

# EMPRENDE



pro mujer



# 2025

---

Emprender por necesidad

# Contenido

---

<b>Una herramienta para la prosperidad</b>	<b>3</b>
<b>¿Qué motiva a las mujeres en América Latina a emprender?</b>	<b>4</b>
<b>¿Cómo desarrollar y hacer evolucionar estos negocios?</b>	
América Latina y el emprendimiento: El rol del emprendimiento por necesidad	
Cuál es el estadio de estos emprendimientos en América Latina	<b>5</b>
Tipos de emprendimientos en países en desarrollo	<b>7</b>
Las barreras que encuentran las mujeres a la hora de emprender	<b>9</b>
Cuáles son las necesidades para emprender	
Arquetipos de emprendedoras	<b>10</b>
Redefiniendo el emprendimiento por necesidad	<b>12</b>
<b>De la necesidad a la oportunidad</b>	
Evolución de los emprendimientos por necesidad	
Cómo se desarrolla el emprendimiento por necesidad en América Latina y en el mundo	<b>15</b>
Por qué las mujeres no se auto perciben como emprendedoras	<b>16</b>
Alen Melina García Gonzales, El Salvador – Una herencia emprendedora	<b>18</b>
<b>Emprende Pro Mujer ayuda a las mujeres a profesionalizar su propuesta de valor</b>	<b>19</b>
Oneyda Amaya, Honduras – Finanzas y habilidades digitales	<b>21</b>
<b>La importancia de la perspectiva de género</b>	<b>22</b>
Claudia Bermúdez, Guatemala – Empezar para mujeres	<b>23</b>
<b>El acceso al crédito en emprendimientos femeninos</b>	<b>24</b>
<b>Cómo lograr que el emprendimiento femenino siga desarrollándose en América Latina y en el mundo</b>	<b>25</b>
<b>Más allá de los datos</b>	<b>27</b>

# Una herramienta para la prosperidad

Nos hubiese encantado leer un documento como este en 2021, cuando empezamos a desarrollar nuestra plataforma educativa, **Emprende Pro Mujer**. Por eso hoy lo compartimos. **Porque creemos en el poder de la colaboración. Y tal vez otras personas, empresas y organizaciones se sirvan de esta información para ahorrar tiempo y energía. Aquí compilamos años de aprendizaje e investigación para aportar al avance hacia la igualdad de género.**

## **El 90% de las usuarias de nuestra plataforma son Emprendedoras por Necesidad.**

En América Latina, 7 de cada 10 negocios entran bajo esta misma denominación, convirtiéndose así, en una de las principales fuentes de ingresos de millones de familias.

Cuando comprendemos esta realidad, damos un paso clave para cumplir nuestra misión.

No sólo nos trae luz sobre nuestras usuarias (quiénes son, cuáles son sus sueños, cómo viven, qué las motiva, qué necesitan para prosperar), sino que además nos indica con mucha claridad cuáles son los puntos vitales sobre los que hay que accionar para que estos Emprendimientos por Necesidad puedan evolucionar hacia Emprendimientos por Oportunidad.

Las categorías de negocio, en términos de motivación, son dos: Oportunidad y Necesidad.

Lo que las diferencia es la situación en la que se encuentra quien emprende. Vamos al primer caso, en el que alguien detecta una oportunidad y se lanza con un emprendimiento.

Mientras tanto, sigue viviendo de otros negocios, un trabajo en relación de dependencia o ahorros, hasta que su iniciativa empieza a dar ganancias. **El Emprendimiento por Necesidad, en cambio, surge como respuesta inmediata a una situación económica apremiante. Además, requiere una ganancia inmediata, que suelen ser mínimas para resolver el día a día.**

Esta diferencia de raíz genera muchos vacíos en los Emprendimientos por Necesidad, como la falta de un plan de negocio, propuesta de valor, fondos de contingencia, conocimiento de la clientela y estrategias comerciales, entre otros puntos clave.



Desde **Pro Mujer**, es aquí donde vemos grandes oportunidades de transformación, que miles de mujeres aprovechan a diario en nuestra plataforma de educación emprendedora **Emprende Pro Mujer**.

**Cada emprendedora que acompañamos en su fortalecimiento personal y el de su negocio, es un paso más hacia un mundo más justo e inclusivo y una sociedad más próspera.**

Esperamos que este documento sea una herramienta útil para quienes comparten esta meta.

**Carmen Correa**  
CEO



# ¿Qué motiva a las mujeres en América Latina a emprender? ¿Cómo desarrollar y hacer evolucionar estos negocios?

---

## América Latina y el emprendimiento: El rol del emprendimiento por necesidad

**América Latina es uno de los continentes con mayor economía informal del mundo (Banco Mundial, 2016).** De hecho, el 59% de las mujeres empleadas en América Latina trabaja en el sector informal (ONU Mujeres, 2017) y muchas de ellas son emprendedoras que gestionan pequeños negocios no registrados. Países como Bolivia, por ejemplo, presentan un alto porcentaje de mujeres que trabajan en la economía informal (84.5%).



**Estas personas, que viven en condiciones económicas y sociales difíciles** – en edades en las que aún no pueden jubilarse, pero en las que las empresas son reacias a contratarlas, en entornos de desempleo y relaciones laborales precarias –, **son las más propensas a convertirse en emprendedoras por necesidad.** Por eso, los aspectos socioeconómicos individuales son fundamentales para estudiar a las personas emprendedoras impulsadas por la necesidad (Gutiérrez y Rodríguez, 2016).

A diferencia del **emprendimiento por oportunidad**, que suele estar impulsado por la identificación de nichos de mercado y el deseo de crecimiento empresarial, **los emprendimientos por necesidad responden a circunstancias de urgencia económica.** En este sentido, no sólo favorecen la autosuficiencia de quienes los emprenden, sino que también desempeñan un papel fundamental en la cohesión social y el desarrollo de habilidades comerciales y organizativas, **mejorando así la calidad de vida** en muchas comunidades.

*El emprendimiento es visto como una solución ideológica y práctica al problema del desempleo (Ararat, 2010), ya que el emprendimiento por necesidad tiende a aumentar naturalmente entre las personas que viven en contextos de crisis y desempleo*

Álvarez-Sousa, 2019

El carácter contra cíclico de estos emprendimientos demuestra que, en tiempos de crisis o falta de empleo, **el autoempleo se convierte en la mejor alternativa disponible, y la más inmediata.** Sin embargo, según destacan especialistas, quienes emprenden por oportunidad suelen contar con mayor nivel de instrucción y formación empresarial, mientras que quienes emprenden **por necesidad enfrentan mayores desafíos debido a su contexto** socioeconómico más vulnerable.

No obstante, **este tipo de emprendimiento también representa un factor clave de inclusión social, especialmente para las mujeres en América Latina.** Muchas mujeres encuentran en el emprendimiento una vía para generar ingresos, acceder a mayor independencia económica y contribuir activamente al bienestar de sus familias y comunidades. En este sentido, **promover políticas de apoyo, financiamiento y formación** para estos emprendimientos resulta esencial para potenciar su impacto y fomentar un ecosistema más equitativo y sostenible en la región.

