Sparkassenstiftung Alemana
LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE

Estudio de oferta y demanda de servicios y productos financieros para mipymes en México

Mayo de 2024

Jazmin Castro

cooperación alemana
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Partners in Transformation
Chambers and Associations

implementada por:

Sparkassenstiftung Alemana
LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE

Edición y revisión: Claudia Centeno

Edición: Raquel Hoyos

Diseño editorial: Dulce Escobar

D.R. © Este material fue desarrollado por la Sparkassenstiftung Alemana Latinoamérica y el Caribe (DSIK) en el marco del “Proyecto regional por mejorar el acceso sostenible a los servicios financieros mediante el fortalecimiento de las estructuras educativas y asociativas”, fondeado por el Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania.

Foto de Jonatan Zavala Arteaga para Fundación Alemana Servicios (FAS).

Lista de abreviaturas

BANCOMEXT	Banco Nacional de Comercio Exterior
BANXICO	Banco de México
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
BM	Banca Múltiple
CAF	Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe
CANACO	Cámara de Comercio de la Ciudad de México
CDMX	Ciudad de México
CEFEN	Centro de Formación Empresarial y de Negocios
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CHIH	Estado de Chihuahua
CNBV	Comisión Nacional Bancaria y de Valores
CNSF	Comisión Nacional de Seguros y Fianzas
CONDUSEF	Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros
CONSAR	Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro
COVID-19	Enfermedad causada por el coronavirus SARS-CoV-2
DSIK	Sparkassenstiftung Alemana Latinoamérica y el Caribe
EDOMEX	Estado de México
ENAFIN	Encuesta Nacional de Financiamiento de las Empresas
FINTECH	Financieras Tecnológicas
IF	Institución Financiera
IMCO	Instituto Mexicano para la Competitividad
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
INMUJERES	Instituto Nacional de las Mujeres
IPAB	Instituto para la Protección al Ahorro Bancario

NAFIN	Nacional Financiera
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
OMI	Otras Modalidades de Informalidad
PND	Plan Nacional de Desarrollo
PNIF	Política Nacional de Inclusión Financiera
PRONAFIDE	Programa Nacional de Financiamiento del Desarrollo
QRO	Estado de Querétaro
SHCP	Secretaría de Hacienda y Crédito Público
SI	Sector Informal
SOCAP	Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo
SOFINCO	Sociedades Financieras Comunitarias
SOFIPO	Sociedades Financieras Populares
SOFOM	Sociedad Financiera de Objeto Múltiple
TPV	Terminal Punto de Venta
UC	Uniones de Crédito
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
USD	Dólar estadounidense
VCRZ	Veracruz de Ignacio de la Llave

Tabla de contenido

Lista de abreviaturas **3**

Tabla de contenido **5**

Resumen ejecutivo **7**

1. Presentación **9**

1.1 Objetivo 9

1.2 Justificación 9

2. Antecedentes **10**

2.1 Situación económica del país 10

2.2 Entorno internacional 12

2.3 Importancia de las mipymes en el país 14

3. Contexto: situación actual **18**

3.1 Marco regulatorio 18

3.2 Universo de la demanda 20

3.3 Universo de la oferta 23

3.4 Otros puntos relevantes del contexto nacional 26

4. Metodología del estudio **28**

5. Demanda **31**

5.1 Demanda de servicios y productos financieros por parte de las mipymes 31

5.2 Acceso, uso y calidad 32

5.3 Demanda especial de mipymes lideradas por mujeres y otros grupos de población en condiciones de vulnerabilidad 37

5.4 Necesidades de capacitación 41

6. Oferta 43

6.1 Descripción de los productos y servicios financieros existentes para las mipymes 43

6.2 Necesidades de la oferta.....45

6.3 Oferta especial disponible para mipymes lideradas por mujeres y otros grupos de población en condiciones de vulnerabilidad 48

7. Hallazgos y conclusiones – propuestas 51

7.1 Brechas.....51

7.2 Recomendaciones 54

Anexos..... 56

Referencias 57

Resumen ejecutivo

En el marco del proyecto “Transformación sostenible del sector financiero para fortalecer a las mipymes en América Latina” de la Sparkassenstiftung Alemana, uno de los principales objetivos es mejorar la oferta de servicios financieros adecuados a las necesidades de las mipymes. Así, el presente estudio aborda un análisis de fuentes secundarias y fuentes primarias, tanto de la demanda como de la oferta disponible de productos y servicios financieros para micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) en México.

En los antecedentes se muestra la situación económica del país y la importancia de las mipymes. La actividad de estas empresas se concentra en el sector terciario de la economía; es decir, particularmente comercio y servicios. Cabe mencionar que, en lo general, estos sectores resultaron ser los más afectados debido a la crisis por la pandemia de COVID-19, a tal grado que la recuperación económica aún no se ha dado en su totalidad.

Al respecto, como contexto en México, las micro, pequeñas y medianas empresas son un sector vital para la economía nacional; éstas representan al menos 94 % del tejido empresarial en cuanto al número de unidades económicas totales (4.8 millones). Además, son una importante fuente de empleo, pues, más del 43 % del personal ocupado total se concentra en este segmento. Sin embargo, mantiene índices de baja producción total, de sólo el 9 %, así como sólo el 8.7 % del activo fijo del país.[1]

Por su parte, en cuanto a la demanda, las mipymes son el actor central del análisis, y enfrentan desafíos para acceder a servicios financieros adecuados que les permitan crecer y prosperar. De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la tasa de exclusión financiera en México es muy alta, 44 % más alta que el promedio de los países de dicho organismo, obstaculizando especialmente el crecimiento y la productividad en el país (OCDE, 2022).

En México, se encontró que el sector de las mipymes con más barreras para acceder a un financiamiento es el de las personas emprendedoras. Sólo el 8 % de la oferta de los productos brindados a través de la banca múltiple y las Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (SOFOMES) se dedican a este segmento; mientras que en otro tipo de instituciones financieras ronda el 2 % (INMUJERES, 2023). Este fenómeno se da principalmente porque el sector del empredimiento se percibe como altamente riesgoso en el sector financiero, debido a la alta tasa de mortandad de nuevas empresas.

[1] Información estadística del Censo Económico 2019, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

También se identificó que las mujeres que lideran mipymes en México enfrentan varios desafíos para acceder a productos y servicios financieros. Estos desafíos incluyen barreras características en la región, por ejemplo, limitaciones de acceso a crédito, brecha digital y expectativas sociales arraigadas (Pro mujer, 2024). En México, el ingreso per cápita sería 22 % mayor si las mujeres participaran en la economía a la misma tasa que los hombres (Banco Mundial, 2020).

Por el lado de la oferta, la gran conclusión es que no se cuenta con productos especializados que reconozcan las necesidades de las mipymes, particularmente de los micronegocios, así como tampoco un área de atención específica. Este resultado se debe a dos grandes limitaciones identificadas en la oferta actual enfocada a las micro, pequeñas y medianas empresas: primero, con áreas importantes de mejora en la atención brindada por el personal de la institución hacia el segmento; en segundo lugar, con la falta de diferenciación formal de los productos crediticios en cuanto a tasas, plazos y montos.

Cabe mencionar que en el sector de las finanzas populares se reconocen las diversas problemáticas de acceso y uso de productos crediticios que enfrentan las micro, pequeñas y medianas empresas; pero, más importante aún, se tiene conciencia acerca de lo indispensable que resulta apoyar este segmento para contribuir al desarrollo económico del país.

En conclusión, las principales recomendaciones derivadas de este estudio para la transformación sostenible del sector financiero para las mipymes son:

I. Metodología parametrizada de un producto de crédito específico para mipymes: Metodología de análisis adecuada para aquellas micro, pequeñas y medianas empresas que no pueden comprobar ingresos mediante estados financieros o medios formales. Análisis profundo del impacto que tienen las garantías para mitigar el riesgo, deshaciéndose de aquellos requisitos que no añaden valor significativo para las microempresas ni para las entidades financieras.

II. Programa integral de productos y servicios financieros para mipymes: Incentivar y asesorar el uso 360° de los productos y servicios financieros para mipymes, con el fin de satisfacer cualquiera de sus necesidades en el sistema financiero, como financiamiento, ahorro, inversión, seguros, pagos y cobros, así como herramientas digitales.

III. Programa de educación empresarial: Trabajar con micro y pequeñas empresarias y empresarios en fortalecer sus habilidades de conocimiento, no sólo en temas tradicionales de educación financiera, sino también fiscales, de inversión y empresariales.

1. Presentación

El presente estudio de demanda y oferta de productos y servicios financieros para mipymes en México analiza la accesibilidad y las necesidades financieras de las micro, pequeñas y medianas empresas en el país. Este análisis evalúa la disponibilidad de los productos y servicios financieros, con particular énfasis en créditos, identificando brechas y oportunidades de mejora. Los resultados destacan la importancia de fortalecer la inclusión financiera y la necesidad de adaptar la oferta existente a las características específicas de las micro, pequeñas y medianas empresas.

1.1 Objetivo

El presente estudio tiene el objetivo de analizar las necesidades de productos y servicios financieros de las micro, pequeñas y medianas empresas, así como su oferta; de manera que, con esta revisión, se puedan formular acciones que mejoren la oferta de servicios y productos financieros, al mismo tiempo que se cierren las brechas existentes entre lo que la demanda necesita y lo que la oferta contiene.

1.2 Justificación

En el marco del proyecto “Transformación sostenible del sector financiero para fortalecer a las mipymes en América Latina”, de la Sparkassenstiftung Alemana, uno de los principales objetivos es mejorar la oferta de servicios financieros adecuados a las necesidades de las micro, pequeñas y medianas empresas. Para ello, es necesario conocer cuáles son esas necesidades y las características de la oferta que actualmente existe en México.

Por este motivo, se elaboró un estudio descriptivo de la oferta y demanda de productos financieros enfocados al sector de las micro, pequeñas y medianas empresas, que se basa en la recopilación de fuentes primarias y secundarias de información para obtener conclusiones y deducciones que permitan formular proyectos y actividades de alto impacto que, al ser implementadas en conjunto con nuestros aliados y contrapartes, transformen el sector financiero que atiende a las mipymes.

