dinero	38%
Se vende bien	19%
Oportunidad de mercado	19%
Ser su propio jefe	14%
Mejor economía	10%
Creación de empleos	10%
Crecimiento comercial	5%
Crecimiento personal	5%
Apoyo financiero	5%
Disponibilidad de tiempo	5%

EN PERSPECTIVA

Como conclusión podemos destacar que con una edad promedio de 37.9 años, estas mujeres representan un grupo que está redefiniendo los estándares empresariales. Este perfil refleja una generación de empresarias que crecieron en una era de cambios tecnológicos y sociales, siendo nativas digitales, adaptables y resilientes.

Los datos sugieren un panorama prometedor para el emprendimiento femenino en México. La combinación de juventud, educación sólida y especialización en áreas clave de negocios posiciona a estas mujeres como agentes de cambio en el ecosistema empresarial del país. Su perfil diverso y bien preparado augura un futuro de innovación y liderazgo en diversos sectores económicos.

El estudio revela datos significativos sobre las mujeres emprendedoras y sus experiencias empresariales previas. El 12% de las encuestadas había tenido un negocio anterior que no prosperó, siendo la intensa competencia del mercado la principal causa de fracaso. Otros factores como las bajas ventas, el impacto de la pandemia y una mala gestión también contribuyeron al cierre de estos emprendimientos iniciales.

A pesar de estos reveses, las emprendedoras han demostrado una notable capacidad de adaptación y aprendizaje. Han transformado sus experiencias negativas en valiosas lecciones para sus segundos emprendimientos, evitando errores pasados y logrando resultados más favorables. Esta resiliencia y determinación subrayan la importancia de la experiencia en el éxito empresarial.

La edad promedio de las mujeres emprendedoras es de 37.9 años.



TRANSFORMANDO LAS OPORTUNIDADES EN CRECIMIENTO Y LIDERAZGO

Emprender es mucho más que el simple hecho de iniciar un negocio; es embarcarse en una aventura transformadora de autodescubrimiento y crecimiento personal. Cuando una mujer decide dar el salto al emprendimiento, no solo está creando una empresa, sino que está forjando su propio destino y redefiniendo quién es como persona.

Los desafíos que enfrentan las emprendedoras son múltiples y complejos, pero cada obstáculo superado se convierte en un peldaño hacia el éxito y la realización personal. A lo largo de este capítulo, conoceremos las necesidades iniciales que tienen las emprendedoras, los mayores retos para levantar el vuelo y las acciones que han realizado para superarlos al inicio de su negocio.

Al final del día, cuando una mujer decide emprender, está eligiendo un camino de crecimiento continuo, autodescubrimiento y empoderamiento. Está declarando al mundo: "Soy capaz, soy valiente y estoy lista para dejar mi huella". Y en ese proceso, no solo cambia su propia vida, sino que inspira y abre caminos para generaciones futuras de mujeres emprendedoras.

Desde este momento, es importante señalar que, además del apoyo financiero que las emprendedoras recibieron durante la etapa inicial de sus negocios, sus conocimientos y habilidades resultaron ser fundamentales. Estas competencias les permitieron no solo superar los desafíos de los primeros meses de trabajo, sino también establecer una base sólida para el crecimiento y la sostenibilidad de sus emprendimientos a largo plazo.

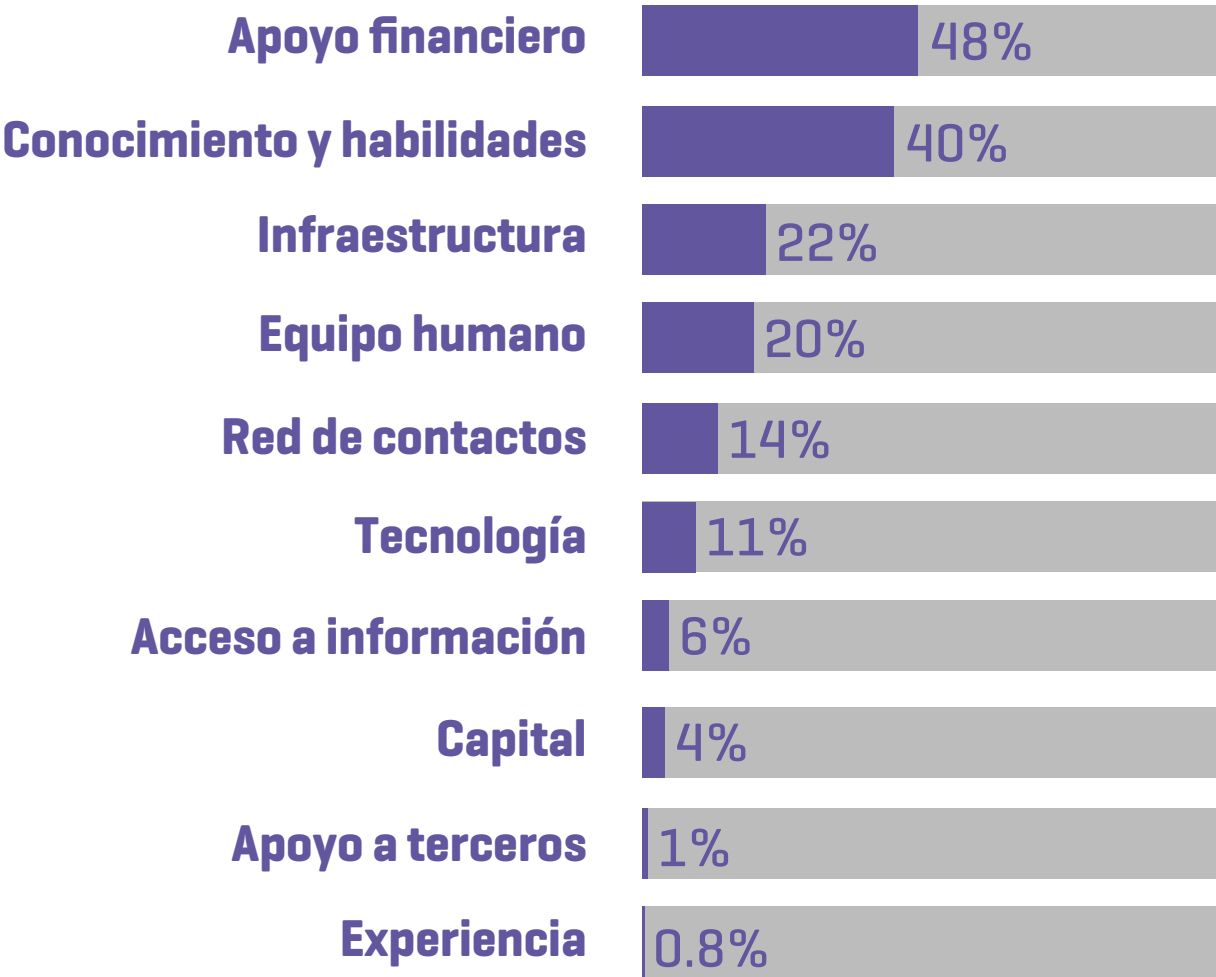
Recursos iniciales para el negocio

Para varios emprendedores obtener el financiamiento inicial para arrancar su negocio es el principal reto. Las emprendedoras no son ajenas a esta circunstancia, el 48% de las mujeres consultadas refirió que el apoyo financiero fue un recurso prioritario durante el inicio de su negocio, mientras que para el 40% de ellas el conocimiento y habilidades resultaron importantes; y la infraestructura ocupó el tercer lugar en importancia.

5 de cada 10 mujeres afirmaron que el apoyo financiero fue primordial para iniciar su negocio.

Estos datos subrayan la necesidad de abordar múltiples aspectos para fomentar el éxito de las emprendedoras, con un énfasis particular en el acceso a recursos financieros y el desarrollo de competencias empresariales.

¿Qué recursos consideran que fueron esenciales para el inicio de su negocio?

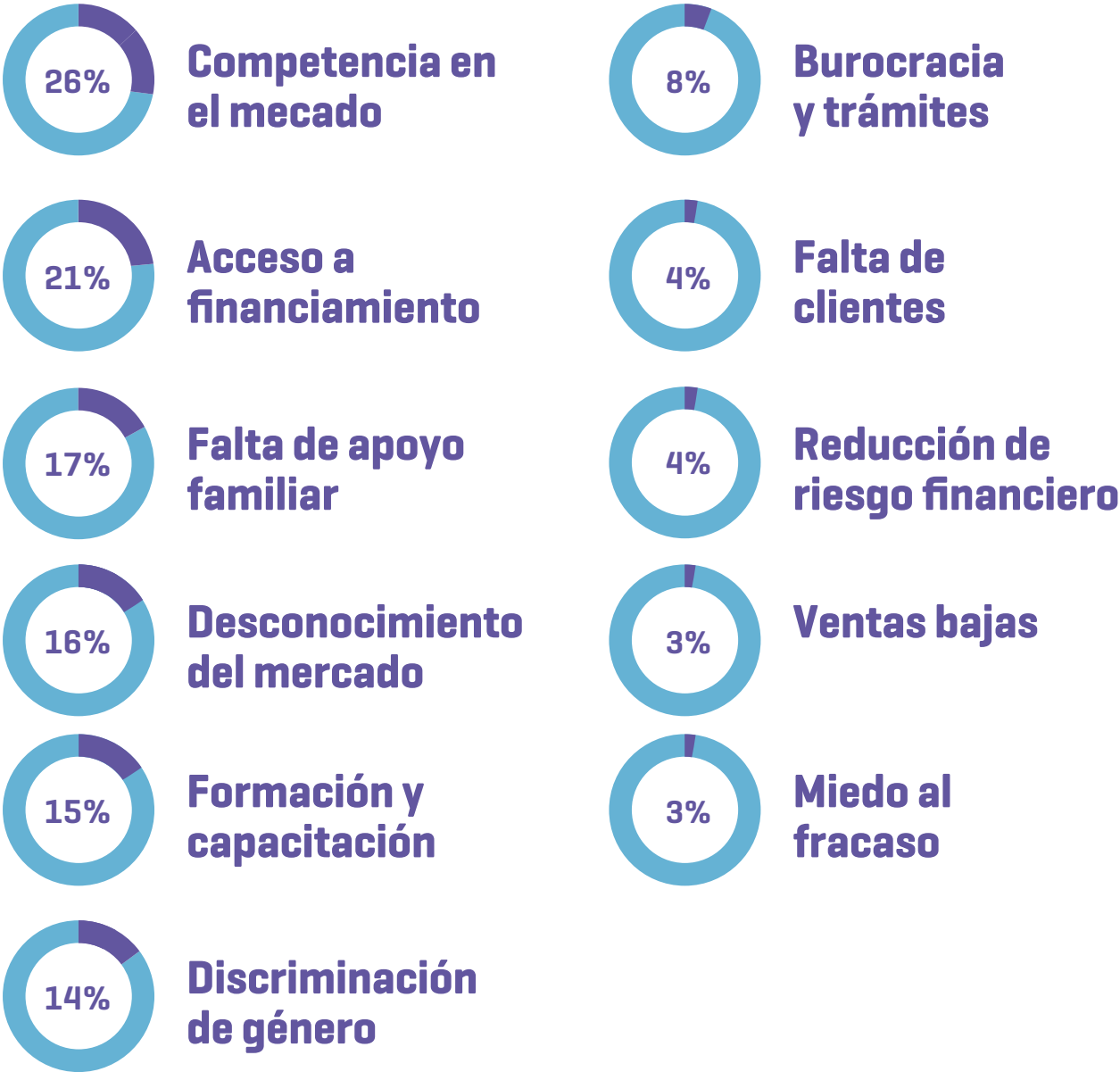


Desafíos al emprender

De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación, se ha identificado que la competencia en el mercado, así como el acceso al financiamiento, se han convertido en los principales desafíos que enfrentan las mujeres al momento de iniciar un negocio. De un total de 346 emprendedoras que participaron en la encuesta, un notable 26% mencionó que la competencia de mercado fue el principal reto con el que tuvo que lidiar. Además, un 21% de las encuestadas advirtió que el acceso al crédito representó un obstáculo significativo; mientras que un 17% refirió que la falta de apoyo familiar fue un factor que complicó su emprendimiento.

Otros desafíos que también se mencionaron en las respuestas incluyeron el desconocimiento del mercado, la falta de formación y capacitación adecuada, así como la discriminación de género. Es importante enfatizar que un 14% de las encuestadas indicó que tuvo que enfrentar situaciones de discriminación en su camino emprendedor. Asimismo, las dificultades burocráticas, junto con la falta de clientes y las bajas ventas, también fueron aspectos que las emprendedoras señalaron como problemáticos en sus trayectorias. Estos desafíos resaltan la necesidad de crear un entorno más favorable para las mujeres emprendedoras, donde puedan recibir el apoyo y los recursos necesarios para prosperar en sus negocios.

¿Cuáles fueron los mayores desafíos que enfrentó al iniciar su negocio?



Ante estas adversidades, las mujeres están creando redes de apoyo y colaboración que les permiten compartir experiencias, recursos y conocimientos.

Estas redes se han convertido en un pilar fundamental para el éxito de muchas emprendedoras. El conocimiento compartido se multiplica: **Webinars**, sesiones de **brainstorming** y grupos de estudio dentro de estas redes permiten que el aprendizaje sea continuo y adaptado a las necesidades específicas de las mujeres en los negocios.

El hecho de construir de manera colectiva no sólo acelera el progreso profesional, sino que también protege la salud mental de las emprendedoras. Compartir la carga emocional y práctica del emprendimiento permite un crecimiento más sostenible y equilibrado.

Ante las adversidades del emprendimiento, las mujeres están demostrando que la unión hace la fuerza. Estas redes de apoyo no solo están ayudando a las emprendedoras a superar obstáculos, sino que están creando un nuevo paradigma de éxito empresarial basado en la colaboración, el apoyo mutuo y el cuidado integral de cada miembro de la comunidad.

Además de estas soluciones, las mujeres han demostrado una notable capacidad para desarrollar habilidades y adquirir conocimientos que les permiten sortear las dificultades que enfrentan en su entorno laboral. Al preguntarles sobre estas habilidades, se encontró que el 35% de ellas mencionó que habían mejorado sus técnicas de venta, lo que les ha permitido ser más efectivas en la promoción de sus productos o servicios.





Por otro lado, el 34% comentó que había mejorado la atención al cliente, lo que es fundamental para mantener relaciones sólidas y duraderas con sus consumidores. Asimismo, el 24% de las mujeres encuestadas desarrolló habilidades de liderazgo, lo que les ha permitido asumir roles más activos y decisivos en sus organizaciones. Finalmente, el 22% se actualizó en temas de planeación, organización y control, áreas que son esenciales para una gestión eficiente y exitosa.

Como podemos observar, el apoyo que puedan recibir de sus redes de ayuda se consolida con la adopción de conocimiento propio en las áreas que ellas saben son prioritarias para desarrollarse profesionalmente.

¿Qué habilidades o conocimientos ha adquirido desde que comenzó con su negocio/tiene el puesto de Directora General?



3 de cada 10 empresarias y directoras de empresas se capacitaron en ventas desde que iniciaron su negocio.

EN PERSPECTIVA

Como forma de conclusión podemos decir que para muchas emprendedoras, el acceso al crédito representa el mayor obstáculo al iniciar un negocio. Esta situación se agrava por las disparidades de género. Esta estadística subraya la urgente necesidad de abordar las barreras financieras que enfrentan las emprendedoras en México.

De acuerdo con el INEGI, sólo 13 de cada 100 MiPyMEs de mujeres logran obtener un crédito.

Estos hallazgos resaltan la importancia de implementar estrategias integrales para impulsar el éxito de las mujeres en el ámbito empresarial. Es crucial no solo mejorar el acceso a recursos financieros, sino también fomentar el desarrollo de competencias empresariales. Al abordar estos aspectos de manera conjunta, se podrá crear un ecosistema más equitativo y propicio para el florecimiento de los emprendimientos liderados por mujeres.

FAMILIA Y TRABAJO

EL RETO DE MANTENER EL EQUILIBRIO

Lograr un equilibrio entre el trabajo y la vida familiar es un desafío universal; sin embargo, para las mujeres empresarias, estos factores suelen adquirir una complejidad adicional. Puede hacer que equilibrar ambas parezca una tarea titánica.

Alcanzar esta estabilidad es uno de los mayores retos, ya que implica una búsqueda constante de armonía entre las responsabilidades laborales y familiares. Nuestro estudio revela que el 53% de las encuestadas tiene hijos, mientras que el 47% no. Estos datos subrayan la importancia y la dificultad de encontrar un equilibrio satisfactorio entre la vida profesional y personal en el entorno empresarial actual.



¿USTED TIENE HIJOS?



Según un estudio de la Organización Internacional del Trabajo, el 48% de las líderes empresariales consideran que equilibrar sus responsabilidades laborales y familiares representa su mayor desafío. Esto genera una carga emocional significativa, especialmente porque el 21.8% inicia un negocio por necesidad económica urgente.

Los principales desafíos que enfrentan al equilibrar su rol de madres y emprendedoras refleja cómo las demandas simultáneas de un negocio y la maternidad llegan, en muchos casos, a limitar la capacidad para dedicar tiempo a ambas responsabilidades, encontrándose con el agotamiento emocional y físico como resultado del esfuerzo de cumplir múltiples roles, y una fuerte necesidad de apoyo que les permita a las madres-emprendedoras tener un equilibrio más sostenible.

Estos desafíos resaltan la necesidad de **herramientas de administración empresarial**, como una estrategia efectiva para impulsar los negocios, optimizando el tiempo, que sin duda es el mayor recurso para cualquier emprendedor o emprendedora.

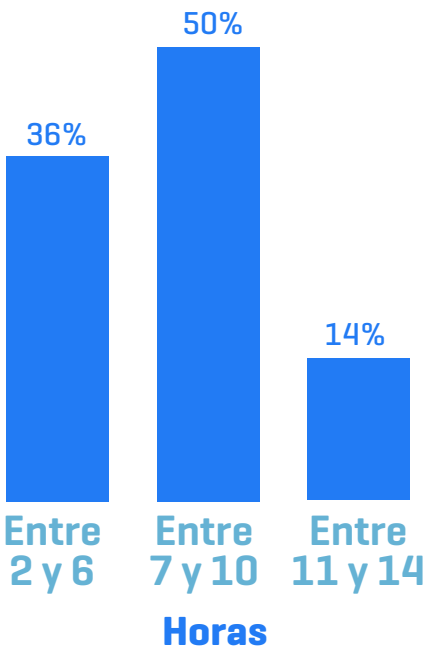
¿CUÁL ES EL PRINCIPAL DESAFÍO QUE ENFRENTA AL EQUILIBRAR SU ROL DE MADRE Y EMPRENDEDORA?



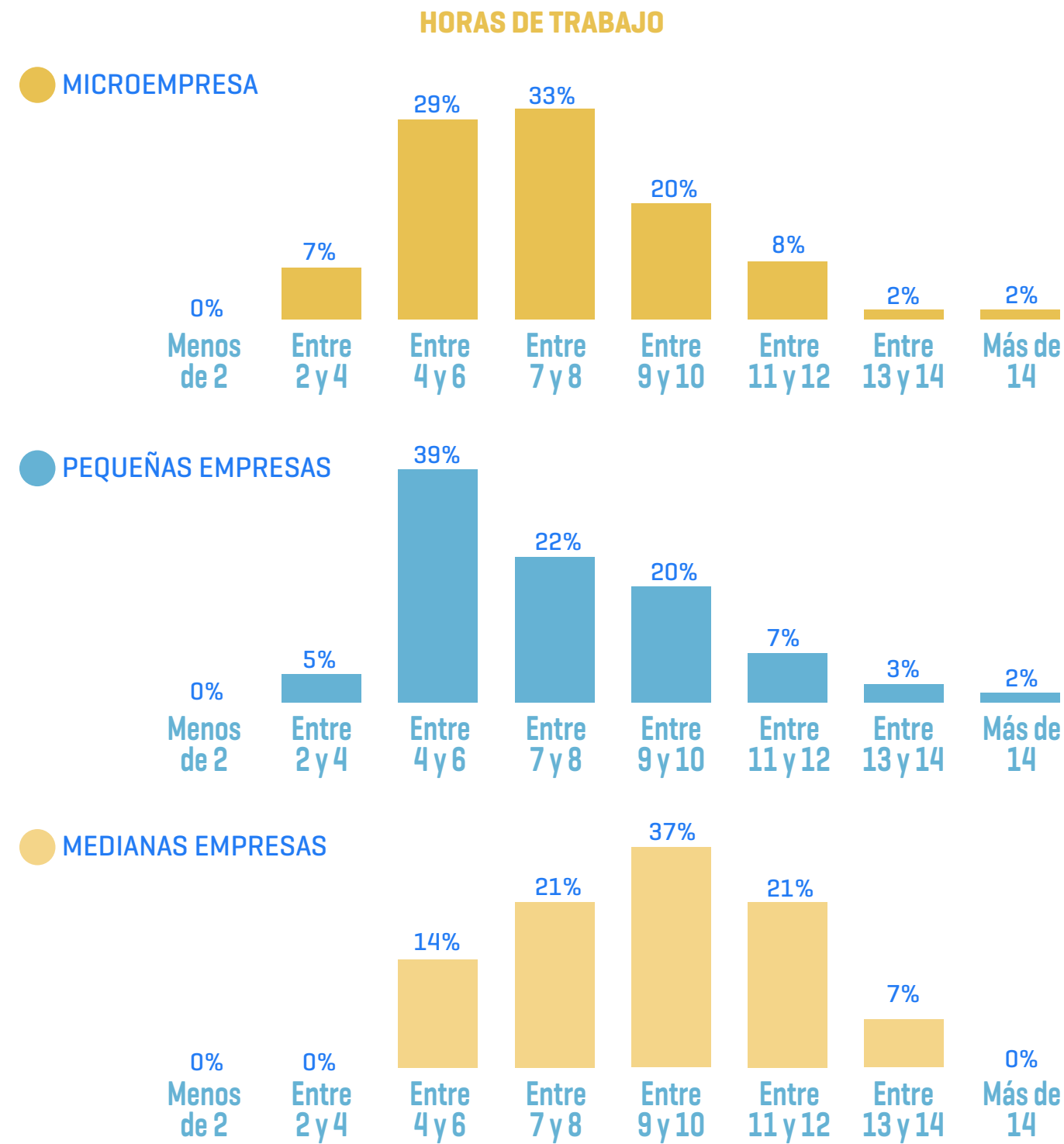
La doble jornada es una constante para las empresarias y emprendedoras, quienes asumen gran parte de las responsabilidades del hogar y los cuidados familiares. Esta problemática se intensificó durante la crisis sanitaria, el resultado fueron mayores tasas de desocupación y una reducción significativa de beneficios laborales para ellas.

4 de cada 10 mujeres aseguran que la falta de tiempo es el mayor desafío que enfrentan para equilibrar sus rol de madre y emprendedora.

¿CUÁNTO TIEMPO DEDICA DIARIAMENTE A SU NEGOCIO?



Al analizar la información por tipo de empresa observamos que en las medianas el 37% de las encuestadas pasan entre nueve y 10 horas, lo que refleja un mayor nivel de exigencia al tratarse de empresas del ramo industrial, donde la planeación y ejecución de la operación del negocio requieren un compromiso significativo de las empresarias.



