WEGrow

Liberando el potencial de crecimiento de las emprendedoras en Latinoamérica y el Caribe

EY
Construyendo un mejor entorno de negocios

FOMIN
Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

Acerca del FOMIN

El Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Inter-Americano de Desarrollo (BID) trabaja para apoyar el crecimiento económico y la reducción de la pobreza en Latinoamérica y el Caribe a través de la promoción de la inversión y el desarrollo del sector privado. Como parte de su programa, el FOMIN busca apoyar a los emprendedores y las pequeñas y medianas empresas mediante la creación de un ecosistema favorable para la financiación inicial a través de inversionistas ángel, capital semilla, y el emprendimiento. Más información en: www.fomin.org.

Acerca de EY

EY es líder global en servicios de aseguramiento, asesoría, impuestos y transacciones. Las perspectivas y los servicios de calidad que entregamos ayudan a generar confianza y seguridad en los mercados de capital y en las economías de todo el mundo. Desarrollamos líderes extraordinarios que se unen para cumplir nuestras promesas a todas las partes interesadas. Al hacerlo, jugamos un papel fundamental en construir un mejor entorno de negocios para nuestra gente, clientes y comunidades. Para obtener más información acerca de nuestra organización, visite el sitio: www.ey.com/mx.

La presente publicación es resultado de un estudio comisionado por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), miembro del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), a EY. Ha sido elaborado por EY México con la colaboración y supervisión del Grupo de Financiación en Etapas Tempranas del FOMIN. Las siguientes personas del FOMIN han participado en el proceso de revisión: Susana Garcia-Robles, Monica Pina Alzugaray, Rebeca Granda Marcos, Xuan-Trang Ho, Lauren Murphy, Maria Teresa Villanueva, Yuri Soares, Georg Neumann y Elizabeth Terry.

© 2014 Banco Interamericano de Desarrollo. Todos los derechos reservados; este documento puede reproducirse libremente para fines no comerciales. Las opiniones expresadas en esta publicación son exclusivamente de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.

© 2014 Mancera S.C.
Integrante de Ernst & Young Global
Derechos Reservados

Imagen de la portada: © FOMIN/USA/2013/Pablo López.
Esta imagen fue tomada en *WeXchange, el primer foro para emprendedoras de Latinomérica y el Caribe*, que tuvo lugar el 11 y 12 de diciembre de 2013 en Miami, Florida, EE.UU.
www.wexchange.co

Marzo 2014

CONTENIDO

GLOSARIO DE TÉRMINOS 2
RESUMEN EJECUTIVO 4
¿POR QUÉ ANALIZAR A LAS EMPRENDEDORAS DE ALTO CRECIMIENTO EN LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE? 6
¿QUÉ METODOLOGÍA SE UTILIZÓ PARA DESARROLLAR ESTE ESTUDIO? 10
¿QUIÉNES SON LAS EMPRENDEDORAS DE ALTO CRECIMIENTO DE LA REGIÓN? 14
¿QUÉ CARACTERIZA SU ACTIVIDAD EMPRENDEDORA? 18
¿QUÉ LAS MOTIVA Y QUIÉNES LAS APOYAN PARA EMPRENDER? 23
¿CUÁLES SON SUS AMBICIONES Y ASPIRACIONES? 28
¿QUÉ RETOS ENFRENTAN? 30
¿QUÉ OPINAN LOS EMPRENDEDORES DE ALTO CRECIMIENTO SOBRE ELLAS? 33
¿QUÉ CONSEJOS LE DARÍAS A LAS EMPRENDEDORAS PARA CONVERTIRSE EN EMPRENDEDORAS DE ALTO CRECIMIENTO? 35
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 36
COMPARACIONES ENTRE GRUPOS DE INTERÉS 41
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 49

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Actividad emprendedora: Para fines de este estudio, la actividad emprendedora describe el motivo que impulsó a los emprendedores a desarrollar su proyecto, la ambición con la que comenzaron su empresa, si alguna vez han considerado cerrarla, el sector o industria en el que opera, el alcance de los productos o servicios que ofrecen, su esquema societario y si cuentan o no con algún mentor que los guíe a lo largo de su travesía.

Ambición: La ambición se refiere a las características que diferencian a las emprendedoras exitosas de las menos exitosas, lo que se necesita para transformar una visión en un negocio.

Perfil: En el contexto de este estudio, el perfil de los emprendedores (hombres y mujeres) representa las características que los describen. Estas características incluyen la edad, estado civil, número de hijos (en caso de que los tengan), grado de escolaridad, si provienen o no de una familia de emprendedores y nivel socioeconómico al que pertenecen en la actualidad.

Capital inteligente: El apoyo que reciben los emprendedores de sus inversionistas, quienes además de capital contribuyen al desarrollo de las compañías aportando su conocimiento, experiencia, contactos y habilidades directivas.

Inversionista ángel: Inversionista privado, individuo o entidad, que proporciona capital inteligente a una nueva empresa con alto potencial de crecimiento para fomentar su desarrollo.

Capital semilla: Financiación usada para la inversión inicial en un emprendimiento para el desarrollo de prototipos, investigación de mercado o producción inicial; proporcionada con un horizonte de largo plazo; y con los objetivos de obtener rentabilidad positiva, observar el desarrollo de nuevas tecnologías o diversas motivaciones personales (devolver a la sociedad, volver a emprender, desarrollarse, etc.). Adicionalmente, el capital semilla presenta un perfil de alto riesgo/alto retorno más elevado que el capital emprendedor.

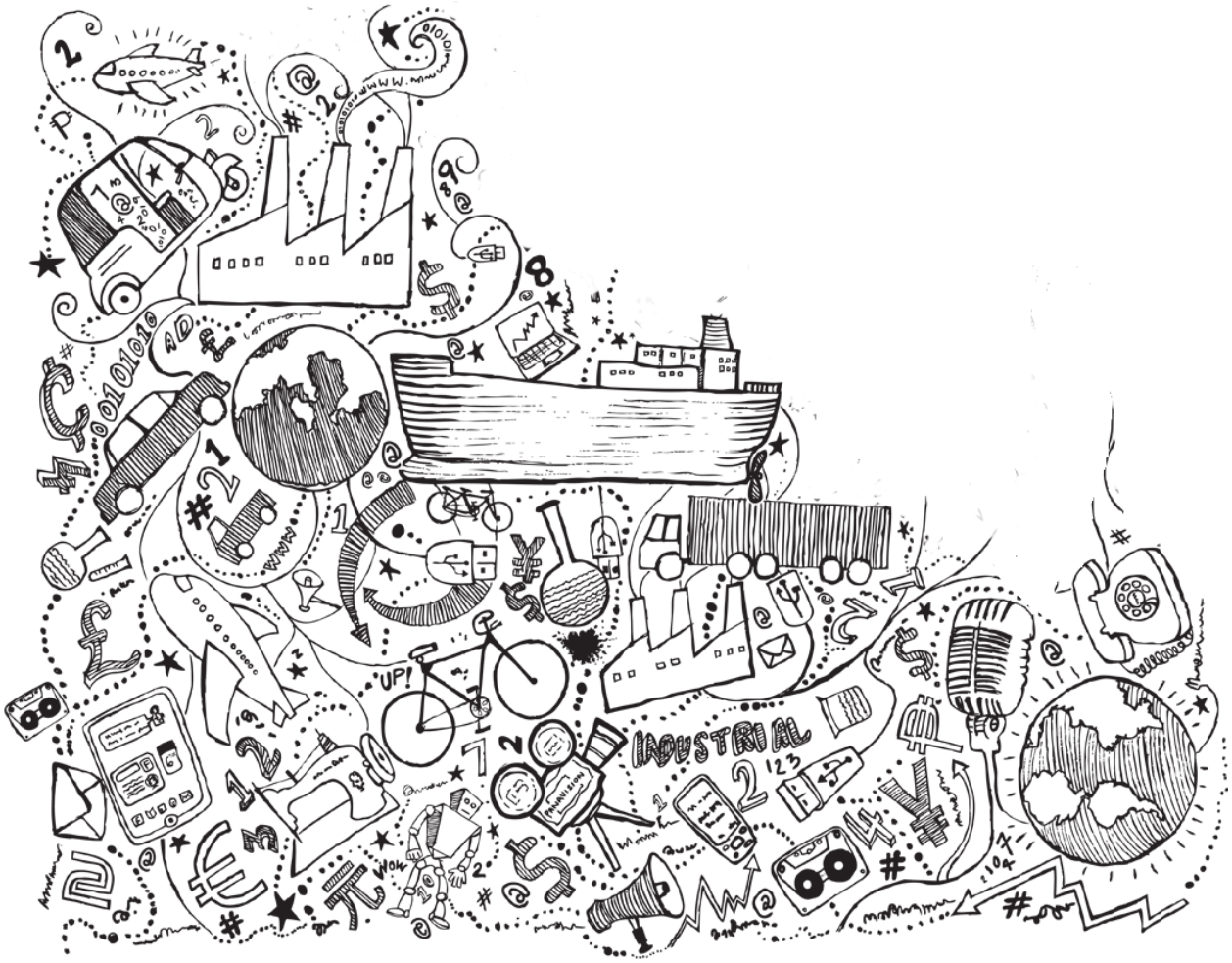
Capital emprendedor: Financiación posterior al capital semilla aplicada en la primera mayor expansión de una empresa para cubrir las necesidades de capital de trabajo, inventarios, etc. Es proporcionada con un horizonte de cuatro o cinco años; y con el objetivo de maximizar el retorno financiero.

Emprendedoras de alto crecimiento: Emprendedoras cuya empresa es formal y ha registrado un crecimiento anual de por lo menos el 20% en ingresos y/o empleos en los últimos tres años.

Emprendedores de alto crecimiento: Emprendedores cuya empresa es formal y ha registrado un crecimiento anual de por lo menos el 20% en ingresos y/o empleos en los últimos tres años.

Emprendedoras de menor crecimiento: Emprendedoras cuya empresa es formal y ha registrado un crecimiento anual entre el 10% y el 19% en ingresos y/o empleos en los últimos tres años.

Valores culturales: Se refieren a las creencias, costumbres y actividades que tienen en común los miembros de una sociedad.



RESUMEN EJECUTIVO

El emprendimiento de alto crecimiento ha demostrado ser un detonador socio-económico de alto impacto. Aunque sólo entre el 5% y 7% de todos los negocios en Estados Unidos (EE.UU) son de alto impacto, estos negocios crean la mayoría de los nuevos empleos en este país[1]. De igual manera, el informe de Endeavor 2012[2] señala que un emprendimiento de alto crecimiento genera alrededor de 30 empleos más al año que una empresa promedio comparable.

Los emprendedores de alto crecimiento crean empleos, inspiran a otros emprendedores y a personas con aspiraciones de emprender, invierten en sus comunidades y contribuyen a que sus ecosistemas emprendedores generen nuevos negocios. Aunque cada emprendedor y cada empresa son diferentes, todos comparten algo en común: su liderazgo excepcional, lo que les permite materializar su visión y contagiar su pasión a sus equipos, inversionistas y comunidades[3].

En la región de Latinoamérica y el Caribe, se conoce poco de los emprendedores de alto crecimiento y se conoce mucho menos de las emprendedoras cuyas compañías han logrado alto crecimiento: ¿quiénes son?, ¿cómo lograron alcanzar este nivel de crecimiento en sus empresas?, ¿qué las motiva?, ¿cuáles son sus principales retos y ambiciones?, ¿qué necesitan para seguir creciendo? Este reporte pretende recopilar información para conocerlas mejor y explorar aspectos comunes de las mujeres cuyas empresas han experimentado altos niveles de crecimiento (referidas como emprendedoras de alto crecimiento en este reporte).

Específicamente, los objetivos de este estudio son:

- Identificarlas: Sus perfiles, necesidades, retos y factores clave que contribuyen al éxito de las emprendedoras de alto crecimiento en esta región.
- Analizarlas: Comparar y analizar a las emprendedoras de alto crecimiento con los emprendedores de alto crecimiento y con emprendedoras cuyas empresas registran menores tasas de crecimiento[4].
- Fomentar su participación: Proponer áreas de intervención para fomentar la iniciativa emprendedora de alto crecimiento entre las mujeres de la región.

Los hallazgos presentados a continuación se derivan del estudio de mujeres y hombres emprendedores en nueve países de la región (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Jamaica, México, Perú, y Uruguay). En general, se observó que las emprendedoras de alto crecimiento en Latinoamérica y el Caribe:

- Iniciaron sus empresas impulsadas por oportunidad, no por necesidad.

[1] *The Vital Entrepreneur: High Impact at Its Best. (2013). EY, Fundación Kauffman.*

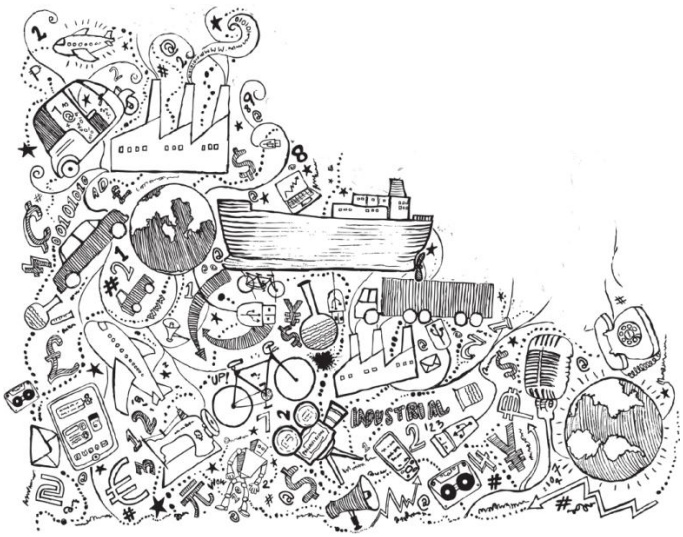
[2] *How High Is High Impact? (2012). Endeavor Global.*

[3] *The Vital Entrepreneur: High Impact at Its Best. (2013). EY, Fundación Kauffman.*

[4] *Emprendedoras cuyas empresas son formales y han registrado un crecimiento anual entre 10% y 19%, ya sea en ingresos o en empleos durante los últimos tres años.*

- Tienen entre 30 y 39 años, viven con su pareja y tienen dos hijos en promedio.
- Provienen de familias con historial emprendedor.
- Actualmente pertenecen a un nivel socioeconómico alto o medio-alto.
- Cuentan con un título universitario (licenciatura o título equivalente).
- Confían en su "olfato de negocio" y en su preparación técnica para comenzar un negocio.
- Generalmente emprenden en sectores tradicionales o maduros.
- Inician con la idea de consolidar su emprendimiento como una empresa mediana o grande dentro de su país.
- Son dueñas mayoritarias de sus empresas y/o obtienen fondeo a través de sus familiares y amigos.
- Para compaginar los múltiples roles que la sociedad espera de ellas se apoyan en su círculo más cercano (pareja, familia y amigos).
- Quieren seguir haciendo crecer su empresa y estarían dispuestas a hacer todo lo que estuviera a su alcance para llevarla al siguiente nivel.
- Para lograr expandir sus empresas tienen que enfrentar ciertos retos como la falta de financiamiento, el miedo al fracaso y el conflicto entre los múltiples roles que desempeñan.

Captar y explotar la ambición de las emprendedoras debe ser una tarea prioritaria para la iniciativa pública y privada debido al impacto que generan en las economías y en sus comunidades. Además, se debe fortalecer el ecosistema emprendedor promoviendo mejores redes de contactos, ampliando el acceso a una mayor variedad de fuentes de financiamiento, así como favoreciendo políticas del gobierno que apoyen a las emprendedoras facilitando la conciliación de su vida profesional y familiar.



¿Por qué analizar a las emprendedoras de alto crecimiento en Latinoamérica y el Caribe?

- **Porque podrían tener el mismo impacto que tienen en otras economías desarrolladas.**
- **Porque se cree que enfrentan barreras mucho más complejas que sus contrapartes en economías más desarrolladas.**
- **Porque no existe información histórica y confiable acerca de sus perfiles y sus emprendimientos.**

En Latinoamérica y el Caribe, las mujeres representan el 41.6%[5] de la población económicamente activa. La tasa promedio de actividad emprendedora de las mujeres en la región es de 15%[6], de la cual el 71% emprende por oportunidad y el 29% por necesidad[7].

Las mujeres que emprenden por oportunidad generalmente son emprendedoras de largo plazo y tienen un mayor impacto en la economía que las emprendedoras de menor crecimiento; principalmente por la creación de riqueza y de empleos, así como por el impulso a la innovación que generan cuando son comparadas con las emprendedoras de menor crecimiento.