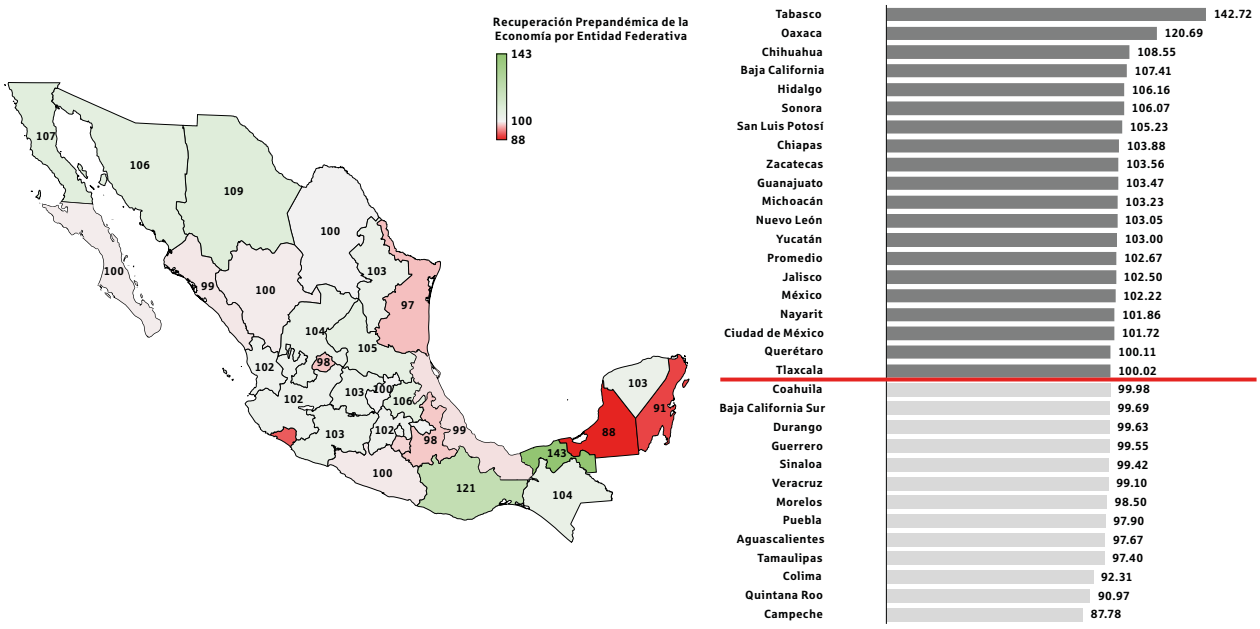
2. Antecedentes

Las micro, pequeñas y medianas empresas se estiman en casi 12.9 millones en América Latina y constituyen alrededor del 99 % del total de las empresas formales (CEPAL, 2020), por lo que resulta trascendental apoyar este segmento empresarial para fomentar el crecimiento económico. Sin embargo, es fundamental reconocer las particularidades de cada economía. En México, se observa una importante desigualdad en la dinámica económica de acuerdo con la regionalización por entidad federativa, el 46 % del país continúa aún por debajo del nivel de actividad económica que mantenía previo al inicio de la pandemia. Los sectores más afectados fueron servicios y el comercio, donde existe la mayor cantidad de mipymes. Así, permanece un entorno de baja productividad, y un factor que puede explicar esta situación es el bajo nivel de financiamiento, entre otros factores.

2.1 Situación económica del país

Durante el año 2020, México fue afectado por el cierre total –y posteriormente parcial– de la economía, como parte de las medidas para combatir la pandemia por COVID-19. Hoy en día, la recuperación no ha llegado al total de la economía. Trece entidades federativas continúan por debajo del nivel de actividad económica que mantenían previo al inicio de la pandemia (ver figura 1).

Figura 1. Actividad económica estatal frente a niveles prepandémicos (4T2019=100); 1T2023



Fuente: Cálculos propios con información del INEGI.

Gran parte de la heterogeneidad de la economía mexicana se concentra en la actividad manufacturera. Por este motivo, y a pesar de no ser el sector más representativo de las mipymes, la manufactura se considera un factor determinante, debido a que incide fuertemente en la actividad económica mexicana. A lo largo del año pasado, las industrias que más se benefician de la demanda estadounidense han avanzado rápidamente.

Estados como Baja California, Chihuahua, Nuevo León y Querétaro, especializados en la fabricación de electrónica y maquinaria, se han beneficiado de la tendencia del *nearshoring* y han superado los niveles anteriores a la pandemia.

Por otro lado, se detectó, a través de una prueba de *causalidad de Granger*, que la inversión extranjera directa en México es uno de los factores que impulsan fuertemente el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas; sin embargo, las microempresas no se benefician de este influjo de recursos.

Con relación a los diferentes sectores de mipymes, el sector del comercio al por menor es el más relevante por la preponderancia social que tiene, debido a que abarca a diversos negocios locales y refleja el comportamiento del consumo de la población. Al respecto, cabe destacar que, al cierre del 2022, este sector no había logrado la recuperación económica a niveles previos a la pandemia, lo que probablemente se debe a que fue uno de los sectores más afectados en este periodo.

Por su parte, la importancia del sector de las ventas al por mayor radica en que es un reflejo de la interacción entre empresas privadas, que modulan el flujo de bienes y servicios en los mercados, y permite a las micro, pequeñas y medianas empresas tener mayor certidumbre y planificación al ofertar productos y servicios. Según datos del INEGI al cierre de 2022 y de cálculos propios, el comercio al por mayor muestra niveles inferiores a los de la pandemia en cinco estados (Michoacán, Veracruz, Campeche, Oaxaca y Morelos).

Ahora bien, las actividades terciarias fueron de los grandes sectores de la economía con mayor afectación por la crisis del COVID-19; y hasta el cierre del 2022, no había logrado recuperar los niveles que mantenía previos a la pandemia. En relación con la perspectiva a futuro que tienen las pymes sobre el desempeño económico del país, el Banco de México realizó una encuesta a algunos representantes de dichas empresas, preguntándoles acerca de los tres principales factores que podrían obstaculizar el crecimiento durante los próximos seis meses (Banco de México, 2024). Dos de las principales preocupaciones resultaron ser la inflación (33 % de las empresas) y temas de gobernanza[2] (25 % de las empresas).

[2] Como gobernanza se entiende: “Un indicador integrado por la incertidumbre política interna, los problemas de inseguridad pública, problemas de Estado de Derecho, corrupción e impunidad. Lleva 11 meses como el primer obstáculo que puede frenar la actividad económica en el país…” (Hernández, 2022).

En relación con la participación de las mipymes en el mercado internacional, “el valor de las exportaciones reportadas es relativamente escaso, pues ronda el 5 % del total de las exportaciones, mientras que en Europa alcanza el 40 %” (Díaz Granados, 2023). De acuerdo con lo anterior, las micro, pequeñas y medianas empresas deberían representar un papel más importante en las exportaciones del país para guardar congruencia con su participación en los indicadores económicos.

En el tema del flujo de recursos internacionales hacia las mipymes, de acuerdo con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 2023), las remesas representan una contribución clave de recursos hacia los países de origen de los migrantes, ya que no sólo incentivan el consumo de bienes y servicios, sino también se utilizan para capitalizar a las empresas del país receptor. Por este motivo, se consideran una fuente de inversión potencial para las mipymes.

Según datos del Banco Mundial, desde 1995, México es uno de los diez principales países receptores de remesas en el mundo. Ocupó el tercer lugar dentro del *ranking* en el año 2020; mientras que para el 2021, se posicionó en el segundo lugar de países captadores de remesas.

2.2 Entorno internacional

Las micro, pequeñas y medianas empresas son un pilar para las economías del mundo, pues constituyen el principal motor en la dinámica de creación de empresas y de empleo. De acuerdo con el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (DESA, 2018), en los últimos 30 años el sector privado ha contribuido significativamente en la disminución de la pobreza en países en vías de desarrollo, pasando de 52 % de la población en condiciones económicamente vulnerables, al 22 % en ese periodo. Las mipymes fueron un factor clave en el logro de este resultado, contribuyendo ampliamente en la creación de empleo desde el sector privado. Por mencionar un ejemplo de la contribución de las mipymes en este ámbito, se observa que en economías emergentes, cuatro de cada cinco nuevas posiciones laborales son creadas por estos organismos.

Las mipymes también tienen una gran participación cuando se mide el número de empresas. De acuerdo con información de la CEPAL, las micro, pequeñas y medianas empresas, que se estiman en casi 12.9 millones en América Latina, constituyen alrededor del 99 % del total de las empresas formales (CEPAL, 2020). Sin embargo, sólo contribuyen a una cuarta parte del Producto Interno Bruto (PIB) de la región, mientras que, en la Unión Europea, la participación de las mipymes en el PIB alcanza un 56 %. La brecha que se forma entre la alta concentración

de empleo y baja aportación al Producto Interno Bruto regional denota la poca productividad de este sector para América Latina (Correa, Leiva, & Stumpo, 2020).

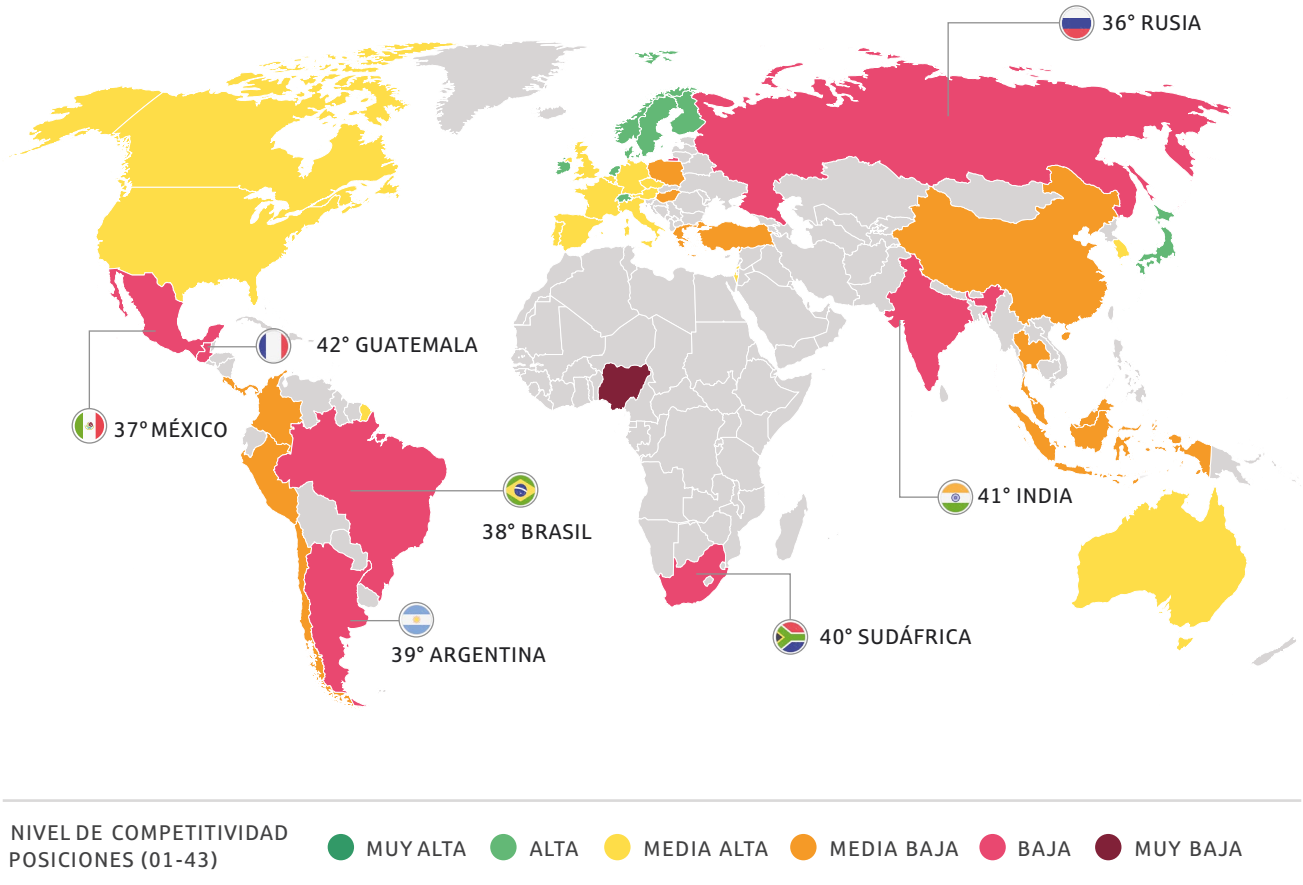
Existen muchos factores que pueden explicar la poca productividad de las mipymes en América Latina, entre ellos están el financiamiento y el desarrollo de capacidades. Si bien la oferta pública y privada de financiamiento, asistencia técnica y capacitación para estas empresas ha aumentado, su alcance continúa siendo bajo. Los servicios que comúnmente se ofrecen para este segmento suelen estar dispersos, poco integrados y entregados en formatos generales que no permiten una adaptación a la situación específica de cada negocio.