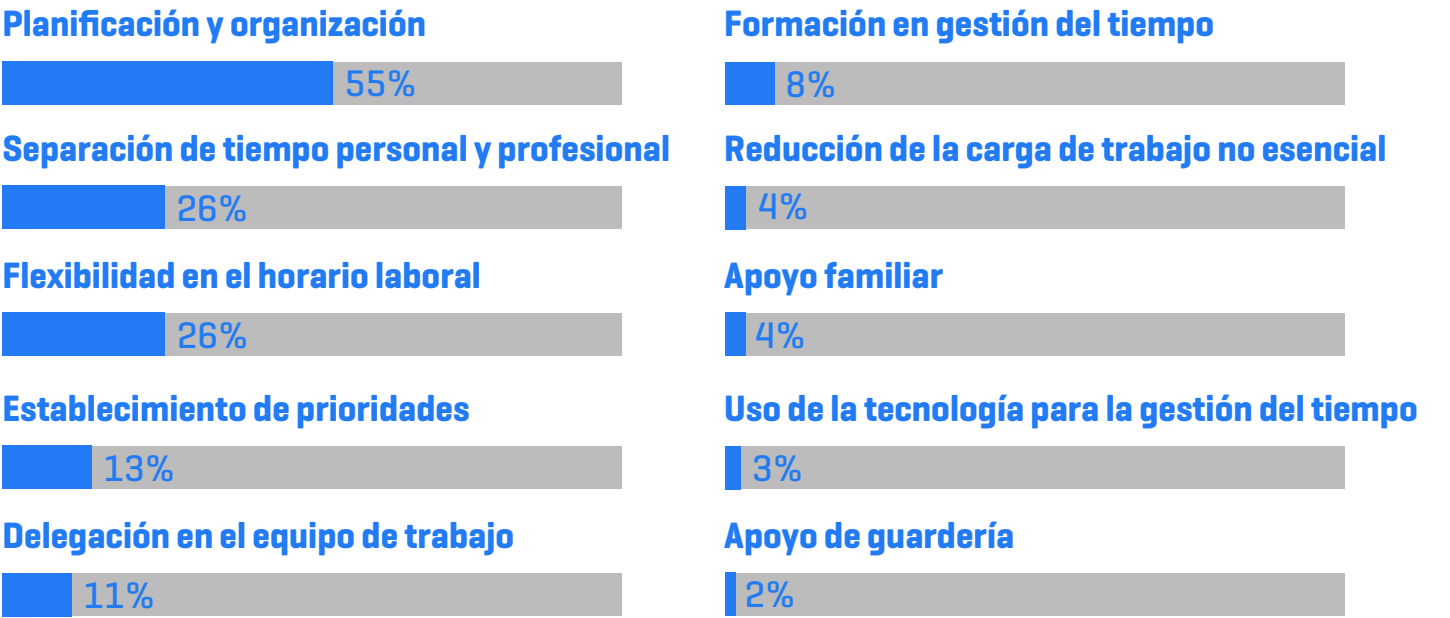
Buscar y mantener el equilibrio entre el trabajo y la vida familiar no es una meta fija, sino un proceso continuo que evoluciona con el tiempo. Para las mujeres, enfrentar este desafío con determinación y creatividad puede generar no solo una vida más equilibrada, sino también un impacto positivo en su negocio y su entorno familiar.



Las estrategias que les ayudan son la planificación y organización, con una clara tendencia hacia separar el tiempo personal del profesional y así cumplir con las actividades que requieren ambos campos de la vida. Sin duda este es un paso importante para que ellas puedan encontrar un equilibrio y gozar de mejor salud.

4 de cada 10 mujeres que dirige una empresa asegura que la flexibilidad de horarios es clave para lograr un equilibrio entre el trabajo y la familia.

¿QUÉ ESTRATEGIAS UTILIZA PARA MANEJAR LA RESPONSABILIDAD DE LA MATERNIDAD Y LA DE EMPRENDEDORA/PROFESIONISTA DE MANERA EFECTIVA?



Los beneficios de la flexibilidad laboral para empresarias y emprendedoras son numerosos y significativos. Aquí se presentan los principales:

Mejor equilibrio entre vida laboral y personal

- Permite adaptar el horario de trabajo a las necesidades personales y familiares.
- Facilita la conciliación entre responsabilidades profesionales y personales.

Aumento de la productividad

- La flexibilidad permite trabajar en los momentos de mayor rendimiento personal.
- Reduce el estrés asociado a horarios rígidos, mejorando la concentración y eficiencia.

Reducción de costos

- Posibilidad de trabajar desde casa, disminuyendo gastos de transporte y oficina.
- Optimización de recursos al adaptar las horas de trabajo a las necesidades del negocio.

Mayor control sobre el tiempo

- Libertad para organizar la agenda según prioridades y objetivos.
- Capacidad de responder rápidamente a oportunidades de negocio o emergencias.

Fomento de la creatividad e innovación

- Un ambiente de trabajo más relajado puede estimular nuevas ideas y soluciones.
- Permite dedicar tiempo a la formación y desarrollo personal.

Mejora en la salud y bienestar

- Reduce el estrés y la fatiga asociados a horarios estrictos.
- Posibilita incorporar hábitos saludables en la rutina diaria.



Estos beneficios contribuyen significativamente al éxito y sostenibilidad de sus negocios, permitiéndoles adaptarse mejor a los desafíos del mundo empresarial moderno.

De acuerdo con los datos de nuestro estudio, el 44% de las mujeres con hijos considera que la falta de tiempo es un desafío para equilibrar su empresa y su vida personal. Otros retos que enfrentan son el agotamiento y el estrés.

La flexibilidad laboral emerge como una solución clave, ya que 4 de cada 10 empresarias la considerará fundamental para armonizar la maternidad y el emprendimiento. Esta adaptabilidad no solo mejora el equilibrio personal, sino que también impulsa la productividad y reduce el estrés, contribuyendo significativamente al éxito y la sostenibilidad de los negocios liderados por ellas.

Además, la planificación efectiva y la organización son fundamentales para alcanzar el punto medio entre el trabajo y la familia que buscan las empresarias. Es claro que implementar sistemas adecuados marca la diferencia en su productividad.

Es crucial que empresas y sociedad reconozcan la importancia de adoptar políticas de trabajo flexibles. Al hacerlo, no solo apoyamos el bienestar de las empresarias, sino que también fomentamos un entorno empresarial más inclusivo y productivo.



EL SELLO FEMENINO EN LOS NEGOCIOS EL ESTILO DE DIRIGIR

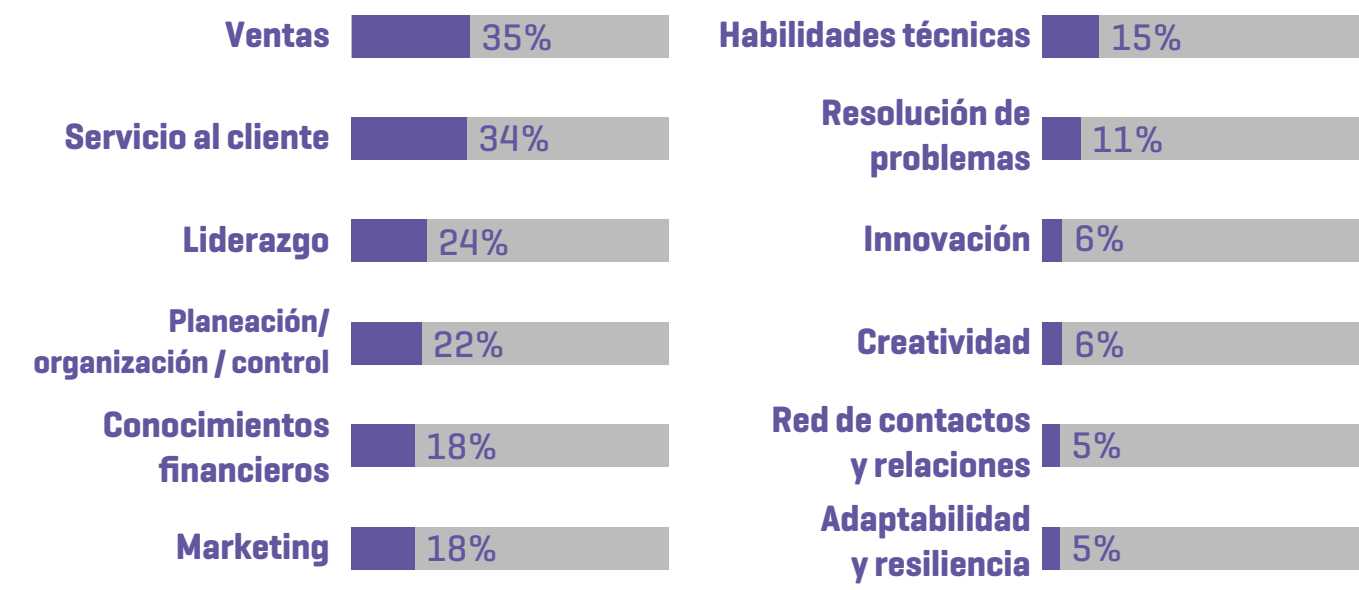
El liderazgo femenino transforma la gestión empresarial y redefine el concepto de éxito en los negocios. Con empatía, colaboración, inclusión e inteligencia emocional, las líderes construyen organizaciones más humanas, innovadoras y resilientes. Este enfoque integral mejora los resultados financieros y crea un entorno laboral más satisfactorio y sostenible.

A medida que aumente su participación en roles de liderazgo, es evidente que su influencia seguirá transformando el panorama empresarial, dejando un legado duradero de innovación, inclusión y éxito sostenible. Sin duda, el futuro del liderazgo empresarial es femenino, y las empresas que adopten este cambio prosperarán en la nueva era de los negocios.

La experiencia que han obtenido se refleja en sus habilidades. El 35% de las encuestadas destacó su conocimiento en ventas, el cual es fundamental en cualquier negocio. Las mujeres desarrollan esta destreza para garantizar el crecimiento organizacional, especialmente en las primeras etapas.

El 34% indicó que desarrolló su habilidad en servicio al cliente y que esto fue clave para la retención y sostenibilidad del negocio a largo plazo. A estas habilidades se suman el liderazgo, la planeación, la organización, el control, el **marketing** y los conocimientos financieros.

¿QUÉ HABILIDAD O CONOCIMIENTOS HA ADQUIRIDO DESDE QUE COMENZÓ CON SU NEGOCIO/TIENE EL PUESTO DE DIRECTORA GENERAL?



La tasa de participación económica de las mujeres creció 15.7 puntos porcentuales en los últimos 10 años [de 33.3 en 2010 a 49.0 en 2020], según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. Además, las empresas lideradas por mujeres aportan el 37% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, de acuerdo con datos de la consultora Deloitte y el 36% de las empresas en México son fundadas por ellas, refiere el INEGI.

Este crecimiento, además de ser impresionante, refleja la huella que dejan en diversas industrias:

- **Tecnología:** Liderando la revolución digital con **startups** innovadoras.
- **Moda y Diseño:** Proyectando la creatividad mexicana a nivel mundial.
- **Agricultura Sostenible:** Promoviendo prácticas agrícolas ecológicas y empoderando a comunidades rurales.
- **Finanzas:** Rompiendo el techo de cristal en un sector tradicionalmente masculino.
- **Educación:** Transformando el aprendizaje con soluciones tecnológicas innovadoras.

7 de cada 10 mujeres son dueñas de microempresas, de acuerdo con datos de la Secretaría de Economía.

PROPIETARIAS DE MIPYMES:



Fuente: Secretaría de Economía, Subsecretaría de Comercio Exterior. **MiPyMEs** mexicanas: motor de nuestra economía, Ciudad de México 2024.

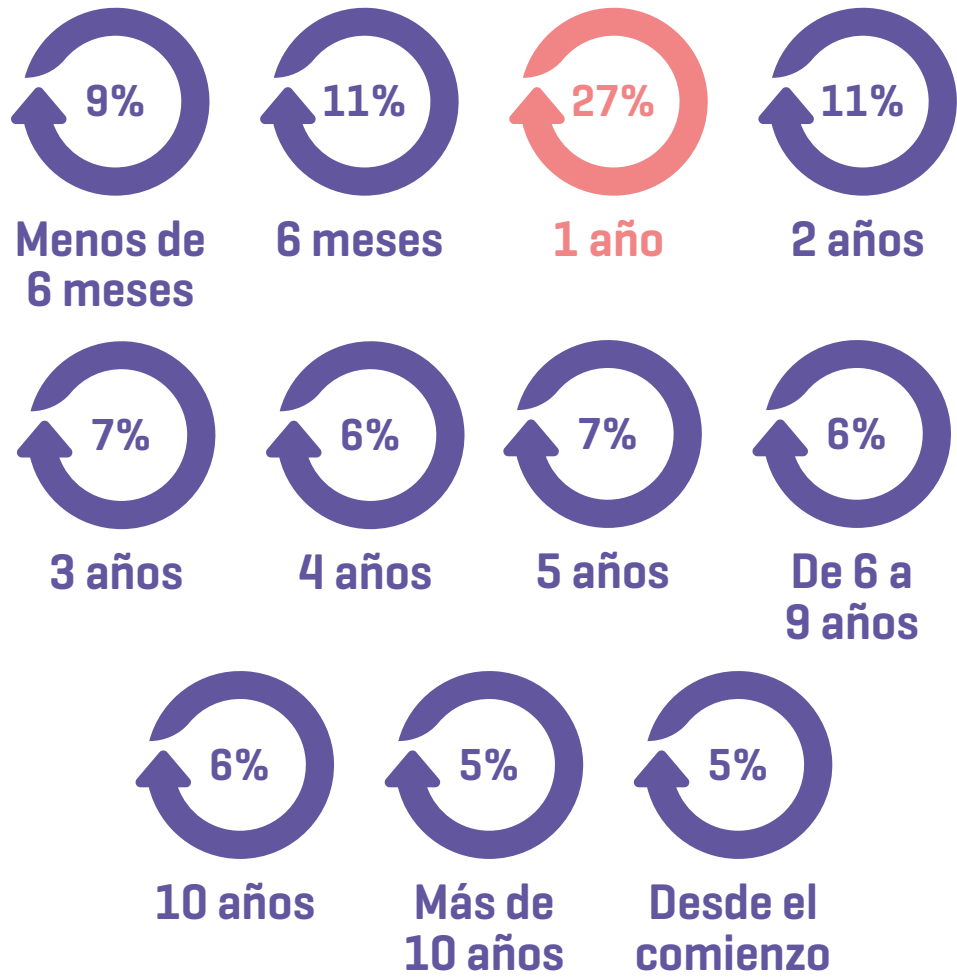
A pesar de los avances significativos en las últimas décadas, las emprendedoras y empresarias todavía enfrentan una brecha considerable en términos de representación en altos cargos directivos. Solo el 7% de los puestos de CEO en empresas mexicanas están ocupados por mujeres, según un estudio del Instituto Mexicano para la Competitividad [IMCO]. Esta cifra revela la magnitud del desafío que enfrentan en su ascenso hacia la cima.

LA DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO ES UNA REALIDAD. LAS MUJERES A MENUDO SE ENFRENTAN A:



- **Estereotipos arraigados:** La percepción de que son menos capaces de liderar o tomar decisiones difíciles.
- **Brecha salarial:** En promedio, las mujeres en México ganan un 14% menos que sus contrapartes masculinos en puestos similares, refiere el IMCO.
- **"El club de los muchachos":** Redes informales dominadas por hombres que pueden excluirlas de oportunidades clave.

¿CUÁNTO TIEMPO LE LLEVÓ LLEGAR A LA DIRECCIÓN GENERAL?



El análisis revela que a las actuales directoras generales les toma, en promedio, entre 2 y 5 años alcanzar dicha posición, rango que varía de acuerdo con el tamaño de la empresa. En promedio, tardan 2.2 años en microempresas, 3.4 años en pequeñas y 5.8 años en medianas. Esto confirma que, a mayor tamaño de la empresa, más tiempo se requiere para alcanzar este puesto.

El principal desafío para el 45% de las directoras y emprendedoras es enfrentar la competencia en un mercado saturado, lo que evidencia la necesidad de destacar frente a rivales consolidados. Un 23% identifica la expansión como su mayor reto, lo que revela el interés no solo por mantener, sino también por ampliar sus negocios hacia nuevos mercados o productos. Aunque menos prioritario, equilibrar la vida personal y profesional e innovar en tecnología siguen siendo desafíos relevantes. Este panorama subraya la diversidad de metas y retos que enfrentan en sus roles.

¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES RETOS QUE ENFRENTA ACTUALMENTE COMO EMPRENDEDORA/DIRECTORA GENERAL?



De acuerdo con nuestro estudio, las emprendedoras están redefiniendo el estilo de dirigir, pues 4 de cada 10 buscan más la participación e intercambio de ideas en su equipo, con un liderazgo democrático y participativo.

En el contexto de las empresas dirigidas por mujeres, se pueden observar diversos estilos de dirección que influyen significativamente en la toma de decisiones y la gestión empresarial.

MANERA DE PENSAR Y GUIAR SU NEGOCIO



Si bien no hay un modelo de liderazgo "ideal", encontramos que ellas son versátiles y responden a los retos específicos de su negocio, con una notable capacidad para adaptar su estilo de dirección según las necesidades de la empresa, destacando que:

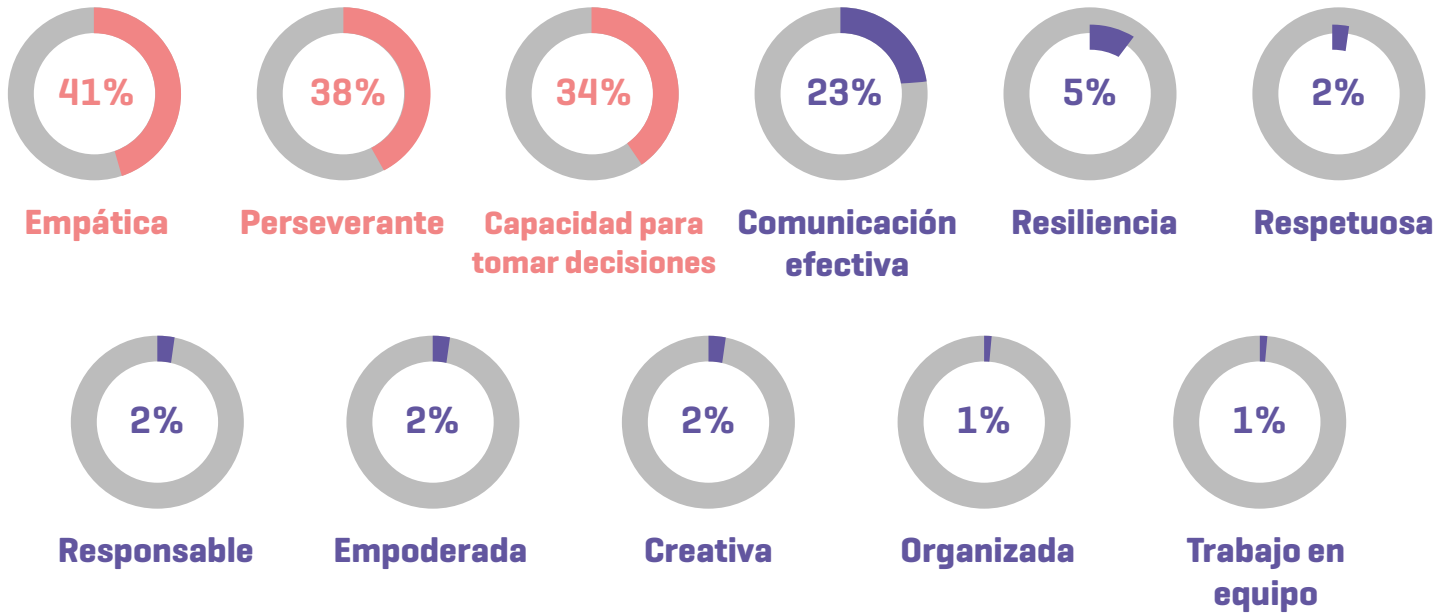
En micro y pequeñas empresas, el estilo democrático y participativo es predominante [34% y 45%, respectivamente], lo que indica que las emprendedoras suelen involucrar a su equipo en la toma de decisiones, promoviendo un ambiente colaborativo. Esto está relacionado con equipos pequeños, donde la comunicación cercana es más viable.

En medianas empresas, el modo transformacional e inspirador [39%] de las mujeres toma el protagonismo, aquí ellas se enfocan en motivar y dirigir hacia metas de largo plazo. Este estilo es clave para liderar equipos más grandes y manejar estructuras más complejas.

De igual forma podemos observar que a medida que las empresas crecen, la manera transaccional y orientado a resultados también aumenta [33%], lo que demuestra que las líderes de medianas empresas equilibran la inspiración con un enfoque práctico hacia resultados tangibles, donde la presión por mantener la eficiencia y el desempeño es notorio en estructuras de empresas más grandes.

La mujer emprendedora se destaca por ser una líder excepcional, cuyas cualidades propias y adquiridas a lo largo de su carrera como **soft skills**, han sido fundamentales para su éxito. Empática, perseverante y con una notable capacidad para tomar decisiones, ella ha demostrado ser una fuerza transformadora.

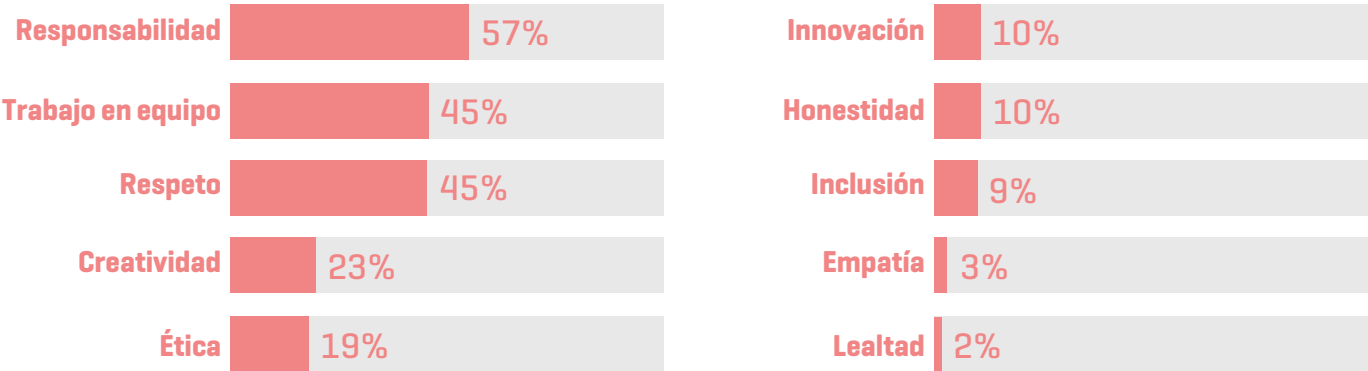
¿QUÉ CARACTERÍSTICAS CONSIDERA QUE LA DISTINGUEN COMO LÍDER FEMENINA?



4 de cada 10 empresarias considera que la empatía la distingue como líder femenina.

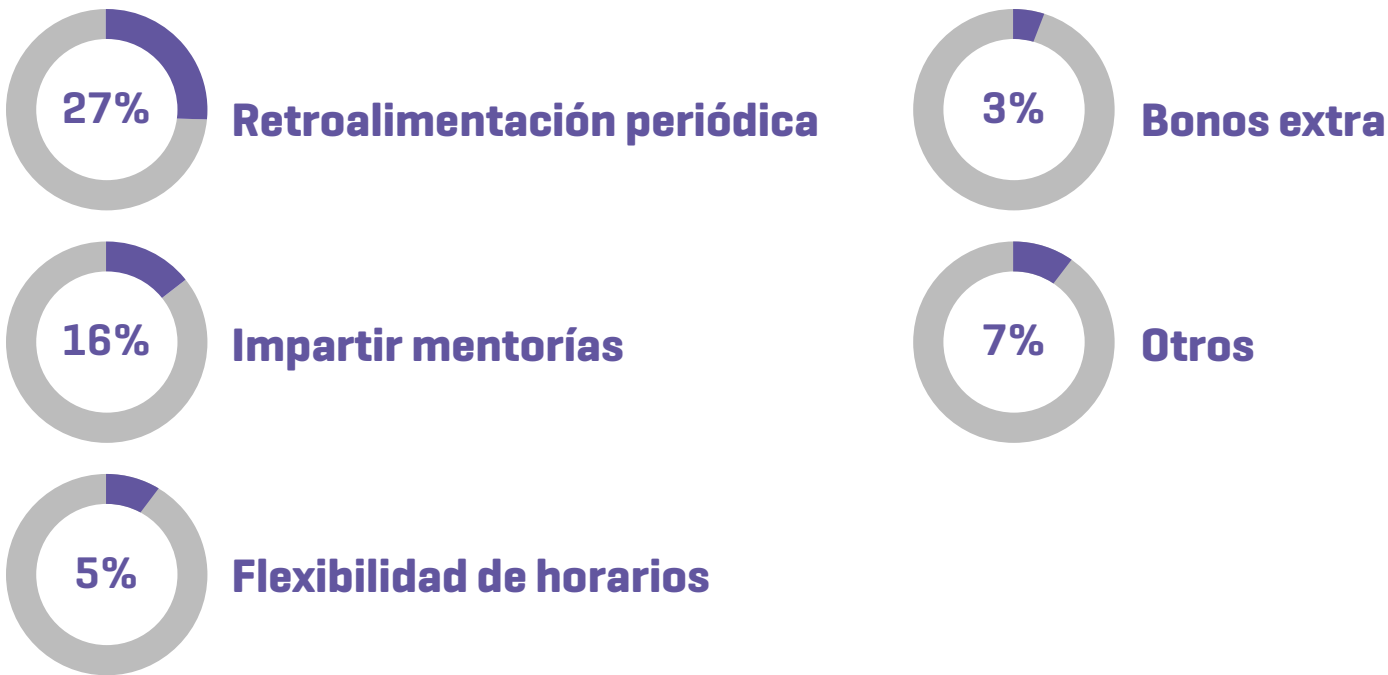
Estas **soft skills** se reflejan en su capacidad para liderar equipos motivados, diversos e inclusivos. Esto les permiten establecer conexiones con sus colaboradores y comprender sus necesidades y aspiraciones, lo que incrementa significativamente la productividad y mejora el ambiente laboral.