"En Latinoamérica y el Caribe las mujeres enfrentan barreras mucho más complejas en la economía formal que sus contrapartes en países más desarrollados, tales como: una falta de políticas y programas de apoyo y estímulo de la actividad emprendedora, exceso de normativas y procedimientos y falta de acceso al crédito"[8]. Asimismo, existen diferencias en el entorno de emprendimiento para mujeres de diferentes países en la región[9].

Las emprendedoras deben hacer frente a diversos desafíos para lograr emprendimientos de alto crecimiento; no solamente tienen que afrontar retos al inicio de su emprendimiento, sino que **también tienen que enfrentar barreras específicas asociadas a su sexo en las fases subsecuentes del desarrollo de su empresa[10].**

A pesar de los esfuerzos del sector público y privado por mejorar el entorno emprendedor, **aún existe una brecha de género importante en el emprendimiento** (principalmente en términos de cantidad y crecimiento), **que deja rezagada a la población femenina[11].** Esto no sólo es el resultado de un entorno emprendedor complejo al que muchas veces se enfrentan las mujeres en la región, sino también el resultado de las actitudes y motivaciones de ellas mismas.

Entre los retos más significativos que enfrentan las emprendedoras para hacer crecer sus negocios se identifican los siguientes: (i) sus empresas típicamente comienzan con un menor capital que aquellas de los emprendedores, lo que se traduce en un bajo desempeño en términos de activos, ingresos, rentabilidad y supervivencia[12]; (ii) las emprendedoras parecen tener aversión a solicitar y tomar préstamos, normalmente porque creen que su petición será rechazada, y porque consideran que la cantidad otorgada por los préstamos no es suficiente para hacer crecer sus negocios[13]; (iii) las mujeres tienen más dificultades para desarrollar redes de contactos para sus negocios[14];

[5] *Estadísticas de género, Fuerza laboral femenina en Latino América y el Caribe (2012). Banco Mundial. La fuerza laboral se define como la población económicamente activa, todas las personas que aportan su trabajo para producir bienes y servicios durante un periodo determinado.*

[6] *Global Entrepreneurship Monitor. (2013). 2012 Global Report.*

[7] *Los emprendedores motivados por necesidad son aquellos que inician un negocio porque no tienen empleo y necesitan una fuente de ingresos. Los emprendedores motivados por oportunidades son aquellos que buscan mejorar su nivel de ingresos o que buscan independencia económica.*

[8] *Global Entrepreneurship Monitor. (2013). 2012 Global Report.*

[9] *Women´s Entrepreneurial Venture Scope. (2013). EIU.*

[10] *The Vital Entrepreneur: High Impact at Its Best. (2013). EY, Fundación Kauffman.*

[11] *Global Entrepreneurship Monitor. (2013). 2012 Global Report.*

[12] *Scaling Up: Why Women-Owned Businesses Can Recharge the Global Economy. (2009). EY.*

[13] *Ibid.*

[14] *Scaling Up: Why Women-Owned Businesses Can Recharge the Global Economy. (2009). EY. Esto se refiere a las relaciones que ayudan a los profesionales a exhibir sus capacidades y conocer prospectos que en el último de los casos comprará*

(iv) a las emprendedoras les afectada en mayor medida la demanda del trabajo y la vida personal[15]; (v) las mujeres muestran mayor miedo al fracaso y menor confianza en sí mismas[16]; (vi) las mujeres son más susceptibles a operar sus proyectos sin empleados; (vii) las emprendedoras están orientadas al consumidor y rara vez venden fuera de su país[17]; y (vii) las mujeres no cuentan con asesoría especializada para hacer crecer sus empresas[18].

Para que las mujeres puedan convertir su emprendimiento en uno de alto crecimiento, necesitan herramientas y programas adaptados a sus necesidades y a los roles que normalmente tienen en la vida familiar. Además, necesitan contar con seguimiento y apoyo durante las fases subsecuentes para mantener el crecimiento de sus empresas[19].

En Latinoamérica y el Caribe, las mujeres tienen menor seguridad en sí mismas comparado con los hombres, ya que el 56% de las mujeres se consideran capaces de emprender su propio negocio (comparado con el 68% de los hombres)[20]. A su vez, en la región, las mujeres dependen más de sus esposos, parejas y familiares para emprender y hacer crecer sus empresas[21].

Si bien existen factores que a nivel general determinan la decisión de emprender un negocio; como la edad, estatus laboral, educación, nivel de ingresos, red de contactos y percepciones del entorno[22], lo que diferencia a un emprendedor o emprendedora de alto crecimiento es la capacidad que tiene para desarrollar empresas y negocios con un mayor impacto en términos de creación de valor a largo plazo (incluidos la riqueza y generación de empleos), convirtiéndose en modelos a seguir en el mundo del emprendimiento. A través de su liderazgo, motivación y conocimientos, los emprendedores y emprendedoras logran prosperar incluso en momentos económicos adversos.

Muchas emprendedoras de alto crecimiento han superado o simplemente ignorado barreras comunes consiguiendo avanzar hacia un crecimiento sostenido de sus emprendimientos.

En Latinoamérica y el Caribe aún no existe información histórica y confiable acerca del emprendimiento femenino de alto crecimiento, lo cual afecta la visibilidad de la actividad emprendedora total de la región. Además de ser un tema reciente, el número de casos de éxito no es muy grande en comparación con el emprendimiento masculino de alto crecimiento. Existen una serie de iniciativas impulsadas por organizaciones y redes de mujeres que pueden contribuir al empoderamiento y autonomía de las mujeres, pero no han sido captadas en los

servicios de ellos y/o los recomendará a compradores *potenciales.*

[15] *Ibid.*

[16] *Ibid.*

[17] *Global Entrepreneurship Monitor. (2013). 2012 Women's Report.*

[18] *Scaling Up: Why Women-Owned Businesses Can Recharge the Global Economy. (2009). EY.*

[19] *"Le développement de l'entrepreneuriat feminine". (2013). OIT. Un ejemplo de los programas de apoyo adaptados a las necesidades de las mujeres es el realizado en conjunto por la OIT (Organización Internacional del Trabajo) y la WED (Women's Entrepreneurship Development), en cinco países de África y Asia, para 3.600 mujeres. Los principales resultados de este programa fueron: aumentar los ingresos de las empresas de las mujeres hasta en un 50% y elevar aproximadamente cuatro veces su nivel de ventas.*

[20] *Scaling Up: Why Women-Owned Businesses Can Recharge the Global Economy. (2009). EY.*

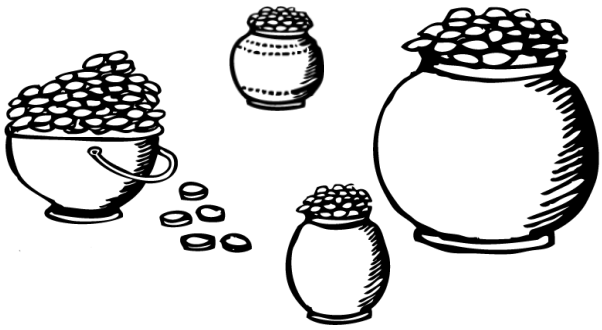
[21] *Global Entrepreneurship Monitor. (2013). 2012 Women's Report.*

[22] *Ibid.*

registros estadísticos y no han sido sistematizadas satisfactoriamente para evaluar sus impactos[23].

De acuerdo con datos estimados del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en Latinoamérica y el Caribe, la tasa anual de nuevas empresas establecidas en 2012 fue 7% más que el año anterior[24], lo que deja espacio para que la actividad emprendedora siga desarrollándose. Sin embargo, lo que no es tan evidente es la necesidad de promover el emprendimiento por medio de mayor educación, oportunidad y apoyo a emprendedoras potenciales.

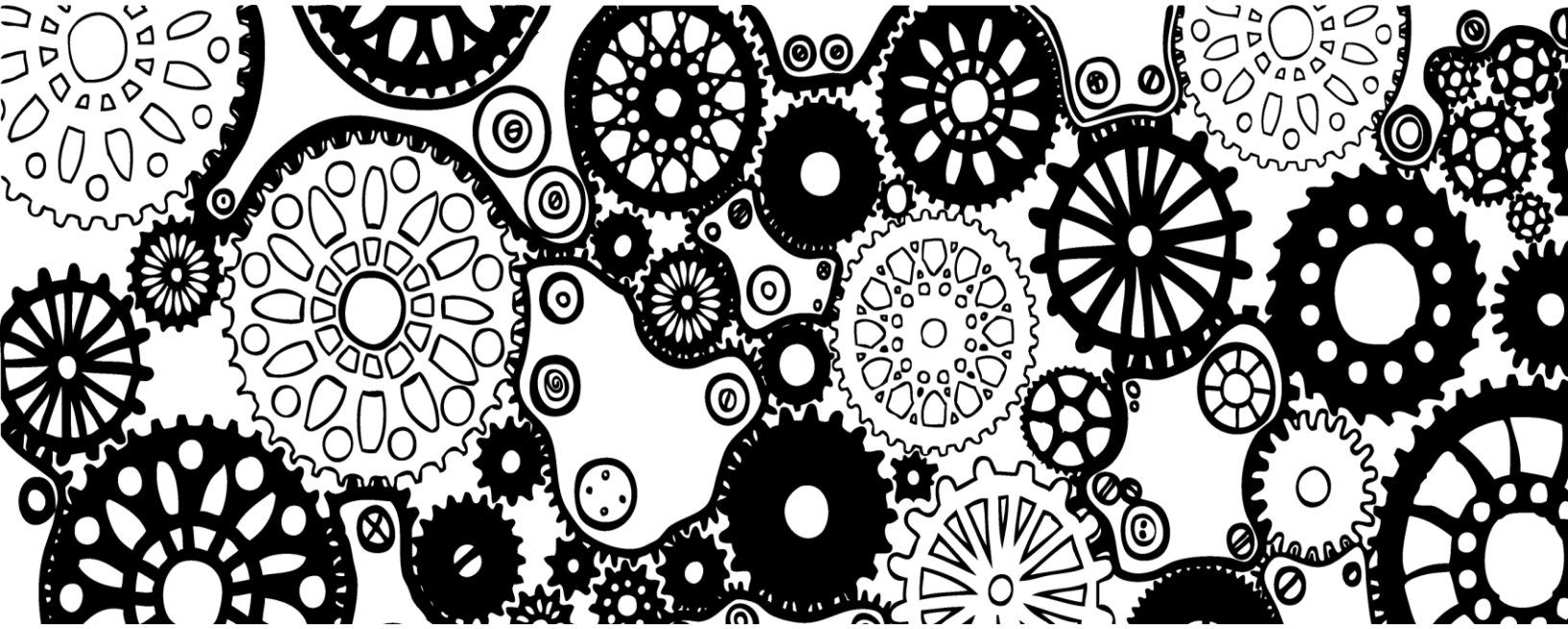
En los últimos años, se ha visto un cambio positivo en el ecosistema emprendedor en la región, reflejado en un mayor número de organismos, redes de apoyo y fuentes de financiamiento que se enfocan en proveer servicios específicos para todos los emprendedores. De acuerdo a un estudio de EY, "Women: The Next Emerging Market", al eliminar las barreras vinculadas a cuestiones de sexo que actualmente impiden el avance de las emprendedoras, las empresas se beneficiarían de talentos subutilizados. Las emprendedoras no sólo tienen ideas creativas y ambiciones, sino que también cuentan con las capacidades para llevar nuevos conceptos y productos al mercado.



[23] *Mujeres Emprendedoras en América Latina y el Caribe: Realidades, Obstáculos y Desafíos. (2010). CEPAL.*

[24] *Global Entrepreneurship Monitor. (2014). 2013 Global Report.*

¿QUÉ METODOLOGÍA SE UTILIZÓ PARA DESARROLLAR ESTE ESTUDIO?



El análisis de este estudio se basa en datos cuantitativos y cualitativos recogidos por medio de entrevistas en línea, entrevistas individuales y grupos de enfoque que se llevaron a cabo en nueve países de Latinoamérica y el Caribe (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Jamaica, México, Perú y Uruguay). Se recopiló información de la percepción de las emprendedoras de alto crecimiento a través de los principales participantes de los ecosistemas emprendedores de los países (incubadoras, aceleradoras, asociaciones de emprendedores y académicos). Además realizaron entrevistas a 427 emprendedores (306 mujeres y 121 hombres) y 16 mujeres ejecutivas. Se realizaron ocho grupos de enfoque presenciales, con actores del ecosistema emprendedor en todos los países analizados excepto Uruguay. Estos grupos estuvieron integrados por emprendedores de alto crecimiento y menor crecimiento de ambos sexos, en algunos casos mujeres ejecutivas y actores relevantes del ecosistema emprendedor del sector público y privado.

La muestra se dividió en tres grupos de interés:

Emprendedoras de alto crecimiento: Emprendedoras cuya empresa es formal y ha registrado un crecimiento anual de por lo menos el 20% en ingresos o empleos en los últimos tres años.

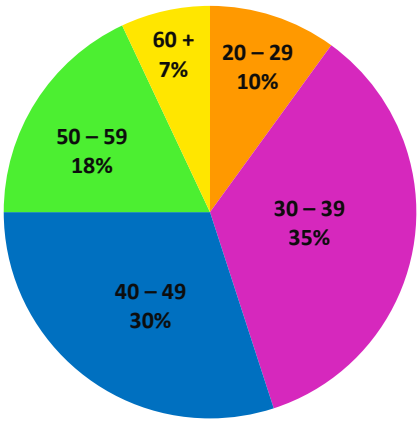
Emprendedores de alto crecimiento: Emprendedores cuya empresa es formal y ha registrado un crecimiento anual de por lo menos el 20% en ingresos o empleos en los últimos tres años.

Emprendedoras de menor crecimiento: Emprendedoras cuya empresa es formal y ha registrado un crecimiento anual entre el 10% y el 19% en ingresos o empleos en los últimos tres años.

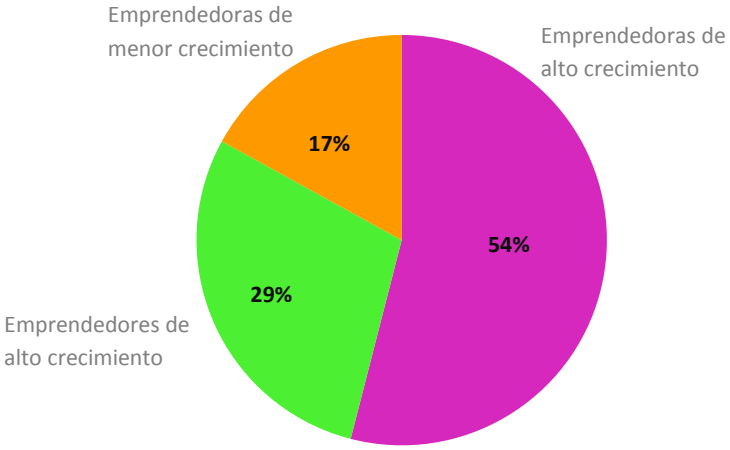
Las estadísticas ilustradas en las gráficas y tablas presentadas en este reporte provienen de las encuestas y entrevistas realizadas por el equipo de EY, a menos que se indique lo contrario.

Edad de los emprendedores entrevistados
(% del total de respuestas)

¿Cuál es su rango de edad?

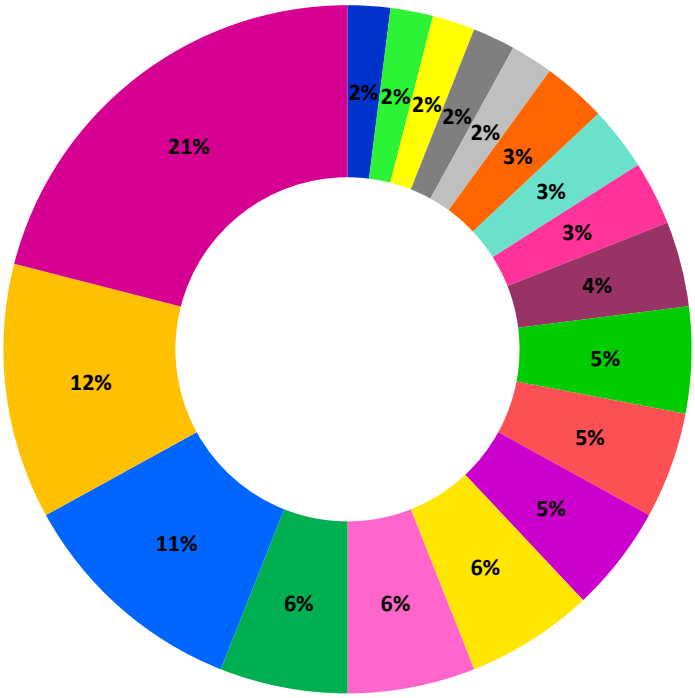


Sexo de los emprendedores entrevistados
(% del total de respuestas)



Emprendedores/as encuestados/as por industria
(% del total de respuestas)

¿A qué industria pertenece su empresa?