De acuerdo con Diego Herrera, la falta de profundidad del financiamiento, señala dos elementos que afectan la obtención de capital para las mipymes en América Latina: primero, se ha observado que el sistema bancario latinoamericano tiene un comportamiento procíclico, es decir, la oferta de crédito obedece más a las condiciones económicas que a la demanda de crédito en sí misma; segundo, el acceso a financiamiento también se limita dada la aversión al riesgo que, desde 2013 en América Latina, se profundizó debido al deterioro en la calidad de la cartera de crédito en este segmento (Herrera, 2020).

Además, de acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (OECD & CAF, 2019), las mipymes latinoamericanas presentan ciertas características que no les permiten fomentar el correcto desarrollo empresarial. Primero, la brecha de productividad entre las grandes empresas y las micro, pequeñas y medianas de Latinoamérica es significativamente mayor a la mostrada por las mipymes en la Unión Europea, donde la contribución al empleo es similar, pero la generación de valor agregado es más del doble. Segundo, el emprendimiento es un refugio al desempleo, es decir, que muchas de estas empresas son catalogadas como emprendimientos de subsistencia. Por último, los objetivos de este segmento empresarial están orientados al mercado local, principalmente haciendo uso de la tecnología a su alcance.

Las carencias en productividad, financiamiento y capacitación se ven también profundizadas por los bajos niveles de competitividad del país. De acuerdo con el Instituto Mexicano para la Competitividad, México presenta un nivel de competitividad bajo, a la par de países como Rusia, Brasil, Argentina, Sudáfrica, India y Guatemala (ver figura 2); manteniéndose en la posición 37 a nivel mundial (IMCO, 2022).

Figura 2. Índice de competitividad internacional, 2022



Fuente: Instituto Mexicano para la Competitividad, A.C.

2.3 Importancia de las mipymes

Las micro, pequeñas y medianas empresas son fundamentales para el desarrollo económico y social en México y desempeñan un papel crucial en la consecución de varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.[3]

Figura 3. ODS directamente relacionados con las mipymes

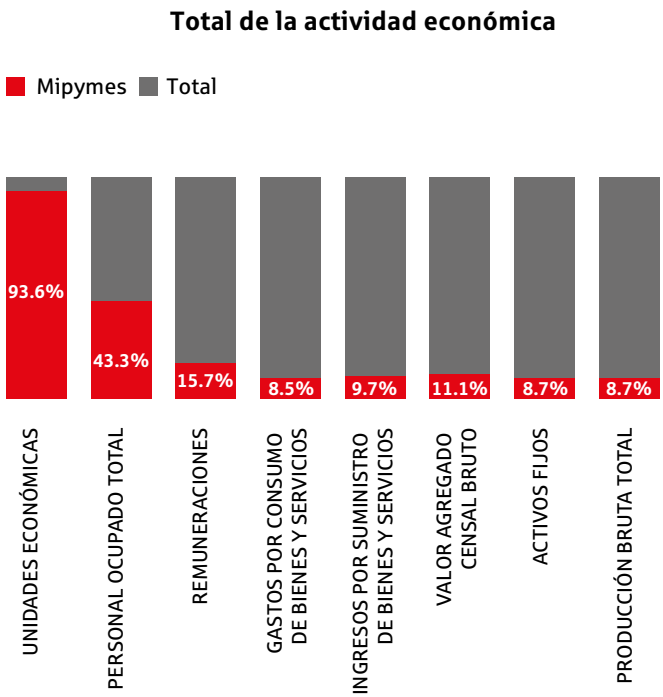
Fuente: Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, 2016.

[3] "Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible- aprobada por los dirigentes mundiales en septiembre del 2012 en una cumbre histórica de las Naciones Unidas – entraron en vigor oficialmente el 1 de enero de 2016" (Naciones Unidas, 2016).

Las mipymes en México representan casi el 94 % de un total de 4.8 millones de empresas en el país, así como el 43.3 % del personal ocupado en la economía formal; sin embargo, aporta menos del 9 % de la producción bruta total (ver figura 4).

Figura 4. Participación de las mipymes en la actividad económica total, CE2019

	Millones de pesos
Producción bruta nacional	**22,212,250**
Manufacturas	10,800,994
Comercio	3,020,683
Servicios privados no financieros	3,804,345
Otras actividades económicas	4,586,228
Producción bruta de MIPYMES	**1,941,056**
Manufacturas	414,021
Comercio	546,797
Servicios privados no financieros	926,186
Otras actividades económicas	54,052



Fuente: Censo Económico 2019, INEGI.

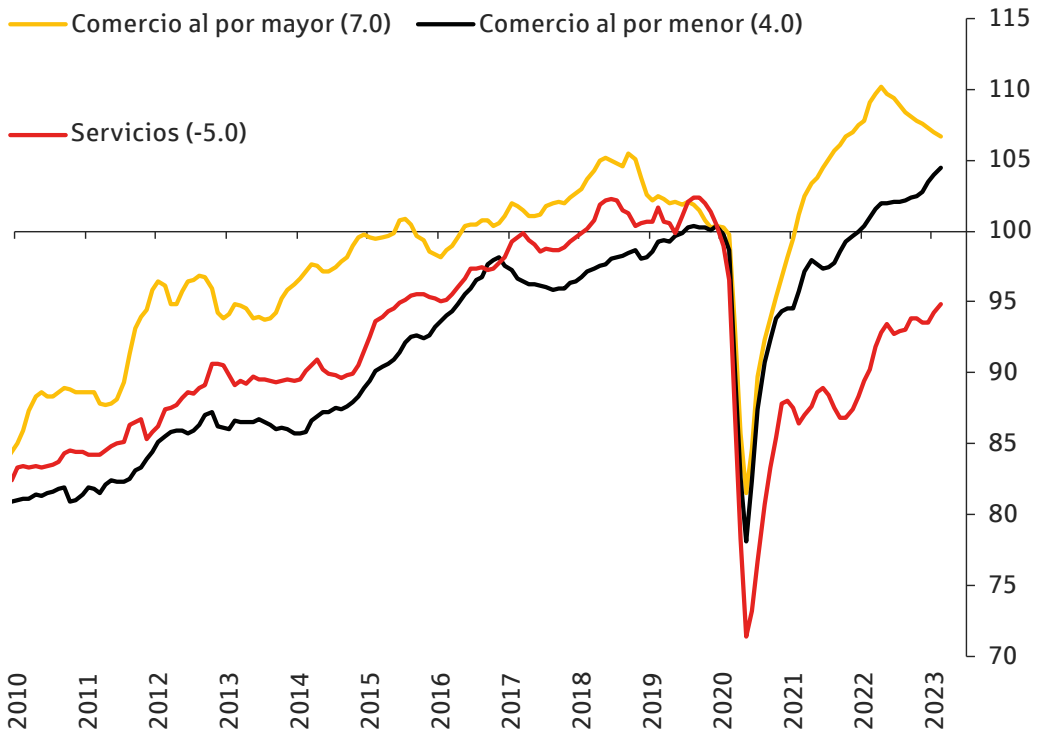
Si se analiza cada uno de los sectores económicos, es posible observar que existe un mayor número de mipymes en el sector del comercio (46.4 %); igualmente, este sector mantiene preponderancia en cuanto a su aportación al personal ocupado y las remuneraciones en las micro, pequeñas y medianas empresas. Sin embargo, si nos referimos a la producción bruta total, el papel más relevante resulta ser en el sector servicios (43.7 %), esto sin considerar los servicios financieros.

El sector servicios también tiene una preponderancia en otros indicadores, tales como gastos e ingresos, tanto por consumo, como suministro de bienes y servicios, cantidad de activos fijos y producción bruta total.

Entonces, tanto los servicios como el comercio se posicionan como los sectores económicos más relevantes para las micro, pequeñas y medianas empresas; ambos pertenecen a las

actividades económicas terciarias. Ahora bien, el sector terciario fue el sector de la economía con mayor afectación por la crisis del COVID-19 (ver Gráfica 1).

Gráfica 1. Recuperación del nivel prepandemia de las actividades terciarias (Feb, 2023)



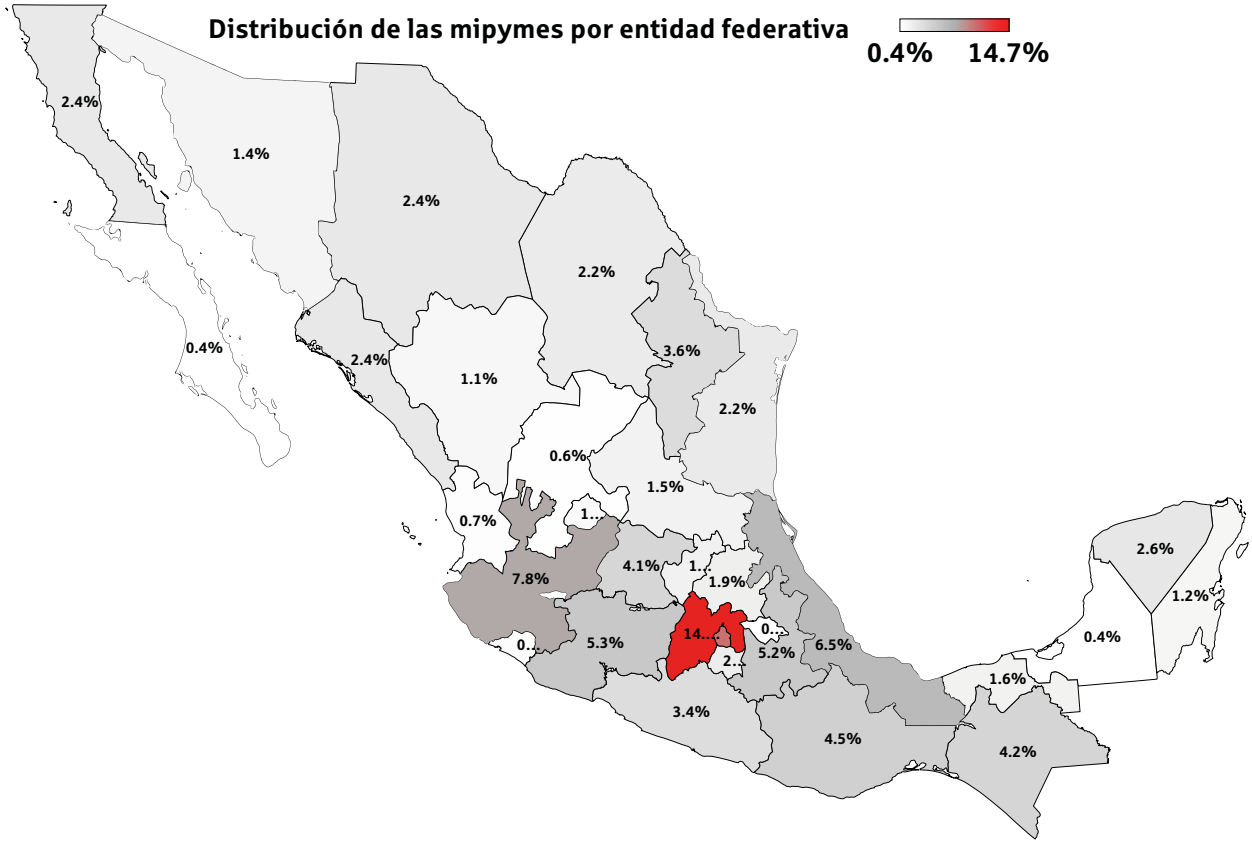
Fuente: Creación propia con datos del INEGI.