¿QUÉ VALORES PROMUEVE DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN?



La colaboración entre emprendedoras es un pilar fundamental para el crecimiento y desarrollo de sus negocios; ellas forjan alianzas que trascienden sectores y fronteras, lo que demuestra su fortaleza al unir esfuerzos. La comunicación y el intercambio de ideas son elementos vitales para el éxito, pues emplean diversos canales para establecer conexiones y crecer juntas.

¿QUÉ ACCIONES O INICIATIVAS IMPLEMENTA EN SU EMPRESA PARA APOYAR Y FORTALECER EL DESARROLLO DE OTRAS MUJERES?



A medida que las empresarias unen sus fuerzas, superan barreras y construyen un futuro más equitativo y próspero. Su determinación y espíritu colaborativo sientan las bases para una nueva era de liderazgo, donde el éxito se mide no solo en términos individuales, sino en el impacto colectivo que generan en la economía y la sociedad.

Con su equipo de trabajo ellas redefinen el panorama empresarial al promover activamente la participación y el empoderamiento de sus colaboradores, creando así entornos de trabajo más inclusivos y productivos.

Las empresarias entienden que el reconocimiento es un catalizador poderoso para motivar y comprometer al equipo. Implementan sistemas de recompensas que van más allá de los incentivos financieros tradicionales, celebrando los logros individuales y colectivos de manera significativa.

6 de cada 10 empresarias promueve entre sus colaboradores el valor de la responsabilidad.

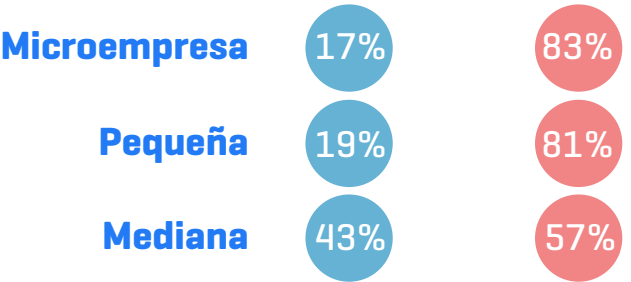


COMPROMISO CON LOS COLABORADORES NOM 035 Y NOM 037

De acuerdo con los datos de nuestro estudio, 2 de cada 10 empresarias desconocen la **Norma Oficial Mexicana (NOM) 035 y la NOM 037**. En general, el 79% de las encuestadas declaró desconocer la primera, mientras que 81% indicó lo mismo respecto a la segunda.

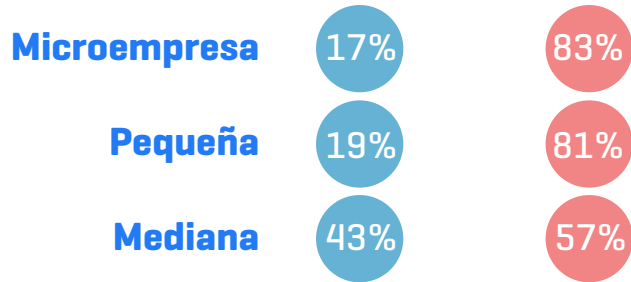
En su empresa ¿conocen la NOM 035?

✓ 21% ✗ 79%



En su empresa ¿conocen la NOM 037?

✓ 19% ✗ 81%

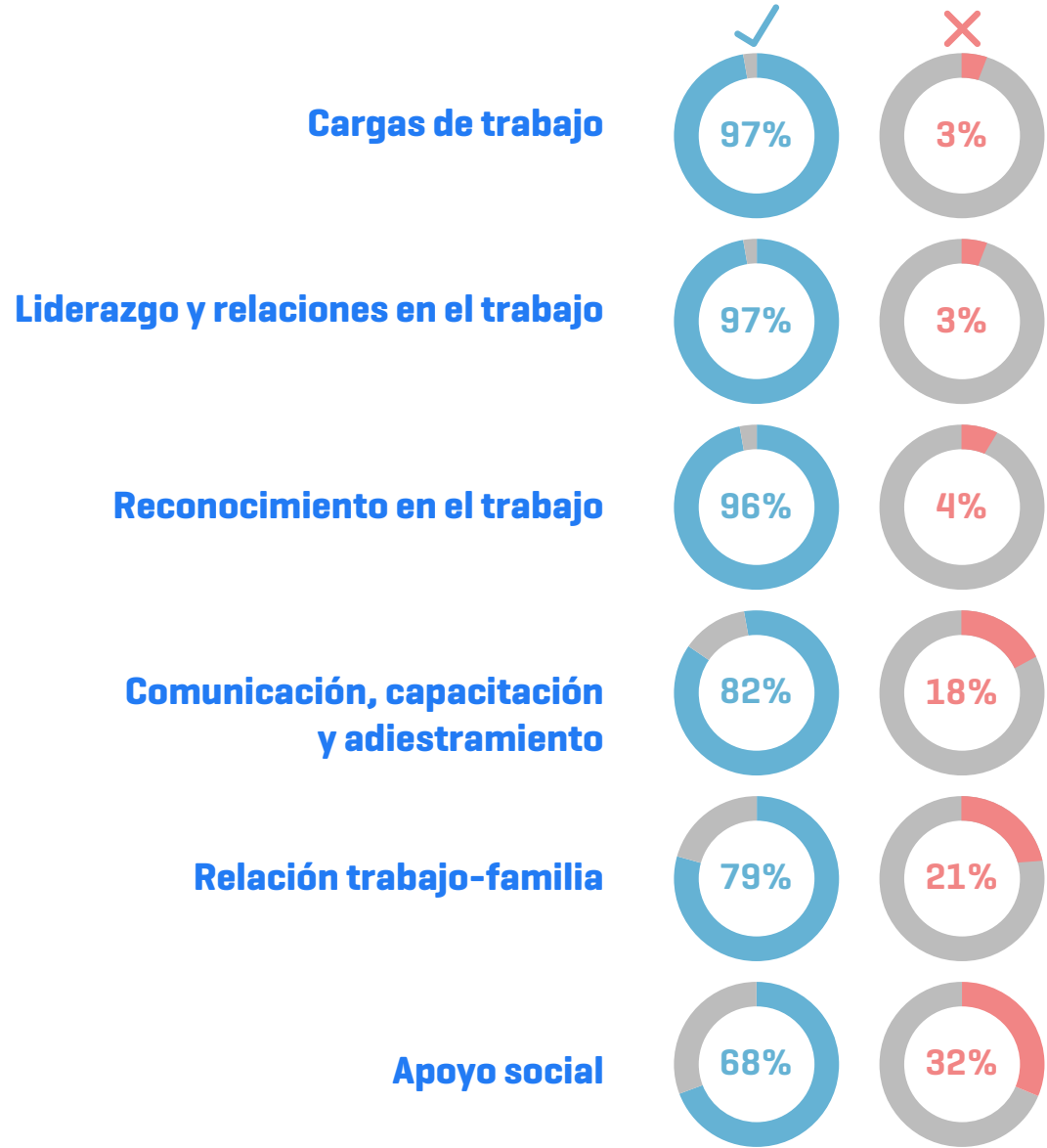


2 de cada 10 empresarias
conocen las NOM 035 y la NOM 037.

La NOM 035 y la NOM 037 son normativas cruciales en el ámbito laboral mexicano. La primera se enfoca en la prevención de factores de riesgo psicosocial y la promoción de un entorno organizacional favorable, mientras que la segunda establece los requisitos mínimos de seguridad para el funcionamiento de maquinaria y equipo. Ignorar estas normas no solo compromete el bienestar de los colaboradores, sino que también expone a las empresas a sanciones y pérdidas económicas.

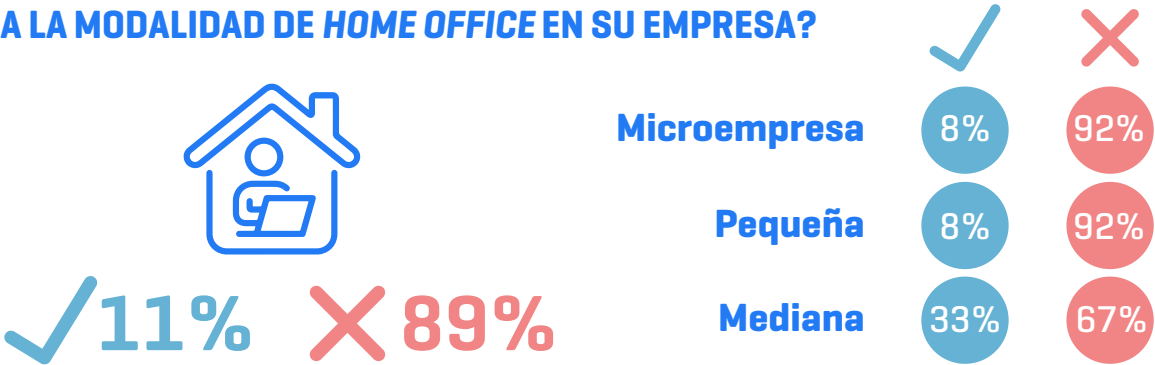
Aunque muchas empresarias desconocen las NOM 035 y NOM 037, avanzan en la promoción de una nueva cultura laboral, centrada en la nivelación de cargas de trabajo, el liderazgo y el reconocimiento a sus colaboradores. Además, buscan integrar la capacitación, la relación trabajo-familia y el apoyo social. Sin embargo, estos últimos enfoques aún requieren mayor desarrollo.

EN SU EMPRESA, ¿ESTÁN TRABAJANDO EN ACTIVIDADES ENFOCADAS A MEJORAR LOS SIGUIENTES ASPECTOS CON LOS COLABORADORES?



En la era post-pandemia, las empresas lideradas por directoras están marcando una tendencia clara: El abandono del trabajo remoto. Según el estudio, **"Mujeres al mando: El nuevo rostro del emprendimiento y la innovación tecnológica en México 2025"**, la mayoría de empresarias están optando por el trabajo presencial, desafiando las expectativas de una normalidad dominada por el *home office*.

¿APLICA LA MODALIDAD DE HOME OFFICE EN SU EMPRESA?



La decisión de volver a las oficinas no es arbitraria. Las empresarias están reconociendo los beneficios tangibles del trabajo presencial en términos de productividad. La interacción cara a cara facilita:

- **Resolución rápida de problemas:** Las interacciones espontáneas en la oficina resuelven problemas que, de otro modo, podrían tomar horas mediante correos o videollamadas.
- **Supervisión efectiva:** La presencia física permite a las líderes guiar y mentorear a sus equipos de manera más eficiente.
- **Reducción de distracciones:** Un espacio laboral dedicado reduce las distracciones domésticas que pueden afectar la concentración.

En las empresas que mantienen el modelo de **home office**, resulta primordial asegurar una comunicación abierta y constante. Por ello, el 100% de las compañías que utilizan esta modalidad presta especial atención a los medios de contacto con sus colaboradores. También consideran relevante proporcionar equipamiento ergonómico para el trabajo en casa, lo que protege la salud de su equipo.

¿CUIDA ESTOS ASPECTOS AL IMPLEMENTAR HOME OFFICE?



En **CONTPAQi®** consideramos el **Happytalismo** como una estrategia clave para promover el bienestar de propietarios, gerentes y colaboradores en el ámbito empresarial. Por ello, utilizamos esta investigación para analizar el nivel de satisfacción de estos emprendedores en su rol como líderes y responsables de sus negocios y equipos de trabajo.

La satisfacción laboral se manifiesta claramente en el entorno empresarial: Propietarios, directivos y colaboradores demuestran su motivación no solo con una actitud positiva, sino también a través de su pasión por el trabajo, reflejada en un trato excepcional a clientes internos y externos.

Las organizaciones que promueven un fuerte sentido de compromiso y una perspectiva optimista entre sus equipos obtienen una ventaja competitiva en el mercado. Esta cultura organizacional positiva merece ser cultivada activamente.

En el contexto de las MiPyMEs, alcanzar un ambiente laboral positivo requiere dedicación tanto de propietarios como de gerentes, junto con la participación activa de cada integrante del equipo. La estructura compacta de estas entidades favorece una comunicación directa y una colaboración cercana entre sus miembros, lo que impacta positivamente en su bienestar emocional y sentido de pertenencia.

EN UNA ESCALA DEL 0 AL 10, ME PUEDE INDICAR, ¿CONSIDERA QUE SUS COLABORADORES SON FELICES?



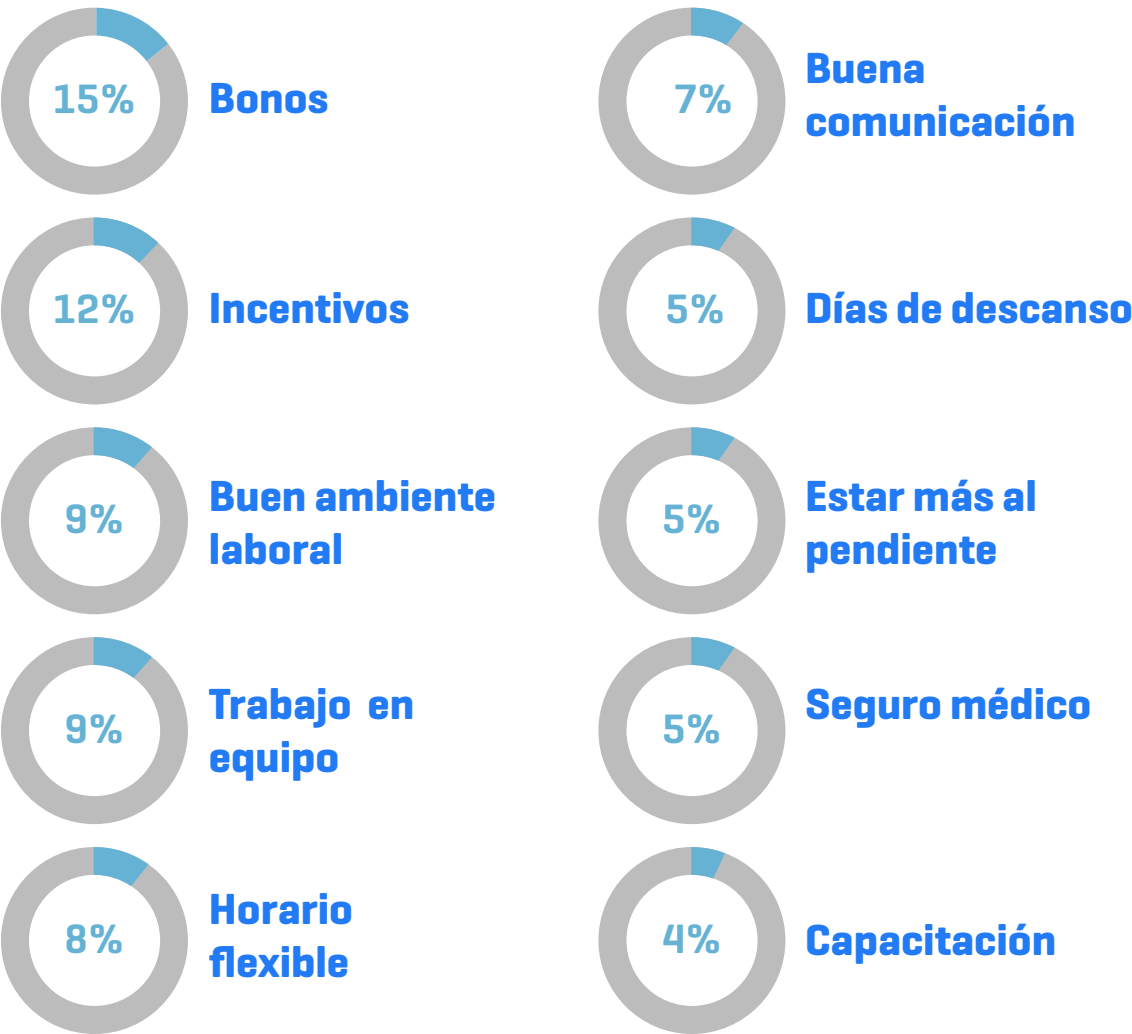
Para las directivas en México, el desarrollo profesional es clave para alcanzar la satisfacción laboral. Cuando las empresas invierten en el crecimiento de sus líderes femeninas, se desencadena un efecto dominó positivo. Las ejecutivas que sienten que están progresando en su carrera tienden a estar más comprometidas, innovadoras y motivadas para impulsar el éxito de sus organizaciones.

EN UNA ESCALA DEL 0 AL 10, ME PUEDE INDICAR, ¿CUÁL ES EL GRADO DE FELICIDAD EN SU PUESTO?

Nuestro estudio revela que el 87% de las empresarias en México se considera muy feliz. Esta estadística no solo es impresionante, sino que también subraya la estrecha relación entre el emprendimiento femenino y la satisfacción laboral. Ellas que dirigen sus propias empresas suelen encontrar propósito y realización, lo que se refleja en elevados niveles de felicidad profesional.

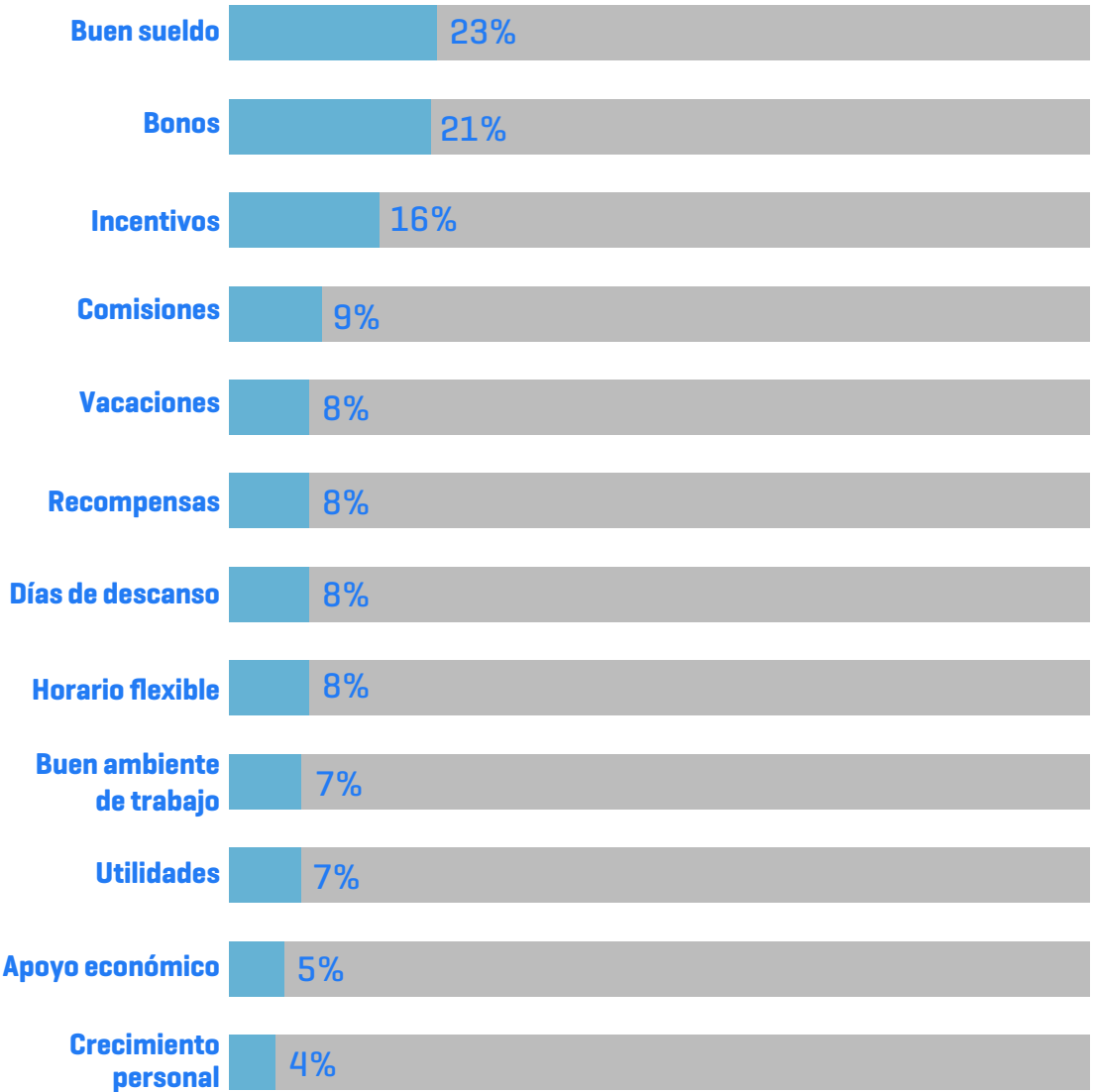


¿QUÉ ESTÁ AYUDANDO A LAS EMPRESARIAS A MANTENER LA FELICIDAD ENTRE SUS COLABORADORES?



Entre las principales estrategias utilizadas por las empresarias para fomentar la felicidad de sus colaboradores se encuentran los bonos [15%]. Además, los incentivos adicionales [12%] reflejan un enfoque en estrategias creativas que trascienden la compensación económica directa para dar paso a un abanico amplio de opciones que motivan y fortalecen el compromiso y bienestar laboral.

¿CUÁLES SON LAS MOTIVACIONES PARA SUS TRABAJADORES?



El 89% de las emprendedoras mencionaron los aspectos económicos como motivaciones para sus trabajadores.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL: EL MOTOR DE EFICIENCIA Y COMPETITIVIDAD PARA PYMES

EL CAMINO A LA EXCELENCIA OPERATIVA

En las ediciones anteriores de nuestro estudio, incluimos el Índice de Curva de Madurez Digital de las MiPyMEs. En esta edición, analizamos el avance en la digitalización de empresas lideradas por mujeres.

De las 346 empresas encuestadas, el 38% se clasificaron como limitadas en adopción tecnológica, ya que solo han digitalizado los procesos fiscales como facturación y nómina.

En nuestro estudio “**Emprendedores y empresas postpandemia: Alcances y retos del nuevo rostro de la economía mexicana**” este tipo de MiPyMEs representa el 26%. Este dato nos habla de un mayor interés de las empresarias por digitalizar los procesos que obligatoriamente deben cumplir.

Ahora bien, al hablar de empresas exploradoras, es decir, aquellas que han digitalizado algunos procesos para mejorar, aunque consideran que aún les falta mucho por avanzar, observamos que en nuestro estudio sobre empresarias se trata del 30% de las compañías encuestadas.

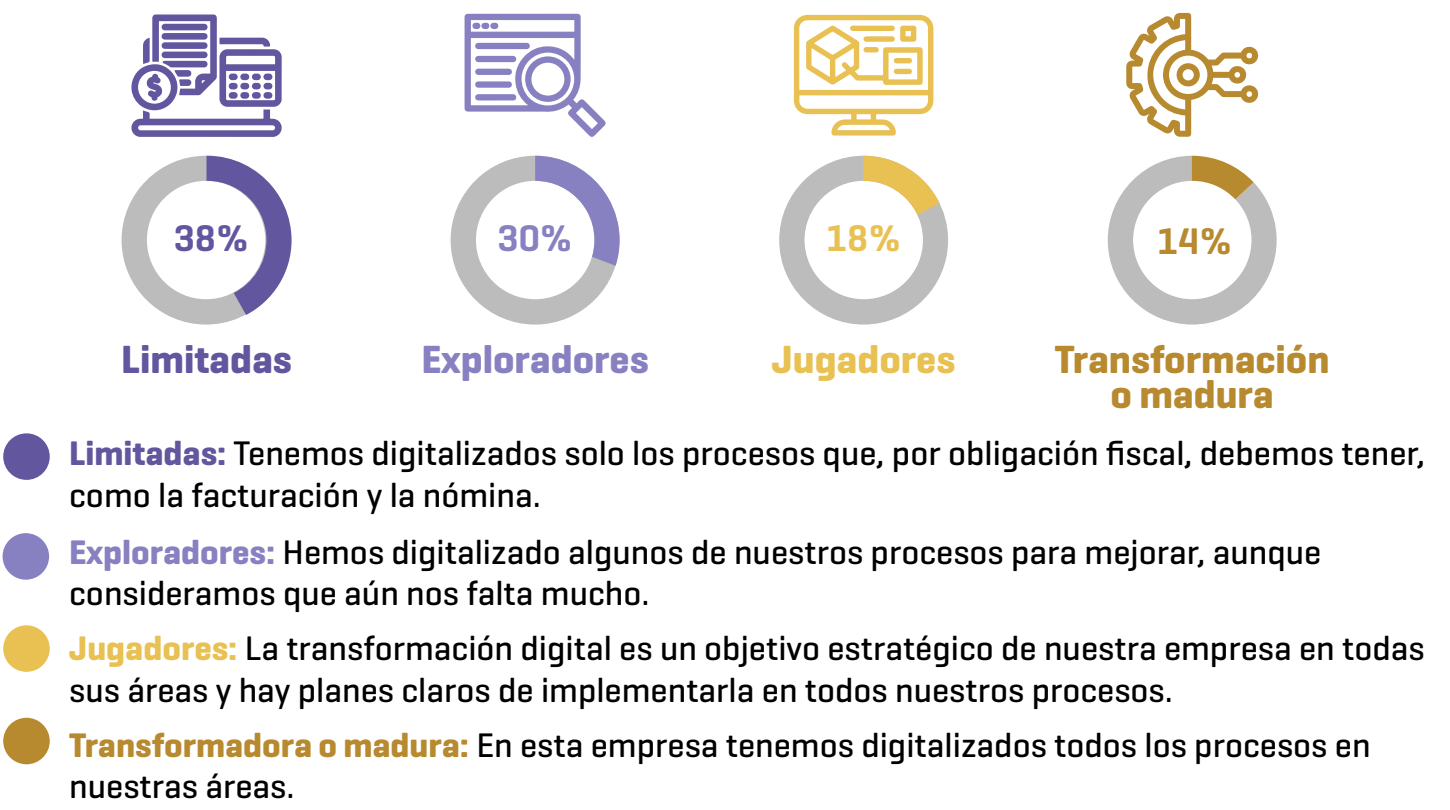
4 de cada 10 MiPyMEs tienen digitalizados facturación y nómina, procesos que son requeridos por el SAT.