Hospitalidad
Construcción
Servicios financieros
Otros consumo
Computación
Agricultura
Entretenimiento y medios
Industrial
Productos de consumo
Software
Comunicaciones
Salud
Comercio al por menor
Internet
Manufactura
Servicios a negocios
Alimentos y bebidas
Otro*

** Otros incluye sectores como biotecnología, bienes raíces, transporte, reciclaje, materiales educativos, energía y servicios públicos, entre otros.*

TEMAS DESARROLLADOS DURANTE LAS ENTREVISTAS

Entrevista a emprendedores:

- Información personal: Edad, estado civil, último grado de estudios, pertenencia a familia emprendedora, antecedentes corporativos.
- Año de fundación de la empresa.
- Descripción de su empresa: Ingresos/ empleados – al inicio y actualmente, financiamiento al inicio de su proyecto, apoyo con el que contó, costo de oportunidad de ser emprendedor.
- Inicio del emprendimiento: Principales motivaciones y retos.
- Actualidad: Visión, obstáculos y objetivos.
- Ecosistema del emprendedor: Calificación al ecosistema del emprendedor en su país, participación del gobierno y la iniciativa privada, rol de las incubadoras y

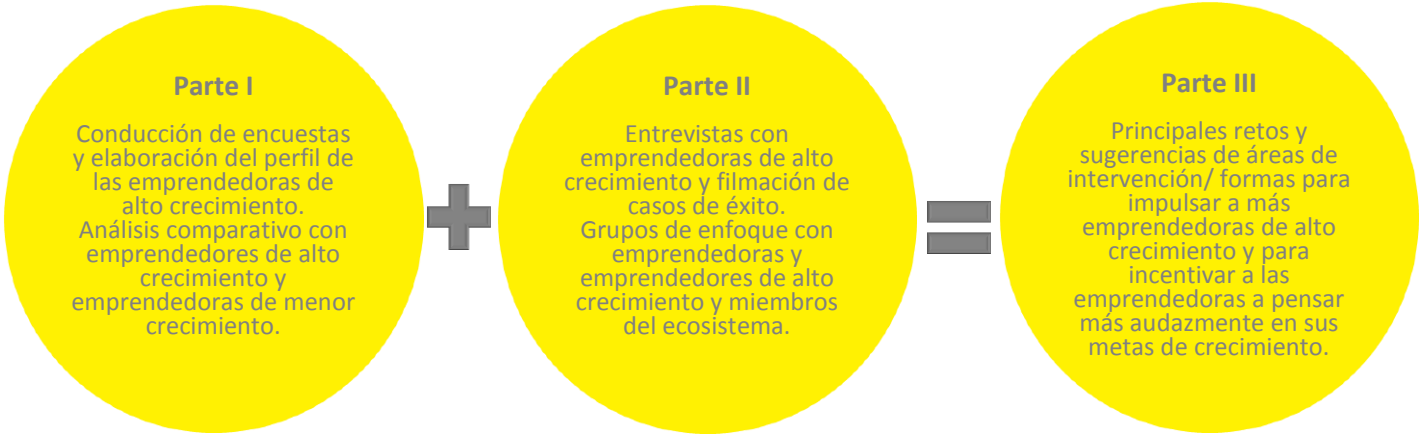
aceleradoras, regulaciones que promueven un ambiente emprendedor (carga social, impuestos, trámites, permisos licencias y patentes), cámaras de comercio y agencias, universidades que promuevan el emprendimiento, desarrollo del mercado de capital.

- Consejo a cualquier entidad del ecosistema del emprendedor.
- Diferencias entre hombres y mujeres emprendedores.
- Definición de ambición y éxito para un emprendedor frente a lo que define una emprendedora.
- Rol de la mujer en su país.
- Características de un emprendedor exitoso.

Entrevista para actores del ecosistema emprendedor:

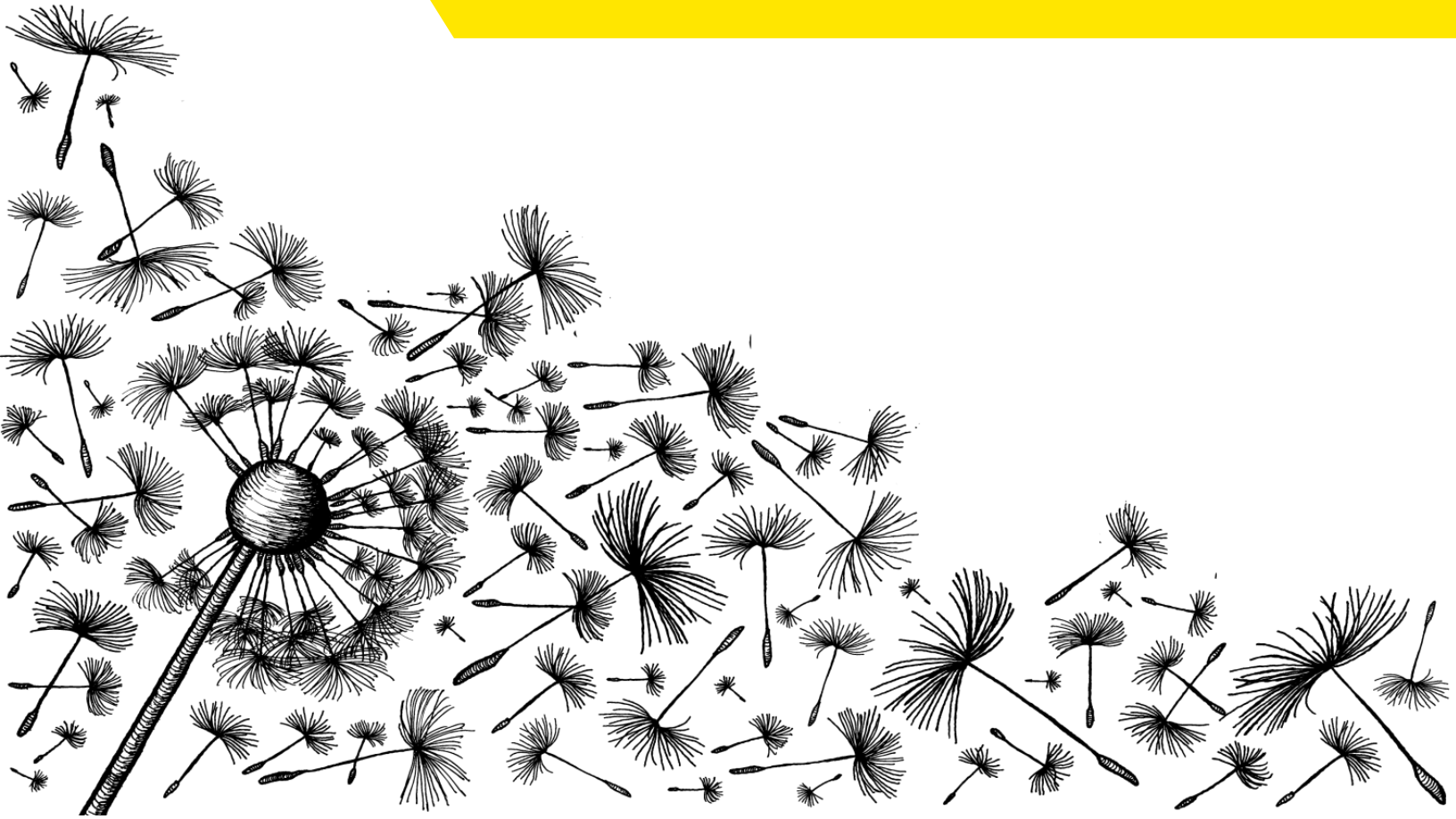
- Calificación del ecosistema del emprendedor.
- Diversos actores: Participación del gobierno, iniciativa privada, rol de las incubadoras y aceleradoras, regulaciones que promueven un ambiente emprendedor (carga social, impuestos, trámites, permisos, licencias y patentes), cámaras de comercio y agencias, universidades que promueven el emprendimiento.
- Desarrollo del mercado de capitales.
- Promoción de información acerca del emprendimiento.
- ¿Qué hacer para incrementar la presencia de mujeres emprendedoras de alto crecimiento?
- ¿Qué hacer para incrementar el éxito de los emprendedores?
- ¿Cuáles son los principales motivadores de un emprendedor cuándo inicia un proyecto?
- ¿Cuáles son los principales retos de un emprendedor para crecer?
- ¿Cuáles son las diferencias entre emprendedores y emprendedoras en relación a oportunidades, liderazgo y gestión?
- ¿Cuál es el rol que desempeñan las mujeres en cada uno de los países?
- Consejo a cualquier entidad del ecosistema emprendedor con el propósito de acelerar el crecimiento de los emprendedores.

El estudio siguió las siguientes fases:



¿QUIÉNES SON LAS EMPRENDEDORAS DE ALTO CRECIMIENTO DE LA REGIÓN?

- **Mujeres de entre 30 y 39 años que viven con su pareja y tienen dos hijos en promedio.**
- **Provienen de familias con historial emprendedor.**
- **Pertenecen a un nivel socioeconómico alto o medio-alto y cuentan con una licenciatura o maestría.**



1. El efecto de crecer en una familia emprendedora inspira e influencia el espíritu emprendedor

El crecer en una familia de emprendedores es un factor que moldea el espíritu y las ganas de emprender. Vivir en un ambiente en el que se viven experiencias y aprendizajes de primera mano de parte de los padres con empresa propia; va sembrando la semilla para que tarde o temprano se embarquen en la aventura emprendedora. Esto es lo que se denomina el "*Kitchen Table Effect*", los hijos e hijas de familias emprendedoras viven y aprenden de las experiencias y consecuencias de emprender. Tres de cada cuatro emprendedores de alto crecimiento (hombres y mujeres) encuestados provienen de familias emprendedoras.

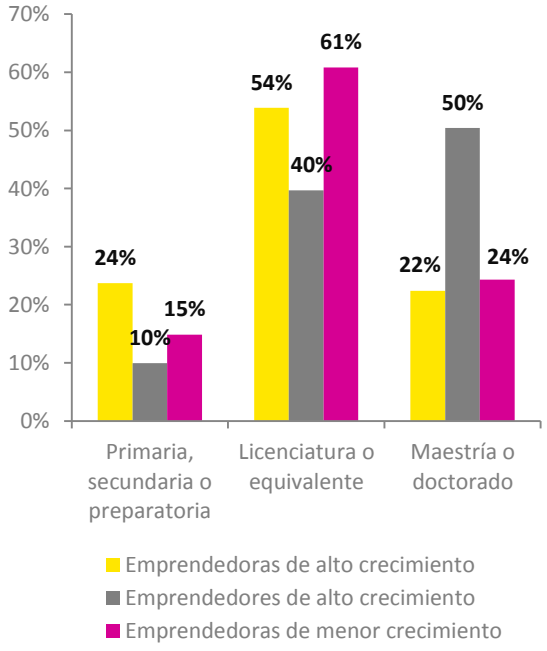
Tanto emprendedoras como emprendedores provenientes de este tipo de familias recibieron inspiración e influencia para emprender. Sin embargo, al salir de este núcleo y exponerse a otro tipo de contactos, los hombres tienden a buscar mentores fuera de su círculo familiar que les ayude a echar a andar su empresa y eventualmente a desarrollarla. Esto no pasa con **las emprendedoras**; ellas, de forma general, **se quedan con modelos a seguir y mentores que son parte de su familia.** En muchas ocasiones, estos mentores no cuentan con experiencias actualizadas o con el conocimiento necesario para maximizar el potencial de su empresa.

2. La educación superior es clave y la exposición a experiencias internacionales marca la diferencia

Estar expuesto a un ambiente académico y a experiencias internacionales puede marcar la diferencia en la velocidad de crecimiento de las empresas; estas experiencias mejoran la habilidad de los emprendedores para hacer conexiones y generar una red de contactos más amplia, y también pueden moldear su ambición de crecimiento.

Los datos muestran que los hombres no sólo cuentan con una mayor educación, sino que también una proporción más alta de ellos ha tenido la oportunidad de estudiar en el extranjero.

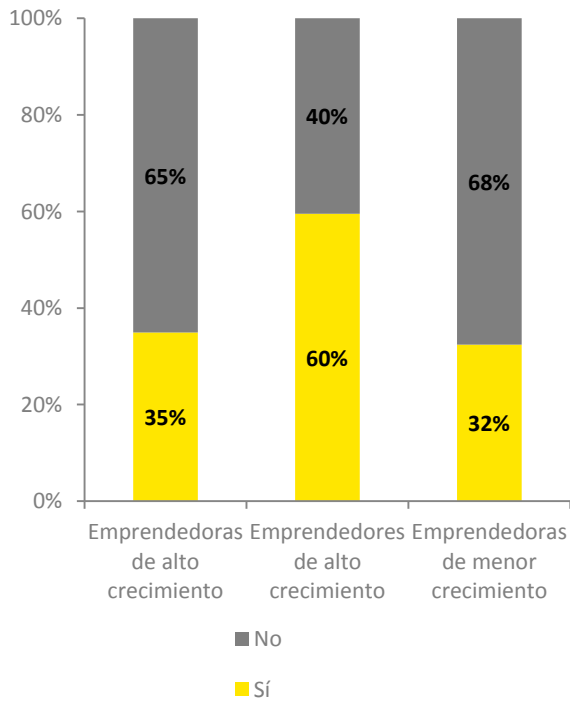
Nivel educativo
(% del total de respuestas)
¿Cuál es su máximo grado de estudios?



A pesar de que la mayoría de los emprendedores y emprendedoras cuentan con estudios a nivel licenciatura, existe una diferencia significativa en el nivel de estudios que tiene cada grupo. La mitad de los emprendedores de alto crecimiento encuestados cuentan con estudios a nivel posgrado (maestría o doctorado), comparado con el 22% de las emprendedoras de alto crecimiento y el 24% de las de menor crecimiento.

Aproximadamente un tercio de las emprendedoras (de alto y menor crecimiento) tuvieron la oportunidad de estudiar en el extranjero, comparado con el 60% de los emprendedores que tuvieron esta experiencia educativa fuera de su país.

Estudios en el extranjero
(% del total de respuestas)
¿Ha tenido la oportunidad de estudiar en el extranjero?



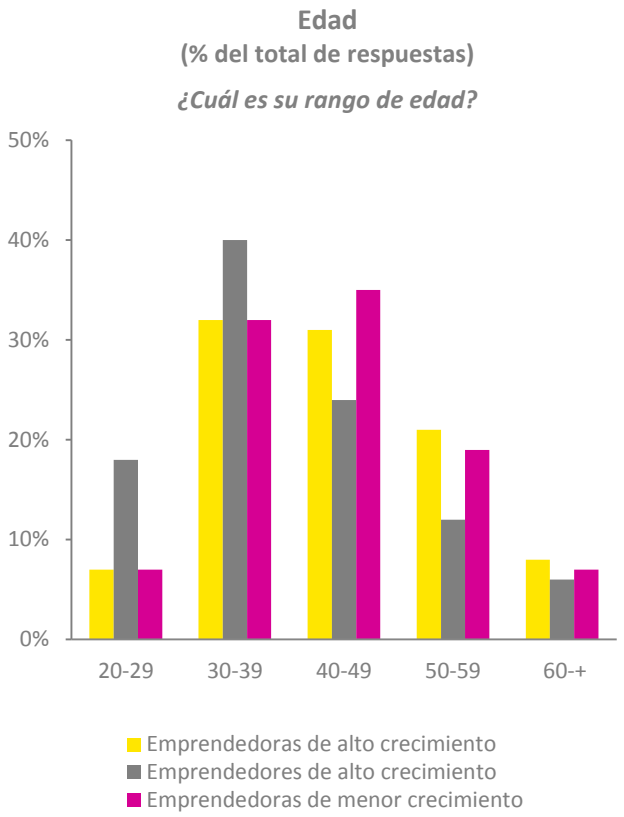
La exposición a experiencias internacionales beneficia y moldea el perfil del emprendedor, ya que él o ella se favorecen de contar con una mayor perspectiva de negocios, conocer nuevas maneras de enfrentar obstáculos, tener una mayor diversidad cultural y desarrollar la habilidad para identificar nuevas oportunidades de negocios. Por lo tanto, fomentar que las mujeres tengan experiencias internacionales es clave para que consigan el éxito.