## Cuál es el estadio de estos emprendimientos en América Latina

Los emprendimientos por necesidad están estrechamente vinculados a las economías en desarrollo, y a las condiciones de pobreza en estos países, según estudios realizados por economistas, tal como se menciona en la investigación de **Marco Vivarelli, “Are all the potential entrepreneurs so good?”**, del 2004.

De todas maneras, John Dencker, Sophie Bacq, Marc Gruber y Melvin Haas, en su investigación **“Reconceptualizing necessity entrepreneurship: A contextualized framework of entrepreneurial processes under the condition of basic needs”**, afirman que el emprendimiento por necesidad es un fenómeno frecuente en muchos países, tanto desarrollados como en desarrollo.

A su vez, personas investigadoras sintetizan que las necesidades psicológicas están estrechamente vinculadas a la posibilidad de llevar a cabo un emprendimiento por necesidad. El motivo tiene que ver con que, **si una mujer tiene pocas habilidades —o escasez de confianza— y poco capital, ser emprendedora suele ser el mejor método que encuentra para subsistir, en lugar de encontrar un empleador/a.**

### Algunas claves sobre las mujeres emprendedoras en la región:



América Latina es la región con el mayor porcentaje de mujeres que se animan a emprender:

**33%** de las mujeres tienen intención de emprender.



**21%** de las mujeres ya está creando negocios propios (GEM).

Sin embargo, a nivel mundial, los hombres emprenden más que las mujeres:

**5** puntos porcentuales es la brecha de emprendimiento entre hombres y mujeres en el 27% de las economías del mundo (GEM).

**49%** de los países presentan una falta significativa de acceso para las mujeres a recursos clave para emprender: financiamiento, redes, formación y tecnología (GEM).



**82%** de las mujeres elige el emprendimiento ante la falta de empleo formal (GEM).

**27%** de las mujeres menores de 24 años no estudia, no trabaja ni recibe capacitación (ONU).

Las mujeres priorizan el impacto antes que las ganancias:

**78%** de los países tienen emprendimientos liderados por mujeres con enfoque social y ambiental (GEM).

## Tipos de emprendimientos en países en desarrollo:

A continuación, se presentan los distintos tipos de emprendimientos que suelen llevarse a cabo en países en vías de desarrollo, según el análisis realizado por Dencker; Bacq; Gruber; Haas en el paper “Reconceptualizing necessity entrepreneurship: a contextualized framework of entrepreneurial processes under the condition of basic needs”.

Marco contextualizado de procesos empresariales, bajo la condición de necesidades fisiológicas básicas en entornos en desarrollo			
		Capital Humano	
		Bajo	Alto
Herramientas Institucionales de Apoyo	Ausente	Proposición 1a <b>Proceso empresarial</b> que replica	Proposición 2a <b>Proceso empresarial</b> que preserva las habilidades
	Presente	Proposición 1b <b>Proceso empresarial</b> que replica experiencias	Proposición 2b <b>Proceso empresarial</b> que aproveche sus habilidades

### 1a. Réplica:

En entornos en desarrollo, los y las emprendedoras por necesidad con bajos niveles de capital humano emprenderán un proceso empresarial de replicación cuando no existan palancas institucionales de apoyo.

### 1b. Réplica experiencial:

En entornos en desarrollo, los y las emprendedoras por necesidad con bajos niveles de capital humano emprenderán un proceso empresarial de replicación experiencial cuando existan herramientas institucionales de apoyo.

### 2a. Que preserve sus habilidades:

En entornos en desarrollo, los y las emprendedoras con altos niveles de capital humano emprenderán un proceso empresarial que preserve sus habilidades cuando no existan mecanismos institucionales de apoyo.  
En este caso, por ejemplo, se podría mencionar a personas con altos niveles educativos, pero que se encuentran sin empleo por cuestiones coyunturales del país o inmigrantes, entre otros.

### 2b. Que aproveche sus habilidades:

En un entorno en desarrollo, los y las emprendedoras con altos niveles de capital humano emprenderán un proceso empresarial que aproveche sus habilidades cuando existan mecanismos institucionales de apoyo.



En ese sentido, el estudio asegura que los gobiernos y las organizaciones vinculadas al sector emprendedor son fundamentales para colaborar con el desarrollo y el éxito de este tipo de emprendimiento. Así, **son tres factores los que deben ayudar a las emprendedoras: su capital y conocimiento propio, las instituciones y organizaciones que las acompañen, y los gobiernos, fomentando el surgimiento de emprendimientos en el ecosistema.**

Aunque los emprendimientos por necesidad inicialmente no contribuyen de manera significativa al crecimiento económico, **sí permiten sostener economías de autosubsistencia**, ya que el emprendimiento se convierte en un recurso que las personas activan para generar ingresos inmediatos.

Además, tienden a replicar lo que otros negocios ya están ofreciendo y utilizan los activos disponibles para decidir qué tipo de negocio emprender (Paya M., F., Salman, F., & del Rio, C., 2023).

**La literatura general sobre los emprendimientos por necesidad señala que éstos se dedican principalmente a la venta de alimentos, actividades agrícolas y otros servicios relativamente básicos como peluquerías, reparación de calzado, cocina y lavandería.** Alvarez, S. A., & Barney, J. B., 2014.

Esto también se alinea con los datos analizados de **Emprende Pro Mujer**: del total de participantes inscritas en los programas durante 2024, los tres sectores más populares fueron Alimentos y Bebidas (26%), Ropa, Textiles y Calzado (11%), y Salud y Belleza (7%).





## Las barreras que encuentran las mujeres a la hora de emprender

---

El género es una variable determinante en el emprendimiento, ya que **las mujeres enfrentan mayores barreras para iniciar sus propios negocios**, en gran parte debido a su rol tradicional como cuidadoras del hogar.

Las mujeres latinoamericanas dedican alrededor de **6.4 horas diarias al trabajo no remunerado de cuidado**, casi el triple del tiempo que dedican los hombres (CEPAL, 2022). Esta responsabilidad suele relegarlas y limitar sus tiempos, oportunidades de acceso a recursos y redes de apoyo empresarial.

Otra barrera relevante que encuentran las mujeres en la región tiene que ver con la **falta de redes de apoyo y mentoría, la carencia de habilidades digitales, el acceso limitado al financiamiento, la sobrecarga de tareas domésticas y de cuidado no remuneradas**, según datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Por su parte, **muchas mujeres pueden encontrar dificultades a la hora de analizar las variables para poner en marcha un emprendimiento**, tales como realizar estudios de mercado, por caso. En este sentido, tal como muestran los datos de **Emprende Pro Mujer, 3 de cada 10 emprendedoras no tienen identificada a la competencia, lo que puede indicar una falta de investigación de mercado**. Esto sugiere una oportunidad perdida para comprender cómo se están desempeñando en comparación con otros negocios y para identificar áreas de mejora.