La cuarta categoría en la curva de madurez digital agrupa a empresas con transformación digital como objetivo estratégico. Estas compañías, que representan el 18%, tienen planes claros para implementarla en todas las áreas de su negocio. En el estudio anterior, este porcentaje fue de 14%.

En este nuevo estudio apreciamos que las compañías maduras, que tienen todos sus procesos digitalizados, representan el 18% del total, en comparación con el 6% del estudio anterior. Esto revela que hay un mayor interés por parte de las empresarias de consolidar la digitalización, en comparación con el universo total de MiPyMEs.

¿CON CUÁL DE LAS SIGUIENTES FRASES SE IDENTIFICA MÁS SU EMPRESA?

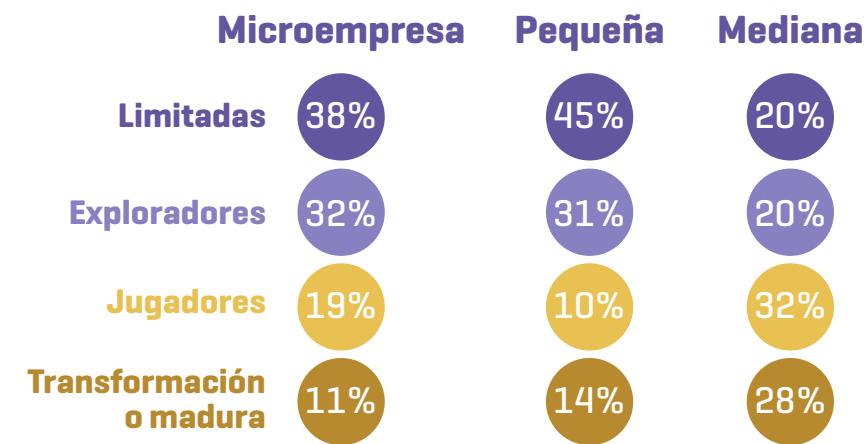


2 de cada 10 empresas medianas usan la tecnología en todos sus procesos.

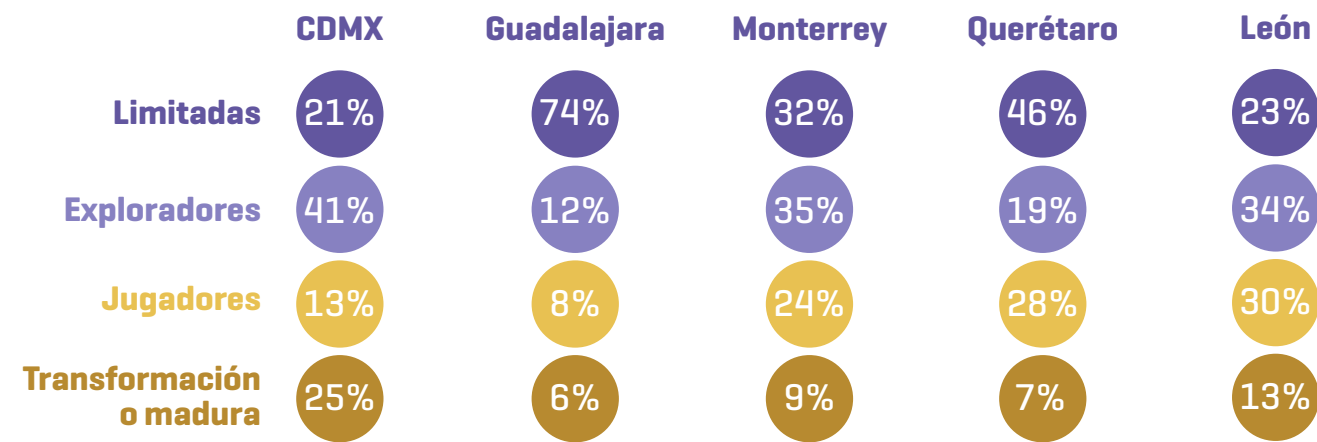
En la digitalización por tamaño de empresa, las medianas concentran la mayor proporción de compañías con todos los procesos digitalizados [28%], seguidas por las pequeñas [14%] y las microempresas [11%]. El mayor grado de digitalización se asocia con la necesidad de una mayor eficiencia, control, reducción de errores y un ahorro económico para estos negocios.

En cuanto a los procesos fiscales, estas empresas muestran un mayor compromiso con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y el manejo de personal, razones por las cuales es imprescindible para ellas contar con herramientas tecnológicas necesarias que las auxilien en términos de manejo de la **nómina**, cumplimiento con normas oficiales, **facturación** y trabajo remoto.

DIGITALIZACIÓN POR TAMAÑO DE EMPRESA



Por zona geográfica, la Ciudad de México concentra el mayor porcentaje de MiPyMEs Transformadoras o Maduras con el 25%, seguida de León con el 13% y Monterrey con el 9%.



En este estudio también nos dimos a la tarea de saber en qué momento se habían digitalizado las empresas. Los resultados indican que, por sector, las de servicio son las que nacen con sus procesos digitalizados; además, son las que mayoritariamente respondieron que comienzan a usar la tecnología entre el primer y tercer año de vida.

4 de cada 10 microempresas nacen digitalizadas, a diferencia de las pequeñas y medianas que inician este proceso posteriormente.

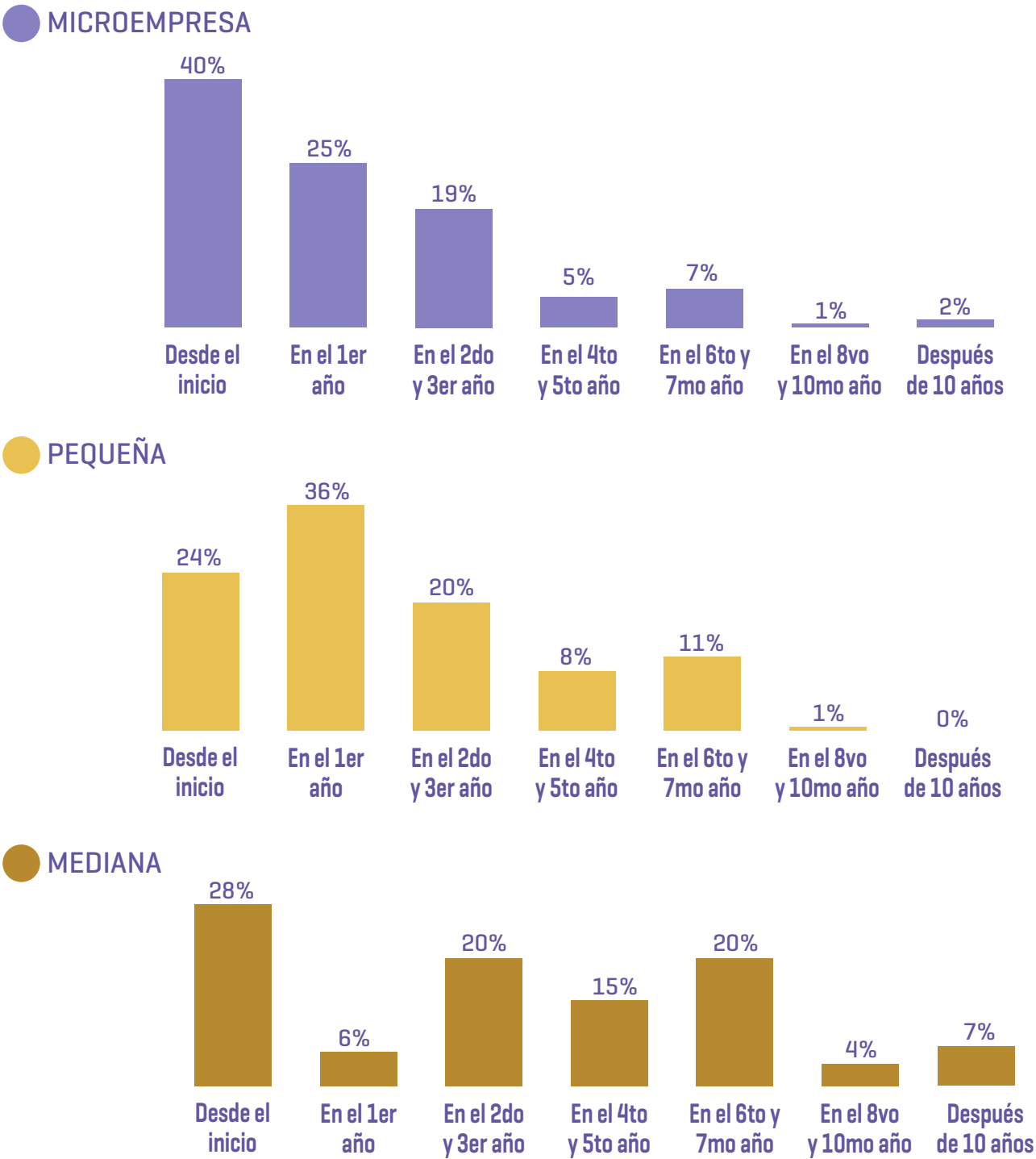
Ahora bien, las empresas que toman más tiempo para digitalizar sus procesos lo hacen después de los primeros 10 años; afortunadamente, conforman el menor porcentaje.

Por el tamaño de las unidades económicas, identificamos que las microempresas alcanzan el mayor porcentaje de digitalización desde el inicio [40%], a estas les siguen las medianas [28%] y las pequeñas [24%].

La encuesta nos muestra que en el primer año de operaciones las pequeñas empresas tienen un mayor porcentaje de negocios digitalizados [36%], le siguen las microempresas [25%] y las medianas [6%].

Entre el segundo y tercer año de operaciones técnicamente los tres tamaños de empresas tienen el mismo porcentaje de digitalización [20%], esto nos hace inferir que durante los primeros tres años de vida se da un intenso proceso de adopción de tecnología para mejorar los procesos de estos años y que a partir del cuarto año la digitalización es menor.

¿EN QUÉ MOMENTO (EDAD DE LA EMPRESA) COMENZÓ A DIGITALIZAR PROCESOS?



En 2024, las mujeres emprendedoras priorizaron la digitalización de varios procesos clave para fortalecer y escalar sus negocios, lo cual responde a la necesidad de mejorar su competitividad y adaptación a las tendencias tecnológicas.

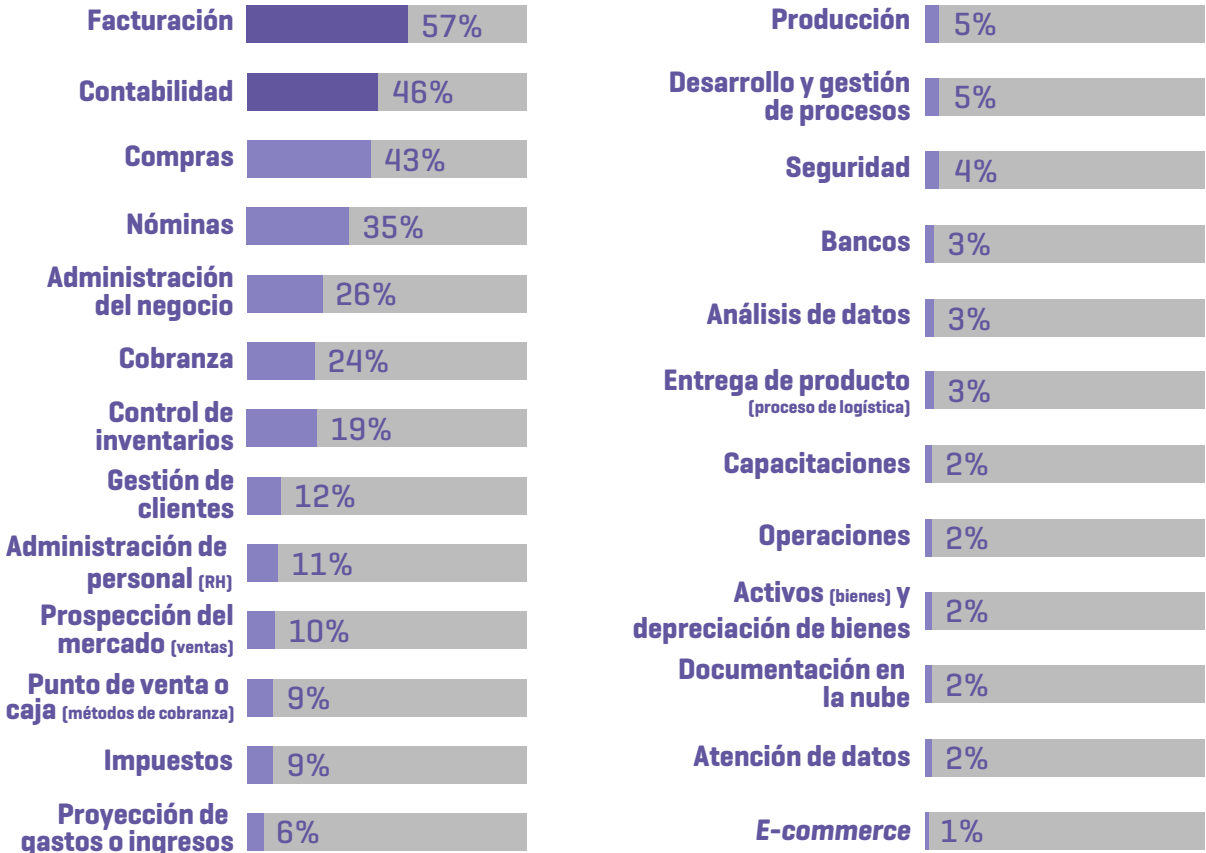
Según el estudio, las empresarias priorizan la digitalización de **facturación** [57%], **contabilidad** [46%] y **compras** [43%]. Estas áreas reflejan la necesidad de cumplir con obligaciones fiscales, controlar los ingresos y egresos, y optimizar la cadena de suministro.

Estos 3 procesos son críticos para asegurar la estabilidad y eficiencia operativa de los negocios, especialmente si consideramos que las empresas con un adecuado manejo del flujo de efectivo y de sus finanzas se convierten en compañías sostenibles en el tiempo.

Si bien las emprendedoras han avanzado en procesos clave, aún existe un espacio considerable para integrar herramientas más completas y escalables que impulsan el crecimiento, la eficiencia operativa y la profesionalización de sus empresas. Observamos entonces áreas de oportunidad significativa en los procesos de **nómina** [35%], **cobranza** [24%], **control de inventarios** [19%] y **administración del negocio** [26%]. La digitalización de estos procesos permite una mejor integración de la información en las organizaciones y facilita la toma de decisiones estratégicas.

6 de cada 10 empresas ven a la facturación como una prioridad en su proceso de digitalización.

¿QUÉ PROCESOS TIENE DIGITALIZADOS EN SU EMPRESA?



En la siguiente tabla, en la que presentamos el orden en que fueron digitalizados los procesos en las empresas, confirmamos la tendencia antes mencionada. En los tres primeros lugares se encuentran la **administración del negocio**, la **cobranza** y la **contabilidad**. También destacan compras, **facturación** y la **administración del personal**.

ORDEN EN QUE FUERON DIGITALIZANDO PROCESOS:

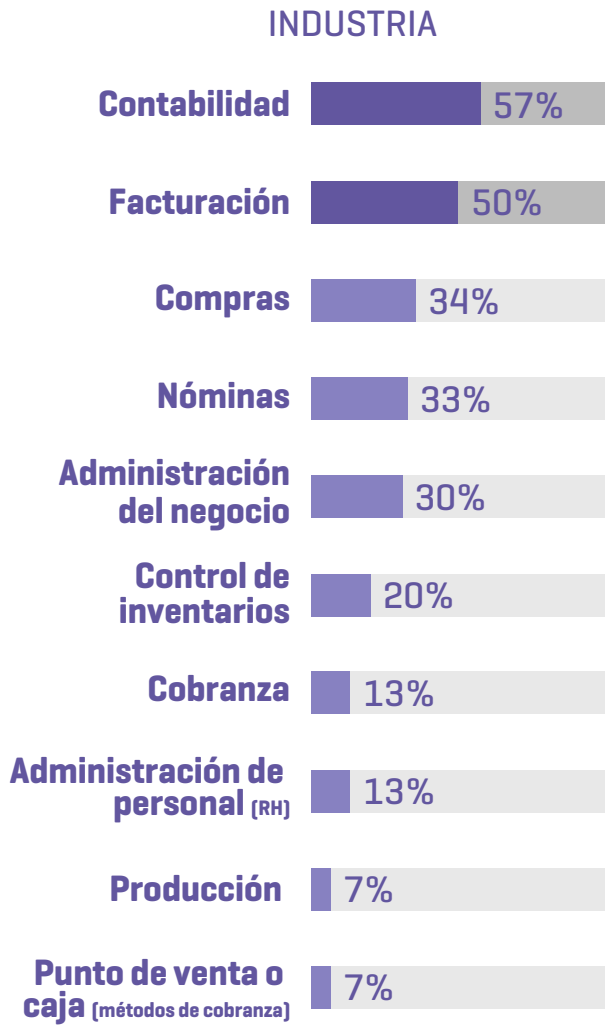
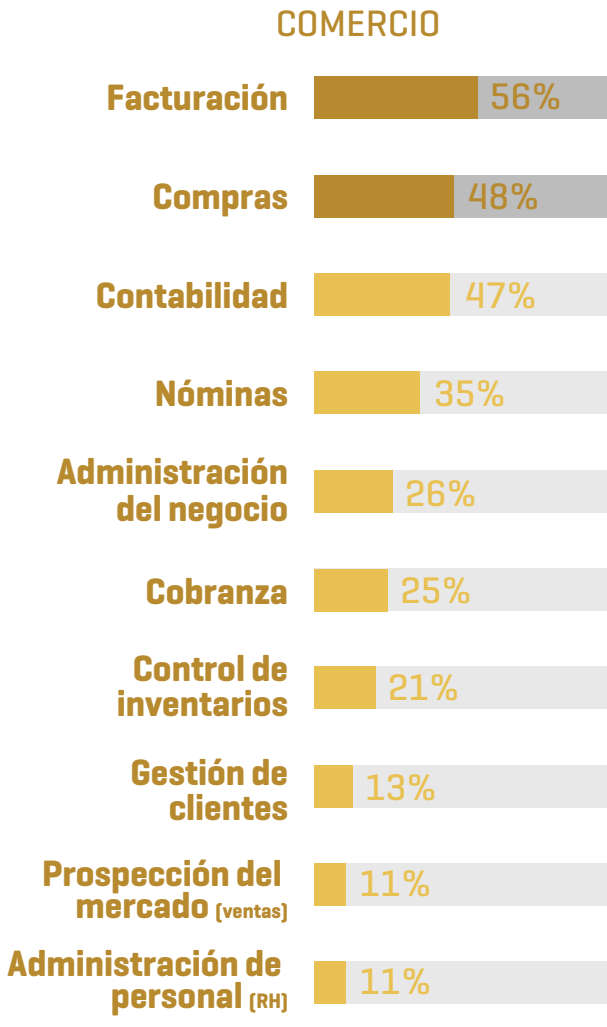
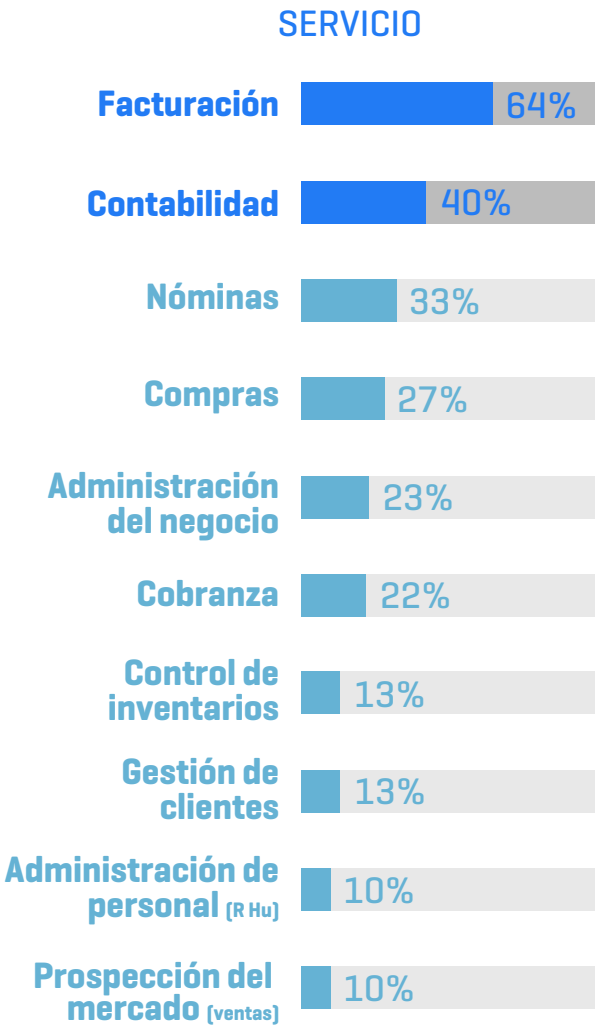
- | | | |
|---|---|-----------------------------|
| 1 Administración del negocio | 10 Control de inventarios | 19 Seguridad |
| 2 Cobranza | 11 Gestión de clientes | 20 Bancos |
| 3 Contabilidad | 12 Entrega de producto (proceso de logística) | 21 E-commerce |
| 4 Compras | 13 Análisis de datos | 22 Operaciones |
| 5 Facturación | 14 Desarrollo y gestión de procesos | 23 Atención de datos |
| 6 Administración de personal (Recursos Humanos) | 15 Producción | 24 Capacitaciones |
| 7 Prospección del mercado (ventas) | 16 Activos (bienes) y depreciación de bienes | 25 Documentación en la nube |
| 8 Nóminas | 17 Proyección de gastos o ingresos | |
| 9 Punto de venta o caja (métodos de cobranza) | 18 Impuestos | |

Por sector, encontramos una ligera variación en los procesos digitalizados de las MiPyMEs. Sin embargo, siempre destacan la facturación, la contabilidad, nóminas y compras.

En el sector comercio los tres procesos más digitalizados son facturación con el 56%, compras con el 48% y contabilidad con 47%; en las empresas de servicios la facturación tiene un 64% de las menciones, la contabilidad 40% y nóminas 33%; por último en el sector industrial la contabilidad tuvo el 57% de las respuestas, la facturación el 50% y compras el 34%. Se concluye que la facturación es el proceso más digitalizado en las compañías lideradas por mujeres.