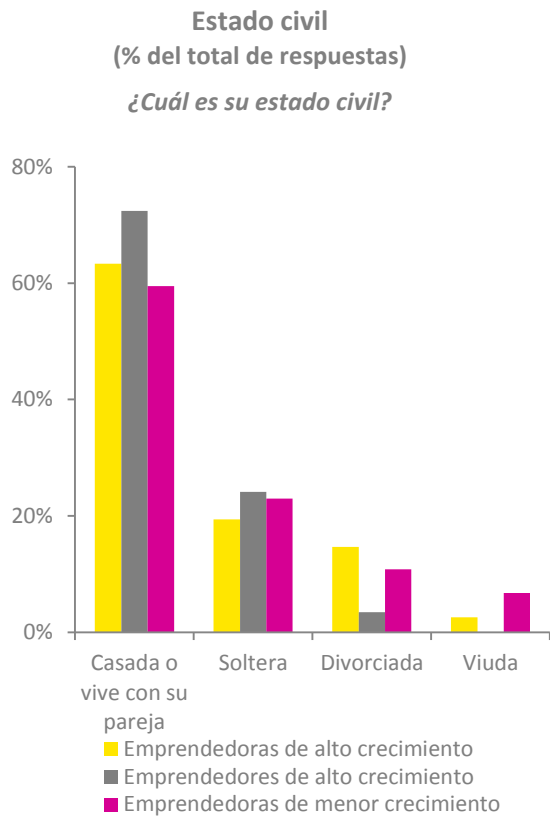
3. La edad y el estado civil no marcan una gran diferencia aunque ellas tienden a emprender más tarde en su carrera

La mayoría de las emprendedoras de alto crecimiento son jóvenes maduras (70% tienen entre 20 y 49 años), tienen niveles educativos altos (por lo menos 76% cuenta con licenciatura), y tienen el apoyo de sus familias y parejas (63% de ellas está casada o vive con su pareja) en las diferentes etapas de su empresa.

Al igual que la mayoría de las emprendedoras de alto crecimiento, una gran parte de los emprendedores de alto crecimiento (82%), tienen menos de 50 años. Sin embargo, los datos sugieren que **ellos tienden a emprender desde una edad más temprana que las mujeres** ya que el 18% de los emprendedores tienen entre 20 y 29 años, mientras que sólo 7% de las emprendedoras pertenece a este rango de edad (de alto y menor crecimiento).

Sin distinción del sexo, la mayoría de los emprendedores están casados o viven con su pareja.





¿DÓNDE ESTÁN LAS PRINCIPALES DIFERENCIAS?

	Emprendedoras de alto crecimiento	Emprendedores de alto crecimiento	Emprendedoras de menor crecimiento
Con estudios en el extranjero	35%	60%	32%
Entre 20 y 29 años de edad	7%	18%	7%
Con padres con grado universitario	48%	70%	51%
NIMH[25] predominante	Alto y medio-alto 72%	Alto y medio-alto 96%	Alto y medio-alto 73%

Nota: Los campos enmarcados en amarillo denotan diferencias significativas con el resto de los grupos de interés.

[25] *NIMH: El nivel de ingresos mensual por hogar se deriva de los rangos de ingresos definidos por los organismos nacionales de información estadística y estudios socioeconómicos de cada país.*

¿QUÉ CARACTERIZA SU ACTIVIDAD EMPRENDEDORA?

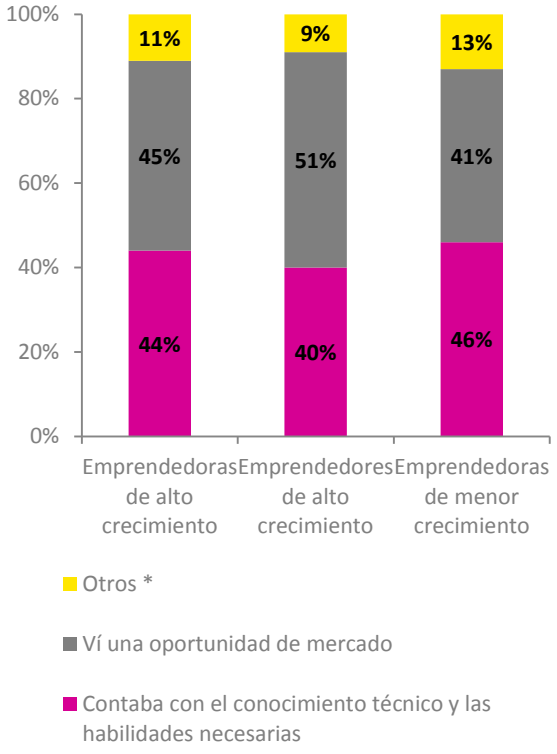
- **Confían en su "olfato de negocio" y en su preparación técnica para emprender. Lo hacen en sectores tradicionales o maduros y comienzan pensando en tener una empresa mediana o grande dentro de su país.**
- **Son dueñas mayoritarias de sus empresas y se asocian principalmente con familiares y amigos y obtienen fondeo a través de ellos.**
- **Su empresa actual es la primera y desde que la iniciaron no han considerado cerrarla o venderla ante dificultades económicas o por conflictos para administrar su tiempo.**

1. Buscan oportunidades en sectores conocidos

La mayoría de las emprendedoras de alto crecimiento, al igual que los emprendedores de alto crecimiento, empezaron sus negocios por oportunidad, ya sea porque identificaron o crearon una necesidad en el mercado. Esta oportunidad es reforzada por el hecho de que la mayoría de los emprendedores, hombres y mujeres, cuentan con los conocimientos técnicos que se requieren en su sector.

Motivo para emprender
(% de las respuestas)

¿Por qué decidió emprender en esa industria?



* *Otros incluye motivos para emprender como para explorar una nueva industria, contaba con contactos de la industria que la/lo inspiraron o apoyaron, o la compañía le fue traspasada.*

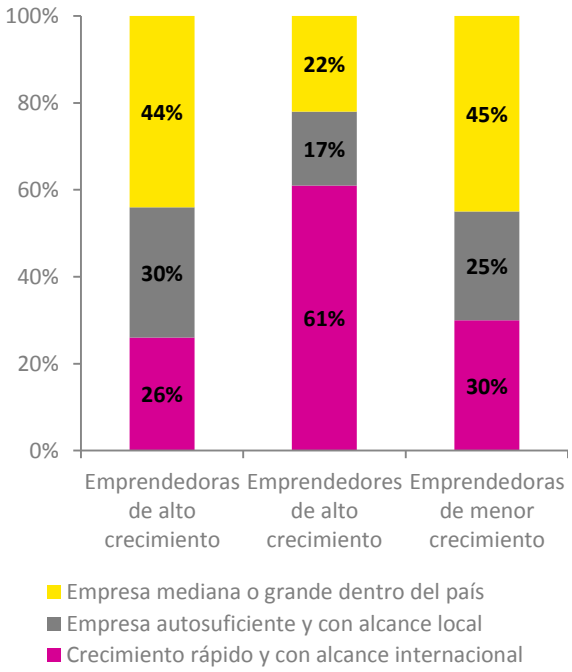
2. La ambición se transforma con el tiempo

A diferencia de los emprendedores, las emprendedoras de alto y menor crecimiento iniciaron sus proyectos teniendo en mente llegar a construir una empresa con alcance nacional. Es decir, no tenían la aspiración de crear un negocio con alcance regional o internacional.

No obstante, con el paso del tiempo y a medida que su empresa se consolida en el país, el mercado local empieza a ser pequeño para ellas. Es en este momento en el que pensar en grande y fuera de las fronteras de su país se transforma en el siguiente reto y, por lo tanto, sus ambiciones cambian.

Propósito inicial al emprender
(% de las respuestas)

¿Cuál fue el propósito con el que inició su empresa?



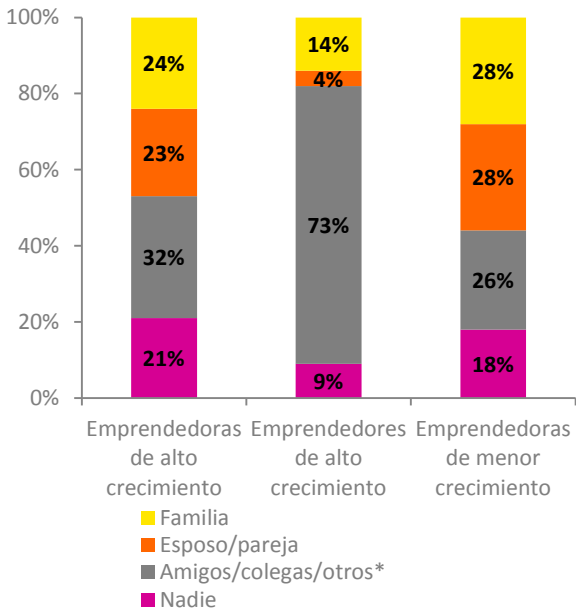
3. Tienden a emprender solas o asociarse con su familia

La mayoría de las emprendedoras son accionistas mayoritarias de su empresa. Sin embargo, aquellas que deciden asociarse tienen preferencia por asociarse con familia y amigos. Alrededor del 50% de las emprendedoras (de alto y menor crecimiento) se han asociado con familiares o su pareja, mientras que el 60% de hombres que se ha asociado con amigos, colegas u otros emprendedores. Sólo el 18% de los emprendedores de alto crecimiento tiene una sociedad con su esposa (4%) o algún familiar (14%).

Socios

(% de las respuestas)

¿Con quién se asoció para crear su empresa?



* *Otros incluye a compañeros de estudios, otros emprendedores, especialistas en otras áreas de la cadena de valor de su empresa y alguna otra persona de sus redes de contactos.*

4. Buscan apoyo en mentores

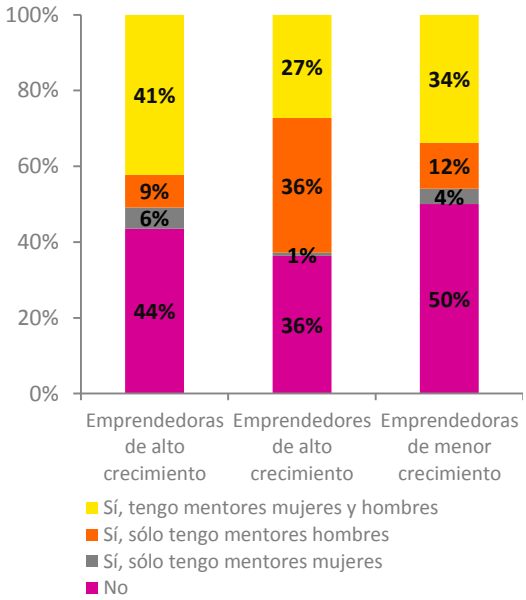
Los datos sugieren diferencias significativas en relación al uso de mentoría o *coaching*. Mientras que el 64% de los hombres tiene mentores que les ayudan a enfocarse en temas empresariales, el 56% de las emprendedoras de alto crecimiento y el 50% para las emprendedoras de menor crecimiento tienen acceso a este tipo de apoyo. A pesar de que por lo menos la mitad de los emprendedores de los tres grupos cuenta con algún tipo de orientación, es notorio que ambos sexos tienen más mentores hombres. Sólo el 1% de los hombres y el 6% de las mujeres de alto crecimiento tienen sólo mentoras, mientras que el 9% de las emprendedoras de alto crecimiento y 36% de los emprendedores sólo tiene mentores.

Ambos, mujeres y hombres emprendedores, se beneficiarían al tener mayor diversidad en sus equipos de mentores y asesores.

Emprendedores con mentor

(% de las respuestas)

¿Tiene un mentor o consejero de negocios?



5. Emprenden en sectores tradicionalmente vinculados a las mujeres

Otro contraste relevante entre los distintos sexos surge al comparar los sectores en los cuales se encuentran sus empresas. Las emprendedoras, tanto de alto como menor crecimiento, están significativamente más vinculadas a sectores más tradicionales o que se asocian más con su sexo. Es decir, las emprendedoras se concentran mayormente en sectores como alimentos y bebidas, servicios, manufactura y comercio al por menor; mientras que los hombres tienden a concentrarse en sectores menos tradicionales y de mayor innovación como el internet y el desarrollo de software.

6. Tienen menor alcance internacional

Las compañías de los emprendedores de alto crecimiento tienen mejor alcance internacional que el de las emprendedoras ya que más hombres han sido capaces de colocar sus productos y servicios en el mercado regional o internacional. Esta diferencia se podría explicar no solo por la ambición inicial de estas emprendedoras, ya que el 76% no buscaba cruzar las fronteras, sino también por su actitud más cautelosa. Ellas tienden a asociarse con personas de su círculo cercano, y como consecuencia, sus socios y mentores, en muchos casos, no tienen un perfil profesional o internacional.

7. Son menos aventuradas que los hombres

Las mujeres y los hombres tienen perfiles emprendedores distintos dado que cada grupo se caracteriza por una manera diferente de enfrentar retos y tomar decisiones.

Los datos revelan una actitud más intrépida en los hombres dado que tienden a emprender en sectores menos convencionales y a crear sociedades con personas fuera de su círculo cercano, ya sea con otros emprendedores o colegas. Asimismo, el 67% de los emprendedores de alto crecimiento han tenido otras compañías además de su emprendimiento actual, a diferencia del 38% de las emprendedoras de alto crecimiento y 25% de las emprendedoras de menor crecimiento entrevistadas.

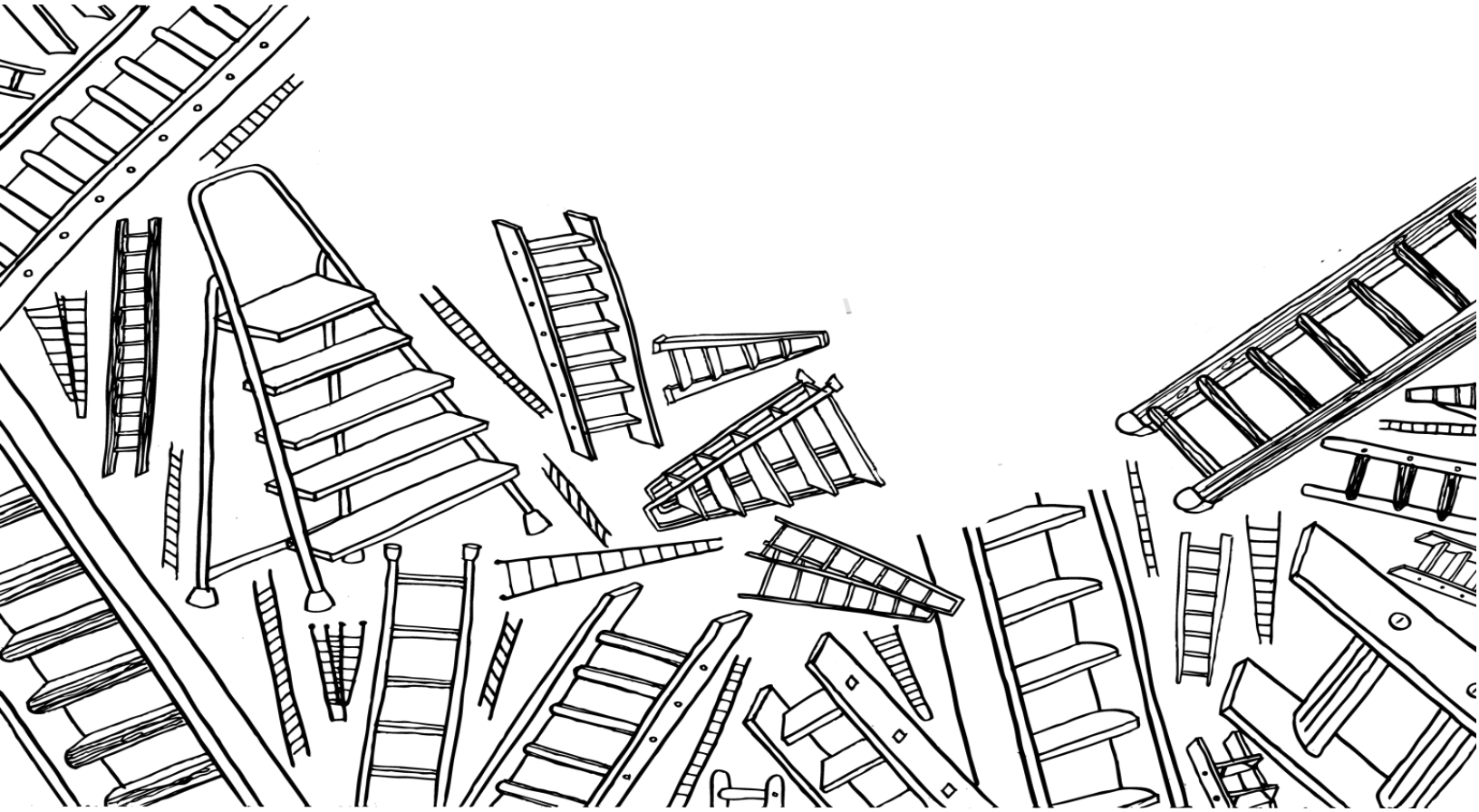
¿DÓNDE ESTÁN LAS PRINCIPALES DIFERENCIAS?