Al analizar los subsectores, observamos que el mayor impacto negativo se dio en las tiendas de abarrotes, los servicios recreativos y en los restaurantes y hoteles, debido a que resultaron con la caída más significativa y también mantienen el mayor rezago en cuanto a su recuperación; incluso, hasta el último dato reportado (febrero de 2023), no han alcanzado los niveles que presentaban previos a la pandemia.

Lo anterior resulta aún más relevante si consideramos que el 46.6 % de las unidades económicas micro, pequeñas y medianas empresas se concentra dentro del comercio al por menor. Por su lado, los servicios de restaurantes y hoteles concentran el 14.2 % de las mipymes. En cuanto a la ubicación geográfica de las mipymes, se observa una mayor concentración en entidades federativas como Ciudad de México, Estado de México, Jalisco, Nuevo León, Veracruz y Guanajuato (ver figura 5). A su vez, observando a las entidades en las que se tiene una mayor tasa de creación de microempresas, se tiene a Guanajuato

(36.7 %), Puebla (35.8 %) y Estado de México (31.4 %) con el mayor número de nacimientos por cada 100 micronegocios; mientras que para las pymes se tiene a Baja California (12.7 %), Chihuahua (10 %) y Estado de México (10 %).

Figura 5. Porcentaje de número de mipymes por entidad federativa de México



Fuente: Datos del Censo Económico 2019, INEGI.

En cuanto al número de microempresas que cierran por cada 100 que existen, las entidades con mayores cifras son Quintana Roo (47.1 %) y Nuevo León (41.2 %); por el lado de las pymes, se tiene también a Quintana Roo (38.5 %) y Campeche (31.7 %). La principal razón de este comportamiento es la falta de competitividad de las entidades federativas. De acuerdo con el IMCO, la Ciudad de México fue la entidad más competitiva y la única considerada dentro de la categoría de competitividad muy alta. Por el contrario, Guerrero se ubicó en la última posición, considerándose como la entidad menos competitiva.

3. Contexto: situación actual

En el país hay más de 4.5 millones de mipymes,[4] de las cuales una de cada dos no ha solicitado nunca un crédito para su negocio. Esto resulta dramático, porque la oferta de productos crediticios, en teoría, es amplia; sin embargo, se observa que está focalizada y privilegia zonas geográficas y sectores específicos de la economía; sobre todo, en un marco nacional, cuyos esfuerzos están dirigidos a mejorar el acceso a servicios financieros, fomentar el uso responsable de productos financieros y aumentar la comprensión de conceptos financieros básicos.[5]

3.1 Marco regulatorio

En México, existe un marco regulatorio específico para las mipymes, dentro del cual está la "Ley para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa", en la que se expresa lo siguiente:

"Se tiene por objeto promover el desarrollo económico nacional a través del fomento a la creación de micro, pequeñas y medianas empresas y el apoyo para su viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad. Así mismo incrementar su participación en los mercados, en un marco de crecientes encadenamientos productivos que generen mayor valor agregado nacional" (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2023).

De igual manera, el Gobierno Federal reconoce que es necesario mejorar el acceso de las mipymes al financiamiento:

"El sistema financiero en México tiene una baja profundidad y penetración, una elevada concentración y un nivel bajo de acceso al crédito y servicios financieros para segmentos importantes de la población, principalmente para las mipymes" (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2020).

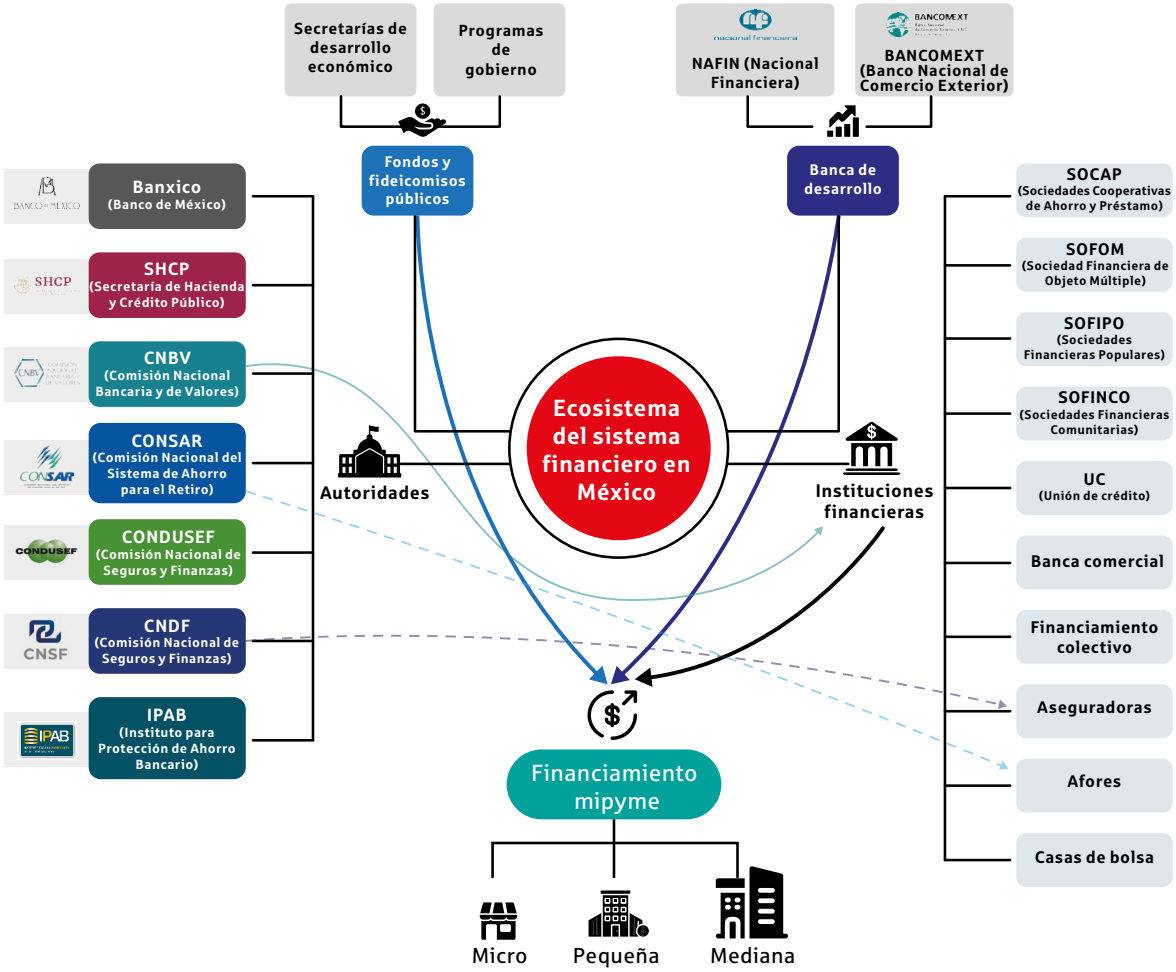
En línea con lo anterior, existen planes estratégicos y de desarrollo destinados a fortalecer a las micro, pequeñas y medianas empresas, tales como: Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2019-2024, el cual establece las políticas y estrategias generales para el desarrollo económico y social del país; y el Programa Nacional de Financiamiento del Desarrollo (PRONAFIDE) 2020-2024, entre otros.

[4] Censo Económico 2019 del INEGI.
[5] Esto se encuentra plasmado en la Política Nacional de Inclusión Financiera (PNIF) 2020–2024 (Consejo Nacional de Inclusión Financiera, 2020).

En este último, específicamente para mipymes, refiere dos de los seis objetivos prioritarios del programa; es decir, el objetivo prioritario 5: Sistema financiero y de pensiones; y el objetivo prioritario 6: Financiamiento y banca de desarrollo. Dentro de los cuales se establecen estrategias prioritarias.[6]

Adicionalmente, existe el Centro de Formación Empresarial y de Negocios (CEFEN), dirigido por la Cámara de Comercio de la CDMX (CANACO). En el ámbito financiero, el sector está regulado por diversas autoridades y tiene una gran cantidad de participantes, lo cual debiera reflejarse en una oferta de productos y servicios financieros robusta para las mipymes.

Figura 6. Ecosistema del sistema financiero en México



Fuente: Información de la CNBV.

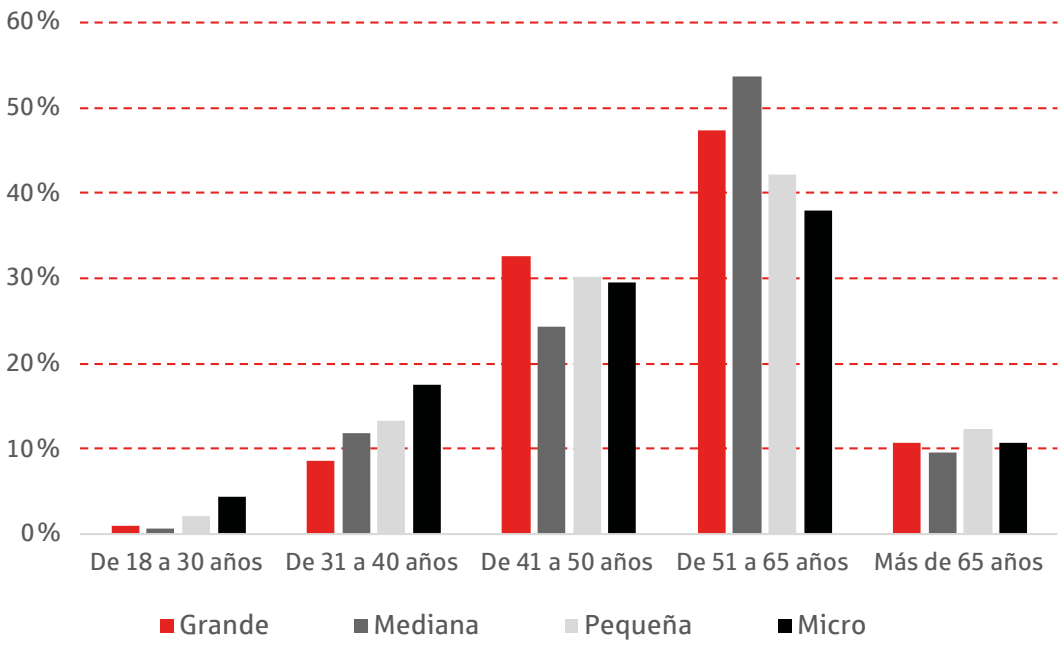
[6] Acción puntual 5.3.2. Promover, en coordinación con las dependencias competentes, mayor financiamiento y servicios financieros para personas emprendedoras, mujeres, mipymes e integrantes del sector rural.
Acción puntual 6.1.1. Impulsar una mayor inclusión financiera de mipymes, población rural, grupos en situación de vulnerabilidad y personal de las fuerzas armadas a través del diseño de nuevos programas, productos y servicios financieros para el bienestar social y el crecimiento económico (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2020).