Asimismo, **muchas de estas emprendedoras cuentan con otras fuentes de ingreso, ya que el emprendimiento surge como una respuesta adaptativa ante un contexto desfavorable**. Como muestran los datos de **Emprende Pro Mujer**, solo el 11% del total de emprendedoras registradas declaró que el 100% de sus ingresos proviene de su negocio. Mientras tanto, el 15% reportó que su emprendimiento no estaba generando ingresos en el momento del registro.

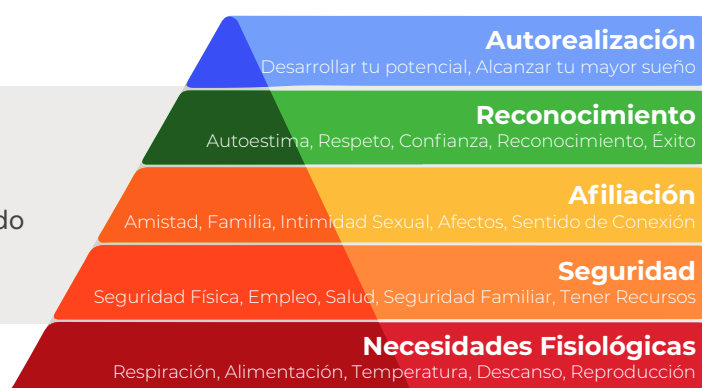


## Cuáles son las necesidades para emprender

En América Latina, una gran proporción de nuevas empresas nace como respuesta a situaciones de desempleo, subempleo y precariedad laboral. Según el Panorama Laboral de América Latina elaborado por la OIT, **el empleo por cuenta propia ha crecido más que el empleo asalariado en los últimos años**, lo que indica una tendencia hacia la precarización del empleo en la región.

Las personas emprendedoras son las más propensas a **mencionar la escasez de empleo como motivación clave. A pesar de ello, estar desempleado no es, por sí solo, una condición suficiente para emprender**; existen otros factores que influyen en la decisión de iniciar un negocio.

A lo largo de décadas, distintos estudios han demostrado que **las necesidades humanas van más allá de la mera supervivencia**. Uno de los análisis más famosos en este sentido es el de **Abraham Maslow**, que organiza las necesidades humanas en distintos niveles.



Si aplicamos el esquema de Maslow al emprendimiento veremos que, en los niveles más básicos, el negocio se convierte en una estrategia de supervivencia para cubrir necesidades esenciales como alimentación, vivienda y seguridad económica. **A medida que se satisfacen estas necesidades, el emprendimiento puede evolucionar hacia objetivos más elevados**, como el desarrollo personal, la estabilidad financiera y la búsqueda de oportunidades de crecimiento y realización profesional.

En este sentido, comprender las necesidades de quienes emprenden por necesidad **es clave para diseñar políticas y programas que les brinden apoyo en cada etapa** de su desarrollo. Facilitar el acceso a recursos, formación y financiamiento puede marcar la diferencia entre un emprendimiento que apenas subsiste y uno que logra consolidarse y mejorar las condiciones de vida de quienes lo impulsan.

## Arquetipos de emprendedoras

En los distintos perfiles de emprendedoras, existen ciertas variables que generan una mayor propensión a que resulte en un emprendimiento por necesidad. Además de estar estrechamente vinculadas a las habilidades y capacidades de subsistencia, la edad, el nivel de escolaridad, ruralidad y autoeficacia son variables que marcan diferencias en las trayectorias de las emprendedoras.

### INSCRITAS (ÚNICAS) POR EDAD

Edad	Inscritas #	Inscritas %
30 a 39 años	44243	33.75%
40 a 49 años	38278	29.20%
50 a 59 años	20396	15.56%
26 a 29 años	12968	9.89%
18 a 25 años	8354	6.37%
60 a 69 años	4698	3.58%
Otro	1758	1.34%
70 a 79 años	370	0.28%
80 a 89 años	15	0.01%



En Emprende Pro Mujer, la edad promedio estimada de las emprendedoras es de 40 años, mostrándose esta variable como una de las claves que perfilan este tipo de emprendimiento, junto con su nivel educativo

### PERFIL EDUCATIVO DE LAS INSCRITAS (ÚNICAS)

Estudios	Nivel	Inscritas #	Inscritas %
Secundaria	Secundaria completa	21529	20.46%
Universitario	Universitario completo	20888	19.85%
Terciario/Tecnicatura	Terciario/Tecnicatura completo	18510	17.59%
Universitario	Universitario incompleto	13068	12.42%
Secundaria	Secundaria incompleta	9932	9.44%
Terciario/Tecnicatura	Terciario/Tecnicatura incompleto	7511	7.14%
Posgrado	Posgrado completo	5196	4.94%
Primaria	Primaria completa	3895	3.70%
Primaria	Primaria incompleta	1896	1.80%
Posgrado	Posgrado incompleto	1199	1.14%
Prefiero no decir	Prefiero no decir	976	0.93%
Otro	Blank	638	0.61%

De acuerdo a los perfiles y estadísticas relevadas, **Emprende Pro Mujer** define cinco arquetipos de mujeres emprendedoras:

### Arquetipos de mujeres emprendedoras

#### Sobrevivientes Recursivas

Valientes | Resilientes | Optimistas

Para las sobrevivientes recursivas, el futuro es mañana. Crecieron creyendo que las mujeres no nacieron para ser emprendedoras, tener dinero o tomar decisiones. Viven a kilómetros de distancia de la ciudad, lo que las mantiene alejadas de todo tipo de productos y servicios. No se desaniman fácilmente, aunque sean blanco de críticas, e incluso el rechazo, de su familia y su comunidad al ser emprendedoras.

#### Administradoras Cautelosas

Meticulosas | Prudentes | Organizadas

Las administradoras cautelosas tienen sus ojos puestos en el futuro. Apasionadas por su trabajo, se dedican a su emprendimiento día a día, y aunque el ingreso no es tan alto como quisieran, prefieren sentirse seguras que arriesgarse para crecer. Han ido adaptándose a la tecnología, con maestros cercanos como sus hijos o nietos, y están abiertas a aprender.

#### Pioneras Persistentes

Tenaces Audaces | Decididas

No hay nada imposible para las pioneras persistentes. Aunque empezaron solas, su negocio ha multiplicado su impacto, beneficiando a su familia y a su comunidad. Crecieron en un entorno de dificultades y con pocos referentes de mujeres que se salieran de los roles establecidos. La tecnología y el mundo digital son nuevos para ellas, aunque se adaptan a su propio ritmo. Como mujeres empresarias, tienen mucho que enseñar.

#### Creadoras Desorientadas

Conectadas | Capaces | Realistas

Las creadoras desorientadas cuentan con recursos y herramientas para emprender. Se debaten entre diferentes alternativas de crecimiento y les cuesta decidirse por una ruta específica hacia donde orientar su negocio y sus esfuerzos. En medio de estas posibilidades, y ante la ausencia de una visión de futuro claro, las creadoras se quedan en su presente, en espera de una oportunidad que las oriente.