	Emprendedoras de alto crecimiento	Emprendedores de alto crecimiento	Emprendedoras de menor crecimiento
Principales sectores donde emprenden	▪ Alimentos y bebidas ▪ Servicios a negocios ▪ Manufactura	▪ Software ▪ Internet ▪ Servicios a negocios	▪ Alimentos y bebidas ▪ Servicios a negocios ▪ Comercio al por menor
Alcance internacional	40%	71%	27%
Principal ambición al empezar con su empresa	Empresa mediana o grande dentro de su país	Empresa multimillonaria y con alcance internacional	Empresa mediana o grande dentro de su país
Es accionista mayoritario	73%	35%	68%
Socio principal	▪ Familia ▪ Esposo o compañero	▪ Amigos/familia ▪ Colegas	▪ Familia ▪ Esposo o compañero

Nota: Los campos enmarcados en amarillo denotan diferencias significativas con el resto de los grupos de interés.

¿QUÉ LAS MOTIVA Y QUIÉNES LAS APOYAN PARA EMPRENDER?

- **Las emprendedoras de alto crecimiento inician sus empresas impulsadas por la oportunidad.**
- **Para emprender y avanzar con sus empresas se apoyan en su círculo más cercano (pareja, familia y amigos).**



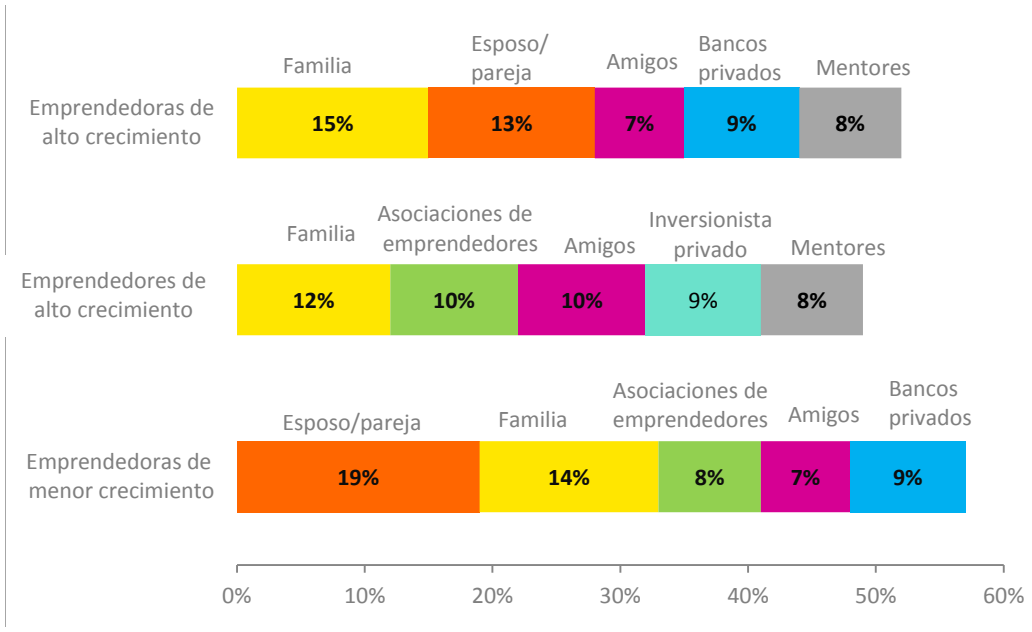
1. El apoyo de su círculo cercano es vital para emprender y para hacer crecer su negocio

Para las emprendedoras **el apoyo de su círculo cercano es vital para emprender.** El grupo encuestado declaró que sus parejas, familias y amigos fueron las principales fuentes de apoyo cuando iniciaron sus empresas y continúan siéndolo cuando deciden crecer sus empresas. Las emprendedoras se caracterizan por confiar en sus parejas y familias para apoyarlas a lo largo de sus proyectos empresariales y en su vida personal.

Para los hombres, el apoyo de la familia, los amigos y la pareja también fue esencial al emprender, aunque a medida que pasa el tiempo y consolidan sus empresas, tienden a depender más del apoyo de otras fuentes. Para llevar sus empresas al siguiente nivel, los hombres tienden a apoyarse más en sus mentores, inversionistas privados y asociaciones de emprendedores, mientras que para las mujeres, estas fuentes de apoyo se mantienen en un segundo plano.

Apoyo para crecer sus empresas
(% del total de respuestas)*

Dadas las siguientes opciones, seleccione las tres principales fuentes de apoyo que tiene actualmente para hacer crecer su empresa:



* *No se incluyen otras fuentes de apoyo que tuvieron menor porcentaje de respuestas como gobierno, incubadoras, aceleradoras, redes de contacto, otros emprendedores, asesores de la industria privada, inversionistas ángeles, capital semilla, capital emprendedor, entre otros.*

2. El principal financiamiento proviene de su círculo cercano

El círculo cercano de las emprendedoras es su principal fuente de financiamiento, tanto para empezar su empresa como para hacerla crecer.

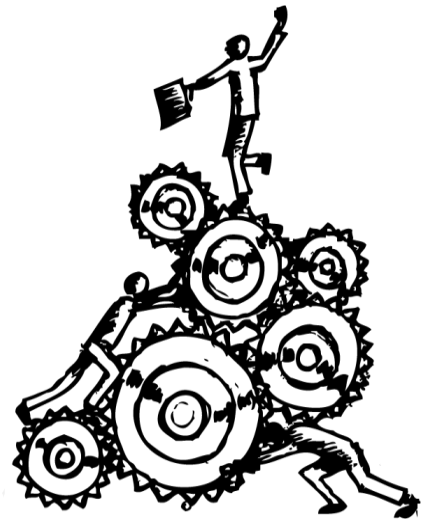
Alineado con las principales fuentes de apoyo de las emprendedoras, gran parte de ellas utilizan sus propios ahorros o se capitalizan con ayuda de sus familiares o amigos al iniciar sus negocios. En general, esto se debe al limitado acceso a financiamiento que enfrentan los emprendedores, tanto hombres como mujeres, cuando comienzan su negocio. Los bancos u otras fuentes de fondeo tradicionales están diseñados para otorgar financiamiento basándose en garantías en lugar de considerar el potencial de los proyectos, y otras opciones de financiamiento como inversionistas ángeles, capital semilla o emprendedor aún no son tan comunes en algunos países de la región.

Las emprendedoras exitosas que buscaron capitalizarse con inversionistas, ya sea inversionistas ángeles, capital semilla o capital emprendedor, lo hicieron con la intención de obtener algo más que financiamiento: capital inteligente.

Los datos indican que el 70% de las emprendedoras de alto crecimiento obtiene fondos de su familia, amigos o ahorros propios, proporción por debajo al de las emprendedoras de menor crecimiento y por encima del 62% de los emprendedores de alto crecimiento. El resto de ellas opta por capitalizarse con préstamos o fondos otorgados por instituciones del sector privado y/o público.

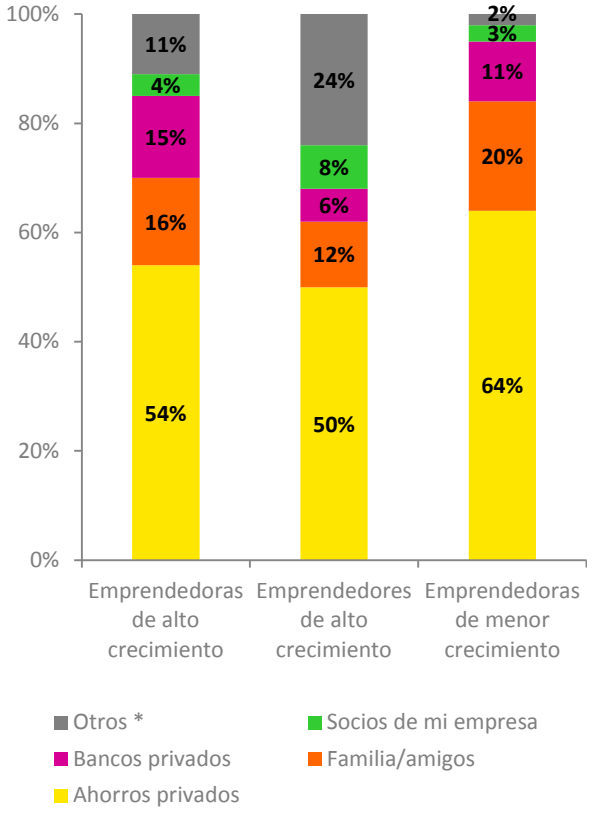
Una segunda fuente de financiamiento en común para las emprendedoras son los préstamos otorgados por el sistema bancario. Al inicio del emprendimiento, 15% de las emprendedoras de alto crecimiento y 6% de los emprendedores de alto crecimiento obtuvieron financiamiento bancario. Posteriormente, para hacer crecer sus empresas, alrededor del 28% de las emprendedoras de alto crecimiento y 17% de los emprendedores de alto crecimiento utilizaron créditos bancarios para financiar su crecimiento.

Esta diferencia se explica por el mayor acceso que ellos tienen a otras fuentes como inversionistas ángeles, capital semilla, capital emprendedor y otros inversionistas privados. **Los emprendedores** tienen mayores redes de contactos y **tienden a salir más de su red cercana** en la búsqueda por diversificar sus fuentes de apoyo y financiamiento. Por lo que podemos concluir que los emprendedores de alto crecimiento están dispuestos a tomar mayores riesgos y buscan rodearse de personas que puedan agregar valor a sus negocios.



Fuentes de financiamiento utilizadas para emprender
(% del total de respuestas)

¿Cuál fue la principal fuente de financiamiento que utilizó para iniciar su empresa?



**Otros incluye fuentes de financiamiento provenientes del gobierno, incubadoras, aceleradoras, inversionistas privados, entre otros.*

3. SU MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER ES LA PASIÓN POR SU PROPIA EMPRESA

Las emprendedoras de alto crecimiento iniciaron sus empresas impulsadas por la oportunidad, factor que influye sobre su motivación y ambición para gestionar sus organizaciones y planear hasta dónde quieren llegar. Al igual que los emprendedores de alto crecimiento, este segmento de emprendedoras apostó por una idea que buscaba llenar una necesidad en el mercado, la misma que identificaron o crearon al introducir sus productos o servicios. El 88% de las emprendedoras están motivadas a dar los pasos necesarios para que sus empresas continúen creciendo.

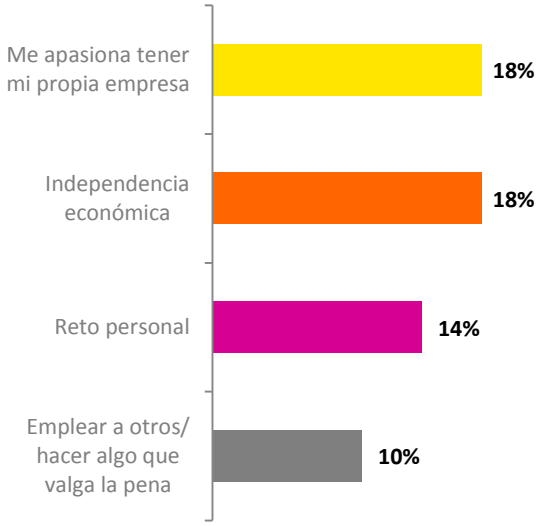
Desde el inicio de sus empresas, las mujeres han demostrado una fuerte pasión por sus ideas y su negocio. Este impulso por tener su propio negocio fue su principal motivación para emprender y continúa siendo una de las principales razones para hacer crecer sus compañías. De igual forma, se apoyaron en sus ganas de independizarse económicamente y tomaron sus negocios como un reto personal, factores que aún las motivan en sus planes de expansión. Además, 15% emprendedoras consideran que hacer algo que valga la pena, como dar empleos a otros, es un motivador que las mantiene enfocadas en seguir haciendo crecer la empresa.

Al igual que las emprendedoras de alto crecimiento, los otros dos grupos están motivados principalmente por la pasión de tener su propia empresa y por la independencia económica.

Motivaciones de las emprendedoras de alto crecimiento
(% de las respuestas)*

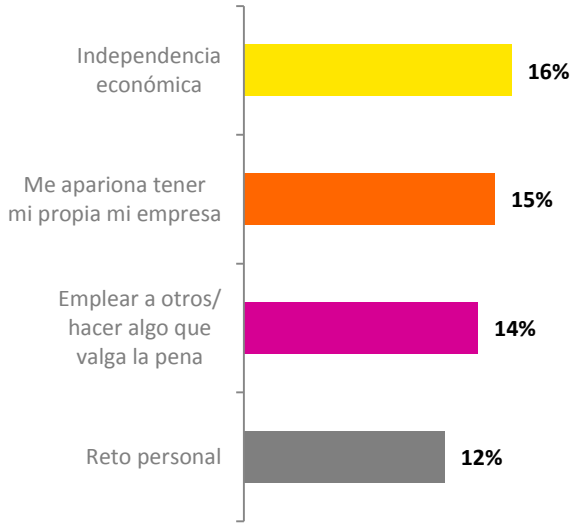
Seleccione los principales motivadores que tuvo para empezar su empresa

Para emprender



Seleccione los principales motivadores que tiene actualmente para hacer crecer su empresa

Para hacer crecer su empresa



**No se incluyen otros tipos de motivaciones que tuvieron menor porcentaje de respuestas, como ganar más dinero, ser ejemplo para los niños o para otras mujeres, flexibilidad y dejar protegida a mi familia.*

¿CUÁLES SON SUS AMBICIONES Y ASPIRACIONES?

- **Seis de cada diez emprendedoras afirman haber superado sus objetivos iniciales.**
- **Sólo dos de cada diez considera que están completamente satisfechas con sus logros.**
- **Casi el 90% de las emprendedoras respondió que quiere seguir haciendo creciendo su empresa y el 88% haría todo lo que estuviera a su alcance para llevar a la empresa al siguiente nivel.**

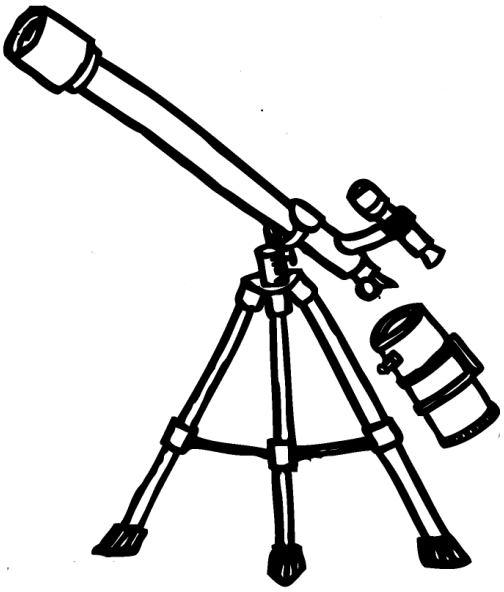
1. Ambición de crecer… cuidando el balance entre la vida personal y profesional

Las emprendedoras de alto crecimiento tienen la motivación y determinación necesaria para lograr desarrollar y expandir sus negocios. La ambición es el motor que las invita a abandonar el conformismo.

A pesar de que 65% de ellas declaran que han superado su objetivo inicial, el 88% de las emprendedoras afirman que harían todo lo posible por llevar sus empresas al siguiente nivel. Esto se debe principalmente a que gran parte de las emprendedoras sienten que lo que han logrado no es suficiente, por lo que hay espacio para expandir su compañía y para fijarse nuevas metas.