3.2 Universo de la demanda

Como se mencionó anteriormente, las mipymes en México representan el 94 % de los 4.8 millones de empresas, por lo que son un componente vital del tejido empresarial y contribuyen de manera importante a la generación de empleo y, por tanto, a la generación de bienestar social. Por lo que resulta importante conocer aquellos factores cruciales que determinan el desempeño en su actividad económica.

Un factor fundamental para el desarrollo y crecimiento de las mipymes es el nivel educativo de la persona que toma las decisiones. De acuerdo con el INEGI, aproximadamente dos millones de microestablecimientos no cuentan con una persona que tome decisiones con un nivel de estudios equivalente a educación superior. En este sentido, el 27.48 % concluyó el bachillerato y el 16.36 % cuenta con educación básica. En cuanto al rango de edad de los líderes de mipymes, observamos que para todas las unidades económicas, sin importar el tamaño de estas, quienes toman las decisiones se concentran en un rango de entre 51 y 65 años (ver gráfica 2).

Gráfica 2. Rango de edad de quien toma las decisiones en las empresas



Fuente: Encuesta Nacional de Financiamiento de las Empresas (ENAFIN, 2021).

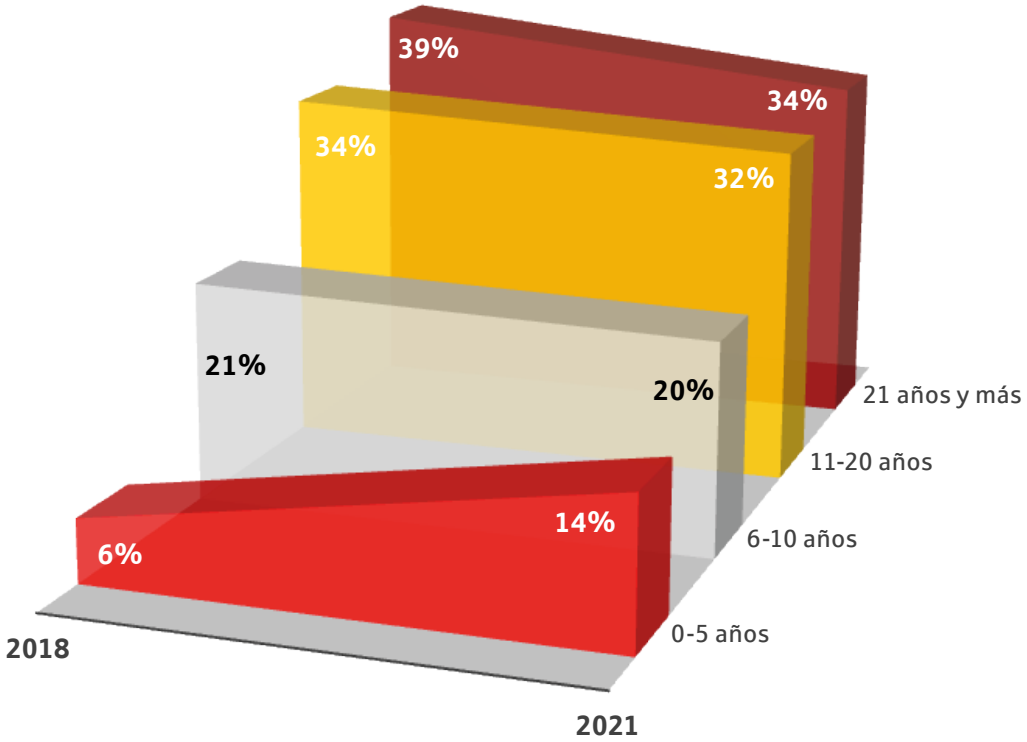
Un aspecto que resaltar, y por el cual cobran relevancia las características de las personas que toman decisiones al interior de las microempresas, es que 62 % de los micronegocios corresponde a una empresa de propiedad de una única persona.

Por su lado, la figura de sociedad sin parentesco es la más común entre empresas grandes (56 %) y pequeñas (36 %), mientras que los medianos negocios se concentran en condiciones de una empresa familiar (50 %). También, se encontró que las empresas son en su gran mayoría empresas formales, el 37 % están constituidas bajo el régimen de persona física con actividad empresarial y el 45 % como persona moral.

El número de años que tienen las mipymes es un indicador importante del desarrollo y condiciones que tiene el país en el ámbito empresarial. Según estudios recientes, como el realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en 2019, los primeros años de vida empresarial son fundamentales para la supervivencia y crecimiento sostenido de una mipyme, ya que se enfrentan a desafíos significativos, como la falta de financiamiento, la competencia desleal y la incertidumbre del mercado.

Como se puede apreciar en la gráfica 3, la creación de empresas en México estuvo en aumento entre los años 2018 y 2021, en donde es posible observar un incremento de 8 puntos porcentuales, mientras que el número de mipymes en los rangos más elevados de años de operación, muestra un decremento en el 2021 con respecto al 2018.

Gráfica 3. Rango de edad de las empresas 2018-2021, porcentaje del total de empresas

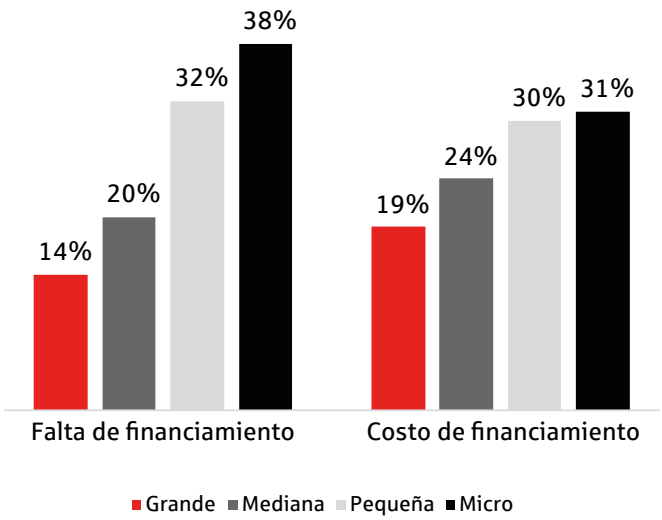


Fuente: Encuesta Nacional de Financiamiento de las Empresas (ENAFIN, 2021).

Existe una gran variedad de factores que han afectado la supervivencia de las mipymes. Entre los factores que afectaron mayormente su operación, se registraron la falta de financiamiento y el costo de éste, siendo las microempresas las más afectadas (ver gráfica 5). Como factores externos, se mencionaron el incremento de costos de operación y la restricción a las actividades, como parte de las medidas de emergencia por la pandemia del COVID-19. En cuanto a los componentes que afectaron el crecimiento de la empresa, los empresarios y empresarias mencionaron la mala situación económica del país (62 %), falta de apoyos del gobierno (45 %), cierres temporales y bajo poder adquisitivo de la clientela, ambos con el 44 %. Todos considerados como externos; sin embargo, el factor interno resaltó como limitante para el crecimiento de las empresas la falta de financiamiento (ver gráfica 4).

Gráfica 4. Factores que afectaron la operación de la empresa en 2020

Gráfica 5. Empresas (por tamaño) que vieron afectada su operación por factores de financiamiento



Fuente: ENAFIN, 2021.

3.3 Universo de la oferta

El sistema financiero mexicano está conformado por una amplia gama de instituciones financieras, incluyendo bancos comerciales, bancos de desarrollo, casas de bolsa, aseguradoras, sociedades financieras no bancarias, entre otras.

El Banco de México actúa como el banco central del país, regulando la política monetaria y supervisando el sistema financiero. Asimismo, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) son responsables de regular y supervisar las actividades financieras para garantizar su estabilidad y un funcionamiento adecuado.

En el contexto mexicano, la oferta de productos y servicios financieros es amplia; sin embargo, muchos de estos servicios financieros están concentrados en algunos sectores y son ofertados por unas pocas entidades. Si consideramos aquellos productos y servicios que están orientados específicamente a las mipymes, esta situación se agrava aún más.

Como punto positivo, en el tema de la infraestructura, se rescata que, de acuerdo con datos del reporte trimestral de inclusión financiera (CNBV, 2024), la infraestructura en el país ha presentado crecimientos importantes en el periodo del 2022 al 2023; principalmente impulsado por el número de cuentas ligadas al celular y de terminales punto de venta, con 19.2 % y 14.3 % de incremento, respectivamente.

Figura 7. Infraestructura del país con indicadores de inclusión financiera (3T2023)

INFRAESTRUCTURA	Crecimiento con respecto al 3T2022	Crecimiento con respecto al 4T2019
17,814 Sucursales	**+7.11%**	+5.51%
66,168 Cajeros automáticos	+5.89%	**+14.18%**
52,804 Corresponsales	+6.32%	**+18.21%**
1,361,166 TPV	**+14.25%**	+3.16%
84,140,920 Cuentas ligadas a celular	+19.24%	**+104.12%**

Fuente: Reporte Trimestral de Inclusión Financiera, CNBV.

Adicionalmente, es posible observar que, durante el periodo de la pandemia (2019-2022), los medios digitales mostraron un incremento por encima de otros medios tradicionales como las sucursales.

En general, en México se oferta una gran variedad de productos y servicios financieros de ahorro, crédito, medios de pago e instrumentos de inversión, que son ofrecidos por un total de 280 instituciones financieras reguladas; de las cuales, 154 son cooperativas de ahorro y crédito autorizadas, 49 bancos comerciales, 37 SOFIPOs y 77 uniones de crédito. Adicionalmente, se tiene un total estimado de más de 1,200 SOFOMES no reguladas.

A pesar de que existe una gran variedad de entidades financieras, la cartera de crédito se encuentra altamente concentrada en la banca múltiple, ya que tiene una participación del 71 % del total, y del 86 % si se considera exclusivamente la cartera de crédito empresarial; es decir, créditos para mipymes. Por su lado, el sector de ahorro y crédito popular tiene una participación del 16 % y del 1.2 %, respectivamente.

Este último dato, referente a la participación del sector de ahorro y crédito popular en la cartera de crédito empresarial, tiene un sesgo importante. Muchos créditos, cuya finalidad es financiar la operación de micro y pequeños negocios, están registrados en la cartera de consumo de las entidades financieras. Esto se debe a que la regulación de crédito con destino comercial es compleja, está sujeta a interpretaciones de los órganos supervisores y contiene requisitos adicionales que deben cumplir los solicitantes. En la operación diaria es común observar que estas barreras y dificultades se sortean otorgando el crédito a través de un producto de consumo, aun cuando el destino sea financiar un negocio.

Esto no significa que el sector de las finanzas populares carece de productos o vocación para atender a las mipymes; al contrario, reconocen las diversas problemáticas de acceso y uso de los productos y servicios financieros en este segmento, así como la importancia de apoyar este a las empresas para contribuir al desarrollo económico del país (ver cuadro 1).