#### Visionarias Decididas

Soñadoras | Motivadas | Rigurosas

Las visionarias decididas no se quedan esperando a que las oportunidades se presenten. Gracias a su preparación y experiencia, tienen una comprensión aguda de su mercado, de los retos que enfrenta su negocio y de cómo pueden consolidarlo. Perciben su emprendimiento como un vehículo que trae beneficios a su familia y a su comunidad, frente a las que sienten un sentido de pertenencia y un compromiso personal significativo.

## Redefiniendo el emprendimiento por necesidad

Redefinir el emprendimiento por necesidad implica **ir más allá de la visión tradicional que lo asocia únicamente con la subsistencia económica**. Si bien su papel en la generación de ingresos es innegable, también cumple una función clave en la ampliación de oportunidades y el desarrollo de capacidades tanto individuales como colectivas.

Estos emprendimientos no solo impactan la vida de quienes los impulsan, sino que también **fortalecen las unidades familiares y generan efectos positivos en las comunidades** donde se desarrollan. A menudo, el sesgo nos lleva a verlos sólo como respuestas a la precariedad, cuando en realidad también son espacios de **crecimiento personal, independencia y resiliencia**. Reconocer estos otros factores nos permite comprender mejor su verdadero alcance y su potencial como motores de inclusión y transformación, tanto personal como social.

# De la necesidad a la oportunidad

## Evolución de los emprendimientos por necesidad

Según Shane y Venkataraman (2000), pioneros en proponer la concepción del emprendimiento como un proceso de identificación, evaluación y explotación de oportunidades, el proceso básico del emprendimiento por necesidad sigue una serie de etapas que explican cómo las personas identifican y explotan oportunidades en contextos adversos. Aunque su modelo se aplica al emprendimiento en general, en el caso del emprendimiento por necesidad, el proceso se da de la siguiente manera:

1.	2.	3.	4.	5.
<b>Necesidad insatisfecha:</b> En el emprendimiento por necesidad la iniciativa surge de la falta de empleo o ingresos suficientes. La persona se da cuenta de que debe generar sus propios medios de subsistencia, muchas veces a partir de habilidades previas, recursos disponibles o demandas insatisfechas en su entorno.	<b>Evaluación y toma de decisión:</b> Una vez identificada la posibilidad de autoempleo, quien emprende analiza si tiene los recursos y capacidades necesarias para poner en marcha el negocio. En esta etapa influyen factores como la percepción del riesgo, la urgencia económica y la disponibilidad de apoyo por parte de la familia o comunidad.	<b>Movilización de recursos:</b> Aquí se reúnen los elementos necesarios para iniciar el emprendimiento, como capital inicial (que suele provenir de ahorros personales, microcréditos o préstamos informales), herramientas de trabajo y conocimientos básicos. A menudo, estos negocios comienzan con estructuras mínimas y evolucionan con el tiempo según su éxito y sostenibilidad.	<b>Puesta en marcha y aprendizaje:</b> La persona inicia su negocio y, a través de la práctica, aprende a adaptarse a las condiciones del mercado, gestionar sus finanzas y mejorar su oferta. En esta etapa, la creatividad y la flexibilidad juegan un papel clave, ya que quien emprende por necesidad debe encontrar maneras de mantenerse competitivo con recursos limitados.	<b>Crecimiento y sostenibilidad:</b> Aunque muchos emprendimientos por necesidad se mantienen en niveles de subsistencia, algunos logran evolucionar y consolidarse. Esto depende de la capacidad de innovación, acceso a financiamiento y formación, así como del contexto socioeconómico. En los casos exitosos, el negocio deja de ser solo una estrategia de supervivencia y se convierte en una fuente estable de ingresos y desarrollo.





El modelo de Shane y Venkataraman nos ayuda a entender que **el emprendimiento por necesidad no es solo una reacción a la carencia de empleo, sino un proceso dinámico que puede generar valor** tanto para la emprendedora como para su comunidad.

Desde **Emprende Pro Mujer** esta visión es compartida y por ello, la ruta de la emprendedora está compuesta por distintas etapas tales como se indica a continuación.

### La ruta Emprende Pro Mujer está compuesta por:



Desde el desarrollo y escala de su negocio hasta el acceso a financiamiento, **la ruta emprendedora se compone de distintas etapas**. Asimismo, cuando la emprendedora por necesidad es atravesada además por una cuestión de género, es indispensable recorrer el modelo con un diseño que se centre en las mujeres, acompañándolas en todo el recorrido.

En ese sentido, **Emprende Pro Mujer adopta el Human Centered Design**, con perspectiva de género. Este modelo es empleado para diseñar productos y servicios bajo el compromiso de **crear un contexto más justo e inclusivo**. En ese marco, muestra una serie de pasos para escuchar de un modo diferente a las usuarias, entendiendo que nadie sabe lo que necesitan mejor que ellas mismas, para facilitar así la creación de soluciones innovadoras que den respuesta a esas necesidades y a la aplicación de dichas soluciones.

Es por eso que, desde Emprende Pro Mujer se trabaja acompañando a las emprendedoras para **diseñar y desarrollar sus productos y servicios, así como su liderazgo**. Por ello, resulta fundamental ver el mundo desde sus ojos, estar donde ellas están, facilitar el camino y sumar para amplificar. De esta manera, el emprendimiento por necesidad puede lograr desarrollarse e impactar positivamente en todo el ecosistema. Bajo esta impronta, **Emprende Pro Mujer presenta cuatro ideas clave para el diseño de productos y servicios para emprendedoras:**



#### VER EL MUNDO DESDE SUS OJOS

- Apelar a la identidad colectiva y comunicarse desde valores comunitarios
- Reconocer la heterogeneidad de las usuarias y lo único de su trayectoria individual



#### ESTAR DONDE ELLAS ESTÁN

- Ofrecer interacciones humanas, en la cotidianeidad y a largo plazo
- Integrar múltiples canales y formatos



#### FACILITAR EL CAMINO

- Construir confianza a partir de una interacción simple y con reglas claras
- Diseñar para optimizar la adaptación al servicio y facilitar al máximo su uso



#### SUMAR PARA AMPLIFICAR

- Crear alianzas para brindar una oferta integrada
- Crear oportunidades de interacción y aprendizaje colectivo entre usuarias

Sumado a las ideas clave presentadas, **la posibilidad de realizar capacitaciones virtuales y asincrónicas hace que los programas sean más accesibles para mujeres de todas las comunidades**. En este sentido, las usuarias de **Emprende Pro Mujer** acceden mayormente a los programas digitales a través de teléfonos móviles (94%).