Cabe notar que no hay diferencias significativas en los niveles de satisfacción entre los hombres y mujeres cuando alcanzan el mismo nivel de crecimiento. Sin embargo, al analizar la ambición que tenían al empezar sus empresas, los hombres tenían mayores aspiraciones iniciales que las mujeres. Mientras que 61% de ellos buscaba convertir su emprendimiento en una empresa con alcance internacional, sólo 26% de las mujeres deseaba alcanzar este objetivo. Al inicio de sus emprendimientos, las emprendedoras no mostraban tanta ambición como los emprendedores. Sin embargo, conforme sus empresas crecen y se consolidan, estas emprendedoras empiezan a tener ambiciones similares a las de los emprendedores, por lo que planean estrategias para expandir sus negocios y explorar nuevos mercados.

Las emprendedoras entienden las implicaciones de balancear la gestión de sus empresas con funciones familiares como el cuidado de los hijos. Y aunque están dispuestas a hacer lo necesario para hacer crecer sus empresas, quieren tratar de mantener un balance entre su vida personal y profesional.



¿QUÉ RETOS ENFRENTAN?

- **Los dos retos más importantes que enfrentan las emprendedoras de alto crecimiento cuando inician sus negocios son la falta de financiamiento y el miedo al fracaso.**
- **Cuando sus empresas crecen, enfrentan retos relacionados con balance entre los múltiples roles que tienen.**

1. El Financiamiento es el principal desafío para emprender

Para los emprendedores de ambos sexos la falta de financiamiento es el principal reto al que se enfrentan. Al inicio de su emprendimiento, obtienen los fondos principalmente de sus ahorros y de los recursos que les brindan su familia y amigos. En esta etapa inicial, perciben que el acceso a otras fuentes de financiamiento institucionales es complicado o inexistente. En la fase de expansión, la falta de financiamiento ya no es una barrera tan importante para los emprendedores, pero sigue siéndolo para las emprendedoras. Esto se podría explicar por la mayor facilidad que tienen los hombres (gracias a sus redes de contacto) de acceder a otras fuentes de financiamiento como fondos de inversores ángeles, capital semilla o capital emprendedor.

2. Con el tiempo ganan confianza, pero empiezan a preocuparse por el balance entre su vida personal y profesional

Para las emprendedoras, tanto de alto como de menor crecimiento, el miedo al fracaso es el principal obstáculo personal al que se enfrentan cuando deciden emprender. Conforme sus empresas crecen, empiezan a ganar confianza en sí mismas y en su capacidad para manejar los negocios de manera exitosa. Sin embargo, en la etapa de crecimiento, mantener un balance entre su vida familiar y profesional se convierte en su principal reto personal. Durante las entrevistas realizadas a emprendedoras de alto crecimiento de la región, se observó que gran parte de ellas pensaba que iniciar un negocio propio les daría mayor flexibilidad, especialmente en lo relacionado con el balance de su vida profesional y personal. Para lograr este balance, se apoyan en su familia o amigos. Aunque no es fácil desempeñar ambos roles al mismo tiempo, las emprendedoras que están en esta situación consideran que son una fuente de inspiración para sus hijos y un ejemplo a seguir para otras mujeres.

3. La discriminación queda atrás cuando ellas avanzan

El estudio demuestra que 88% de las **emprendedoras de alto crecimiento no percibe ser discriminada por su sexo**, lo que representa el avance y posicionamiento de este grupo de emprendedoras. Sin embargo, muchas de ellas mencionaron que al inicio de su emprendimiento tuvieron que realizar un mayor esfuerzo que sus contrapartes masculinas para abrirse puertas y lograr crecer sus negocios. Los emprendedores reconocen que existe un problema de discriminación hacia las mujeres en el entorno emprendedor y creen que esto limita el desarrollo y desempeño de las emprendedoras.

4. Conectarse con el exterior es una necesidad y una gran ventaja

Las emprendedoras dominan los conocimientos técnicos y cuentan con las habilidades gerenciales requeridas en los sectores en los que operan sus negocios. Han adquirido conocimientos desde que iniciaron sus empresas y han desarrollado sus habilidades como resultado de su experiencia. No obstante, la conexión con el exterior representa un desafío para ellas, ya que la falta de habilidades comerciales o de negociación y la limitada o ineficiente red de

contactos que tienen, les impide tener el potencial para crecer sus empresas.

5. Una tercera parte de las emprendedoras no enfrenta retos culturales

Alrededor del 30% de los emprendedores, sin distinción del sexo, considera que no enfrenta ningún tipo de barrera sociocultural que les impida impulsar el crecimiento de sus empresas. Sin embargo, dentro del grupo de emprendedores que sí reconoce enfrentar este tipo de retos, gran parte resalta la mala o pobre percepción del emprendimiento en la sociedad y en los medios.

6. Enfrentan retos vinculados a la realidad económica de sus países

En general, los retos relativos al mercado y al entorno de negocios que enfrentan los emprendedores de los tres grupos están vinculados a la situación económica de cada país.

La debilidad económica, el ambiente regulatorio poco competitivo, la inseguridad y la falta de apoyo del gobierno implican obstáculos importantes que los emprendedores deben enfrentar para desarrollar sus empresas.

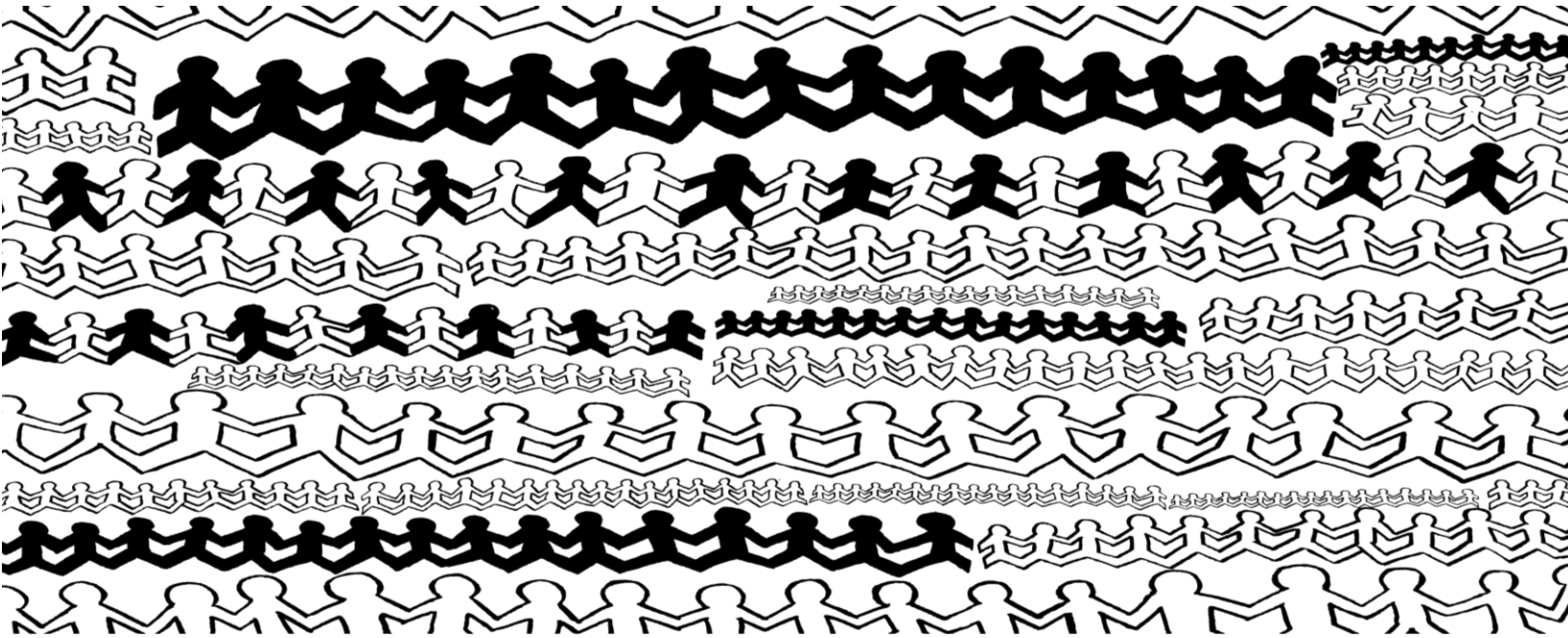
¿DÓNDE ESTÁN LAS PRINCIPALES DIFERENCIAS?

	Emprendedoras de alto crecimiento	Emprendedores de alto crecimiento	Emprendedoras de menor crecimiento
Principal reto personal			
Al inicio de su emprendimiento	Miedo al fracaso	Mantener un balance entre su vida personal y su empresa	Miedo al fracaso
Para hacer crecer su empresa	Mantener un balance entre su vida personal y su empresa	No enfrentan ningún reto	Mantener un balance entre su vida personal y su empresa
Principal reto social			
Al inicio de su emprendimiento	No enfrentan ningún reto	No enfrentan ningún reto	No enfrentan ningún reto
Para hacer crecer su empresa	No enfrentan ningún reto	No enfrentan ningún reto	No enfrentan ningún reto
Principal reto de negocio			
Al inicio de su emprendimiento	Falta de acceso a financiamiento	Falta de acceso a financiamiento	Falta de acceso a financiamiento/ fuerte competencia*
Para hacer crecer su empresa	Falta de acceso a financiamiento	Calidad de la fuerza laboral	Falta de acceso a financiamiento

**Fuerte competencia se refiere a un gran número de empresas que ofrecen mismo producto que los emprendedores.*

¿QUÉ OPINAN LOS EMPRENDEDORES DE ALTO CRECIMIENTO SOBRE ELLAS?

- **"La diferencia entre el hombre y la mujer es que el hombre está más dispuesto a tomar riesgos".**
- **"Para las mujeres es muy difícil encontrar el balance entre la vida profesional y familiar, especialmente cuando tienen hijos".**



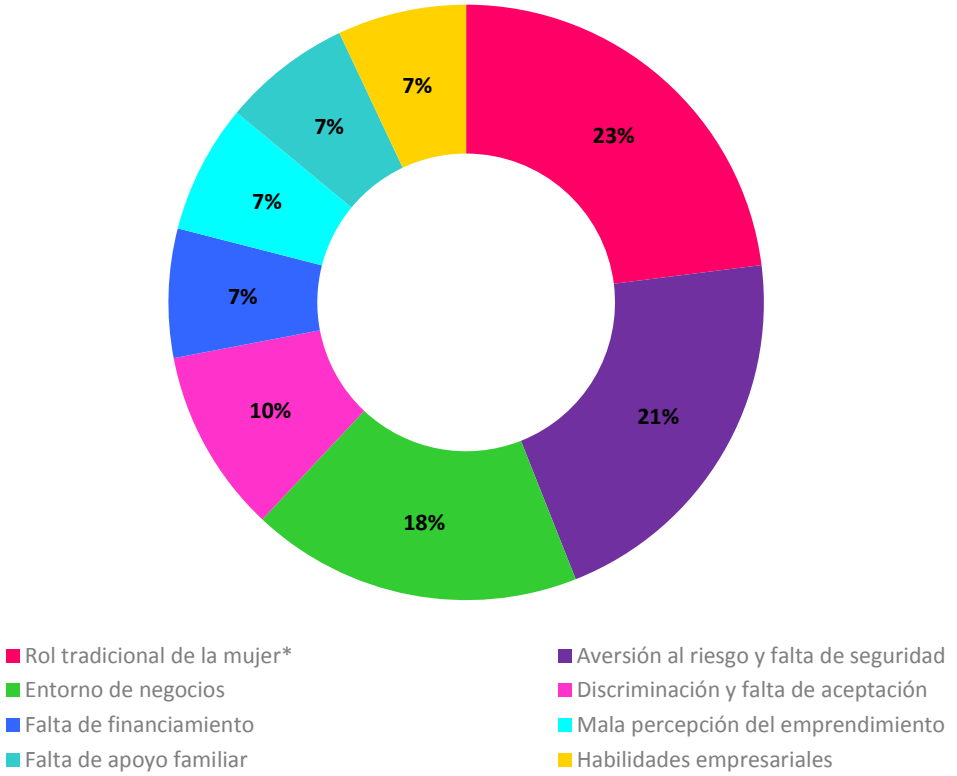
A pesar del aumento del número de empresas lideradas por mujeres en los últimos años, **los emprendedores de alto crecimiento aún perciben que las emprendedoras tienen que superar más obstáculos que ellos para ser exitosas.** Mientras que ellos reconocen que todos los emprendedores, sin distinción de sexo, enfrentan obstáculos vinculados al entorno de negocios, reconocen que las mujeres se enfrentan a una serie de retos vinculados al rol tradicional de la mujer en la sociedad y la familia.

Además de las dificultades que enfrentan las mujeres vinculadas al cuidado de su familia e hijos, los hombres opinan que ellas también deben de superar su falta de seguridad en sí mismas y su aversión al riesgo para poder crear, operar y expandir su negocio. El 25% de los hombres considera que una emprendedora no está totalmente convencida de que tendrá éxito cuando inicia su empresa.

A pesar de sus opiniones relacionadas con los retos que enfrentan las emprendedoras, el 90% de los emprendedores considera que las mujeres son tan capaces como ellos de crear una empresa.

Retos enfrentados por las emprendedoras según los emprendedores
(% de las respuestas)

En su país, ¿cuáles considera que son las cinco principales razones por las que las emprendedoras no se convierten en emprendedoras de alto crecimiento?



** Mantener un balance entre la vida profesional y personal, conflicto entre los múltiples roles que desempeña la mujer y actividades vinculadas al cuidado del hogar e hijos.*

¿QUÉ CONSEJOS LE DARÍAS A LAS EMPRENDEDORAS PARA CONVERTIRSE EN EMPRENDEDORAS DE ALTO CRECIMIENTO?

PROPORCIONADOS POR EMPRENDEDORAS Y EMPRENDEDORES DE ALTO CRECIMIENTO

¿Cuál es el mejor consejo que has recibido?

1. ESCÚCHATE A TI MISMA

"No escuches tanto los consejos de otras personas y escúchate más a ti misma."

Emprendedora - Chile

2. PÁGATE POR TU TRABAJO

"Si eres emprendedora págate el sueldo como un empleado normal."

Emprendedora -Colombia

3. APÓYATE EN OTROS

"Si quieres llegar rápido… hazlo sola, si quieres llegar lejos… tienes que ir acompañada."

Emprendedora –Argentina

¿Qué aconsejan ellas a otras mujeres que quieren emprender o hacer crecer sus empresas?

1. TEN MÁS CONFIANZA

"Deben de tener confianza. Eso les va a permitir luchar y sacar el potencial que aún no conocen."

Emprendedora - México

"Tener confianza en ti misma, esto te va a dar perseverancia, mucho potencial y mucha energía para seguir adelante en momentos difíciles."

Emprendedora - México

"Tener confianza, ganas y creer en lo que se está haciendo. Si uno cree en sí mismo, las cosas se dan. Si crees en tu compañía piensa más allá de ese horizonte que tienes enfrente."

Emprendedora – Perú

"Ten seguridad a pesar de tener una idea y no saber cómo implementarla, lo importante es ir poco a poco."

Emprendedora – Colombia

2. BUSCA CAPACITACIÓN Y APOYO

"Busca capacitación y financiamiento adecuado para sacar tu idea adelante."

Emprendedora - Colombia

"Recurre a mentores y capacítate para poder identificar tus necesidades"

Emprendedora – México

3. SIGUE ADELANTE, ES TU IDEA Y TU EMPRESA

"Cuenta tu idea. La gente piensa que por contar la idea se la van a robar, pero solo un emprendedor puede convertir una idea en una empresa."

Emprendedora – Argentina

"No dejes que te digan que no; uno sabe de su negocio mejor que nadie. Debes de tener confianza y creer en lo que estás haciendo."

Emprendedora- Colombia

"Entiendan su ventaja competitiva, tenemos la habilidad de tomar cualquier desafío por delante."

Emprendedora - Colombia

¿Qué les aconsejan ellos?

1. TEN CONFIANZA Y NO TENGAS MIEDO AL FRACASO

"Las mujeres emprendedoras son agresivas y asertivas, aunque considero que les toma un poco más de tiempo cumplir sus objetivos porque son demasiado analíticas. Para ser éxitosas, deben de tener confianza, tomar riesgos y no tener miedo al fracaso."

Emprendedor –Jamaica

"Desarrollar confianza en sí mismas e ignorar el estereotipo asociado a la mujer."