Cuadro 1. Opinión de las instituciones financieras sobre las mipymes como segmento dentro del entorno financiero

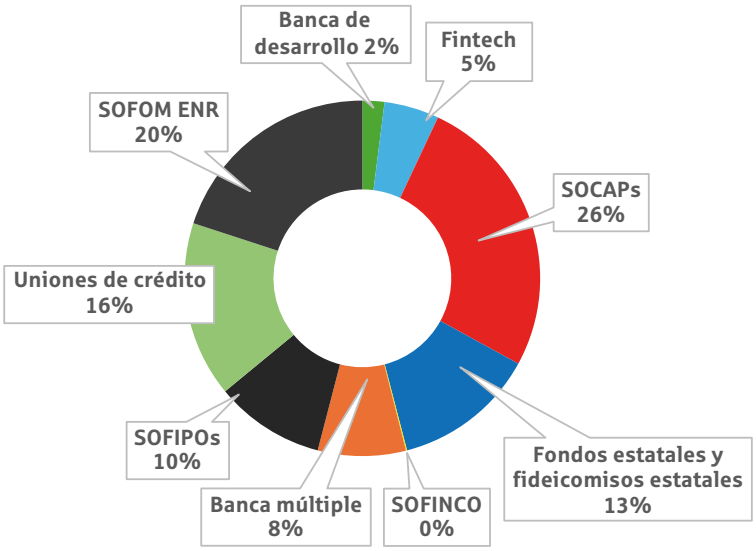
> “Yo creo que es un sector que le falta atención. Le falta el acceso […] nos ha tocado con algunas instituciones bancarias que dicen tú los puedes atender, te los mando. Pero también, en parte, nosotros como sector cooperativo no nos hemos dado a conocer ni hemos desarrollado algo especializado para ser atractivos para este tipo de empresas”.
>
> **Director general, SOCAP**

> “Si queremos apoyar el desarrollo del país tenemos que entrar al negocio del PYME [...] Por otro lado, a nivel negocio, es donde se está abriendo el mercado. El 80 % de los empleos en este país los producen las PYMES”.
>
> **Director general, SOFIPO**
>
> “Este sector va a seguir siendo desatendido por la banca, desgraciadamente. No le interesa. Es otro monstruo y no lo han podido domar”.
>
> **Director general, SOFOM**

Fuente: Estudio de oferta y demanda de servicios y productos financieros para mipymes en México, DSIK.

A través de un mapeo realizado durante el 2023 por INMUJERES, se identificaron los productos de crédito que están enfocados exclusivamente para mipymes. Esta información muestra que las instituciones con mayor cantidad de productos enfocados al segmento de las mipymes son las SOCAP, con el 27 % de la oferta total. En segundo y tercer lugar se encuentran las SOFOMES no reguladas y las uniones de crédito, con una participación del 20 % y 16 %, respectivamente (ver gráfica 6). Lo anterior muestra que el sector microfinanciero tiene una fuerte orientación para atender al sector de las mipymes; sin embargo, esto no se ve reflejado en la participación de cartera.

Gráfica 6. Participación de la oferta de créditos para mipymes por tipo de IF



Fuente: Mapeo (INMUJERES, 2023).

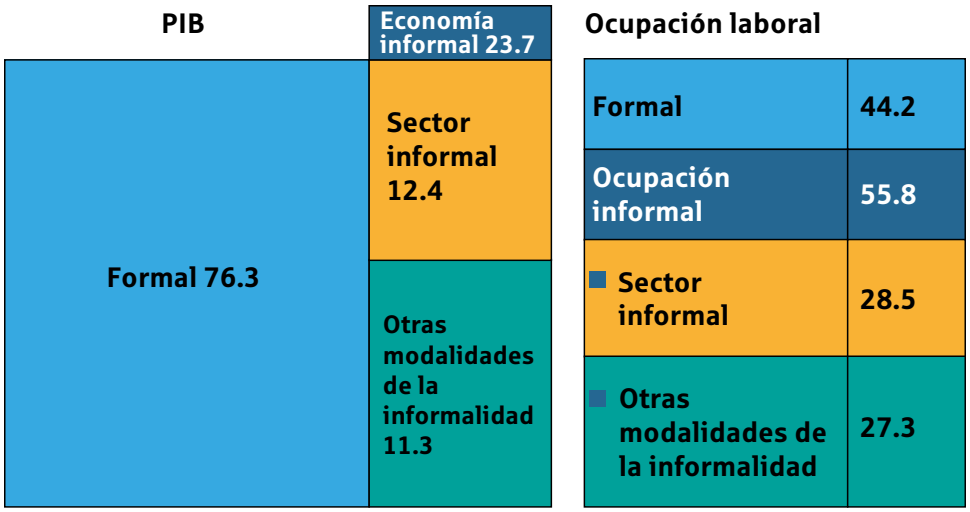
En cuanto a la banca de desarrollo, tenemos que resaltar que únicamente dos instituciones mantienen una oferta crediticia inclusiva para todas las mipymes, es decir, sin importar el tamaño o sector económico en el que se desempeñen: Nafin y Bancomext, cada una con una aportación del 24.1 % y 17.3 % dentro de la participación de la Banca de desarrollo (12.3 %).

3.4 Otros puntos relevantes del contexto nacional

En México, la participación de las micro, pequeñas y medianas empresas informales no está medida en estricto sentido; sin embargo, se tiene la referencia en cuanto la contribución de la informalidad a la economía total. De acuerdo con el INEGI:

"En 2022, del total de la economía informal, el SI[7] contribuyó al PIB con 13.3 % y las OMI,[8] con 11.1 por ciento. La participación de la economía informal aumentó con respecto a 2021. El SI creció 0.3 puntos en su tasa de participación y las OMI aumentaron 0.1 puntos" (INEGI, 2023).

Figura 8. Contribución de la economía informal al PIB y a la ocupación laboral



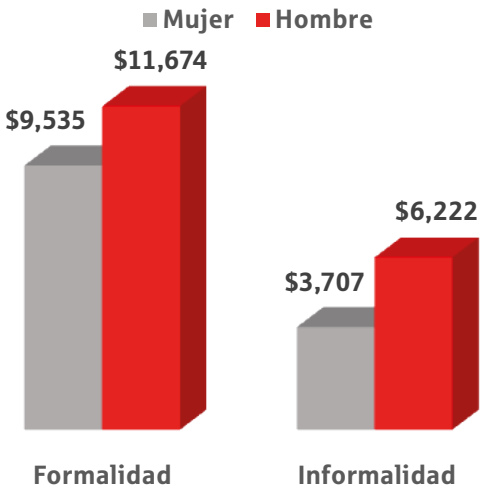
Fuente: Comunicado de prensa número 790/22 del INEGI.

Por su parte, el IMCO y el Consejo Coordinador de Mujeres Empresarias realizaron un sondeo, y dentro de su presentación de resultados (IMCO, 2021) se muestra que las emprendedoras ganan menos que los hombres, sin importar si están en la informalidad o no. De igual manera, resalta que el ingreso medio mensual para las mujeres que emprenden un negocio informal es significativamente más bajo que aquellas que lo hacen de manera formal (ver gráfica 7).

[7] Sector informal.

[8] Otras modalidades de la informalidad.

Gráfica 7. Ingreso promedio mensual de las y los emprendedores según su estatus de formalidad



Fuente: Resultados del Instituto Mexicano para la Competitividad y el Consejo Coordinador de Mujeres Empresarias (IMCO, 2021).

4. Metodología del estudio

La metodología de la presente investigación es de tipo mixta. Comprende, un análisis tipo cuantitativo de estadísticas, índices, indicadores y datos alfanuméricos obtenidos de fuentes secundarias, así como un análisis cualitativo que considera información alfanumérica, obtenida mediante entrevistas, para definir características tanto de la demanda como la oferta de productos financieros orientados al segmento de las mipymes.

De acuerdo con Roberto Hernández, la riqueza de la metodología mixta recae en la factibilidad para diseñar y obtener conjeturas con la combinación de los tipos de información disponibles. De modo que es posible caracterizar y medir el objeto de estudio, hecho que no sería posible si se considera solo un enfoque de investigación. Razón por la que, en el presente estudio, se optó por una metodología de tipo mixta (Hernández Sampieri, 2006).

Así, esta investigación está dividida en cuatro fases:

- Diseño de la investigación.
- Recopilación de información.
- Análisis cuantitativo y cualitativo de la información.
- Estructuración de resultados y recomendaciones.

La primera fase es el diseño de la investigación, que comprende el planteamiento del problema y la hipótesis para diseñar el tipo de muestreo, estrategia de análisis y discusión de los resultados. La segunda fase comprende el proceso de recopilación de información para la oferta y demanda, que fue realizado considerando las pautas[9] y características sugeridas para estudios mixtos (Folgueiras-Bertomeu & Ramírez, 2017).

La tercera fase es el análisis de las variables obtenidas en la fase anterior; esto tanto de los datos cuantitativos y cualitativos, como del material documental obtenido. Se considera una revisión exhaustiva de la literatura referente a las líneas de investigación, teorías, tipos de muestreo, resultados sobresalientes y guías de investigación que puedan ser implementadas en el presente estudio. Por otro lado, se utilizan métodos de tipo estadísticos en términos

[9] 1. Definición del problema de investigación y objetivo.
2. Delimitación de las variables de interés.
3. Planteamiento del plan de recolección de información y construcción de los materiales para dicha recopilación.
4. Búsqueda, documentación y minería de datos.
5. Verificación de la viabilidad del estudio, mediante la revisión de la disponibilidad, alcance, implicaciones y consecuencias de las fuentes de datos identificadas.
6. Construcción de la base de datos.

exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos de las variables estudiadas. Debido a la profundidad del estudio, se plantean examinar los cuatro alcances de la investigación cuantitativa (Hernández-Sampieri et al., 2014). En específico, se utilizó estadística descriptiva, análisis gráfico, índices, casualidad de Granger,[10] mapas de caracterización y esquemas de diseño de panel.

Por último, se estructuran los resultados en forma de reporte para el posterior análisis y redacción de resultados. Dicho esquema corresponde a los objetivos del presente estudio y se ajusta para presentar mayor claridad de la investigación.

La información cuantitativa corresponde en su totalidad a fuentes secundarias; todos los indicadores económicos corresponden con el Banco de Indicadores Económicos del INEGI, así como cálculos propios realizados con estos. Específicamente, para la información de las micro, pequeñas y medianas empresas, se recurrió a encuestas realizadas por las instituciones oficiales en México, como: INEGI, CNBV, Banxico, IMCO, entre otras.

Mientras que para la parte cualitativa se recurrió al uso de una entrevista semiestructurada para la recolección de información, con el fin de tener flexibilidad para explorar temas emergentes; por lo que las preguntas se adaptaron en función de las respuestas de la persona entrevistada para profundizar en aspectos relevantes.

La entrevista se aplicó tanto a mipymes como a instituciones financieras. Así, cada grupo tuvo un instrumento diferente que se adaptaba para comprender a fondo las perspectivas específicas del segmento. Sin embargo, coincidieron en el perfil directivo al que iban dirigidas, por ejemplo, para mipymes contestaron las personas líderes del negocio (quienes toman las decisiones administrativas y financieras); en el caso de las IF, se entrevistaron a directores generales, de operaciones, de crédito y subdirecciones de acuerdo con la estructura de la propia institución.

En cuanto a la elección de las entidades federativas donde se realizaría la entrevista a mipymes, debido a la gran heterogeneidad del país, se decidió segmentar de acuerdo con la participación socioeconómica de los negocios (número de empresas, producción bruta, personal ocupado y ventas totales), así como características sociodemográficas de la región (competitividad, PIB, crédito total, recuperación económica y un indicador poblacional).

[10] Prueba de Causalidad de Granger: La diferencia en diferencias (DID o DD) es una técnica estadística utilizada en econometría e investigación cuantitativa en ciencias sociales, que intenta imitar un diseño de investigación experimental utilizando datos de estudios observacionales, así, estudia el efecto diferencial de un tratamiento en un "grupo de tratamiento" frente a un "grupo de control" en un experimento natural, una variable explicativa o una variable independiente sobre un resultado, es decir, una variable de respuesta o variable dependiente; comparando el cambio medio a lo largo del tiempo en la variable de resultado para el grupo de tratamiento con el cambio medio a lo largo del tiempo para el grupo de control (Granger, 1969).