Otra herramienta introducida en los programas de **Emprende Pro Mujer** y que ha demostrado ser especialmente efectiva para esta audiencia son los **chatbots**, ya que permiten la participación mediante teléfonos móviles básicos con requerimientos mínimos de datos. **La interfaz conversacional e intuitiva de estas herramientas ofrece un punto de entrada accesible a la educación emprendedora, lo que impulsa mayores tasas de finalización y un compromiso sostenido** en comparación con la plataforma web, ya que toma en cuenta la economía del cuidado, logrando que la usuaria pueda aprovechar los micromomentos del día para fortalecerse como emprendedora.

Un ejemplo de los beneficios del uso de esta herramienta queda demostrado a través de **Mejoro Mi Negocio**, un programa disponible en la plataforma digital que presenta el mayor número de inscripciones, mientras que **Ideo Mi Negocio** – un programa que resulta sumamente amigable para las usuarias por el apoyo de chatbots–, tiene una tasa de finalización un 11% más alta (26% frente a 15%).

Esto refuerza el papel de los chatbots como herramientas accesibles, especialmente útiles para este grupo de emprendedoras que viven en economías en desarrollo y enfrentan barreras para acceder a feedback personalizado y capacitación útil (Chatterji et al., 2019; Dimitriadis y Koning, 2024; Bjorkegren, 2023).

## Cómo se desarrolla el Emprendimiento por Necesidad en América Latina y en el mundo

---

**Casi una de cada cinco mujeres encuestadas a nivel mundial declaró su intención de emprender un negocio en los próximos tres años**, en comparación con uno de cada cuatro hombres (ratio mujeres-hombres de 0,8), según una encuesta del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) elaborada entre 2020 y 2021, titulada “Prosperando a través de la crisis”.

A nivel regional, **las mujeres en América Latina y el Caribe reportan las mayores intenciones de iniciar un negocio (43%)**, seguidas de cerca por las mujeres en Oriente Medio y África, mientras que la mayor brecha de género (ratio mujeres-hombres de 0,7) se encontró en Europa y América del Norte, donde el 7% de las mujeres reportaron intenciones emprendedoras en comparación con el 10,2% de los hombres.

**El entorno institucional es un factor clave para fomentar el emprendimiento por oportunidad.**

Si las naciones buscan impulsar este tipo de actividad emprendedora, deben generar y mantener un marco institucional transparente y eficiente, que facilite la creación de oportunidades y permita a las emprendedoras aprovecharlas al máximo. El rol de las instituciones en este proceso es fundamental para **consolidar una base emprendedora** con características que benefician el desarrollo económico.

En América Latina y el Caribe, donde las instituciones influyen directamente en la estructura emprendedora, es esencial fortalecer y hacer cumplir las normativas y leyes. Esto permitirá **crear un entorno justo, confiable y propicio** para el surgimiento de emprendimientos que generen empleo, impulsen la innovación y contribuyan al crecimiento de los mercados internos y externos.





## Por qué las mujeres no se auto perciben como emprendedoras

Las mujeres tienden a responder con mayor frecuencia **"no sé"** cuando se les pregunta sobre conocimientos financieros, según el paper **"Fearless Woman: Financial Literacy and Stock Market Participation"**, elaborado por **Tabea Bucher-Koenen, Rob J. Alessie, Annamaria Lusardi, y Maarten van Rooij en 2021**, donde se analiza cómo influye la confianza en el acceso a la educación financiera en las mujeres.

Este comportamiento no siempre refleja falta de información, sino que, en gran parte, **está vinculado a menores niveles de confianza en sus propias habilidades**. De hecho, se estima que **un tercio de la brecha de género en educación financiera** se debe a esta falta de confianza en sí mismas en lo que respecta a la temática.

Tanto el **conocimiento financiero como la autoconfianza son factores clave** para la participación en el mercado financiero. Sin embargo, persisten desigualdades en el acceso a servicios financieros. A nivel mundial, solo el 47% de las mujeres tiene una cuenta en una institución financiera formal, en comparación con el 55% de los hombres. Además, **las mujeres enfrentan mayores dificultades para acceder al crédito**, tanto en economías avanzadas como en países en desarrollo.

Asimismo, la brecha de género en alfabetización financiera ha sido ampliamente documentada. Las mujeres no solo tienen menos probabilidades de responder correctamente preguntas sobre finanzas, sino que además, en muchos casos, optan por la respuesta **"no sé"** a pesar de poseer conocimientos suficientes. En otras palabras, su nivel de alfabetización financiera es mayor de lo que ellas mismas perciben, pero su bajo nivel de autoconfianza las perjudica.





Dado que el **conocimiento y la confianza son determinantes en la inclusión financiera, es fundamental abordarlos en conjunto**. En este sentido, los programas de educación financiera diseñados específicamente para mujeres, que refuercen ambas dimensiones, pueden ser más efectivos que las iniciativas genéricas.

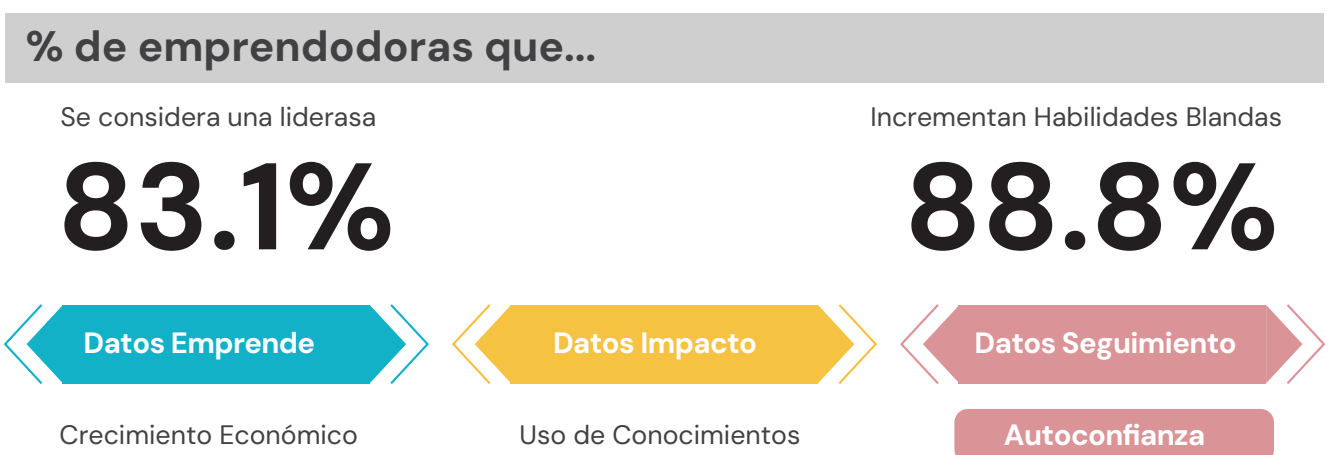
Por último, una posible razón detrás de esta brecha podría ser el menor interés de las mujeres en temas financieros, tanto por razones subjetivas como por razones culturales que tienden a asociar en menor medida a las mujeres con el mundo del dinero, las finanzas y la autonomía. Esto **refuerza la necesidad de estrategias que no solo eduquen, sino que también motiven y generen mayor seguridad** en la toma de decisiones económicas.