¿QUÉ PROCESOS TIENE DIGITALIZADOS EN SU EMPRESA? (TOP 10) Y ORDEN EN QUE FUERON DIGITALIZANDO PROCESOS:



ORDEN DE PRIORIDAD DE DIGITALIZACIÓN

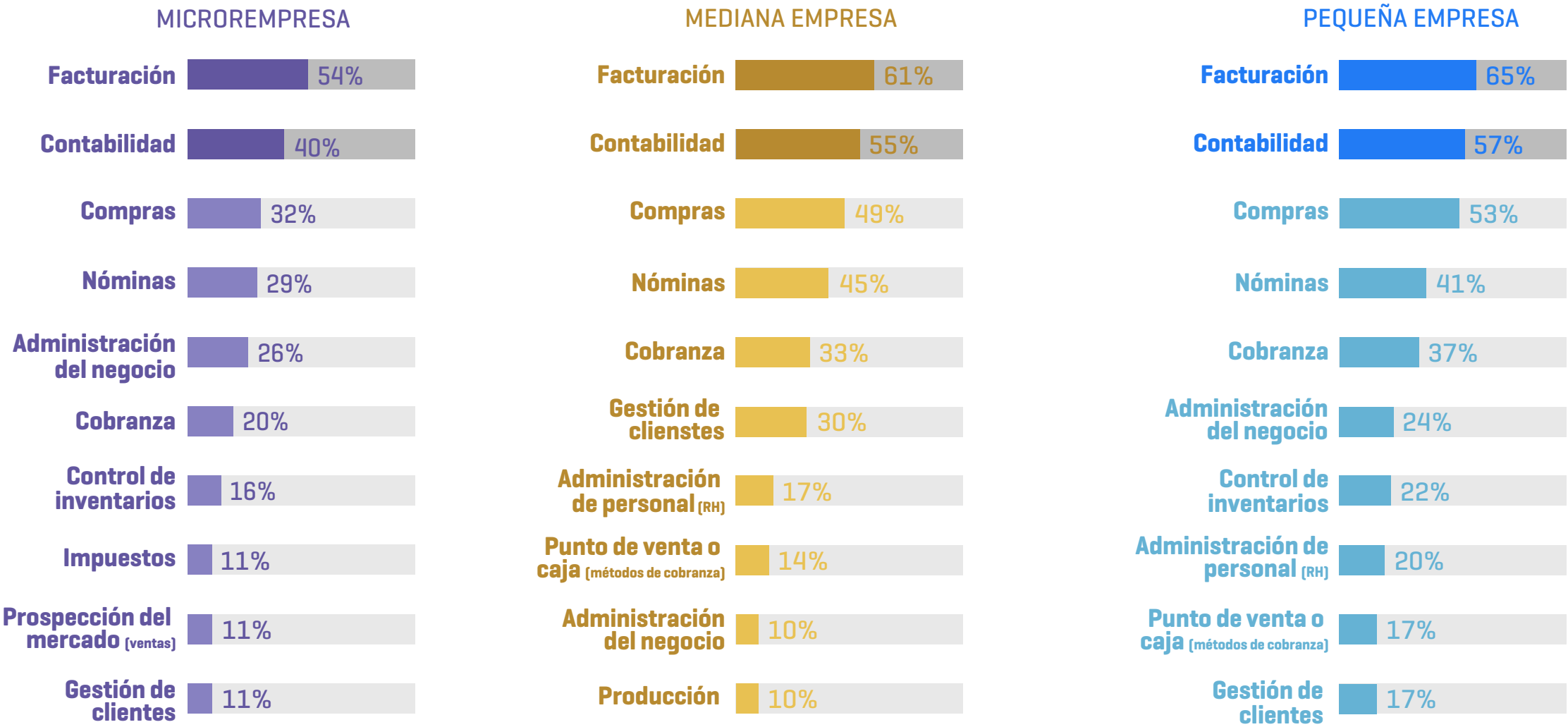
- | | |
|-----------------------------------|---|
| 1 Administración del negocio | 6 Contabilidad |
| 2 Nóminas | 7 Compras |
| 3 Cobranza | 8 Activos (bienes) y depreciación de bienes |
| 4 Administración de personal (RH) | 9 Prospección del mercado (ventas) |
| 5 Facturación | 10 Desarrollo y gestión de procesos |

- | | |
|------------------------------|---|
| 1 Administración del negocio | 6 Administración de personal (RH) |
| 2 Cobranza | 7 Prospección del mercado (ventas) |
| 3 Compras | 8 Nóminas |
| 4 Contabilidad | 9 Punto de venta o caja (métodos de cobranza) |
| 5 Facturación | 10 Control de inventarios |

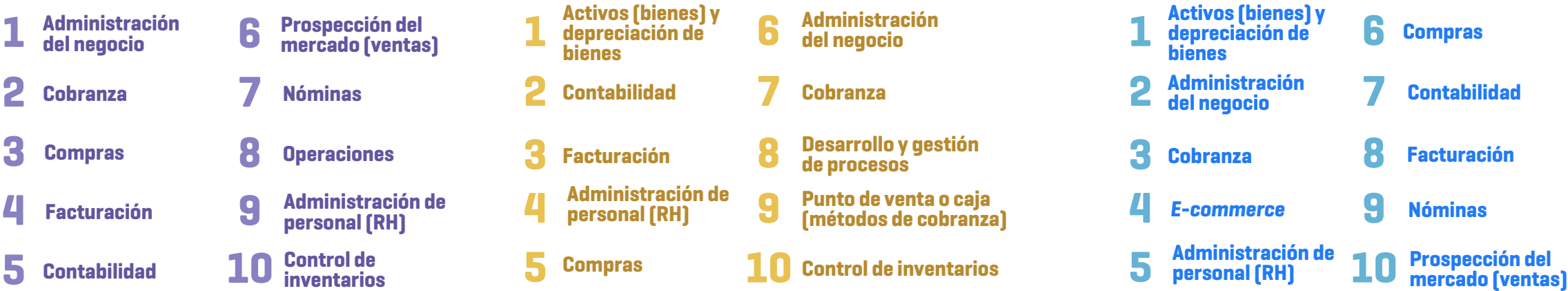
- | | |
|------------------------------------|---|
| 1 Prospección del mercado (ventas) | 6 Facturación |
| 2 Producción | 7 Nóminas |
| 3 Contabilidad | 8 Compras |
| 4 Administración del negocio | 9 Punto de venta o caja (métodos de cobranza) |
| 5 Control de inventarios | 10 Administración de personal (RH) |



Por tamaño de empresa hay una similitud en los procesos que más se digitalizan. En los tres primeros lugares se ubican la contabilidad, facturación y compras.



ORDEN DE PRIORIDAD DE DIGITALIZACIÓN



6 de cada 10 microempresas y pequeñas empresas realizan su facturación con ayuda de la tecnología.



Invertir en digitalización ya no es una simple opción, sino una necesidad esencial para garantizar el crecimiento y la supervivencia empresarial.

Es innegable que la inversión inicial en digitalización puede ser significativa. Sin embargo, es crucial verlo como lo que es: Una inversión, no un gasto. Los beneficios a largo plazo superan con creces los costos iniciales:

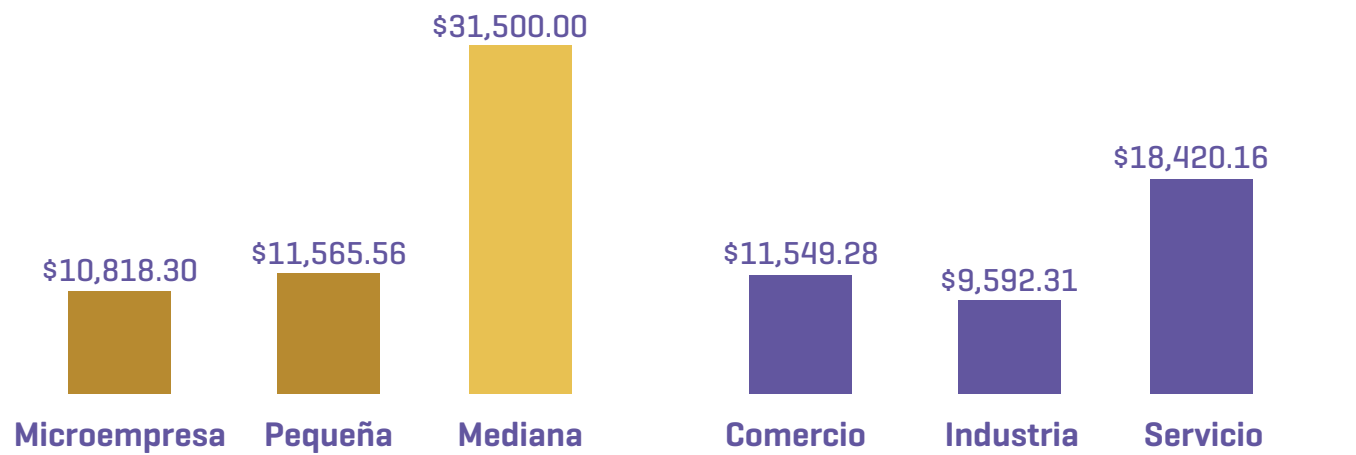
- **ROI Tangible:** Mejoras en eficiencia que se traducen en ahorros reales.
- **Ventaja competitiva:** El costo de no digitalizarse es quedarse atrás.
- **Escalabilidad:** Sistemas digitales que crecen con los negocios.

En este contexto, observamos que las empresas medianas destinan un presupuesto considerablemente mayor a la digitalización, triplicando en términos generales lo que invierten las micro y pequeñas empresas.

También identificamos una tendencia significativa en la inversión digital entre diferentes sectores empresariales. Las compañías dedicadas al giro de servicios son las que lideran la revolución digital, destinando considerablemente más presupuesto a la digitalización que otros sectores.

- **Sector de servicios:** Las empresas de servicios destinan en promedio 18,420.16 pesos en su transformación digital. Este sector reconoce la importancia crucial de la tecnología para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.
- **Sector industrial:** En contraste, el sector industrial invierte en promedio 9,592.32 pesos, notablemente menos que otros sectores; esto subraya la necesidad de considerar una estrategia digital para mantenerse competitivo.
- **Sector comercio:** El sector minorista experimenta una creciente necesidad de digitalización. Su gasto se sitúa en 11,549. 28 pesos, los cuales se invierten en herramientas para el comercio electrónico y la mejora de la experiencia del cliente.

APROXIMADAMENTE, ¿CUÁL HA SIDO EL PRESUPUESTO QUE HA DESTINADO A LA DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS EN EL ÚLTIMO AÑO?

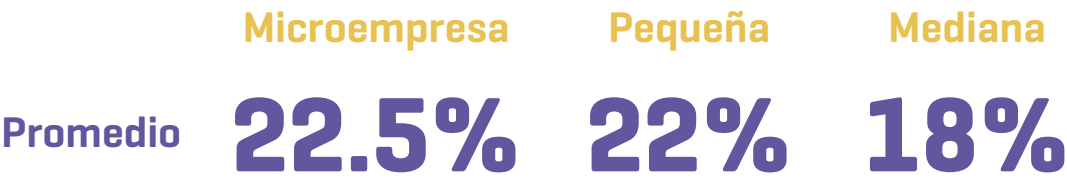


Ahora bien, de las empresas de servicios, observamos que las dedicadas a la instalación de equipo destinan más recursos para su digitalización con 105,000 pesos en promedio, le siguen las de cobranza con 100,000 pesos, las consultorías con inversiones del orden de los 80,000 pesos. Las agencias de viajes y lavanderías son los negocios con menor presupuesto para digitalización.

Servicio - actividad	Promedio
Instalaciones de equipo	\$105,000.00
Cobranza	\$100,00.00
Consultoría	\$80,000.00
Funeraría	\$56,666.67
Servicios contables	\$53,000.00
Laboratorio	\$50,000.00
Cuidado de niños	\$27,000.00
Hospedaje	\$27,000.00
Jardinería	\$15,000.00
Dentista	\$11,833.33
Imprenta	\$11,500.00
Gimnasio	\$11,250.00
Belleza (Estética, Manicure, Pedicure, Spa, Barbería)	\$10,704.17
Aplicación de tatuajes	\$10,000.00
Servicios médicos	\$7,000.00
Reparación de teléfonos celulares	\$6,000.00
Reparación de electrodomésticos	\$5,000.00
Mensajería	\$5,000.00
Renta de prendas de vestir	\$4,000.00
Costurería	\$2,333.33
Llantería	\$1,000.00
Agencia de viajes	\$600
Lavandería/Tintorería	\$535
Reparación de autos	—
Renta de mobiliario	—
Educación	—

Se identifica que del total del gasto de las empresas, las micro destinan el 22.5%, siendo esta la mayor proporción, pues las pequeñas invierten 22% y las medianas el 18 por ciento

¿QUÉ PORCENTAJE DE SU GASTO TOTAL DESTINA A DIGITALIZACIÓN Y TECNOLOGÍA?



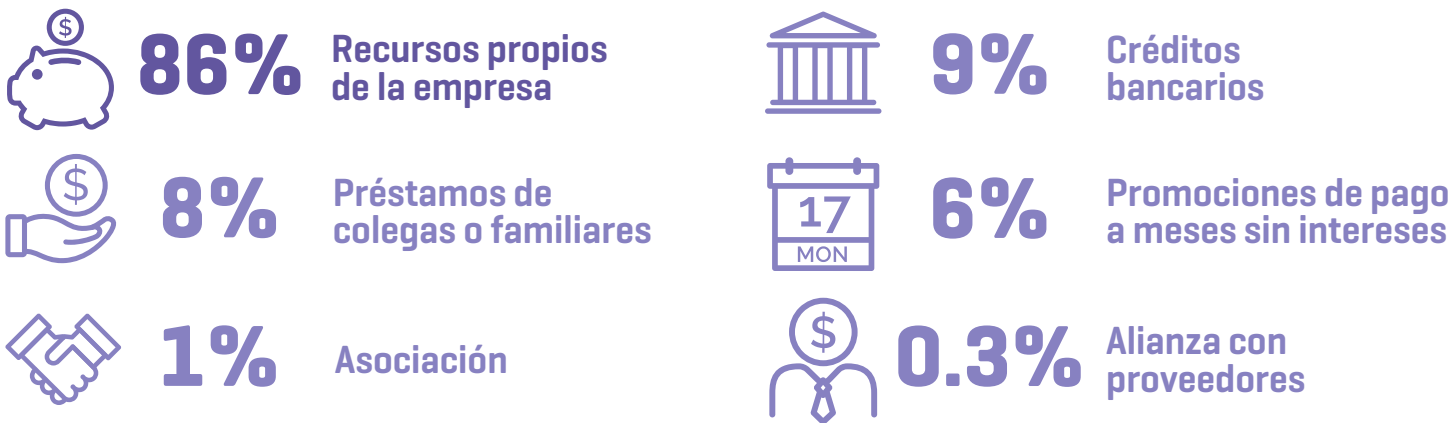
Identificamos previamente que las MiPyMEs lideradas por mujeres tienen un bajo acceso al crédito bancario, reflejado en que solo el 9% de las empresas encuestadas obtuvo un crédito para financiar su digitalización.

Es por esta razón que el 86% de las empresas que participaron en nuestro estudio usó recursos propios para financiar su digitalización; mientras que el 8% recurrió a préstamos de familiares o amigos (crédito informal) y el 6% lo solventó con promociones de pagos diferidos y sin intereses.

9 de cada 10 MiPyMEs utilizan recursos propios de la empresa para invertir en tecnología y digitalización



¿CÓMO OBTIENEN SUS RECURSOS PARA INVERTIR EN TECNOLOGÍA Y DIGITALIZACIÓN?



Las empresas que consideran la digitalización de sus procesos de manera estratégica y tomen en cuenta cuidadosamente los desafíos, estarán mejor posicionadas para el éxito en la economía digital del futuro. Nuestro estudio identificó que solo un 17% de las empresas no tienen ningún plan para digitalizar alguno de sus procesos.

De acuerdo con nuestros datos, las líderes mujeres están enfocando sus esfuerzos en la transformación digital a corto plazo, con un énfasis particular en tres áreas clave: 28% planea digitalizar sus procesos de ventas, el 17% se enfoca en la contabilidad y 16% prioriza la facturación electrónica.

2 de cada 10 empresas, en el corto plazo, tienen como prioridad digitalizar sus compras.

EN UN CORTO PLAZO, ¿QUÉ PROCESOS VISUALIZA DIGITALIZAR?





A largo plazo, compras [25%] es el proceso que las empresas buscan digitalizar, seguido de facturación [14%] y nóminas [12%]. Cabe destacar que los procesos contables y fiscales continúan siendo relevantes en los planes de adopción tecnológica.

EN UN LARGO PLAZO, ¿CUÁLES VISUALIZAN DIGITALIZAR?



Por antigüedad de las empresas, el proceso con mayor porcentaje de menciones para ser digitalizado a largo plazo es compras/gestión de proveedores [48%], especialmente en empresas de cinco a seis años de vida. Le siguen facturación [25%] y nóminas [17%].

	1 a 2 años	3 a 4 años	5 a 6 años	7 a 8 años	9 a 10 años	11 a 15 años	16 a 20 años	21 a 25 años	Más de 25 años
Compras,Gestión de proveedores	29%	41%	48%	16%	8%	6%	8%	6%	6%
Facturación	12%	15%	25%	15%	6%	6%	2%	2%	8%
Nóminas	13%	6%	17%	19%	8%	4%	8%		4%
Control de inventarios	12%	15%	15%	8%	6%	6%	4%	2%	2%
Contabilidad	15%	12%	13%	6%	6%	8%			4%
Gestión de clientes	15%	12%	10%	10%	4%	6%	4%		
Cobranza	6%	9%	10%	6%	8%	2%	2%	2%	2%
Proyección de gastos e ingresos	8%	10%	25%	4%		2%	2%	2%	2%
Desarrollo y gestión de procesos	6%	12%	15%	4%	4%	2%	6%		
Seguridad	10%	4%	8%	8%	6%	6%	2%		6%

La percepción de las empresarias sobre los procesos más difíciles de automatizar revelaron:

- En primer lugar, la gestión financiera [28%] con software contable para control y registro de finanzas.
- En segundo lugar, la generación de facturas electrónicas [27%].
- En tercer lugar, las ventas [19%] con herramientas para optimizar procesos y dar seguimiento.

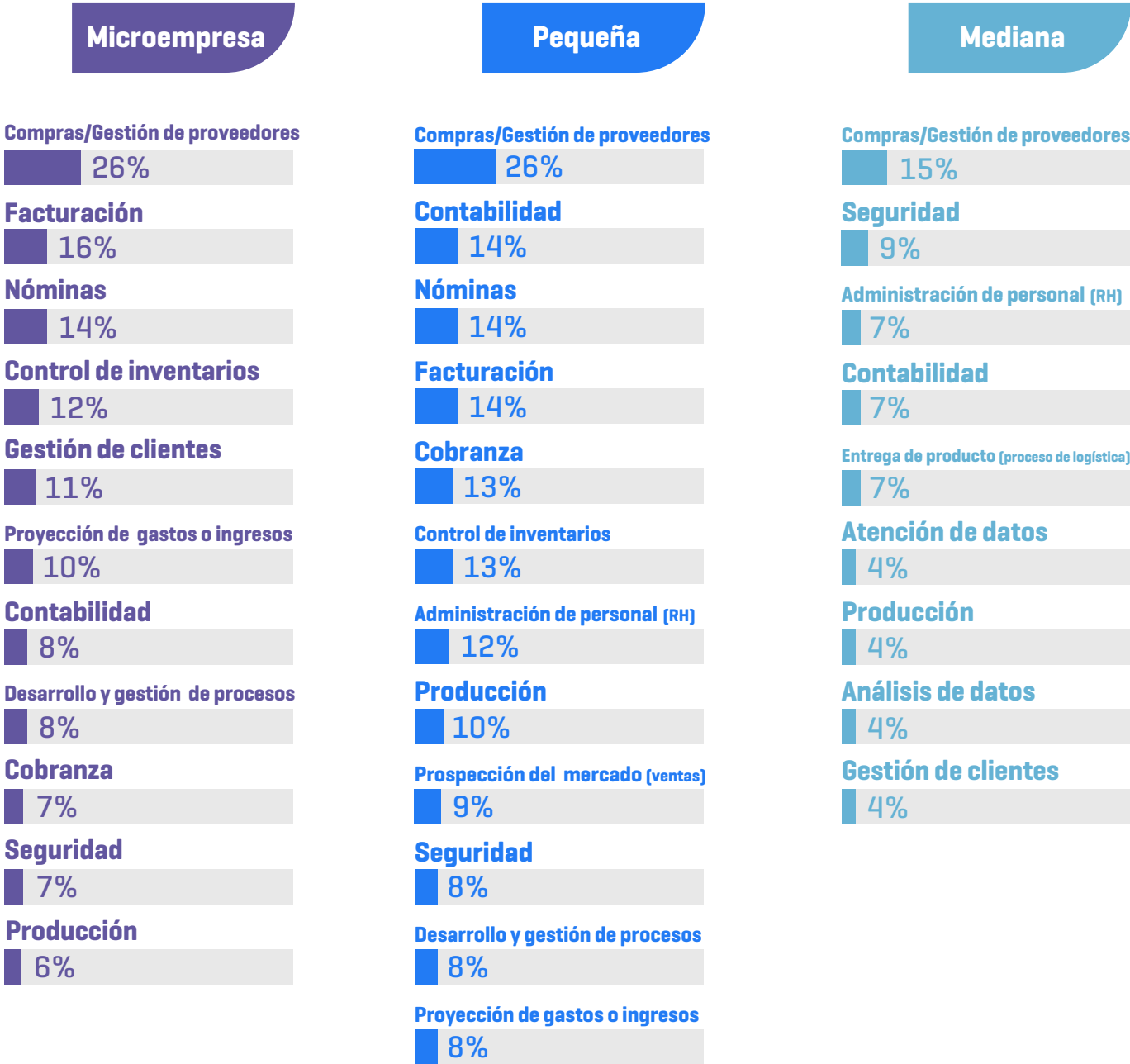
DE LOS SIGUIENTES PROCESOS, INDIQUE, ¿QUÉ PROCESOS DE SU EMPRESA LE HAN PARECIDO MÁS DIFÍCIL AUTOMATIZAR?



La digitalización del área de compras es especialmente relevante para empresas que buscan optimizar recursos y mantenerse ágiles frente a las demandas del mercado. Lejos de ser una tendencia pasajera, al preguntar a las empresarias qué procesos planean digitalizar a largo plazo, **el área de compras/gestión de proveedores** obtuvo la mayoría de las menciones.

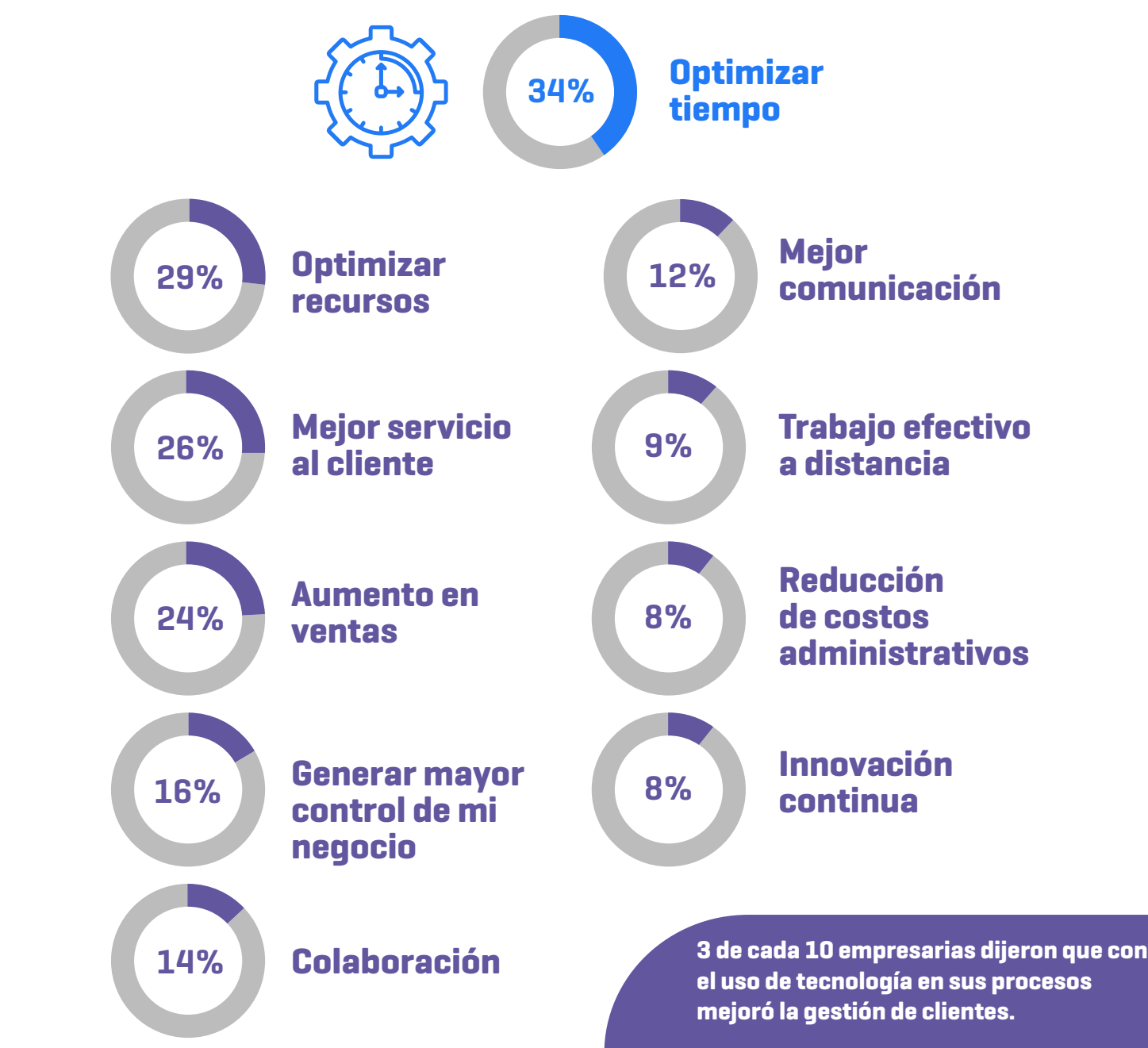
Contar con la ayuda de la tecnología en el área de compras trae, a las empresas, múltiples beneficios que impactan tanto en la eficiencia operativa como en la rentabilidad del negocio. También contribuye con el ahorro de tiempo y costos; mejora la relación con los proveedores; permite tomar decisiones con base en datos confiables y brinda mayor transparencia.