Emprendedor –Costa Rica

2. TOMA RIESGOS

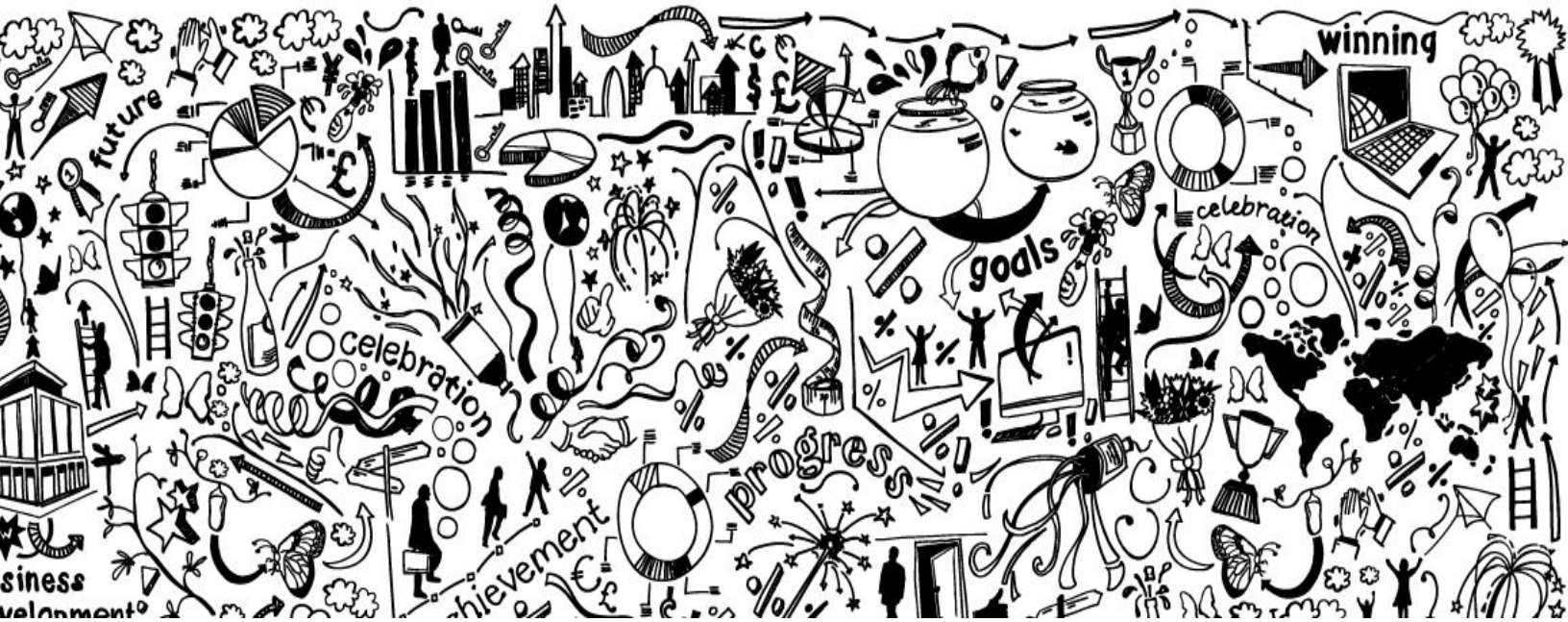
"La diferencia entre el hombre y la mujer es que el hombre está más dispuesto a tomar riesgos, además de que miden el éxito de una manera diferente."

Emprendedor –Argentina

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Fortalecer el ecosistema emprendedor de las mujeres a través de:

- **Acceso a financiamiento**
- **Redes de contactos**
- **Apoyo y aprendizaje**



Acceso a financiamiento

Un desafío común

El principal reto que enfrentan los emprendedores en la región es la falta de acceso a financiamiento y capital.

Más del 50% de las emprendedoras han financiado su compañía con recursos personales y financiamiento de familiares y amigos. En la mayoría de los casos, conforme sus compañías empiezan a crecer, ellas buscan otras opciones de financiamiento tales como préstamos bancarios. Por otro lado, los emprendedores tienden a usar fuentes de financiamiento y capital más diversas, tales como inversionistas ángeles, capital semilla y capital emprendedor.

Con mayor conocimiento y acceso a diferentes tipos de financiamiento, las emprendedoras podrían disponer de una combinación más diversa de capital para expandir sus operaciones, entrar a nuevos mercados, integrar nuevas tecnologías, invertir en proyectos de innovación, contratar talento clave que les ayude a mejorar las operaciones y la estrategia de las compañías, entre otros beneficios. A continuación se presentan recomendaciones para mejorar el acceso a financiamiento para las emprendedoras:

1. Ellas quieren algo más que financiamiento

El proceso para asegurar fuentes de financiamiento, incluyendo capital externo, implica que el plan de negocios sea revisado de manera minuciosa. La retroalimentación proporcionada por inversionistas puede proveer sugerencias valiosas hacer crecer los negocios de manera más efectiva.

Las emprendedoras deben buscar capital inteligente, el cual provee orientación que puede incrementar el éxito de sus empresas.

2. Alentarlas a buscar financiamiento no tradicional

Los diferentes agentes del ecosistema emprendedor deben enfocarse en incrementar los instrumentos de financiamiento y los canales de distribución para incentivar e incrementar la actividad emprendedora en la región. Por lo tanto, es necesario evaluar el diseño de instrumentos de financiamiento de bajo riesgo y diseñar estrategias que incrementen la inversión pública y privada para acelerar el crecimiento de nuevas empresas.

3. Informar a las mujeres sobre diferentes instrumentos de financiamiento

Para hacer crecer a sus empresas al siguiente nivel, los emprendedores de alto crecimiento tien-den a apoyarse más en sus mentores, inversionistas privados y redes de emprendedores, mientras que las mujeres tienden a apoyarse menos en ellos. Por lo tanto, es necesario alentar a las emprendedoras a diversificar sus fuentes de financiamiento e identificar el momento oportuno de levantar capital.

Las aceleradoras e incubadoras juegan un rol importante en atraer más emprendedoras, dado que estas organizaciones pueden incrementar recursos como mentoría y conectividad para las emprendedoras.

Redes de contactos

Ser un emprendedor no es un trabajo solitario

Los tres tipos de emprendedores analizados creen que tener una red efectiva es uno de los principales factores que contribuyen al éxito de un emprendedor. Sin embargo, las emprendedoras de ambos grupos revelan que cuentan con redes limitadas o poco efectivas, lo que representa uno de los retos más mencionados.

Debido a los diversos roles de las mujeres, éstas tienden a contar con tiempo y ubicaciones limitadas para desarrollar sus redes y establecer nuevos contactos; el tiempo en el que no trabajan, lo pasan con sus familias, parejas y cuidando sus hogares.

Como consecuencia, es importante utilizar agentes del ecosistema emprendedor tales como inversionistas, universidades, el mercado laboral y los medios de comunicación como plataforma de publicidad y como vínculos con el ambiente de negocios. A continuación se presentan algunas recomendaciones para incrementar sus habilidades para desarrollar sus redes:

1. Hacer la educación más flexible y ofrecer experiencia internacional

Para las emprendedoras estar expuestas a ambientes académicos más enriquecedores y a experiencias internacionales puede significar una diferencia tanto en la tasa de crecimiento en sus negocios, en su habilidad de crear conexiones y generar una red de contactos más amplia y en sus ambiciones relacionados con lo que quiere lograr con sus empresas.

Por lo tanto, es recomendable desarrollar **programas de educación superior más flexibles** (diplomados, maestrías y doctorados), de modo que las emprendedoras puedan modernizar su conocimiento e incrementar sus experiencias.

2. Maximizar el potencial de sus redes de contactos

Las emprendedoras deben enfocarse en redes que contribuirán a crecimiento de sus negocios. Deben tener un entendimiento claro de sus relaciones actuales y de las que desean tener y deben ser selectivas en sus esfuerzos para expandir sus redes. Esto inicia con una detección honesta de sus habilidades y de las necesidades de la compañía, seguida de un esfuerzo deliberado de conectarse con las personas clave adecuadas.

Una red así de contactos les permitirá tener facilidad para contactar a personas clave que les ayudarán a encontrar nuevas oportunidades e ideas o diferentes perspectivas para llevar a su empresa al siguiente nivel; crear círculos profesionales cercanos que complementen sus conocimientos con temas relevantes para la buena operación o administración de sus negocios; construir círculos de confianza de los cuales obtendrán consejo, guía y retroalimentación objetiva.

Aunado a lo anterior, en la medida en que los negocios crecen y se consolidan, las emprendedoras pueden optar por formalizar sus redes de contactos mediante el establecimiento de un Consejo de Directores o de Asesoría les permita contar con asesoría y

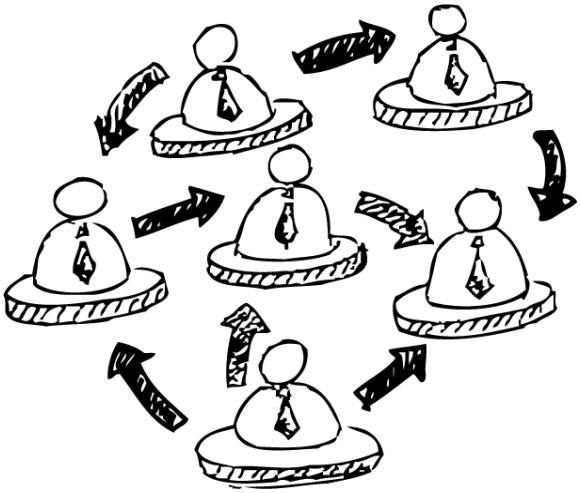
guía a lo largo del tiempo, además de retroalimentación sobre experiencias que puedan ser capitalizadas a favor del crecimiento de la empresa. De igual manera, las redes de contactos pueden fomentar sinergias a través del intercambio de habilidades gerenciales y mejores prácticas dentro de un mismo sector.

3. Crear redes internacionales

Cerca del 90% de las emprendedoras analizadas en el estudio afirmaron que harían lo que estuviera en sus manos para llevar a su empresa a su máximo potencial. También sabemos que la exposición internacional generalmente conlleva la creación de nuevas relaciones. Por lo tanto, las emprendedoras deberían considerar: (i) asociarse a organizaciones que tengan alcance y presencia global, así como acercarse a las cámaras comerciales o sectoriales; (ii) participar en convocatorias públicas o privadas de intercambio comercial con otros países; (iii) establecer contacto con posibles clientes o socios comerciales fuera del mercado nacional para explorar la posibilidad de colaboración; (iv) asistir a eventos de negocios de emprendimiento en otros países; (v) mantener un contacto continuo con las aceleradoras de negocio y otras organizaciones que apoyen la actividad emprendedora.

4. Establecer un equipo de trabajo de alto desempeño

Con base en las entrevistas conducidas con las emprendedoras, se observó que éstas tienen dificultad para delegar las actividades del manejo diario de sus compañías a otros, lo que resulta en que no se puedan enfocar tanto en el componente estratégico de su negocio. Las emprendedoras deben construir un equipo de trabajo que les permita delegar la realización y supervisión de las actividades diarias.



Apoyo y aprendizaje

Mejorando el entorno emprendedor

Derivado del amplio potencial económico que representan las emprendedoras en la región, es importante que los gobiernos y la sociedad participen en la creación de fuentes de apoyo que fomenten el emprendimiento entre mujeres y su permanencia en la escena empresarial. A continuación, damos algunas recomendaciones pertinentes relacionadas con la mejora al entorno emprendedor:

1. Mejorar los programas de cuidado de los hijos

Según la información recopilada, el 80% de las emprendedoras encuestadas tienen hijos. El balance de la vida familiar y profesional es el principal reto de las emprendedoras al expandir su empresa. Ellas han expresado que contar con más apoyo de calidad para el cuidado de los hijos les permitiría concentrarse en otras actividades, ya sea de índole profesional o personal.

Se detectó que, en general, los emprendedores de alto crecimiento son más jóvenes que las emprendedoras de alto crecimiento (el 60% de las emprendedoras de alto crecimiento tienen más de 40 años vs. el 40% de los emprendedores de alto crecimiento). Ésto podría ser el reflejo de que no existen programas efectivos para el cuidado de los hijos, lo que podría implicar retraso en la edad de emprender de las emprendedoras más jóvenes.

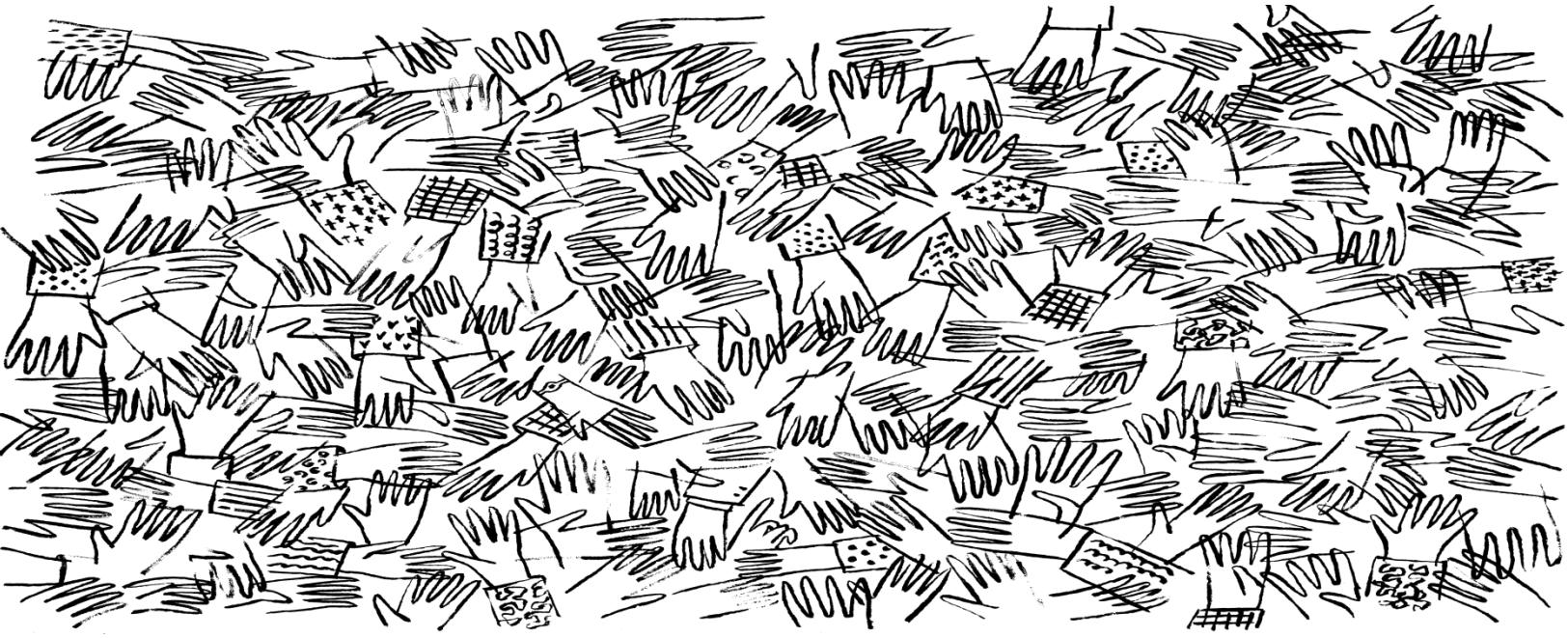
El gobierno, involucrando también al sector privado, debe crear programas que promuevan el cuidado de los hijos incluyendo, por ejemplo, guarderías especializadas (que puedan atender a niños enfermos, o proveer apoyo cuando se presente una emergencia) y posiblemente incluso guarderías ubicadas en las instalaciones de las incubadoras o aceleradoras si se desea aumentar el número de mujeres en la actividad emprendedora a una edad más temprana.

2. Divulgar casos de éxito

Celebrar y reconocer los logros de las emprendedoras puede ayudar a construir una buena percepción de su papel en la esfera empresarial. Además, estas mujeres exitosas pueden convertirse en modelos a seguir. Al conocer sus logros y la forma de superar los obstáculos, otras emprendedoras pueden encontrar la inspiración y el conocimiento para seguir adelante con su empresa.

El gobierno, las organizaciones de apoyo al emprendimiento, la iniciativa privada y los medios de comunicación juegan un papel primordial en la divulgación de casos de éxito de emprendedoras, por lo que deben brindar espacios y difusión de los mismos a nivel nacional y regional.

COMPARACIONES ENTRE GRUPOS DE INTERÉS



¿Quiénes son?

¿DÓNDE ESTÁN LAS DIFERENCIAS?