**A nivel social y cultural, las mujeres también encuentran barreras para percibirse como emprendedoras**, ya que ese arquetipo no las representa. Es que, al tener un rol principalmente como cuidadoras dentro de la familia, los emprendimientos de mujeres suelen ser mencionados de otra manera, no como un negocio en sí.

A partir de testimonios recogidos desde **Emprende Pro Mujer**, muchas mujeres que venden ropa, hacen artesanías o tienen un negocio de comida no lo denominan como emprendimiento. Además, en muchas ocasiones se cree que son los hombres quienes llevan los negocios, mientras que ellas solo ayudan a generar ingresos.

En este sentido, **resulta fundamental para las mujeres obtener confianza en sus propios proyectos e iniciativas, a fin de identificar sus logros y avances en el emprendimiento y, así, darle forma como un negocio en sí mismo**.

Según las encuestas realizadas por **Emprende Pro Mujer**, a tres meses de finalizados los programas, las usuarias mejoran su liderazgo y sus habilidades blandas.



*Alen Melina García Gonzales, El Salvador*

## Una herencia emprendedora

Alen vive en San Salvador, El Salvador. Su emprendimiento se llama Oink Oink Grill y chicharrones. Se trata de una empresa dedicada a la venta de asados en parrilla, al carbón y a la leña, y se venden también chicharrones. **“El negocio empezó porque junto a mi esposo, queríamos vender carnes crudas de cerdo y de pollo, entonces para promoverlas comenzamos vendiéndolas asadas. Un día un chico nos hizo un pedido grande y decidimos seguir con los asados y sumar el negocio de chicharrones que tenía mi esposo desde que éramos novios”,** relata Alen.

A través de la plataforma educativa Emprende Pro Mujer, Alen aprendió a controlar sus gastos, costos y ganancias. **“Me ha gustado que utilizan un lenguaje fácil de entender y que se tocan los temas necesarios para ser una mejor emprendedora. Aprendí que si quiero, puedo, que si busco ayuda la encuentro y me dan las herramientas necesarias para crecer como mujer emprendedora”,** considera.

**“Mi mayor inspiración para encaminarme en el mundo del emprendimiento ha sido mi mamá y mi abuela porque ellas han sido emprendedoras desde muy jóvenes. A futuro me imagino teniendo varios restaurantes, dónde no solamente se pueda comer, sino también disfrutar de un ambiente genial”,** sueña, en el camino a desarrollar aún más su negocio.

**“A las mujeres de la región les diría que las mujeres somos tan capaces de alcanzar cualquier sueño que tengamos, que nos dejemos guiar por las mujeres que son emprendedoras y que nos capacitemos todos los días”,** invita.

“Gracias al programa he mejorado mi estrategia de marketing en redes sociales y he desarrollado habilidades digitales que me han permitido que aumente mi clientela y por lo tanto, también mis ganancias”, cuenta.



## Emprende Pro Mujer ayuda a las mujeres a profesionalizar su propuesta de valor

Desde su creación, **Emprende Pro Mujer** se ha consolidado como una plataforma educativa digital que acompaña a miles de mujeres en su camino hacia la autonomía, ofreciéndoles conocimientos, herramientas y el acompañamiento necesario para que potencien sus negocios.

**Emprende Pro Mujer** se creó en el 2021 como una plataforma educativa digital para mujeres de Latinoamérica que emprenden por necesidad.

El objetivo principal de **Emprende Pro Mujer** es que las mujeres transformen sus realidades y comunidades a partir del desarrollo de capacidades y habilidades personales y de negocios, **generando prosperidad personal, empresarial, económica y financiera.**

*Su objetivo es la sensibilización y fortalecimiento de la mujer, y de los negocios liderados por ellas mismas a través del aporte de contenidos, herramientas y capacitaciones.*

Además de estar acompañadas por el equipo de **Emprende Pro Mujer** a lo largo de todo su proceso de formación y crecimiento, las participantes forman parte de una comunidad emprendedora latinoamericana en la que se conectan, intercambian experiencias y aprenden junto a otras mujeres y mentoras.


**Emprende Pro Mujer** pone a disposición herramientas y contenidos de alta calidad, con perspectiva de género, actualizados, accesibles, entretenidos, efectivos y adaptados a contextos locales y regionales. **Son recursos pensados por mujeres y para mujeres que emprenden o desean emprender, diseñados para responder a sus necesidades y acompañarlas tanto en su desarrollo personal como empresarial.**

En este contexto, **Emprende Pro Mujer** reafirma su compromiso con la comunidad emprendedora de mujeres en América Latina, trabajando para cerrar las brechas de conocimiento y confianza que limitan su inclusión financiera. A través de programas diseñados específicamente para ellas, no solo se brinda formación educativa, sino también un impulso concreto a su liderazgo y autonomía en la toma de decisiones económicas.

**Al facilitar el acceso a financiamiento, promover la educación financiera y fomentar redes de apoyo, Emprende Pro Mujer contribuye activamente a que más mujeres desarrollen sus negocios con éxito, accedan a oportunidades económicas y transformen sus comunidades.** Porque cuando las mujeres emprenden con conocimiento y confianza, generan crecimiento, innovación y bienestar para toda la sociedad.


Según la evaluación realizada por el Grupo Impacta, que analiza el programa **Comienzo mi Negocio de Emprende Pro Mujer**, la participación en éste, está asociada con mejoras significativas **en la adopción de prácticas empresariales fundamentales.**

El programa también tiene un impacto significativo en la capacidad de ahorro, y ambos factores se traducen en un mayor índice de supervivencia empresarial y un incremento en las ventas:




**El 84% de las emprendedoras adoptan al menos 3 de las 4 prácticas empresariales fundamentales,** lo que demuestra la apropiación y uso del contenido de Comienzo Mi Negocio. Para efectos del análisis se definieron 4 prácticas empresariales fundamentales:

- i) Contar con un modelo de negocio definido y por escrito
- ii) Elaborar un presupuesto de gastos
- iii) Llevar un registro de ventas y
- iv) Disponer de canales digitales de mercadeo de productos



**El 49.6% de las mujeres beneficiarias afirma que, gracias al programa, ha incrementado su capacidad de ahorro,** lo que evidencia su contribución al cumplimiento de los objetivos propuestos para fortalecer la gestión financiera de las participantes.



**La participación en el programa Comienzo Mi Negocio** está asociada con el aumento de 8.5 puntos porcentuales en la probabilidad de supervivencia empresarial, lo cual aporta a la generación de ingresos futuros de las beneficiarias.

Así, al proyectar las ventas del grupo de participantes a 10 años, y considerando los efectos derivados de la adopción de prácticas empresariales y el incremento en la probabilidad de supervivencia, se estima que el impacto económico del programa logrará un incremento del 21% en los ingresos totales de las beneficiarias en los próximos 10 años.