Por otro lado, para determinar a las instituciones financieras, se utilizaron los siguientes criterios: oferta de productos de financiamiento a empresas formales o informales, presencia en más de una entidad federativa y tipo de institución. Para más información acerca de la muestra que se utilizó para realizar las entrevistas, de acuerdo con el estrato de interés, revisar Anexo 1 y Anexo 2.

El análisis que se realizó con la información de fuentes primarias fue en su totalidad cualitativo; el interés se concentró en profundizar en las razones por las cuales cada grupo (oferta y demanda) presenta el comportamiento descrito estadísticamente.

5. Demanda

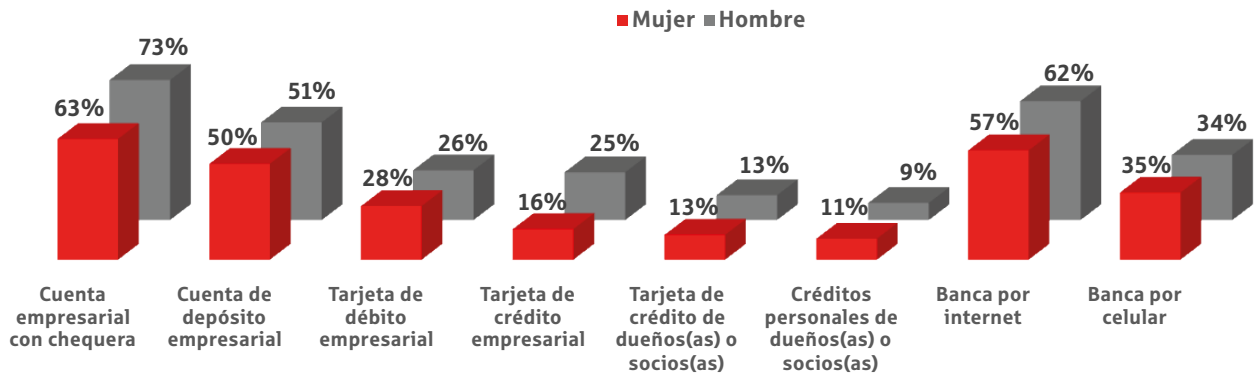
Las mipymes, en su mayoría, enfrentan desafíos para acceder a servicios financieros adecuados que les permitan crecer y prosperar. Según la OCDE, la tasa de exclusión financiera en México es la más alta entre los países miembros de este organismo, afectando especialmente a grupos de población en condiciones de vulnerabilidad. Es importante recordar que, para fines prácticos, se consideraron dos grandes rubros dentro de los productos y servicios financieros demandados: el depósito de recursos económicos (ahorro) y el financiamiento (crédito); siendo este último el de mayor relevancia y en el que se profundizará en el estudio por las necesidades particulares de las mipymes.

5.1 Demanda de servicios y productos financieros por parte de las mipymes

El uso y acceso de productos y servicios financieros por parte de las mipymes aún presenta brechas importantes. Considerando al sector bancario como un referente, dado que representa el mercado financiero más grande en México, tenemos que los productos más demandados por las empresas son: la cuenta empresarial con chequera, la banca por internet, la cuenta de depósito empresarial y la banca por celular (ver gráfica 8).

En contraste, los productos de financiamiento, como la tarjeta de crédito empresarial y personal, así como créditos personales, tienen un menor uso por parte de las unidades económicas.

Gráfica 8. Tenencia de productos bancarios por sexo de quien toma las decisiones, 2020



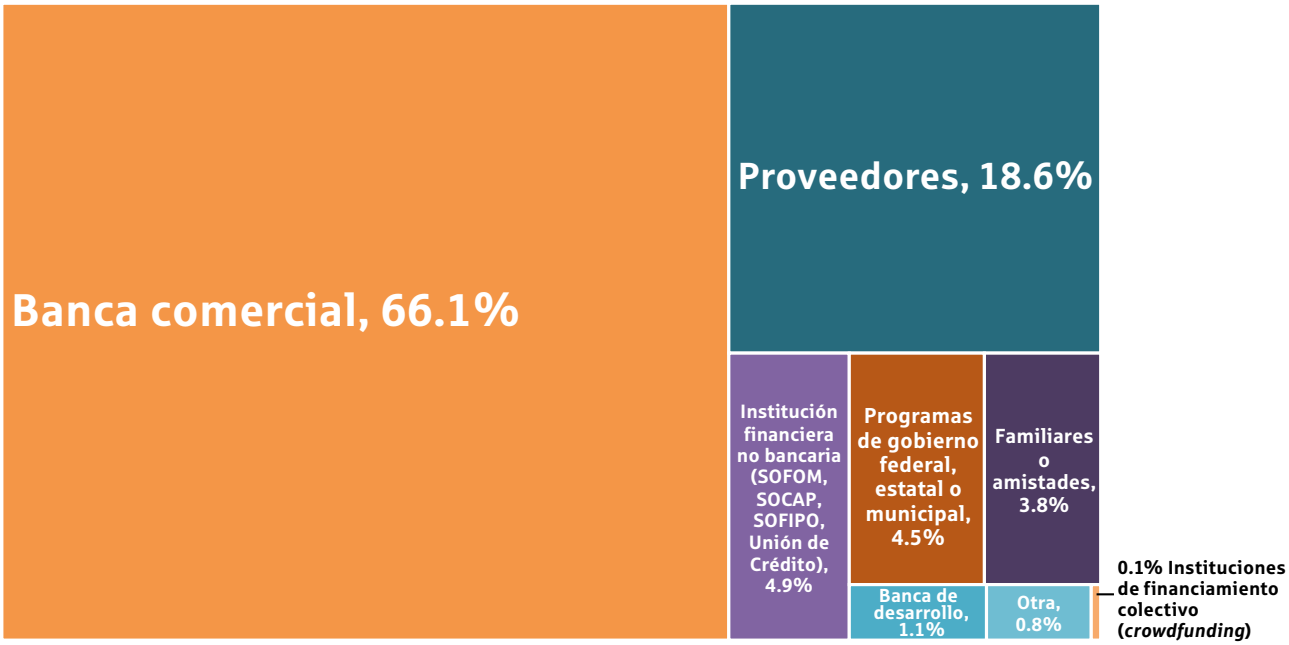
Fuente: Reporte de resultados de la ENAFIN 2021 y la CNBV.

5.2 Acceso, uso y calidad

Dentro del financiamiento, observamos que se tienen limitaciones importantes en el acceso y uso de los productos. De acuerdo con datos recabados por diversas fuentes oficiales de información estadística, al menos la mitad de las mipymes nunca ha solicitado un financiamiento formal a través del sistema financiero mexicano.

De las empresas que sí han solicitado financiamiento, las instancias a las que acudieron para financiarse fueron: la banca comercial (66.1 %), sus proveedores (18.6 %), microfinancieras (4.9 %) y programas de gobierno (4.5 %), entre otras.

Gráfica 9. Instituciones a las que las empresas acuden para solicitar un financiamiento



Fuente: ENAFIN, 2021.

Las empresas que nunca han solicitado un crédito mencionan que los motivos más importantes para no adquirirlo es que no lo necesitan o no les interesa; ambas respuestas ocupan el mayor porcentaje de representatividad sin importar el tamaño de las empresas. En promedio, el 35 % de las mipymes considera que la empresa es autosuficiente y el 28 % de estas declaró que no están interesadas en solicitar un crédito.

Por otro lado, el tercer motivo por el cual las mipymes no solicitan financiamiento es que consideran que su costo es muy elevado. Esta situación la mencionan principalmente en las micro y pequeñas empresas que, a diferencia de las empresas medianas y grandes, disponen de medios limitados para financiarse.

Estos datos encuentran soporte en la información de fuentes primarias. En general, la muestra entrevistada declaró no tener actualmente un crédito empresarial e, incluso, la mayoría comentó no haber tenido algún tipo de financiamiento tradicional para su empresa.

Los únicos microempresarios que han utilizado algún producto crediticio para financiar su empresa corresponden a aquellos que lo hicieron indirectamente; es decir, financiando su negocio a través de otro producto cuya finalidad no es esta, o a través de programas de fomento económico para acceder a un crédito. En ambos casos "jugaron" con las condiciones de los productos para acomodarlos a sus necesidades, tal como se puede apreciar más abajo en sus comentarios.

Cuadro 2. Negocios que declararon utilizar algún financiamiento formal para su empresa

"Entonces ese hipotecario [...] fue para construcción, pero inflé mis precios de construcción, bastante, y utilicé un buen porcentaje para comprar activos en la cervecería. Que pagan su parte proporcional al costo del hipotecario".

Producción de cerveza, hombre-34 años

"Cuando recién empecé, te digo que el negocio estaba en nombre de mi madre. Sí, sí, hay más apoyos para mujeres que para hombres".

Comercialización de Ecotecnologías, hombre-41 años

"Solamente los recursos que nos da el gobierno, o sea, que son a capital perdido o a proyectos productivos".

Cosmética Natural, mujer-50 años

Fuente: Estudio de oferta y demanda de servicios y productos financieros para mipymes en México, DSIK.

Adicional a estos resultados, se profundizó en conocer el porqué de la negativa a utilizar los productos y servicios de las instituciones financieras para fondear su negocio, y la principal razón fue porque han tenido malas experiencias en el sector bancario o con algún producto personal, lo cual derivó en la molestia de los usuarios.

Cuadro 3. Malas experiencias con las instituciones bancarias declaradas por las mipymes

"Tuve una muy mala experiencia y desde ahí dejé de involucrarme con los bancos. Las instituciones bancarias mexicanas se me hacen muy abusivas. [...] Un terror psicológico, de que te van a quitar todos tus bienes [...] nosotros como pequeños empresarios, por eso empezamos a ser una comunidad interna".

Cosmética Natural, mujer-50 años

"El año pasado que estuve todo un mes sin ingresos, así cero pesos, obviamente me retrasé con los pagos que yo tenía que hacer, porque estos pagos son semanales. [...] diario venían como seis veces al día a tocar a la puerta y gritar casi casi de 'debes dinero' [...] Quedé bastante nefasteada de esa situación".

Consultoría de publicidad, mujer-32 años

"Muy mal proceso, pésimo. De hecho, nos metimos hasta la UNE. Nos hizo incurrir en gastos innecesarios y nos contestaba mal. Me llegó a mí una encuesta de satisfacción [...] entonces califiqué mal y me habló la ejecutiva enojada para reclamar la calificación. Eso me molestó muchísimo".

Producción de cerveza, hombre-34 años

Fuente: Estudio de oferta y demanda de servicios y productos financieros para mipymes en México, DSIK.

Las mipymes declararon que el problema de raíz es la mala atención que reciben por parte del personal que los atiende; sin embargo, mencionan que las condiciones de accesibilidad e infraestructura son buenas, refiriéndose a la cercanía de la sucursal, el horario de atención y la seguridad de la zona (ver cuadro 4).

Cuadro 4. Opinión de las mipymes con respecto a la atención y acceso de sucursales bancarias

Mala atención del personal de la IF

"Nadie te soluciona nada, todo es virtual, tienes que apretar números, nadie te contesta el teléfono, o sea, una atención pésima [...] totalmente impersonal, metes reclamaciones y no sabes ni dónde las estás metiendo ni quién te atiende".