	Emprendedoras de alto crecimiento	Emprendedores de alto crecimiento	Emprendedoras de menor crecimiento
Rango de edad predominante	30 – 39 32%	30 – 39 40%	40 – 49 35%
Estado civil predominante	Casada o con pareja 63%	Casado o con pareja 72%	Casada o con pareja 59%
Con hijos	78%	67%	69%
Con grado universitario	76%	90%	85%
Con estudios en el extranjero	35%	60%	32%
Con padres con grado universitario	48%	70%	51%
Proviene de familia emprendedora	75%	76%	66%
NIMH[26] predominante	Alto y medio-alto 72%	Alto y medio-alto 96%	Alto y medio-alto 73%

Nota: Los campos enmarcados en amarillo denotan diferencias significativas con el resto de los grupos de interés.

[26] *NIMH: El nivel de ingresos mensual por hogar se deriva de los rangos de ingresos definidos por los organismos nacionales de información estadística y estudios socioeconómicos de cada país.*

¿Qué define su actividad emprendedora?

¿DÓNDE ESTÁN LAS DIFERENCIAS?

	Emprendedoras de alto crecimiento	Emprendedores de alto crecimiento	Emprendedoras de menor crecimiento
Principales sectores donde emprenden	▪ Alimentos y bebidas ▪ Servicios a negocios ▪ Manufactura	▪ Software ▪ Internet ▪ Servicios a negocios	▪ Alimentos y bebidas ▪ Servicios a negocios ▪ Comercio al por menor
Motivo de emprender en estos sectores	Oportunidad de mercado conocimiento técnico	Oportunidad de mercado conocimiento técnico	Conocimiento técnico oportunidad de mercado
Alcance internacional	40%	71%	27%
Principal ambición al empezar con su empresa	Empresa mediana o grande dentro de su país	Empresa multimillonaria y con alcance internacional	Empresa mediana o grande dentro de su país
Es accionista mayoritario	73%	35%	68%
Socio principal	▪ Familia ▪ Esposo o compañero	▪ Amigos/familia ▪ Colegas ▪ Otros emprendedores	▪ Familia ▪ Esposo o compañero
Tiene un mentor/a	56%	64%	50%
La empresa actual es su primera empresa	66%	40%	84%
Ha considerado cerrar su empresa ante la adversidad	26%	24%	26%

Nota: Los campos enmarcados en amarillo denotan diferencias significativas con el resto de los grupos de interés

¿Quiénes las apoyan y qué las motiva?

¿DÓNDE ESTÁN LAS DIFERENCIAS?

	Emprendedoras de alto crecimiento	Emprendedores de alto crecimiento	Emprendedoras de menor crecimiento
Principales fuentes de apoyo			
Al inicio de su emprendimiento	56% ▪ Familia ▪ Pareja ▪ Amigos	53% ▪ Familia ▪ Amigos ▪ Pareja	63% ▪ Familia ▪ Pareja ▪ Amigos
Para hacer crecer su empresa	37% ▪ Familia ▪ Pareja ▪ Amigos	31% ▪ Familia ▪ Asociaciones de emprendedores ▪ Pareja	41% ▪ Pareja ▪ Familia ▪ Bancos privados
Principales fuentes de financiamiento			
Al inicio de su emprendimiento	88% ▪ Ahorros propios o familia/amigos ▪ Bancos privados ▪ Otros socios	79% ▪ Ahorros propios o familia/amigos ▪ Otros socios ▪ Gobierno	95% ▪ Ahorros propios o familia/amigos ▪ Bancos privados
Para hacer crecer su empresa	82% ▪ Ahorros propios o familia/amigos ▪ Bancos privados ▪ Gobierno	74% ▪ Ahorros propios ▪ Bancos privados ▪ Capital riesgo ▪ Otros socios	84% ▪ Ahorros propios o familia/amigos ▪ Bancos privados ▪ Otros socios
Principales motivaciones			
Al inicio de su emprendimiento	1. Pasión por su empresa 2. Independencia económica 3. Reto personal	1. Pasión por su empresa 2. Reto personal 3. Independencia económica	1. Independencia económica 2. Pasión por su empresa 3. Reto personal
Para hacer crecer su empresa	1. Independencia económica 2. Pasión por su empresa 3. Hacer algo que valga la pena	1. Reto personal 2. Pasión por su empresa 3. Ganar más dinero	1. Hacer algo que valga la pena 2. Pasión por su empresa 3. Independencia económica

¿Cuáles son sus ambiciones y aspiraciones?

¿DÓNDE ESTÁN LAS DIFERENCIAS?

	Emprendedoras de alto crecimiento	Emprendedores de alto crecimiento	Emprendedoras de menor crecimiento
Está de acuerdo con: "Lo que he logrado con mi empresa supera mis objetivos iniciales"	65%	68%	45%
Está de acuerdo con: "Lo que he logrado con mi empresa es suficiente para mí"	22%	21%	19%
Está de acuerdo con: "Quiero seguir haciendo crecer mi empresa"	85%	83%	84%
Si tuviera la oportunidad y los recursos de hacer crecer su empresa: "Haría todo lo necesario hasta llevarla al siguiente nivel"	88%	90%	91%

Nota: Los campos enmarcados en amarillo denotan diferencias significativas con el resto de los grupos de interés

¿Qué retos personales enfrentan?

¿DÓNDE ESTÁN LAS DIFERENCIAS?

Principales retos personales que enfrentaron para emprender y que aún enfrentan para hacer crecer sus empresas

Emprendedoras de alto crecimiento	Emprendedores de alto crecimiento	Emprendedoras de menor crecimiento
Para emprender		
1. Miedo al fracaso 2. Ser cabeza de familia/cuidado de los hijos 3. Falta de seguridad o motivación/imagen pobre de sí misma	1. Mantener un balance entre su vida personal y su empresa 2. Red de contactos limitada o poco efectiva 3. Falta de habilidades gerenciales	1. Miedo al fracaso 2. Falta de seguridad o motivación/ imagen pobre de sí misma 3. Ser cabeza de familia/cuidado de los hijos
Para hacer crecer su empresa		
1. Mantener un balance entre su vida personal y su empresa 2. Conflicto entre los múltiples roles que desempeña la mujer 3. Falta de habilidades comerciales o de negociación	1. Riesgos comunes del negocio 2. Mantener un balance entre su vida personal y su empresa 3. Red de contactos limitada o poco efectiva	1. Mantener un balance entre su vida personal y su empresa 2. Falta de habilidades comerciales o de negociación 3. Red de contactos limitada o poco efectiva

¿Qué retos sociales y culturales enfrentan?

¿DÓNDE ESTÁN LAS DIFERENCIAS?

Principales retos sociales y culturales que enfrentaron para emprender y que aún enfrentan para hacer crecer sus empresas

Emprendedoras de alto crecimiento	Emprendedores de alto crecimiento	Emprendedoras de menor crecimiento
Para emprender		
1. No enfrenta ningún reto 2. Discriminación de sexo 3. Mala o pobre percepción del emprendimiento entre la sociedad y los medios	1. No enfrenta ningún reto 2. Mala o pobre percepción del emprendimiento entre la sociedad y los medios 3. Presión social/familiar	1. No enfrenta ningún reto 2. Mala o pobre percepción del emprendimiento entre la sociedad y los medios 3. Discriminación de sexo
Para hacer crecer su empresa		
1. No enfrenta ningún reto 2. Conflicto con valores culturales 3. Mala o pobre percepción del emprendimiento entre la sociedad y los medios	1. No enfrenta ningún reto 2. Conflicto con valores culturales 3. Mala o pobre percepción del emprendimiento entre la sociedad y los medios	1. No enfrenta ningún reto 2. Mala o pobre percepción del emprendimiento entre la sociedad y los medios 3. Conflicto con valores culturales

¿Cuáles son los retos del entorno de negocios?

¿DÓNDE ESTÁN LAS DIFERENCIAS?

Principales retos del entorno de negocios que enfrentaron para emprender y que aún enfrentan para hacer crecer sus empresas

Emprendedoras de alto crecimiento	Emprendedores de alto crecimiento	Emprendedoras de alto crecimiento
Para emprender		
1. Falta de financiamiento 2. Fuerte competencia en el sector 3. Falta de una red de apoyo bien coordinada y estructurada	1. Falta de financiamiento 2. Calidad de la fuerza laboral 3. Ambiente regulatorio complejo	1. Falta de financiamiento 2. Fuerte competencia en el sector 3. Falta de una red de apoyo bien coordinada y estructurada
Para hacer crecer su empresa		
1. Falta de financiamiento 2. Fuerte competencia en el sector 3. Calidad de la fuerza laboral disponible	1. Calidad de la fuerza laboral disponible 2. Falta de financiamiento 3. Ambiente regulatorio complejo	1. Falta de financiamiento 2. Falta de una red de apoyo bien coordinada y estructurada 3. Calidad de la fuerza laboral disponible

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Amoros, J.E., et al. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report.* Recuperado el 28 de febrero de 2014. http://www.gemconsortium.org/docs/3106/gem-2013-global-report
2. Anguita, C. (2012). *Guía de Financiamiento para Emprendedores*. Asociación de Emprendedores de Chile. Recuperado el 5 de marzo de 2014. http://www.innovacion.cl/wp-content/uploads/2012/10/Manual-de-financiamiento.pdf
3. Brush, C. G., et al. (2009). "*A gender-aware framework for women´s entrepreneurship*". *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 1(1):8-24. Recuperado el 5 de agosto de 2013. http://www.researchgate.net/publication/235302742_A_gender-aware_framework_for_women's_entrepreneurship
4. *"Business angels en USA: Agente clave en el ecosistema emprendedor", Blog de Innoban, 17 marzo de 2013.* Recuperado el 5 de marzo de 2014. http://www.businessangelsinnoban.es/2/category/capital%20inteligente/1.html
5. Butt, L. et al. (2010).*Women´s Economic Opportunity: A New Global Index and Ranking.* Economist Intelligence Unit Limited, Recuperado el 5 de agosto de 2013. https://www.eiu.com/public/topical_report.aspx?campaignid=weoindex2012
6. Cohoon, J. et al. (2010). *The Anatomy of an Entrepreneur: Are Successful Women Entrepreneurs Different from Men?.* Kauffman Foundation. Recuperado el 5 de agosto de 2013. http://www.kauffman.org/~/media/kauffman_org/research reports and covers/2009/07/successful_women_entrepreneurs_510.pdf
7. Ellis, A. N. et al. (2010). *Women's Economic Opportunities in the Formal Private Sector in Latin America and the Caribbean: A Focus on Entrepreneurship*. Washington DC: Inter-American Development Bank. Recuperado el 5 de agosto 2013. http://www.iadb.org/en/publications/publication-detail,7101.html?dctype=All&dclanguage=pt&id=13090
8. Engert, H. et al. (2012). *Thinking Big: How to Accelerate the Growth of Women-Owned Companies. EY. Recuperado el 28 de febrero de 2014.* http://www.ey.com/us/thinkingbig
9. Engert, Herb et al. (2013). *The Vital Entrepreneur: High Impact at Its Best*. EY and Kauffman Foundation. Recuperado el 28 de febrero de 2014. http://www.ey.com/US/en/Services/Strategic-Growth-Markets/The-vital-entrepreneur--1-High-impact-entrepreneurs--the-ripple-effect
10. Heller, L. (2010). *Mujeres Emprendedoras en América Latina y el Caribe: Realidades, Obstáculos y Desafíos*. Serie mujer y desarrollo. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Recuperado el 5 de agosto de 2013. http://www.eclac.org/publicaciones/xml/4/38314/Serie93.pdf
11. Kelley, D. et al. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report.* Recuperado el 5 de agosto de 2013 http://www.gemconsortium.org/docs/266/gem-2010-global-report
12. Kelley, D. et al. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor 2012 Global Report*. Recuperado el 5 de agosto de 2013. http://www.gemconsortium.org/docs/2825/gem-2012-womens-report
13. Liceaga, S. (2010). "*Encuentra a un inversionista ángel*". Recuperado el 5 de marzo de 2014. http://www.soyentrepreneur.com/encuentra-a-un-inversionista-angel.html
14. Major, N. (2013). *The Next Emerging Market: Supporting Women to Fulfill Their Potential*. EY. Recuperado el 5 de agosto de 2013. http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Women_-_The_next_emerging_market/$FILE/EY_Women_the_next_emerging_market.pdf
15. Mitchell, L. (2011). *Overcoming the Gender Gap: Women Entrepreneurs as Economic Drivers.* Kauffman Foundation. Recuperado el 5 de agosto de 2013. http://www.kauffman.org/~/media/kauffman_org/research%20reports%20and%20covers/2011/09/growing_the_economy_women_entrepreneurs.pdf
16. Morgan, J. et al. (2013). *Women´s Entrepreneurial Venture Scope*. The Economist Intelligence Unit Limited. Recuperado el 5 de agosto de 2013. https://www.eiu.com/public/topical_report.aspx?campaignid=WEVentureScope2013

17. Morris, R. (2011). *2011 High-Impact Entrepreneurship Global Report.* Global Entrepreneurship Monitor. Recuperado el 5 de agosto de 2013. http://www.gemconsortium.org/docs/295/gem-endeavor-2011-high-impact-entrepreneurship-report
18. Ramaswami, R. et al. (2009). *Scaling Up: Why Women-Owned Businesses Can Recharge the Global Economy*. EY. Recuperado el 5 de agosto de 2013. http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Scaling_up_-_Why_women-owned_businesses_can_recharge_the_global_economy/$FILE/Scaling%20up%20-%20why%20women%20owned%20businesses%20can%20recharge%20the%20global%20economy.pdf
19. Gobierno de México. Secretaria de economía, (2010). Recuperado el 5 de marzo de 2014. http://www.fondopyme.gob.mx/2010/descripcion.asp?Cat_Id=1&prog=13
20. Gobierno de México. Secretaria de Economía y NAFIN (2010). Recuperado el 5 de marzo de 2014. http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/industria-y-comercio/innovacion/innovacion-fondos/fondo-de-capital-emprendedor
21. Simpson, J. (2012). *"Le développement de l'entrepreneuriat féminin".* Organización Internacional de Trabajo. Recuperado el 28 de febrero de 2014. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_183754.pdf
22. U.S. Census Bureau. (2010). "*Census Bureau reports women-owned firms numbered 7.8 million in 2007, generated receipts of $1.2 Trillion".* Recuperado el 28 de febrero de 2014 http://www.census.gov/newsroom/releases/archives/business_ownership/cb10-184.html
23. Vossenberg, S. (2013). *Women Entrepreneurship Promotion in Developing Countries: What Explains the Gender Gap in Entrepreneurship and How to Close It?* Working Paper No. 2013/08: Maastricht School of Management. Recuperado el 5 de agosto de 2013. http://www.msm.nl/getattachment/e94b7b38-e17b-4c5d-b497-c4135be7ec86
24. World Bank. (2012). Base de datos de estadísticas de género. Washington, DC: World Bank.
25. World Bank. (2012). *Women's Economic Empowerment in Latin America and the Caribbean: Policy Lessons from the World Bank Gender Action Plan*. Recuperado el 5 de agosto de 2013. http://documents.worldbank.org/curated/en/2012/06/17457466/womens-economic-empowerment-latin-america-caribbean-policy-lessons-world-bank-gender-action-plan#
26. Xavier, S.R., et al. (2013). *Global Entrepreneurship Monitor 2012 Global Report*. Recuperado el 5 de agosto de 2013. http://www.gemco006Esortium.org/docs/2645/gem-2012-global-report

ORGANIZACIONES CONSULTADAS

Agradecemos la cooperación de las siguientes organizaciones:

Agencia Nacional de Investigación e Innovación (Uruguay), Angel Ventures Mexico, Ellas[2], Endeavour International Corporation, Entrepreneurs' Organization, Entrepreneur of the Year- Ernst & Young, Instituto Nacional del Emprendedor (México), Lima Valley (Perú), Ministerio de la Innovación de Costa Rica, Mujer Emprende (México), Mujeres Batalla (Perú), Start-up Chile, NXTP Labs, Universidad del Pacífico (Perú), Yo Emprendedor (Costa Rica), Young Entrepreneurs Academy, Wayra, WEConnect International, WeXchange, Women@TheFrontier.

Construyendo un mejor entorno de negocios

Es nuestro objetivo ayudar a construir un mejor entorno de negocios, empezando por el suyo.

ey.com/betterworkingworld

Facebook: EY_Mexico

Twitter: @EYNewsMexico

www.ey.com/mx

Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del **Grupo BID**

Fondo Multilateral de Inversiones
1300 New York Avenue, N.W.,
Washington, D.C. 20577

mifcontact@iadb.org

Facebook: fominbid

Twitter: @fominbid

www.fomin.org