Por su parte, el aumento de la probabilidad de supervivencia también deriva directamente del fortalecimiento de la capacidad de ahorro que el programa promueve. Es por ello que una de las apuestas fundamentales de **Comienzo Mi Negocio** y de todos los demás programas de **Emprende Pro Mujer** es el mejoramiento de las capacidades de ahorro de las participantes, y se ha demostrado que efectivamente el programa logra este objetivo, pues los datos recolectados evidencian que el **49 % de las mujeres beneficiarias afirma que, gracias al programa, ha incrementado su capacidad de ahorro.**

De esta manera, las emprendedoras que adquieren la habilidad de ahorrar desarrollan una mayor resiliencia frente a choques económicos negativos. De hecho, el estudio de Gallagher, et al (2019) usado como escenario contrafactual sugiere que **aquellas emprendedoras que cuentan con ahorros, aumentan su probabilidad de supervivencia empresarial 18 puntos porcentuales** en comparación con aquellas que no han desarrollado esta habilidad financiera.

Este incremento en la probabilidad de supervivencia **no solo contribuye a la sostenibilidad de los negocios de las emprendedoras, sino que también refuerza la seguridad económica de las participantes y sus familias en el largo plazo.**



**Oneyda Amaya, Honduras**

## Finanzas y habilidades digitales

Oneyda Amaya es de Tegucigalpa, Honduras, y su emprendimiento se llama AEJ. En su negocio se elabora repostería personalizada y envasados libres de conservantes.

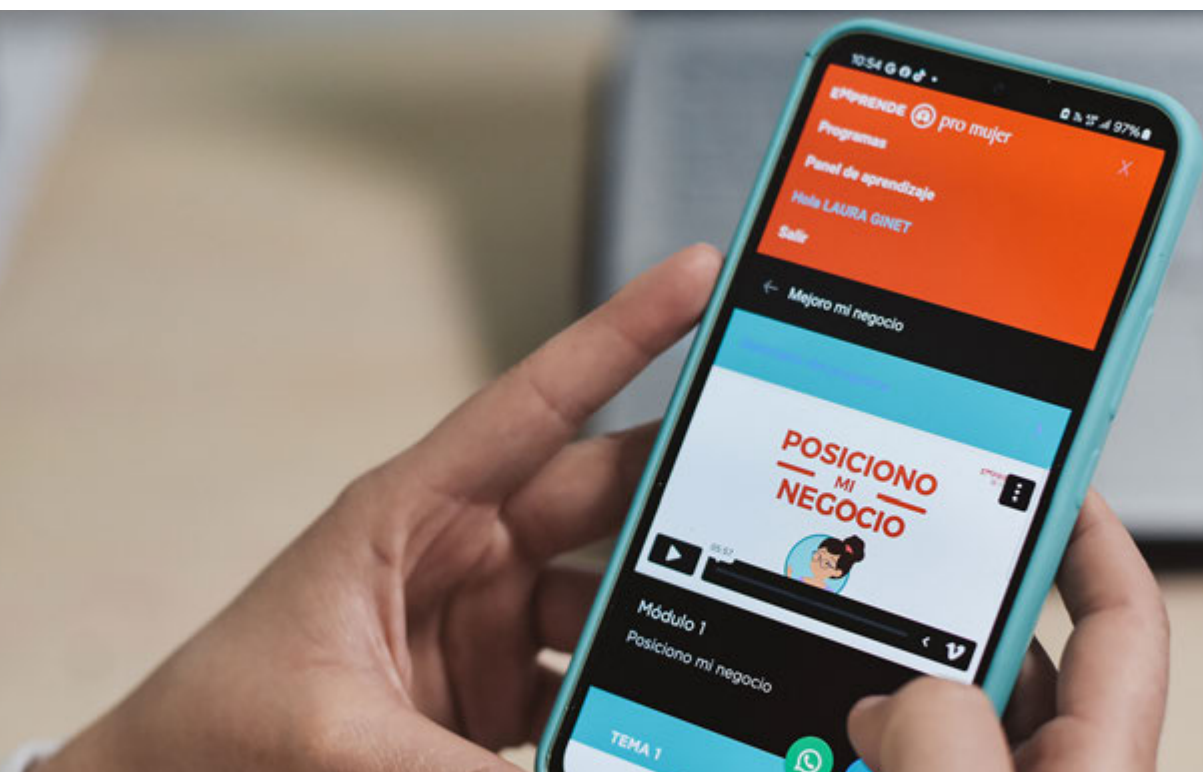
A su vez, la emprendedora destaca la facilidad para utilizar la plataforma. **“Me encantaban las reuniones sincrónicas a través de zoom porque la atención ha sido bien personalizada y atendían todas nuestras inquietudes”**, agrega.

**“Me enteré de los cursos de Emprende Pro Mujer a través de las redes sociales y desde que ingresé me ha ayudado mucho a crecer como empresa, a definir un montón de puntos que teníamos en el aire”**, relata Oneyda.

Gracias a **Emprende Pro Mujer**, Oneyda obtuvo conocimientos en el área de finanzas, a fin de tener más claros los costos y las ganancias, y separar sus finanzas personales de las de su negocio.

**“También he adquirido muchas habilidades digitales y he aprendido sobre la importancia de las redes sociales y los canales digitales para las ventas, por eso ahora cuido mucho más mi programación de contenidos, porque esto me ha permitido posicionar mejor mi negocio y por lo tanto llegar a más clientes”**, añade.

Para ella, la familia fue el motor para montar su emprendimiento. **“Siempre me han inspirado mi familia, la necesidad y el deseo grande como madre de familia de dejarles un legado a mis hijos”**, concluye Oneyda.



## La importancia de la perspectiva de género: romper el “techo de cemento”

Muchas mujeres emprenden por necesidad más que por oportunidad, una realidad influenciada por barreras culturales y sociales que dificultan su acceso al mundo laboral. Según un estudio del **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**, que evalúa anualmente el nivel de actividad emprendedora en distintos países, **el 27% de las mujeres a nivel mundial inició un negocio por necesidad, frente al 21.8% de los hombres. Esta tendencia es aún más marcada en los países de bajos ingresos**, donde el 37% de las mujeres emprende por necesidad, mientras que en los países más desarrollados, la proporción de quienes emprenden por oportunidad es significativamente mayor.

Además de los desafíos estructurales, muchas emprendedoras deben equilibrar la gestión de sus negocios con las responsabilidades del hogar, **lo que limita su crecimiento y refuerza el llamado “techo de cemento”**. A diferencia del “techo de cristal”, que hace referencia a barreras externas impuestas por el entorno laboral, el techo de cemento **es una limitación autoimpuesta o socialmente inducida**, derivada de normas de género que llevan a muchas mujeres a priorizar las responsabilidades familiares sobre su crecimiento personal y profesional.