POR TAMAÑO DE EMPRESA EN UN LARGO PLAZO, ¿QUÉ PROCESOS VISUALIZAN DIGITALIZAR?



Los datos dejan claro que la tecnología no es un lujo, sino una necesidad para las MiPyMEs que buscan ser competitivas, percibiendo la optimización del tiempo [34%] y de los recursos [29%], junto con la mejora en el servicio al cliente y las ventas, como los mejores beneficios obtenidos a través de la digitalización de sus procesos, evidenciando así que el impacto no es solo en la eficiencia operativa, sino en la sostenibilidad de sus negocios, lo que les permite ser actores clave en el ecosistema empresarial moderno.

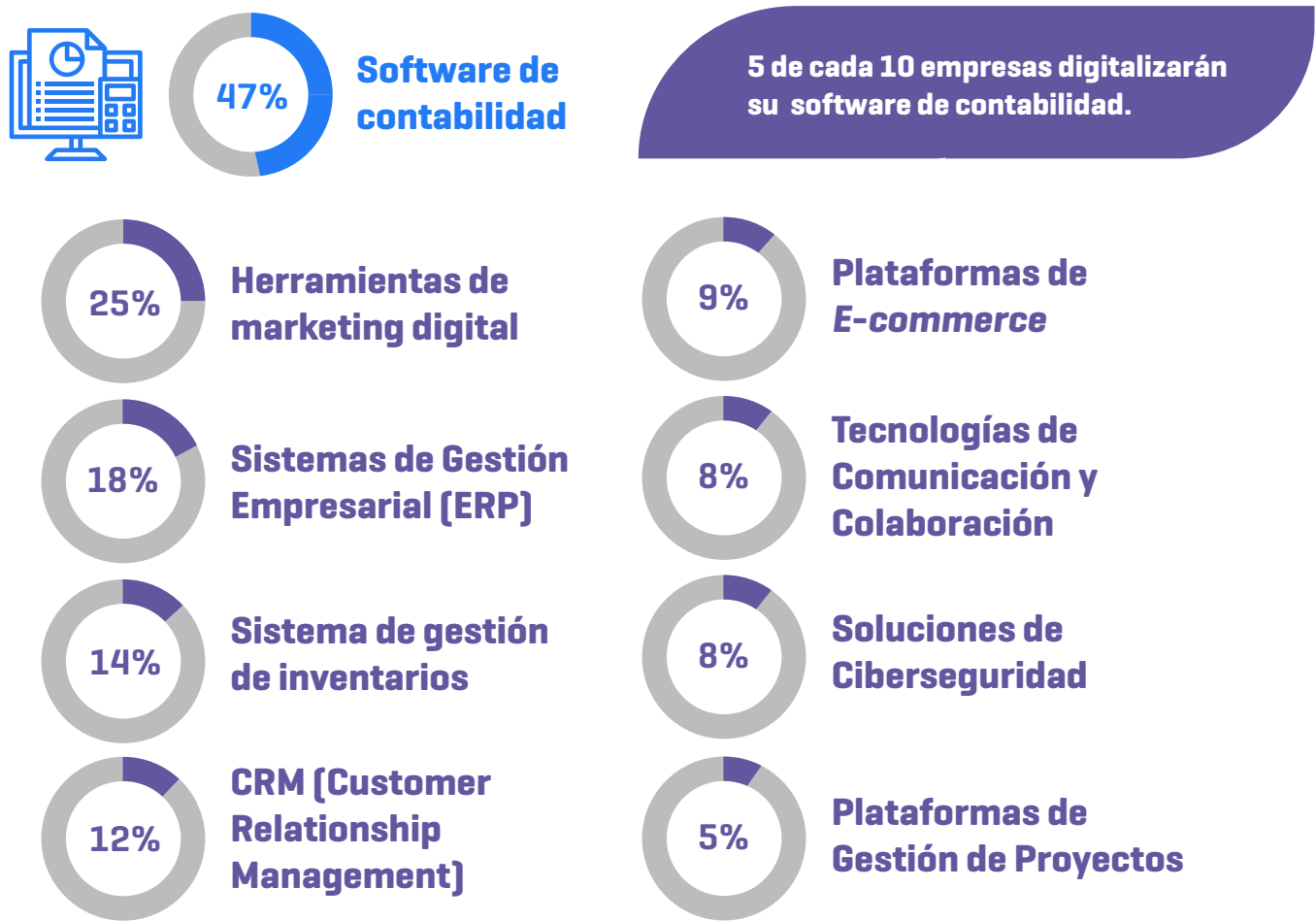
¿QUÉ ÁREAS DE SU EMPRESA PERCIBE, HAN SIDO BENEFICIADAS POR EL USO DE LA TECNOLOGIA O DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS?



En cuanto a las herramientas digitales encontramos al **software contable** como el principal aliado con el que las empresarias trabajan 24/7, ponen en marcha y crecen sus negocios. Además, les ayuda a mejorar el control financiero, lo que facilita la declaración de impuestos, reduce errores y ahorra tiempo.

De estos beneficios son conscientes las empresarias y por eso es que el software de contabilidad es la herramienta digital que más se implementa en los negocios consultados para nuestro estudio, en segundo lugar están las herramientas de **marketing** digital, los **sistemas de gestión empresarial** y los de **gestión de inventarios**.

POR TAMAÑO DE EMPRESA EN UN LARGO PLAZO, ¿QUÉ PROCESOS VISUALIZAN DIGITALIZAR?



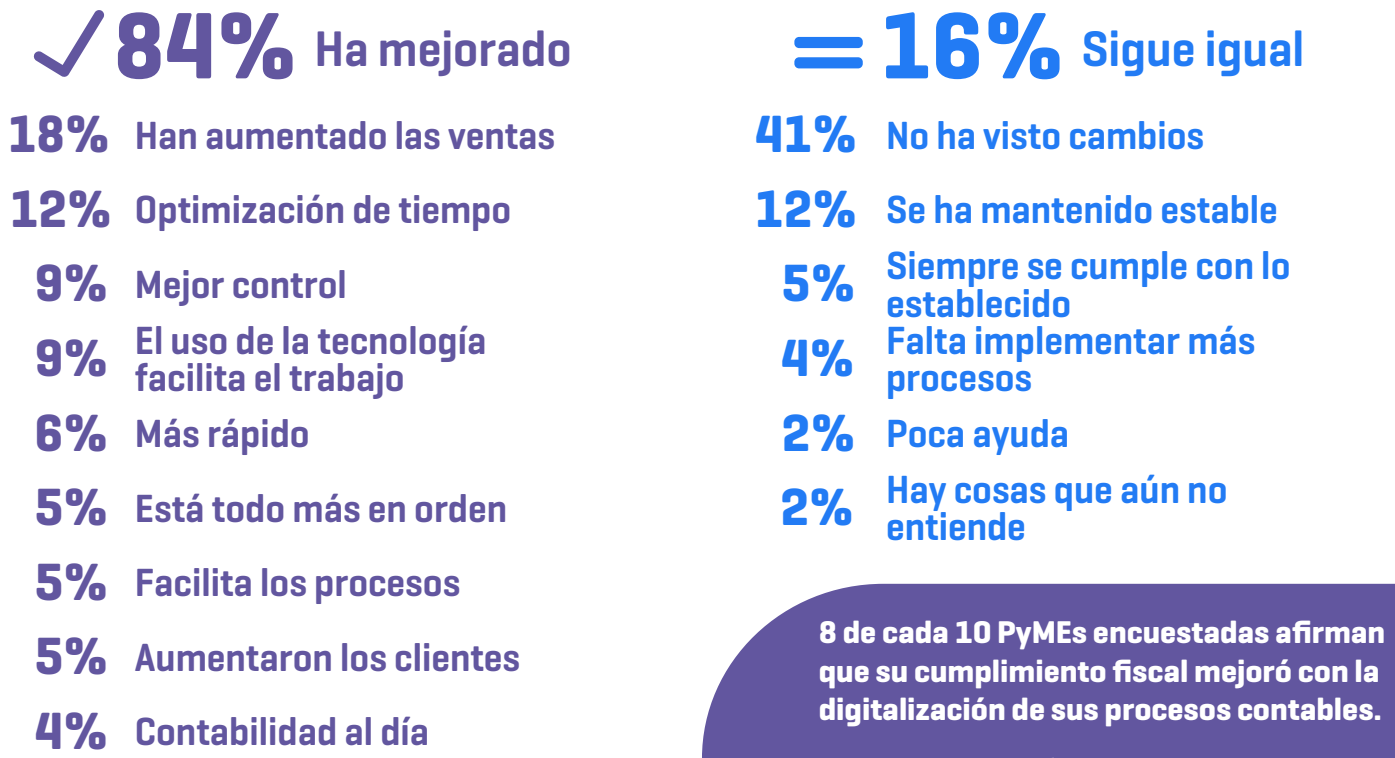
Por el análisis de los resultados de nuestro estudio identificamos que las MiPyMEs encuentran un aliado poderoso en su búsqueda de eficiencia y cumplimiento fiscal: La digitalización. Este proceso no solo está transformando la manera en que operan, sino que también está abriendo nuevas puertas hacia un futuro más próspero y tranquilo al cumplir con las obligaciones fiscales.

Para conocer más de este tema preguntamos a las empresarias cómo cambió el cumplimiento de las obligaciones fiscales a partir de la digitalización de este proceso. **La respuesta fue contundente: 8 de cada 10 dijo que había mejorado.**

La adopción de estas herramientas digitales trae consigo una serie de beneficios transformadores:

- **Reducción de errores:** La precisión digital minimiza los costosos errores humanos.
- **Ahorro de tiempo:** Se liberan horas valiosas para enfocarse en lo que realmente importa: Hacer crecer los negocios.
- **Mejor gestión financiera:** Se obtiene una visión clara y en tiempo real de la salud financiera de las empresas.
- **Cumplimiento oportuno:** Esto es importante porque se evitan multas por retrasos.

¿CÓMO CONSIDERA EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES A RAÍZ DE LA DIGITALIZACIÓN DE SUS PROCESOS?



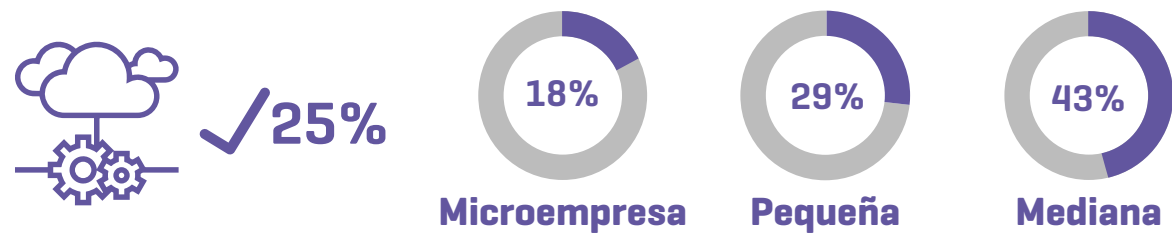
Las empresas que optan por digitalizarse cuentan con dos opciones principales al elegir sus herramientas tecnológicas: **Soluciones de escritorio (desktop)** y **soluciones en la nube**. Mientras que las primeras ofrecen un modelo tradicional con operaciones localizadas en equipos específicos, las **soluciones en la nube** se están convirtiendo en una alternativa cada vez más popular por su flexibilidad y capacidad de adaptarse a las necesidades cambiantes.

Entre las principales ventajas del uso de **software** en la nube, se incluyen: La reducción de costos iniciales y operativos al eliminar la infraestructura física; se tiene acceso remoto y flexibilidad para trabajo desde cualquier lugar.

Además, la nube se adapta. Las empresas pueden escalar recursos [como almacenamiento o usuarios] según crezcan o cambien sus necesidades; también, ayuda a la centralización de información, con datos organizados en un solo lugar, accesibles para todo el equipo. Esto elimina duplicidades y mejora la comunicación. En este sentido, las MiPyMEs pueden elevar su productividad con las soluciones en la nube de **CONTPAQi®**, las cuales les ayudan a automatizar tareas repetitivas, liberando tiempo para actividades más estratégicas.

Para las empresarias aún queda un largo camino por recorrer en la adopción de soluciones en la nube, pues solo 25% utiliza un **software** en la nube para realizar procesos administrativos y contables; este porcentaje es liderado por las medianas empresas, con 43%. Estos datos reflejan una tendencia en la que las empresas de mayor tamaño reconocen más rápidamente los beneficios de la tecnología en la nube, mientras que las más pequeñas aún enfrentan desafíos para migrar hacia esta modalidad.

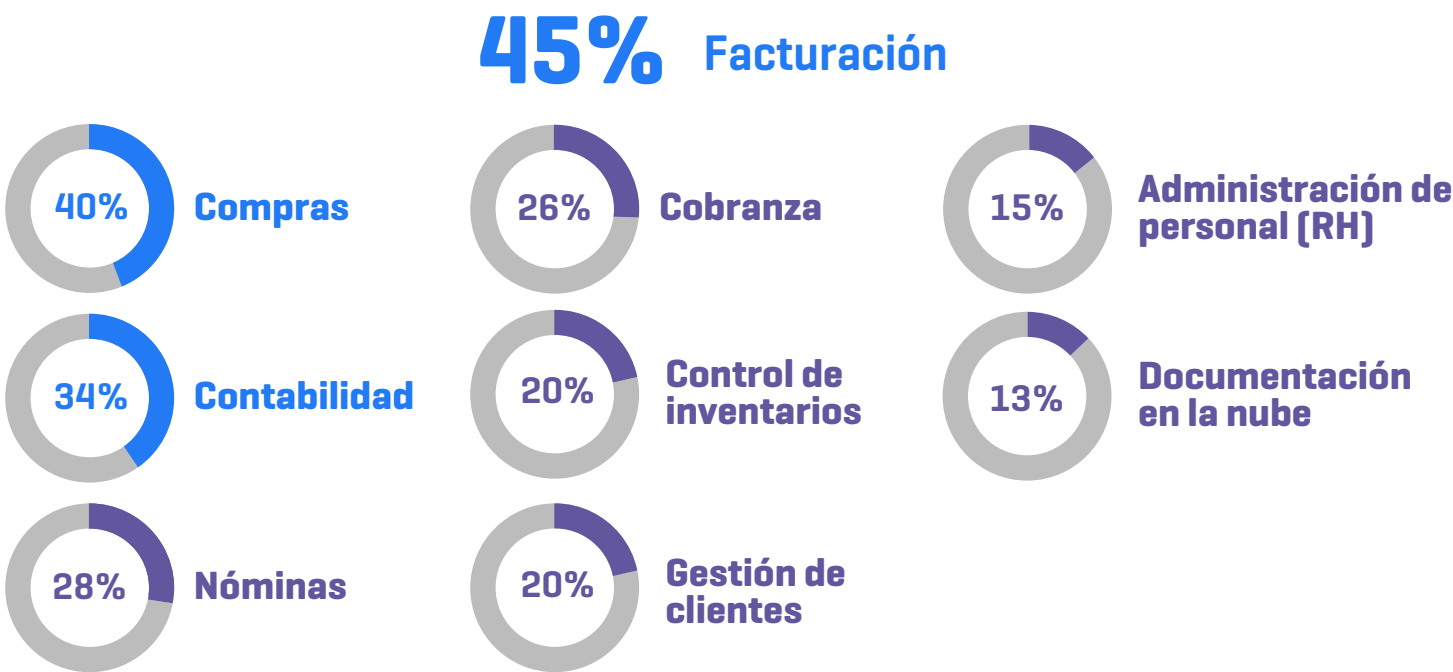
¿EN SU EMPRESA UTILIZAN ALGÚN PROGRAMA EN LA NUBE PARA LLEVAR A CABO SUS PROCESOS ADMINISTRATIVOS O CONTABLES?



2 de cada 10 compañías usan las soluciones nube.

De las empresarias que usan **software** en la nube, 45% lo hace en facturación, 40% en compras y 34% en contabilidad. Adquirieron este tipo de productos para tener respaldada su información, aumentar el control de su información y poder trabajar desde cualquier lugar.

¿QUÉ PROCESOS LLEVAN A CABO EN LA NUBE?



¿CÓMO PERCIBES LA SEGURIDAD DE LOS DATOS EN LOS SOFTWARES EN LA NUBE COMPARADO CON LOS DE ESCRITORIO?



La seguridad es el principal beneficio de la nube: Para 69% hay mucha más seguridad en sus datos y 11% considera que es más segura que el software de escritorio.



¿CON QUÉ OBJETIVO ADQUIRIERON UNA SOLUCIÓN EN LA NUBE?

61% Tener la seguridad de que mi información está respaldada



RANGO DE EDADES POR TAMAÑO DE EMPRESA

Al relacionar el tamaño de empresa y la edad de las empresarias observamos que el mayor compromiso con las soluciones en la nube se encuentra entre las mujeres de 25 a 35 años que lideran medianas empresas. Con un 22% de adopción, integran la Generación **Millennial**, que creció en la transición digital. Son las más propensas a adoptar herramientas tecnológicas, debido a su familiaridad y comodidad con el entorno digital.

En las micro y pequeñas empresas, mujeres en edades intermedias entre los 36 a 45 años encabezan el uso de estas soluciones en la nube, mostrándonos que la **Generación X tardía** o **Millennials** mayores reconocen el valor de la tecnología por lo que la adoptan de manera estratégica y paulatina en función de las necesidades de sus negocios.

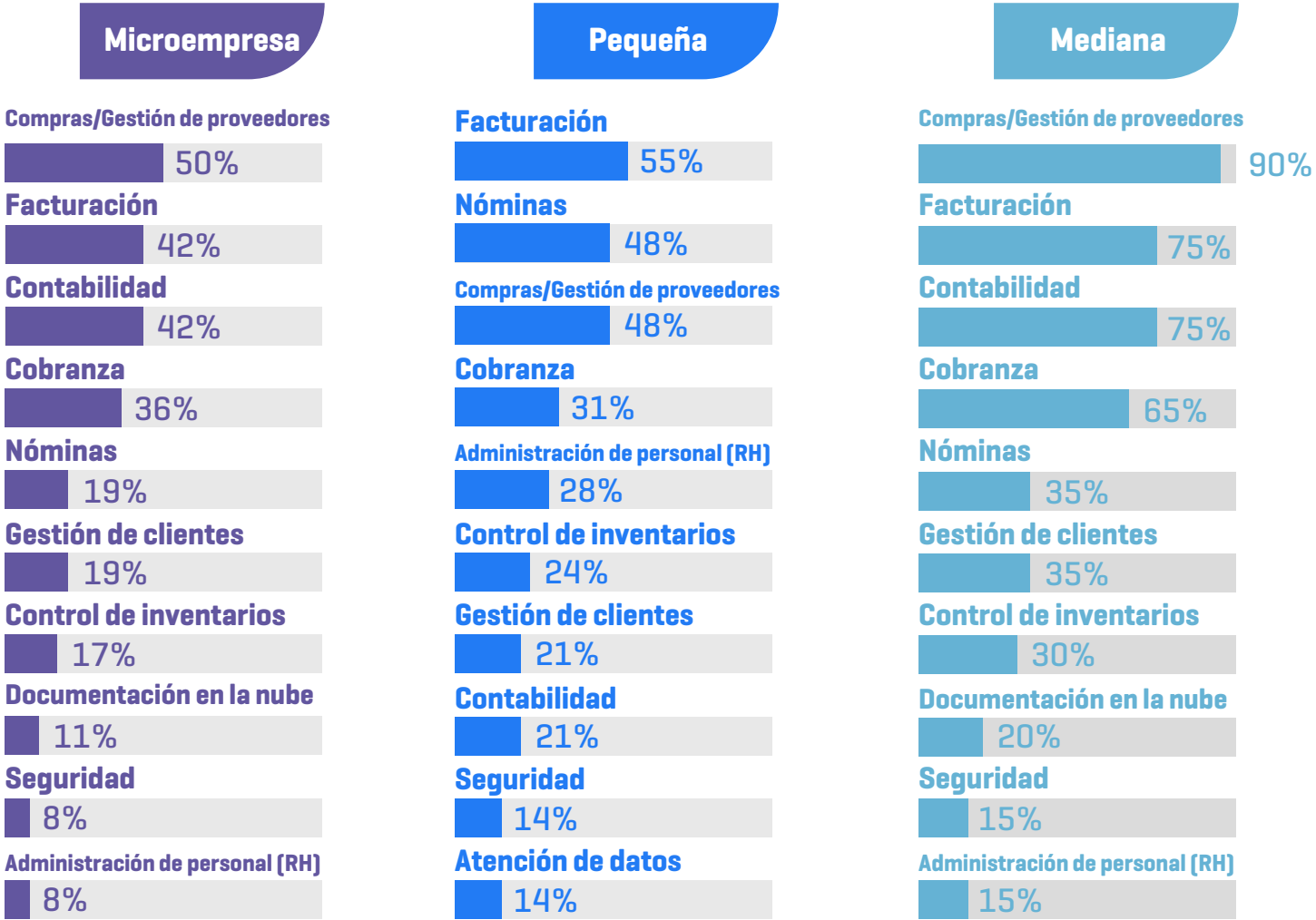


POR TAMAÑO DE EMPRESA Y EDAD DE LAS MUJERES

	Microempresa		Pequeña		Mediana	
	✓	✗	✓	✗	✓	✗
18 - 24 años	18%	82%	50%	50%	0%	100%
25 - 35 años	13%	87%	12%	88%	56%	44%
36 - 45 años	25%	75%	34%	66%	43%	57%
46 - 55 años	15%	85%	35%	65%	30%	70%
56 - 65 años	17%	83%	60%	40%	33%	67%
Más de 65 años	0%	100%	0%	100%		

¿QUÉ PROCESOS QUE LLEVAN A CABO EN LA NUBE?

Por tamaño de empresa, facturación, contabilidad y nóminas son los principales procesos que las empresas llevan a cabo en la nube. Analizando los datos identificamos que las medianas usan más el **software** de compras/gestión de proveedores, pues tienen trato con mayor número de compañías y distribuidores.

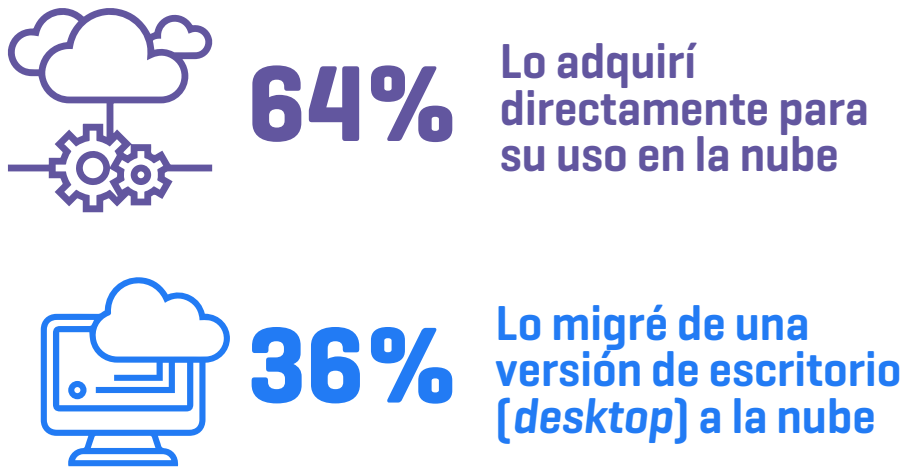


Las micro y pequeñas empresas han digitalizado el 50 % de sus procesos de compras y gestión de proveedores, mientras que en las medianas este porcentaje llega al 90 %. La adopción de soluciones en la nube es especialmente clave para las MiPyMEs en facturación, contabilidad y cobranza.

ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍA NUBE

El 36% de las empresarias adquirió servicios en la nube para realizar un cambio desde **software** de escritorio. **Esto revela un segmento de mujeres que ya entiende los beneficios de la tecnología y están abiertas a adoptar soluciones más avanzadas.**

¿CÓMO ADQUIRIÓ EL SOFTWARE EN LA NUBE QUE UTILIZA EN SU NEGOCIO?



Por otro lado, **un sorprendente 64% de las MiPyMEs que adoptaron soluciones en la nube lo hicieron como su primer paso hacia la digitalización.** Esto refleja que aún hay un amplio porcentaje de empresas que están en etapas iniciales de transformación digital, reconociendo la necesidad de modernizar sus procesos para ser más eficientes y competitivos.

Los datos revelan dos tendencias claras: Una parte de las MiPyMEs se encuentra en una fase inicial de digitalización, mientras que otra está en un proceso de mejora continua, buscando actualizar sus herramientas tecnológicas para mantenerse competitivos.

EXPERIENCIA DIGITAL CON TECNOLOGÍA AVANZADA

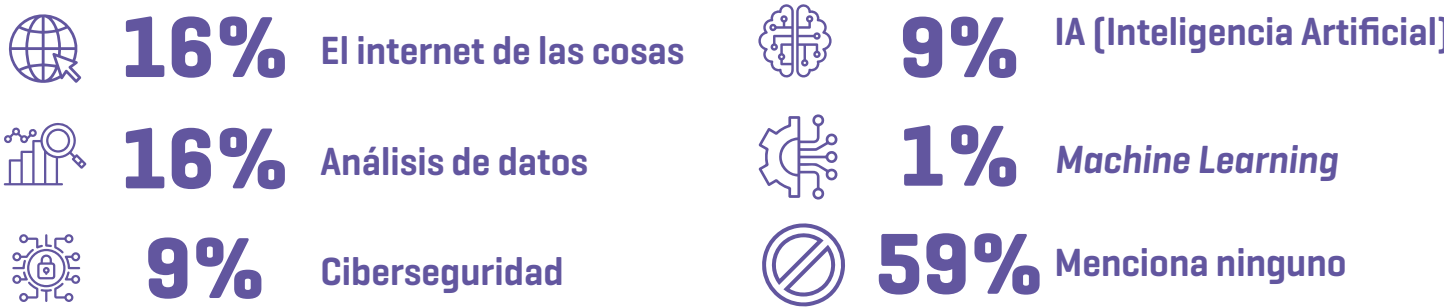
Entre las tecnologías más relevantes para las MiPyMEs se encuentran la Inteligencia Artificial (IA), la computación en la nube, el Internet de las Cosas (IoT) y la analítica de datos. Por ejemplo, la IA puede automatizar tareas repetitivas, así liberar tiempo valioso para que los colaboradores se enfoquen en actividades de mayor valor.

La computación en la nube ofrece acceso a infraestructura y **software** de alta calidad sin necesidad de grandes inversiones iniciales. El IoT permite recopilar datos en tiempo real sobre sus operaciones y clientes, mientras que la analítica de datos proporciona insights valiosos para la toma de decisiones informadas.

Estas tecnologías contribuyen significativamente al crecimiento y la competitividad de las MiPyMEs a través de tres vías: Reducción de costos, mejora de la eficiencia y expansión del mercado. La reducción de costos se logra al automatizar procesos y la optimización de recursos. La mejora de la eficiencia se observa en la agilización de operaciones y en la toma de decisiones más rápida y precisa. La expansión del mercado se facilita a través de herramientas de **marketing** digital y plataformas de comercio electrónico que permiten llegar a nuevos clientes y mercados geográficos.

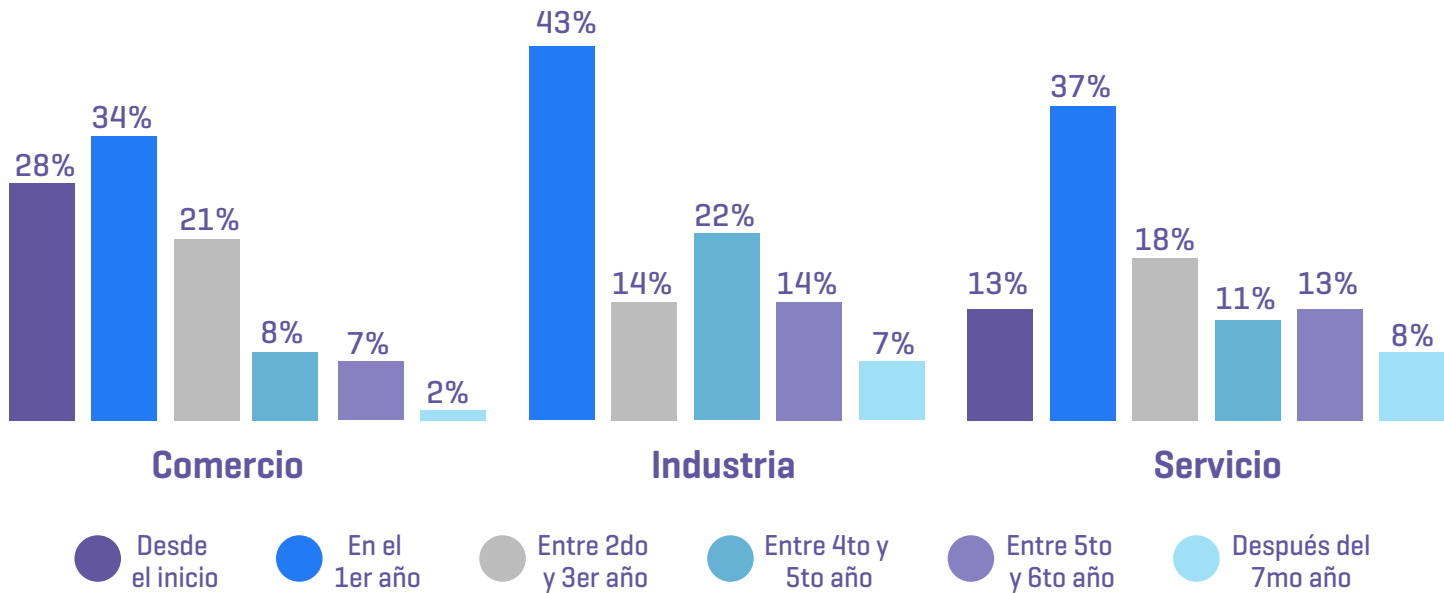
Sobre este tema los resultados de nuestra encuesta indican que el 41% de las empresas hace uso de las tecnologías avanzadas, mientras que el 59% restante no las usa. En la siguiente gráfica se identifican las tecnologías avanzadas de mayor uso.

ACTUALMENTE EN SU EMPRESA, ¿HACEN USO DE ALGUNA DE LAS SIGUIENTES TECNOLOGÍAS AVANZADAS?



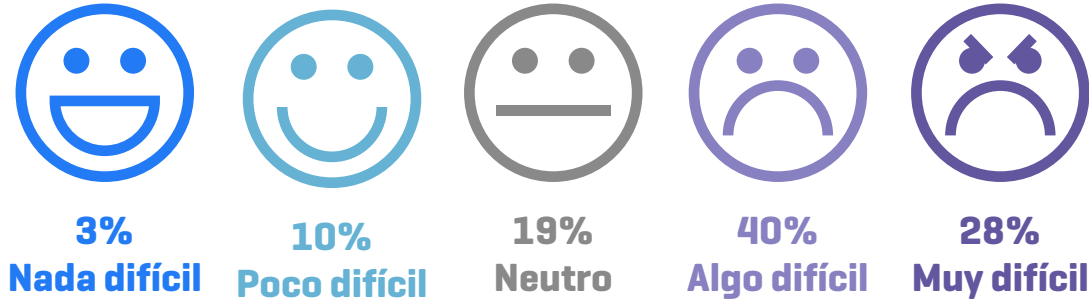
Al preguntar a las empresarias en qué momento adoptaron las tecnologías avanzadas, en los tres sectores de análisis [comercio, industria y servicios] respondieron que durante el primer año; este resultado concuerda con el dato general, que muestra que las MiPyMEs incorporan las tecnologías avanzadas en el primer año de vida.

¿EN QUÉ MOMENTO (EDAD DE LA EMPRESA) COMENZÓ A ADOPTAR TECNOLOGÍAS AVANZADAS?



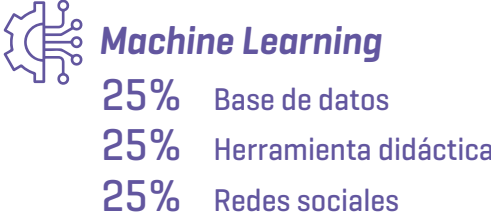
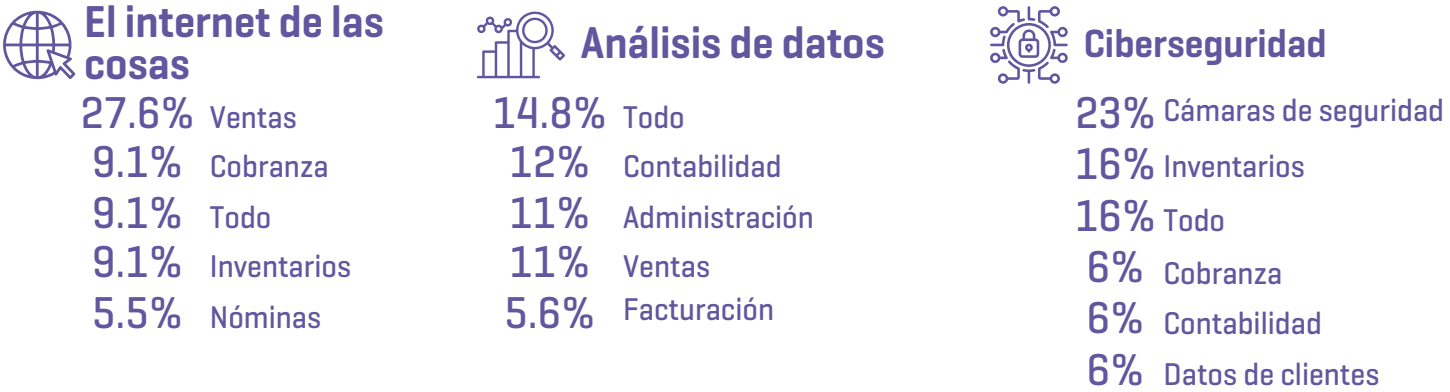
Las tecnologías avanzadas experimentan un proceso de adaptación. De acuerdo con nuestro estudio, 28% de las empresarias opina que fue muy difícil su implementación, el 40% dijo que fue algo difícil y solo el 3% respondió que no fue difícil.

¿CÓMO CALIFICA EL GRADO DE DIFICULTAD EN EL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS AVANZADAS PARA SU EMPRESA?



Al preguntar sobre el uso que dan las empresas a las tecnologías encontramos que en el caso del internet de las cosas lo enfocan en el proceso de ventas. El Análisis de Datos se usa de forma general en las empresas, mientras que el Machine Learning lo aplican en las bases de datos. La ciberseguridad la aplican principalmente en la vigilancia de sus instalaciones.

¿EN QUÉ ÁREA O PROCESO DE SU EMPRESA LO APLICAN?

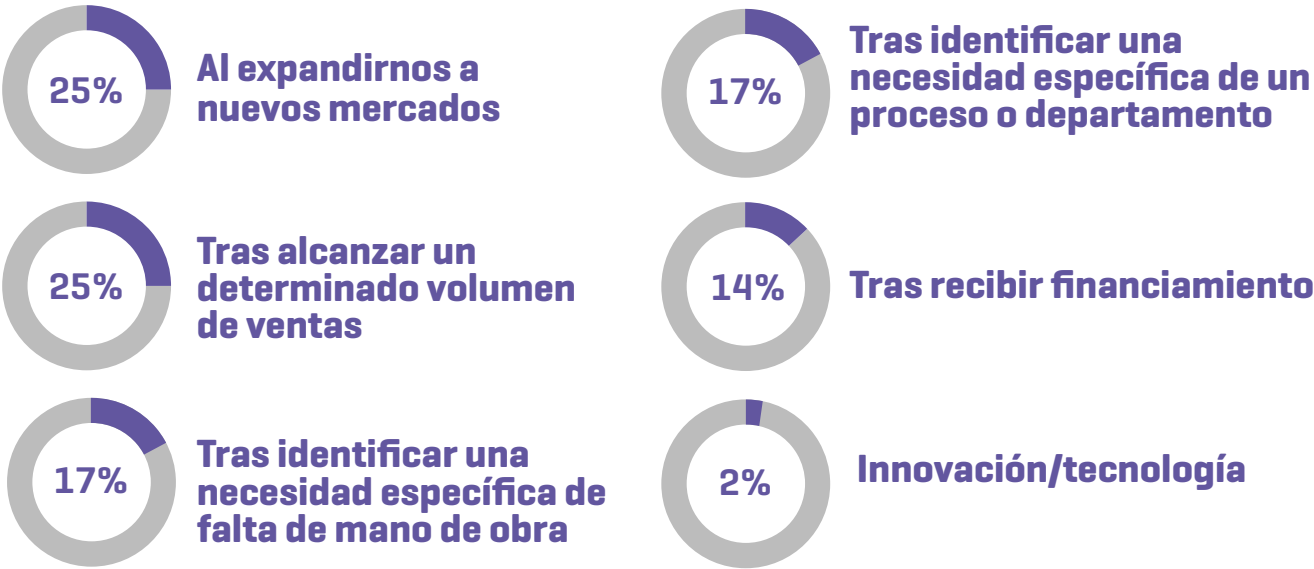


6 de cada 10 empresas usan las tecnologías avanzadas en el proceso de ventas.

MOTIVOS PARA USAR TECNOLOGÍAS AVANZADAS

En cuanto a los motivos que llevaron a las empresas a usar las tecnologías innovadoras y avanzadas el 25% lo hizo al expandirse a nuevos mercados y otro porcentaje igual refiere que fue después de superar un mayor volumen de ventas. Es así como vemos que las tecnologías avanzadas tienen un uso comercial para las empresas y se apoyan en ellas para seguir creciendo.

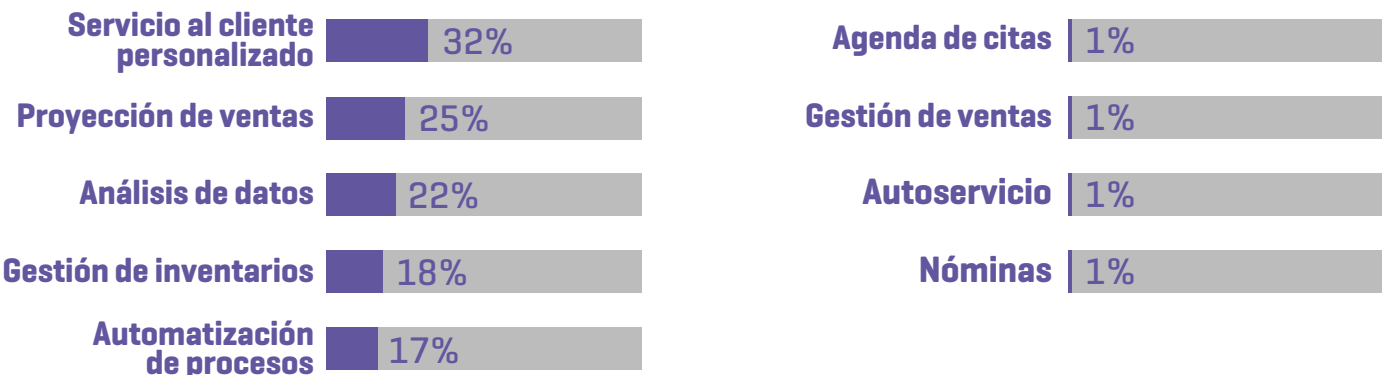
¿QUÉ ACONTECIMIENTOS EMPRESARIALES LA LLEVARON A ADOPTAR TECNOLOGÍAS AVANZADAS?



Es una realidad que las tecnologías innovadoras y avanzadas llegaron para quedarse y que las empresarias obtienen el mayor beneficio de ellas. Por estas razones el 68% de las encuestadas dijeron que harán uso de ellas en los próximos años. En tanto que las 5 principales áreas en las que piensan implementarlas son el servicio al cliente, proyección de ventas, análisis de datos, gestión de inventarios y automatización de procesos. Esto nos hace pensar que el enfoque está dirigido a mejorar y optimizar las ventas de las empresas con un claro propósito de crecer y expandirse.

6 de cada 10 empresas planea en los próximos años usar tecnologías innovadoras y avanzadas en sus procesos. Puede conservar el picto del foco.

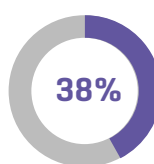
¿QUÉ TAREAS O ACTIVIDADES DENTRO DE SU EMPRESA CREE QUE SERÁN AUTOMATIZADAS EN ALGÚN FUTURO, PRÓXIMO O LEJANO, CON TECNOLOGÍAS INNOVADORAS Y AVANZADAS?



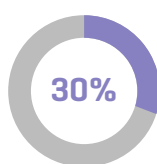
La cuarta categoría en la curva de madurez digital agrupa a empresas con transformación digital como objetivo estratégico. Estas compañías, que representan el 18%, tienen planes claros para implementarla en todas las áreas de su negocio. En el estudio anterior, este porcentaje fue de 14%.

En este nuevo estudio apreciamos que las compañías maduras, que tienen todos sus procesos digitalizados, representan el 18% del total, en comparación con el 6% del estudio anterior. Esto revela que hay un mayor interés por parte de las empresarias de consolidar la digitalización, en comparación con el universo total de MiPyMEs.

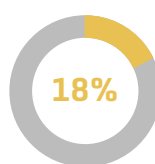
¿CON CUÁL DE LAS SIGUIENTES FRASES SE IDENTIFICA MÁS SU EMPRESA?



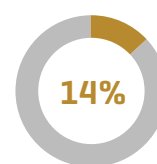
Limitadas



Exploradores



Jugadores



**Transformación
o madura**

- **Limitadas:** Tenemos digitalizados solo los procesos que, por obligación fiscal, debemos tener, como la facturación y la nómina.
- **Exploradores:** Hemos digitalizado algunos de nuestros procesos para mejorar, aunque consideramos que aún nos falta mucho.
- **Jugadores:** La transformación digital es un objetivo estratégico de nuestra empresa en todas sus áreas y hay planes claros de implementarla en todos nuestros procesos.
- **Transformadora o madura:** En esta empresa tenemos digitalizados todos los procesos en nuestras áreas.

**2 de cada 10 empresas medianas usan
la tecnología en todos sus procesos.**

En la digitalización por tamaño de empresa, las medianas concentran la mayor proporción de compañías con todos los procesos digitalizados [28%], seguidas por las pequeñas [14%] y las microempresas [11%]. El mayor grado de digitalización se asocia con la necesidad de una mayor eficiencia, control, reducción de errores y un ahorro económico para estos negocios.

En cuanto a los procesos fiscales, estas empresas muestran un mayor compromiso con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y el manejo de personal, razones por las cuales es imprescindible para ellas contar con herramientas tecnológicas necesarias que las auxilien en términos de manejo de la **nómina**, cumplimiento con normas oficiales, **facturación** y trabajo remoto.

CANALES DIGITALES: EL ALIADO IDEAL PARA IMPULSAR LAS VENTAS

TRANSFORMANDO LA IDEA DE CONTACTAR CON LOS CLIENTES

Para las empresarias mexicanas los canales de venta en línea son un pilar fundamental para su crecimiento y supervivencia. Además, las plataformas digitales son una opción y una necesidad imperativa para la competitividad en un mercado hiper conectado.

Las redes sociales se han posicionado como el principal canal de ventas en internet para las **MiPyMEs** mexicanas. Plataformas como Facebook, Instagram y WhatsApp ofrecen a estas empresas una forma accesible y efectiva de llegar a sus clientes potenciales, les permiten mostrar sus productos e interactuar directamente con su audiencia.

Además de las redes sociales, los **marketplaces** en línea y las plataformas de entrega como Didi, Rappi y Uber están jugando un papel crucial en la expansión de las opciones de comercialización para estas empresas.

En general, la adopción de estos canales digitales está trayendo consigo una serie de beneficios significativos para las mujeres empresarias:

- **Aumento en ventas:** La presencia en línea amplía la base de clientes potenciales, lo que se traduce en un incremento sustancial de las ventas.
- **Reducción de costos:** Las plataformas digitales ofrecen una alternativa más económica a las tiendas físicas tradicionales, reduciendo los gastos operativos.
- **Alcance geográfico:** Las barreras geográficas se desvanecen, permitiendo a las MiPyMEs llegar a clientes en diferentes regiones del país e incluso, a nivel internacional.
- **Mejor servicio al cliente:** Las herramientas digitales facilitan una comunicación más rápida y eficiente con los clientes, mejorando la satisfacción y fidelidad.

La división entre empresas que venden en línea y las que no refleja un momento de transición en el panorama empresarial. Mientras que el 40% aprovecha las oportunidades del comercio electrónico, el 60% restante se enfrenta a la decisión de adaptarse o mantener sus modelos tradicionales.

Para las empresas que aún no dan el paso a las ventas en línea, es crucial evaluar los potenciales beneficios y desafíos. La creciente digitalización del comercio sugiere que, para muchas, la adopción de estrategias de venta en línea podría ser clave para su crecimiento y supervivencia a largo plazo.

¿EN SU EMPRESA REALIZAN VENTA EN LÍNEA?



Los datos de las prácticas comerciales de las mujeres empresarias revelan que aprovechan el mundo digital: Del 40% que tiene ventas en línea, existe una clara preferencia por las redes sociales como principal canal. Veamos en detalle cómo se distribuyen estas preferencias y qué implican para el panorama empresarial actual.

Las **redes sociales** se coronan como las reinas indiscutibles del comercio en línea para pequeñas empresas, con un impresionante 81% de adopción. Este dato no sorprende dado el alcance masivo y la facilidad de uso que ofrecen plataformas como Facebook, Instagram y TikTok. Estas redes no solo permiten mostrar productos o servicios de manera visual y atractiva, sino que también facilitan la interacción directa con los clientes.

8 de cada 10 micro pequeñas y medianas empresas prefieren las Redes Sociales para vender sus productos o servicios.

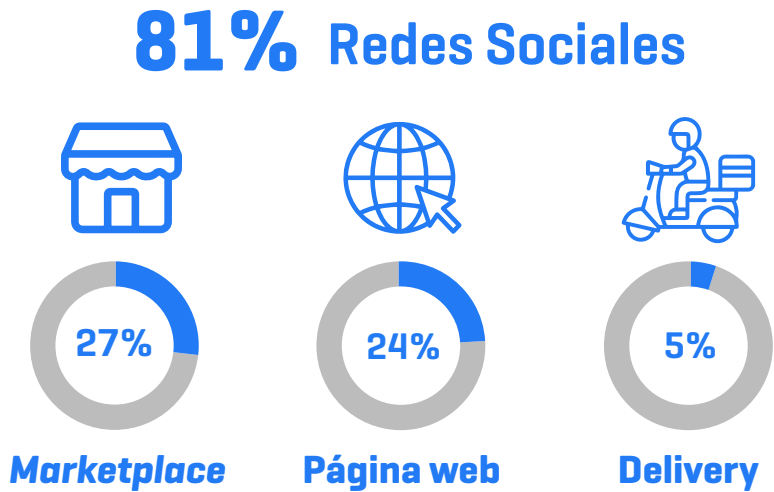
Además, encontramos los **marketplaces**, utilizados por el 27% de los negocios con presencia en línea. Plataformas como Amazon o Mercado Libre ofrecen a las pequeñas empresas la oportunidad de llegar a una audiencia mucho más amplia sin necesidad de invertir en infraestructura propia. Un artesano local, por ejemplo, puede vender sus creaciones a clientes de todo el país o incluso internacionalmente a través de estos canales, expandiendo significativamente su mercado potencial.

Con un 24% de adopción, se encuentran las **páginas web propias**, no muy lejos del porcentaje anterior. Las páginas web, que requieren una mayor inversión inicial y mantenimiento continuo, ofrecen a las pequeñas empresas un control total sobre su imagen de marca y experiencia del cliente. Una tienda de ropa boutique, por ejemplo, puede crear un sitio web que refleje perfectamente su estética única, ofrezca un catálogo completo y permite realizar compras directas, todo mientras recopila valiosos datos de los clientes.

El resto de los negocios mencionados en la encuesta utilizan servicios de **delivery** para sus ventas en línea. Esta categoría ha ganado una importancia significativa, especialmente desde la pandemia de COVID-19. Aplicaciones de entrega como Rappi y Uber han permitido que restaurantes pequeños, tiendas de comestibles y otros negocios locales lleguen a los clientes directamente en sus hogares, ampliando su alcance y adaptándose a las nuevas preferencias de consumo.

Estos datos nos muestran claramente que las MiPyMEs adoptan una estrategia multicanal, aprovechando todos los medios disponibles para llegar a sus clientes. Sin embargo, la clara preferencia por las redes sociales subraya la importancia de la conexión directa y personal en el mundo del comercio en línea. Para las MiPyMEs, diversificar los canales de venta es crucial, aunque el poder de las redes sociales sigue siendo fundamental para construir relaciones duraderas con los clientes e impulsar las ventas.

¿QUÉ CANALES O PLATAFORMAS DE VENTA EN LÍNEA UTILIZA?



¿QUÉ PORCENTAJE DE SUS VENTAS PROVIENE DE CADA CANAL O PLATAFORMA QUE UTILIZA?

Marketplace



43.17%

Hay un 10% que menciona no mide el porcentaje que representa

Redes Sociales



35.01%

Hay un 7% que menciona no mide el porcentaje que representa

Página web



29%

Hay un 3% que menciona no mide el porcentaje que representa

¿QUE ESTRATEGIAS DE MARKETING IMPLEMENTAS PARA PROMOCIONAR TUS PRODUCTOS Y SERVICIOS?

Publicidad en Redes Sociales [56%]

La estrategia más popular entre las MiPyMEs es la publicidad en redes sociales, utilizada por el 56% de estas empresas.

¿Por qué es tan efectiva?

- Alcance masivo a bajo costo
- Segmentación precisa del público objetivo
- Interacción directa con los clientes

Promociones y descuentos

El 36% de las MiPyMEs recurren a promociones y descuentos para impulsar sus ventas.

Estrategias comunes:

- Ofertas por tiempo limitado
- Descuentos por volumen de compra
- Programas de lealtad

Marketing de contenidos

El 19% de las MiPyMEs aprovechan el marketing de contenidos para atraer y retener clientes.

Tácticas efectivas:

- Blogs informativos
- Videos tutoriales
- Infografías

Beneficio clave: Establece a la empresa como experta en su campo, generando confianza y fidelidad del cliente.



¿QUÉ TIPO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS IMPLEMENTA EN SU NEGOCIO?



El uso predominante de estrategias digitales refleja, de manera progresiva, la adaptación de las MiPyMEs mexicanas a un mercado cada vez más conectado. La combinación de redes sociales, promociones y presencia web o publicidad en línea ofrece un enfoque integral para aumentar la visibilidad y las ventas.

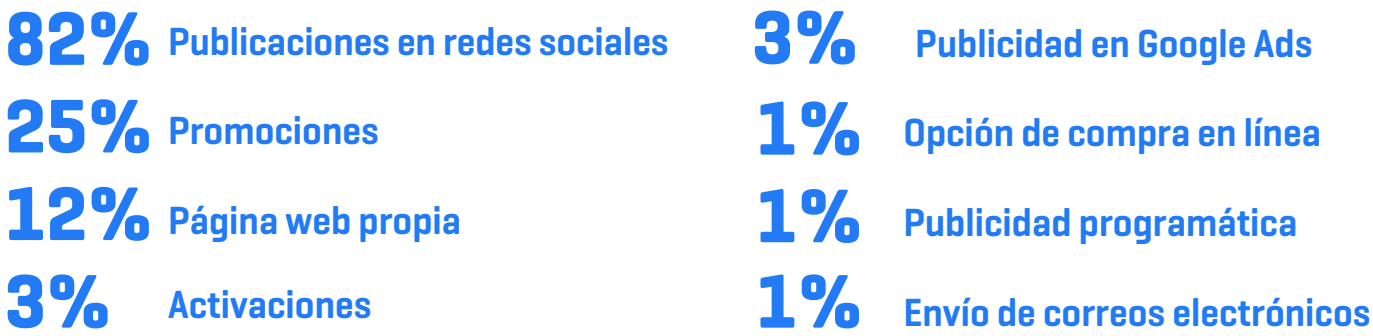
Para mantenerse competitivas, las MiPyMEs deben seguir explorando y optimizar estas estrategias digitales, adaptándolas a sus necesidades específicas y a las preferencias de sus clientes.

5 de cada 10 MiPyMEs enfocan sus estrategias de publicidad en las Redes Sociales.

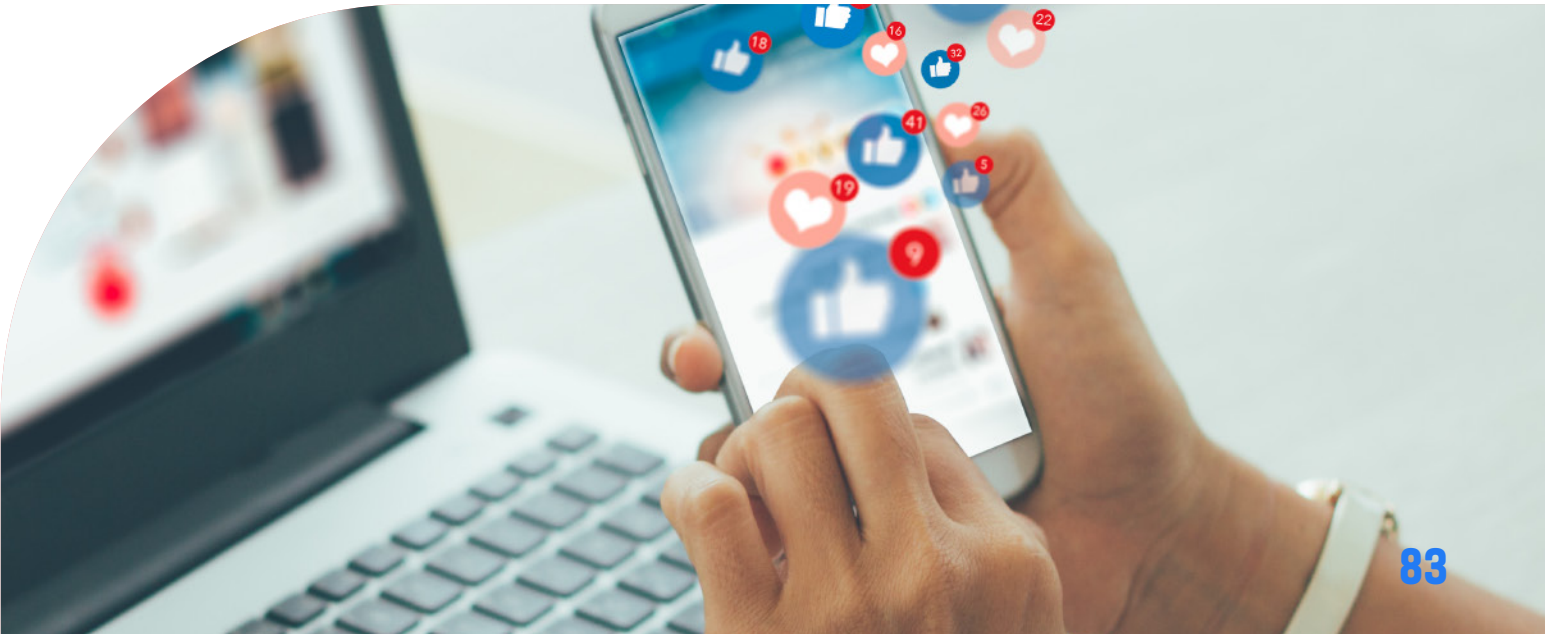
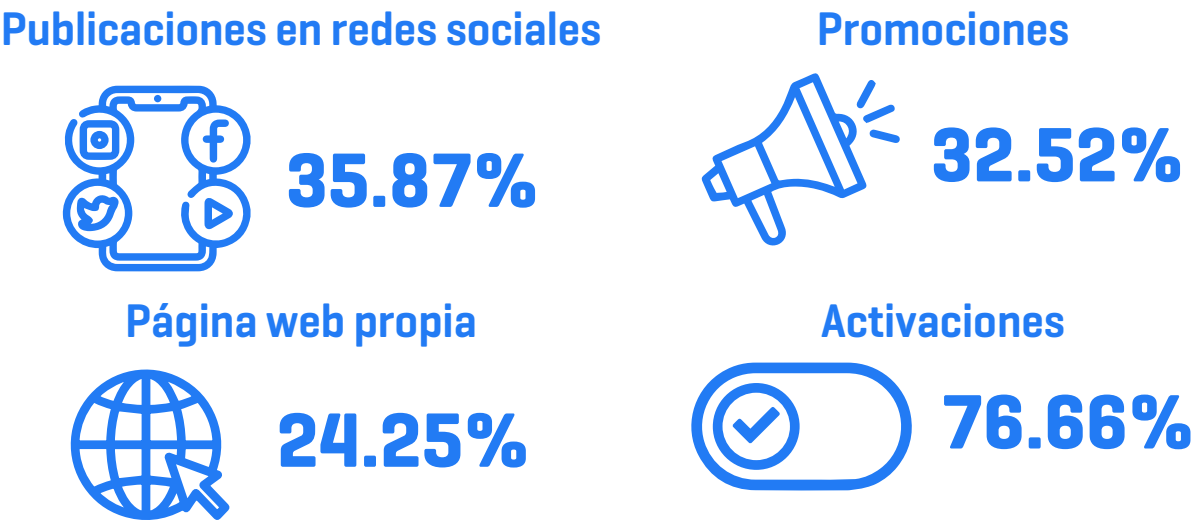
¿REALIZAN ACTIVIDADES PARA PROMOVER LA VENTA EN LÍNEA DE SU PRODUCTO O SERVICIO?



¿QUÉ ACTIVIDADES REALIZAN?

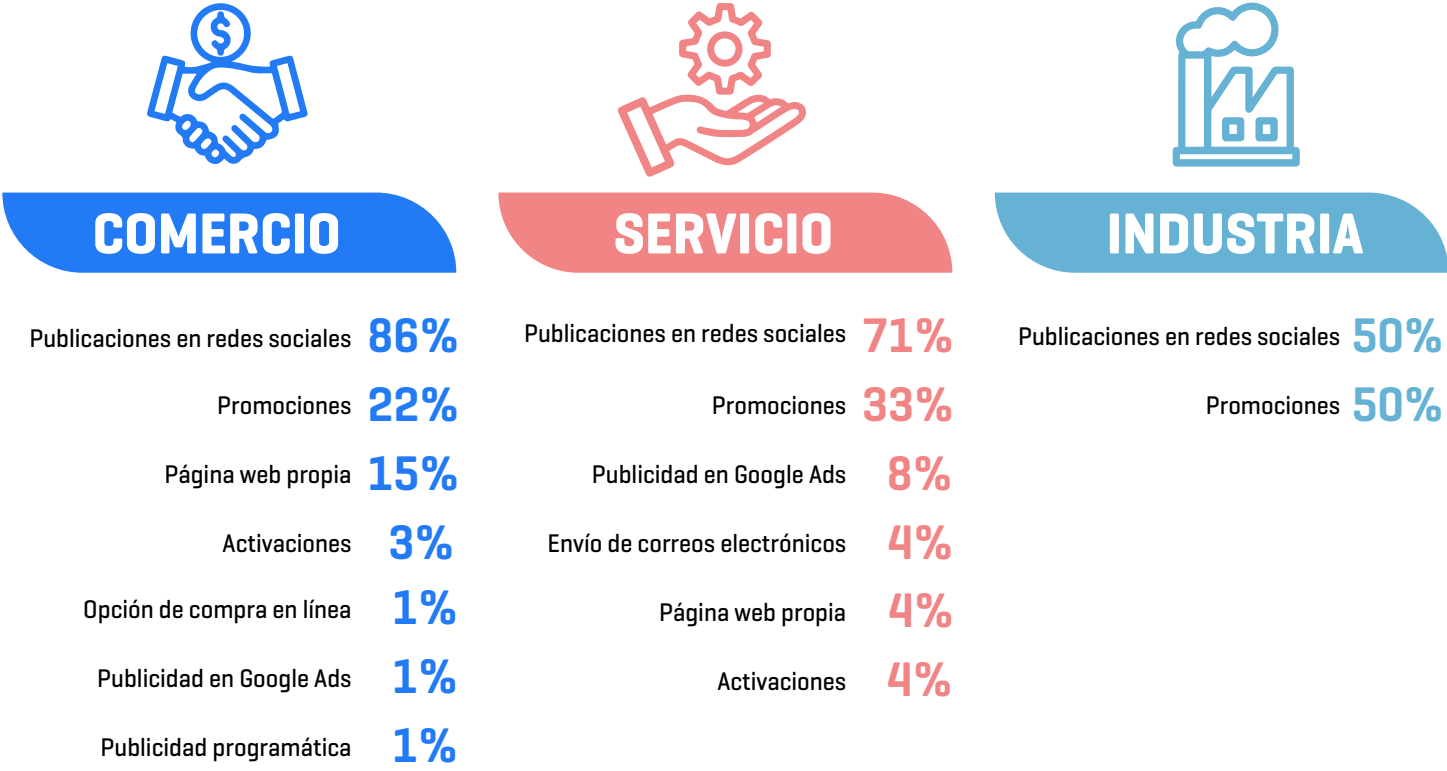


¿EN QUÉ PORCENTAJE DE SUS VENTAS IMPACTA POSITIVAMENTE ESTA ACTIVIDAD?



En las MiPyMEs de comercio, servicio e industria, la actividad que más se realiza para impulsar las ventas son las publicaciones en redes sociales y las promociones; en comercio, la tercera actividad es la gestión de la página web de las empresas, mientras que en servicios destaca la publicidad a través de **Google Ads**.

¿QUÉ ACTIVIDADES REALIZAN?



MÉTODOS PARA ESCUCHAR A SUS CLIENTES

Las empresas dirigidas por mujeres están marcando la pauta en cuanto a la atención al cliente se refiere. Una característica sobresaliente de estas organizaciones es su enfoque en escuchar la voz de sus clientes. Este enfoque no solo mejora la satisfacción del consumidor, sino que también impulsa la innovación y el crecimiento sostenible.

Según nuestro estudio, el 36% de las empresarias lleva a cabo procesos, metodologías o herramientas digitales específicamente diseñadas para escuchar a sus clientes. Esta estadística revela un compromiso significativo con la experiencia del cliente, pero también sugiere un amplio margen de crecimiento en este ámbito crucial.

3 de cada 10 empresas se interesa por conocer la opinión que sus clientes tienen del producto o servicio que ofrece.



La diversidad de métodos colaboradores para captar la voz del cliente es notable. Encontramos que el 50% de las empresas realizan encuestas de satisfacción. Cuando se diseñan e implementan adecuadamente, estas encuestas proporcionan datos valiosos sobre la percepción del cliente, permitiendo ajustar productos y servicios.

En segundo lugar, el 25% de las empresas optan por las llamadas telefónicas como medio de contacto directo con sus clientes. Este enfoque personal no solo permite obtener **feedback** detallado, sino que también ayuda a construir relaciones más sólidas con la clientela. Por su parte, el 22% de las empresas realiza un seguimiento postventa, una práctica que no solo genera información valiosa, sino que también demuestra un compromiso continuo con la satisfacción del cliente más allá del punto de venta.

Sorprendentemente, solo el 10% de las empresas utiliza la escucha social para monitorear la percepción de sus clientes. En la era digital actual, esta cifra sugiere una oportunidad significativa para que más empresas aprovechen las redes sociales y otras plataformas en línea para obtener **insights** en tiempo real sobre la opinión pública.

¿UTILIZAN ALGÚN PROCESO, METODOLOGÍA O HERRAMIENTA PARA ESCUCHAR A SUS CLIENTES Y MEJORAR SUS PRODUCTOS, SERVICIOS O PROCESOS?



CONCLUSIONES



LA FÓRMULA DEL ÉXITO: EDUCACIÓN Y RESILIENCIA EN EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

El estudio **"Mujeres al mando: El nuevo rostro del emprendimiento y la innovación tecnológica en México 2025"** revela un panorama fascinante del emprendimiento femenino en México. Con una edad promedio de 37.9 años, estas mujeres representan una generación dinámica y adaptable, perfectamente preparada para enfrentar el complejo mundo empresarial del siglo XXI. Su sólida formación académica, con un 32% con licenciatura y un 39% con educación media superior, es una de sus fortalezas.

La resiliencia de estas emprendedoras es particularmente notable. El 12% que vivió un fracaso empresarial previo, transformó esa experiencia en valiosas lecciones para sus actuales negocios. Esta capacidad de adaptación y aprendizaje continuo augura un futuro prometedor para el ecosistema empresarial mexicano liderado por mujeres.

El impacto de las empresarias va más allá de lo económico. Redefinen los estándares de éxito empresarial y sirven como modelos a seguir para las generaciones futuras. Su influencia se extiende a diversos sectores, desde el comercio hasta la innovación tecnológica, contribuyendo a una economía más diversa y robusta.

Mirando hacia el futuro, los avances tecnológicos presentan nuevas oportunidades para las emprendedoras mexicanas. La capacidad de adaptación demostrada por estas mujeres las posiciona favorablemente para aprovechar las innovaciones emergentes y continuar transformando el panorama empresarial del país.

EMPRESARIAS: FORJANDO HABILIDADES Y CONSTRUYENDO REDES

El camino del emprendimiento femenino es una travesía transformadora que va más allá de crear un negocio; es un viaje de autodescubrimiento y crecimiento personal. A pesar de los obstáculos, como la competencia en el mercado y el limitado acceso al financiamiento, las mujeres han demostrado una resiliencia y capacidad de innovación excepcionales.

Las redes de apoyo y colaboración se han convertido en un pilar fundamental para el éxito de las emprendedoras, permitiendo compartir conocimientos, recursos y experiencias. Estas comunidades no solo aceleran el progreso profesional, sino que también protegen la salud mental de las mujeres en los negocios.

Las mujeres han demostrado una capacidad extraordinaria para adquirir habilidades cruciales en ventas, servicio al cliente, liderazgo y planificación, superando obstáculos en su entorno laboral. Estas competencias no solo impulsan su desarrollo profesional, sino que también catalizan el crecimiento económico, fomentan la igualdad de género y promueven la innovación en diversas industrias.



EL PODER DEL BALANCE: CLAVE PARA EMPRESARIAS EXITOSAS

La búsqueda del equilibrio entre el trabajo y la vida personal es un desafío constante para las mujeres empresarias, pero también una oportunidad de crecimiento y realización. La flexibilidad laboral emerge como una herramienta poderosa, ofreciendo beneficios que van desde una mayor productividad hasta una mejora significativa en la salud y el bienestar.

Implementar prácticas laborales flexibles no solo beneficia a las empresarias, sino que también impulsa la innovación y la sostenibilidad de sus negocios. Es momento de repensar los modelos de trabajo y adoptar estrategias que permitan un equilibrio más armonioso entre las responsabilidades profesionales y personales.

El éxito en los negocios y la plenitud personal no tienen por qué ser mutuamente excluyentes. Al priorizar el equilibrio trabajo-vida, las mujeres empresarias no solo mejoran su calidad de vida, sino que también se posicionan como líderes inspiradoras en sus industrias y comunidades.

EFICIENCIA Y DESAFÍOS: EL IMPACTO DE LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES EN MÉXICO

Las contribuciones de las empresas lideradas por mujeres al 37% del PIB nacional y su presencia creciente en sectores como tecnología, moda, agricultura sostenible, finanzas y educación demuestran el impacto transformador del liderazgo femenino.

No obstante, la persistencia de estereotipos y barreras estructurales sugieren la necesidad de esfuerzos continuos para fomentar la igualdad de oportunidades.

Los datos revelan una realidad transformadora en el panorama empresarial: El 27% de las mujeres llegan a puestos directivos con una velocidad impresionante, logrando este hito en tan solo un año. Este avance, sin embargo, no está exento de desafíos. La competencia feroz del mercado y las ambiciones de expansión se erigen como los principales obstáculos para el 68% de las directoras y emprendedoras.

A pesar de estos retos, las empresas lideradas por mujeres han demostrado una eficiencia notable, alcanzando el punto de equilibrio en 2 años, superando ligeramente a sus contrapartes masculinas. Este logro subraya la capacidad de las mujeres para navegar con éxito en entornos empresariales complejos.

El panorama empresarial mexicano está experimentando una transformación significativa, impulsada por el creciente liderazgo femenino. Este estudio revela que, a pesar de los desafíos, las mujeres empresarias están forjando un camino hacia el éxito y la satisfacción laboral.

El **Happytalismo** emerge como una estrategia fundamental para el éxito empresarial. Con un

impresionante 87% de las empresarias reportando altos niveles de felicidad, queda claro que el bienestar emocional y la satisfacción laboral son pilares del liderazgo efectivo. Este enfoque no solo beneficia a las líderes, sino que también crea un efecto dominó positivo en toda la organización.

Las tendencias post-pandemia, como el retorno al trabajo presencial, demuestran la capacidad de adaptación y la visión estratégica de las líderes femeninas. Esta flexibilidad será crucial para navegar los desafíos futuros del mundo empresarial.

DIGITALIZACIÓN: EL CAMINO HACIA LA INNOVACIÓN Y EFICIENCIA EN MIPYMES LIDERADAS POR MUJERES

El camino hacia la plena madurez digital aún presenta desafíos. Con un 38% de empresas en etapas limitadas de adopción tecnológica, existe un amplio margen para el crecimiento y la mejora. Las empresarias mexicanas tienen la oportunidad de capitalizar esta brecha, al impulsar la innovación y la eficiencia en sus negocios.

El futuro de las empresas lideradas por mujeres en México será digital, ya que al adoptar la tecnología están fortaleciendo sus negocios.

La digitalización emerge como un imperativo estratégico para las MiPyMEs lideradas por mujeres, no solo como una opción, sino como un catalizador esencial para el crecimiento y la supervivencia en el mercado actual. Los datos revelan una tendencia clara: Las empresas que invierten en procesos digitales, especialmente en facturación, contabilidad y compras, están mejor posicionadas para enfrentar los desafíos del futuro.

Para las empresarias al frente de MiPyMEs, es crucial priorizar la digitalización de procesos

clave, comenzando por aquellos que ofrezcan el mayor retorno de inversión para su sector específico. La utilización de recursos propios como principal fuente de financiamiento para la digitalización destaca la importancia de una planificación financiera estratégica y la necesidad de explorar opciones de financiamiento más diversas.

La transformación digital es un imperativo para las MiPyMEs mexicanas, no solo como una tendencia, con un 83% planificando la digitalización de al menos uno de sus procesos.

La optimización del tiempo y recursos emerge como el beneficio más tangible de la digitalización, además, la automatización de procesos clave como la gestión financiera, facturación electrónica y ventas está demostrando ser un catalizador para la eficiencia operativa y el cumplimiento fiscal.

Las tecnologías avanzadas están transformando el panorama empresarial, especialmente para las MiPyMEs. Nuestra investigación revela que el 51% de las empresas ya están aprovechando estas innovaciones, con un enfoque particular en el Internet de las Cosas e Inteligencia Artificial para impulsar las ventas. Sin embargo, el proceso de adopción no está exento de desafíos, con un 68% de los encuestados reportando dificultades en la implementación.



APLICACIONES DIGITALES: LA LLAVE PARA EL ÉXITO COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

La revolución digital ha transformado el panorama empresarial para las MiPyMEs mexicanas. Las redes sociales, principalmente Facebook, Instagram y WhatsApp, se han convertido en poderosas aliadas comerciales, ofreciendo un alcance sin precedentes y una conexión directa con los clientes. Los marketplaces y las plataformas de entrega amplían aún más estas oportunidades, permitiendo a las pequeñas empresas competir en un mercado global.

Las MiPyMEs mexicanas están demostrando una notable capacidad de adaptación en el dinámico mundo digital. La preferencia por las redes sociales como canal principal de venta y promoción refleja una comprensión aguda de las tendencias actuales del mercado. Sin embargo, la verdadera fortaleza radica en la diversificación de estrategias, desde promociones y descuentos hasta el marketing de contenidos.

Las emprendedoras están redefiniendo el panorama empresarial mexicano con su liderazgo versátil. Desde el estilo democrático en las microempresas hasta el enfoque transformacional en las medianas, estas líderes demuestran una capacidad excepcional para ajustarse a las necesidades cambiantes de sus negocios.

La colaboración entre mujeres empresarias está forjando un futuro más equitativo y próspero, superando barreras y creando un impacto colectivo significativo en la economía y la sociedad. A medida que estas líderes continúan innovando y empoderando a sus equipos, están sentando las bases para una nueva era de liderazgo empresarial inclusivo y orientado al éxito.



CONTPAQi[®]
Software empresarial fácil y completo

Conoce más en www.contpaqi.com