En este contexto, es fundamental promover el desarrollo emprendedor femenino a través de políticas y programas que garanticen su acceso al financiamiento, la formación y redes de apoyo. Crear **condiciones más equitativas** permitirá que ser mujer y madre no represente una barrera, sino una oportunidad para potenciar su desarrollo profesional y generar impacto económico y social.



*Claudia Bermúdez, Guatemala*

## Emprender para mujeres

Claudia tiene 46 años y vive en la ciudad de Guatemala. Su emprendimiento se llama Armonízate con Mandalas y consiste en brindar talleres virtuales de mandalas, escritura creativa y crecimiento personal para mujeres. Además, vende material didáctico que apoyan los talleres, y realiza trabajos de arte a mano con la técnica de puntillismo y temas de mandalas.

**“Trabajé anteriormente en una ONG donde impartíamos talleres a jóvenes en temas de autoestima, noviazgo y violencia. Allí me gustó el trabajar talleres y darme cuenta que hay una gran necesidad de desarrollar estos y otros temas, entonces me animé a empezar a trabajar por mi cuenta y de forma personal los talleres”, recuerda Claudia.**

Entonces, en 2014 inició su primer taller, y a fin de profesionalizar su propuesta se acercó a los cursos de **Emprende Pro Mujer**, que conoció a través de las redes sociales.

Según ella, las habilidades digitales adquiridas gracias al programa, han sido fundamentales para poder mejorar su emprendimiento, **“pues no solo me han permitido llegar a más mujeres a través de las convocatorias en redes, sino que he podido brindarles una mejor experiencia durante los talleres, porque ahora sé utilizar mejor muchas de las herramientas y los canales virtuales”.**

**“La plataforma es muy fácil de utilizar, los videos son muy entendibles, me gustaron las sesiones con las tutoras ya que aclarábamos dudas y ampliamos la profundidad sobre los temas”, suma la emprendedora.**





## El acceso al crédito en emprendimientos femeninos

Las empresas lideradas por mujeres enfrentan **mayores dificultades para acceder a crédito durante su primer año de operación**, incluso cuando muestran un mejor desempeño crediticio superior al de otras empresas, según el paper titulado **“The gender gap in bank credit access”**, elaborado por Pablo de Andrés, Ricardo Gimeno y Ruth Mateos de Cabo. En otras palabras, el hecho de que una mujer esté al frente de una empresa, puede representar una barrera adicional para obtener financiamiento en sus etapas iniciales.

Sin embargo, esta brecha en el acceso al crédito tiende a desaparecer después del segundo año de funcionamiento del negocio. Una posible explicación de este fenómeno es que, al inicio, los prestamistas tienen poca información sobre el historial financiero de la empresa y, en lugar de analizar en profundidad la sostenibilidad del negocio, recurren a características personales del director o fundadora, como el género, para estimar su solvencia. Esto les permite minimizar los costos de evaluación, **pero perpetúa sesgos que dificultan el acceso temprano al financiamiento** para las emprendedoras.

Esta situación evidencia **la necesidad de generar mecanismos que faciliten el acceso equitativo al crédito desde el comienzo de un emprendimiento**, garantizando que las mujeres puedan desarrollar sus negocios sin enfrentar barreras adicionales derivadas de prejuicios de género.

**El fortalecimiento de políticas de inclusión financiera, la implementación de criterios más objetivos** en la evaluación de riesgo crediticio y el acceso a programas de mentoría pueden ser estrategias clave para reducir estas brechas y fomentar un ecosistema emprendedor más justo y equitativo.





# Cómo lograr que el emprendimiento femenino siga desarrollándose en américa latina y en el mundo

---

Para que el emprendimiento femenino siga desarrollándose en América Latina y el mundo, es fundamental garantizar oportunidades reales para que las mujeres puedan iniciar, consolidar y expandir sus negocios. Brindar acceso a **capacitación, financiamiento y redes de apoyo** no solo fortalece su capacidad de gestión, sino que también **impulsa la evolución y profesionalización de sus proyectos**.

Diversos estudios han demostrado que, cuando las mujeres tienen acceso a recursos y formación empresarial, aprovechan estas oportunidades con entusiasmo y determinación, superando obstáculos y generando impacto positivo en sus comunidades.



Según el **Banco Mundial**, las **emprendedoras que reciben financiamiento adecuado logran un crecimiento sostenido** en sus negocios y contribuyen al desarrollo económico local. Está demostrado que la capacitación en liderazgo y gestión financiera aumenta significativamente la sostenibilidad de los emprendimientos femeninos.

Asimismo, **las redes de apoyo juegan un papel clave en la continuidad y escalabilidad de sus negocios**, permitiendo que las mujeres compartan experiencias, accedan a nuevos mercados y fortalezcan su confianza en la toma de decisiones. Crear un ecosistema que favorezca estas oportunidades **no solo reduce la brecha de género en el emprendimiento, sino que también potencia la innovación, la generación de empleo y el bienestar social**, demostrando que invertir en el talento femenino es una apuesta segura para el crecimiento sostenible.





# Más allá de los datos

---

Estábamos en un evento grande, preparando un panel con seis emprendedoras de México y Colombia. Iba a venir mucha gente a escuchar sus historias y los nervios se hicieron presentes. Una de ellas, una tejedora de Chiapas, hizo que nos tomáramos de las manos y dijo sus palabras mágicas: **“Ninguna sabe todo, pero todas sabemos algo”**. A partir de ese momento, el panel se transformó en una fiesta de aprendizajes y emociones compartidas.

Y también, la definición de “sororidad” cobró una nueva dimensión para el equipo de **Emprende Pro Mujer**.

**Sororidad es compartir en un espacio seguro, esperando que aquello que damos se multiplique en otras manos, así como las nuestras se vuelven prósperas con lo que recibimos.** Sororidad es tejer con todas las voces y los saberes, crear un entramado que nos abriga y no deja a nadie fuera. Es un acto generoso; es amor.

A lo largo de estos años, nos hemos apoyado en estudios e investigaciones que publicaron otras entidades. Resultaron ser una ayuda valiosa para decidir en base a datos, evitar suposiciones, sesgos y mitos. **Hoy queremos sumar a ese mismo ecosistema de conocimiento, evidencias y aprendizajes propios que sabemos pueden ser útiles para otros.**

**Más allá de los datos, queremos destacar lo esencial: detrás de cada número hay mujeres increíbles, reales, con sueños, fuerza y determinación.** Las emprendedoras por necesidad son resilientes, tenaces, creativas, apasionadas y comprometidas. Son una fuente de inspiración y quienes hacemos **Emprende Pro Mujer** tenemos el privilegio de aprender junto a ellas. Somos testigos del poder transformador que nace cuando ellas también lo creen.

**Para ellas, nuestra admiración y gratitud.**



**Sebastián Edreira**

Gerente de Emprende Pro Mujer

---



**Anna Romanelli**

Directora de Educación

---

Para contactarse con  
**Emprende Pro Mujer:**

**Anna Romanelli**

Directora de Educación

✉ [anna.romanelli@promujer.org](mailto:anna.romanelli@promujer.org)