Cosmética Natural, mujer-50 años

Buen acceso a la sucursal bancaria (distancia)

"Ah, pues es cercano, estamos en el centro de la ciudad. Entonces, ahí tenemos acceso a los principales bancos".

Comercialización de café, hombre-46 años

Mala atención del personal de la IF

"Como que no les interesa. Aparte no están capacitados los ejecutivos, no tienen información, hasta les molesta que uno los ocupe para estos temas".

Taller mecánico, hombre-54 años

Buen acceso a la sucursal bancaria (distancia)

"Está bastante cerca, cerca del hogar".

Consultoría de publicidad, mujer-32 años

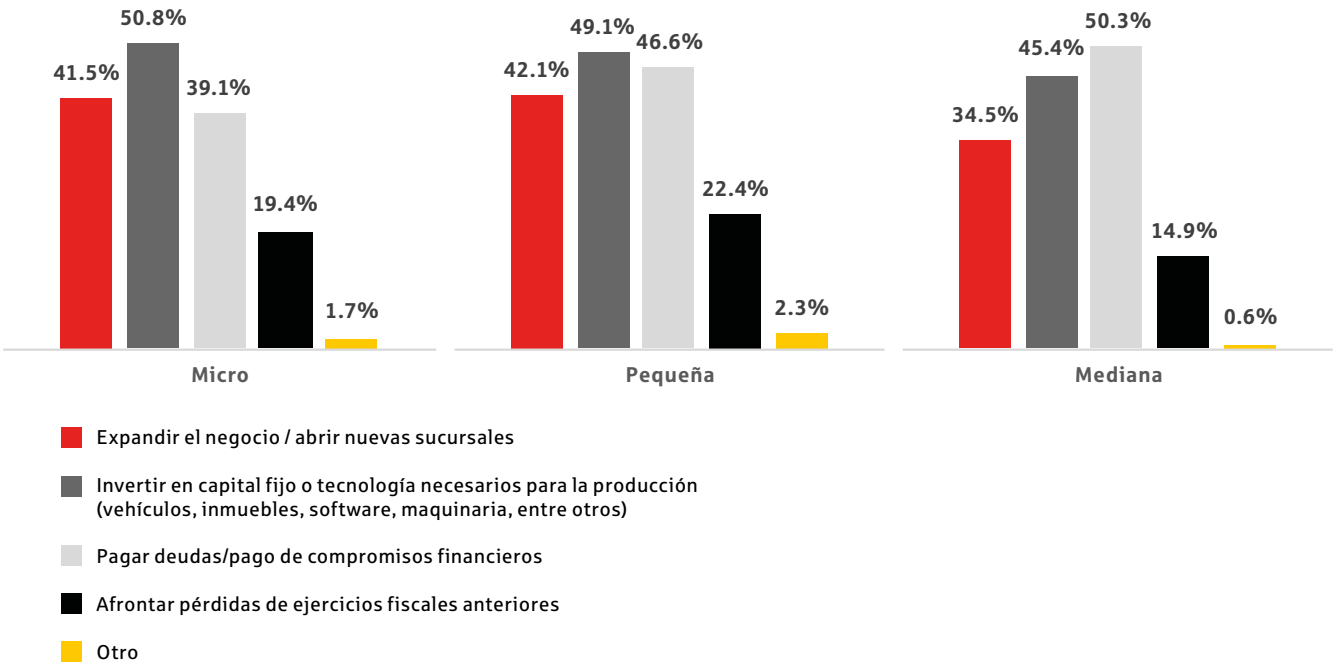
"Sí, sí, es excelente la cercanía".

Taller mecánico, hombre-45 años

Fuente: Estudio de oferta y demanda de servicios y productos financieros para mipymes en México, DSIK.

En cuanto al uso del financiamiento, es importante resaltar que las principales finalidades que las personas microempresarias y pequeños negocios darían al financiamiento serían: inversión en capital fijo o tecnología necesaria para la producción y expandir el negocio (ver gráfica 10); lo que nos describe lo relevante que consideran las personas micro y pequeñas empresarias en México el financiar la inversión para su negocio, y que es necesario para impulsar la productividad de estas empresas.

Gráfica 10. Uso que se le daría al crédito o financiamiento por tamaño de empresa



Fuente: ENAFIN, 2021.

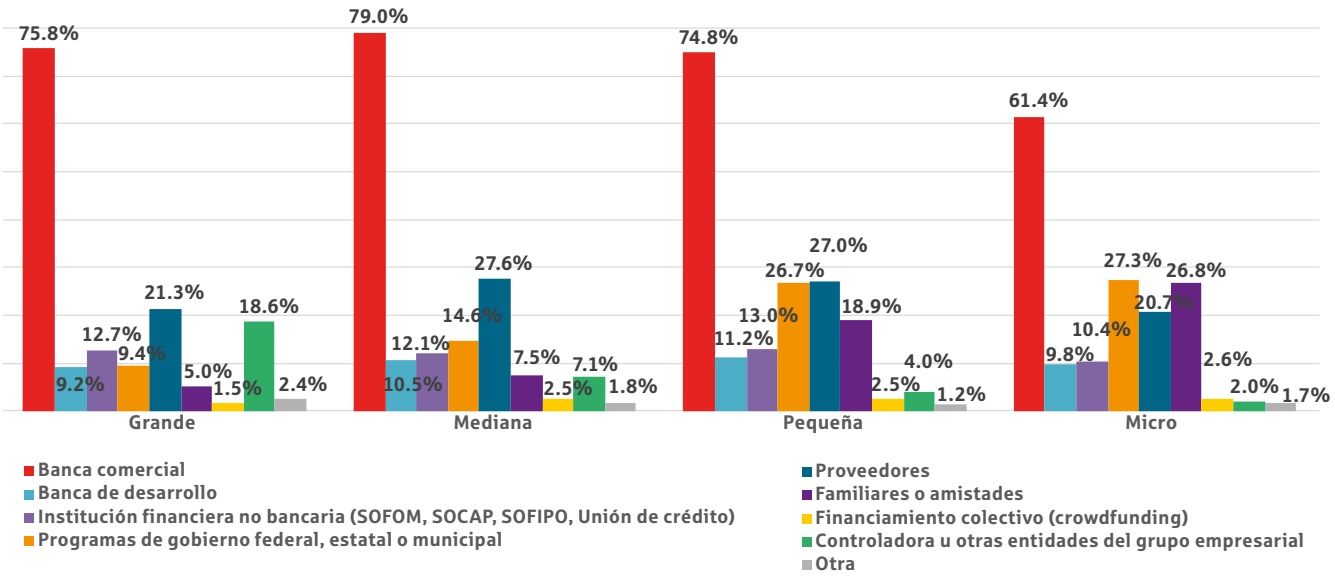
Con relación al tipo de institución que visualizan las mipymes para obtener un financiamiento, sin importar el tamaño de empresa, resultó que la banca comercial es la predilecta, con una

preferencia del 71.7 % de las micro, pequeñas y medianas empresas. En segunda posición están los proveedores, con el 25.1 %, y, en tercer lugar, con el 22.8 %, los programas de gobierno federal, estatal o municipal (ver gráfica 11). Cabe mencionar que, dentro de estos dos últimos, sí existe diferenciación de acuerdo con el tamaño de empresa, pues para la mediana empresa prevalece financiarse a través de sus proveedores; mientras que, para los micronegocios, la preferencia está en los programas de gobierno.

La mentalidad y percepción que tienen las mipymes con respecto al financiamiento es un factor importante para la inclusión financiera de este segmento. Cuando exponen las principales razones por las cuales solicitarían un crédito, sin diferenciación por el tamaño de empresa, la respuesta más común (60.2 %) es "en caso de ingresos insuficientes o pérdidas", lo cual contrasta con el uso que darían al financiamiento a las empresas que tienen previsto solicitarlo en los próximos 12 meses (inversión en capital y activos). Al respecto, consideramos que esta acción para cubrir pérdidas o la falta de ingresos, no es un mecanismo adecuado para fortalecer la gestión y operación de una mipyme.

De forma similar, en segunda posición como razones para solicitar un financiamiento, está "si la tasa de interés fuera más baja", en promedio el 50.9 % de las mipymes lo consideran un incentivo por el cual pedirían un crédito.

Gráfica 11. Principales instituciones con las que se financiarían las empresas, según el tamaño de éstas



Fuente: ENAFIN, 2021.

5.3 Demanda especial de mipymes lideradas por mujeres y otros grupos de población en condiciones de vulnerabilidad

De manera especial, las mujeres que lideran mipymes en México enfrentan varios desafíos para acceder a productos y servicios financieros. Estos desafíos incluyen barreras características en la región que limitan la participación de la mujer emprendedora en el sector privado; por ejemplo, limitaciones de acceso a crédito, brecha digital y expectativas sociales arraigadas (Pro mujer, 2024).

El reporte del Banco Mundial señala que se estiman beneficios económicos mundiales de entre USD 5 y USD 6 billones si las mujeres crearan nuevos negocios o los ampliaran al mismo ritmo que los hombres.[11] De acuerdo con el BID Invest, si se considera a los segmentos no bancarizados y sub-atentidos, el mercado mexicano de la mujer ofrece gran potencial de ingresos para las instituciones financieras ($1,870 millones) (BID Invest, 2023).

Además, las mujeres que lideran mipymes tienen planes de crecimiento con un componente de inclusión, es decir, expresan iniciativa por generar un ambiente de trabajo seguro y proyectos de inclusión para más mujeres y población en condiciones de vulnerabilidad.

Cuadro 5. Planes a futuro (1-3 años) de las mipymes lideradas por mujeres

> “[…] Parte de nuestro proyecto es en esta parte de inclusión. Se está trabajando con las personas, mujeres campesinas que trabajan específicamente con el maíz nativo mexicano para darles una capacitación del producto […] y enseñarles a producir cosmética a base de sus maíces para que tengan un mejor ingreso”.
>
> **Cosmética Natural, mujer-50 años**

> “En este momento planeo iniciar el proyecto de generación de empleo para personas vulnerables y crear células de trabajo de tres a cinco personas que requieran apoyo, por ejemplo, mujeres, madres solteras, fundaciones o asociaciones. También planeo expandirme a Latinoamérica, tal vez más al sur”.
>
> **Producción de zapatos y comercio, mujer-50 años**

> “Creo que mi sueño principal siempre ha sido tener un espacio de trabajo sano que no he podido tener y nunca pude tener en ningún trabajo. Entonces, tanto como líder, como jefa, yo siempre he procurado que la gente que trabaja conmigo esté contenta”.
>
> **Consultoría de publicidad, mujer-32 años**

[11] Banco Mundial. Informe: *La Mujer, la empresa y el derecho*, 2024. https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/2682c448-558b-44a2-974c-239eea51218e/content

> “Crecimiento sano, crecimiento sano económico, crecimiento sano orgánico, laboral”.
>
> **Comercio industrial, mujer-49 años**

Fuente: Estudio de oferta y demanda de servicios y productos financieros para mipymes en México, DSIK.

En México, de acuerdo con las estadísticas oficiales del INEGI, la participación de las mujeres como tomadoras de decisiones en las mipymes se encuentra en promedio alrededor del 17.6 %, lo que implica que 790,732 micro, pequeñas y medianas empresas son lideradas por mujeres. Además, existe una relación inversamente proporcional respecto al tamaño de la empresa y el liderazgo de la mujer en los negocios. Es decir, a mayor tamaño, menor es la proporción de las unidades económicas lideradas por mujeres.

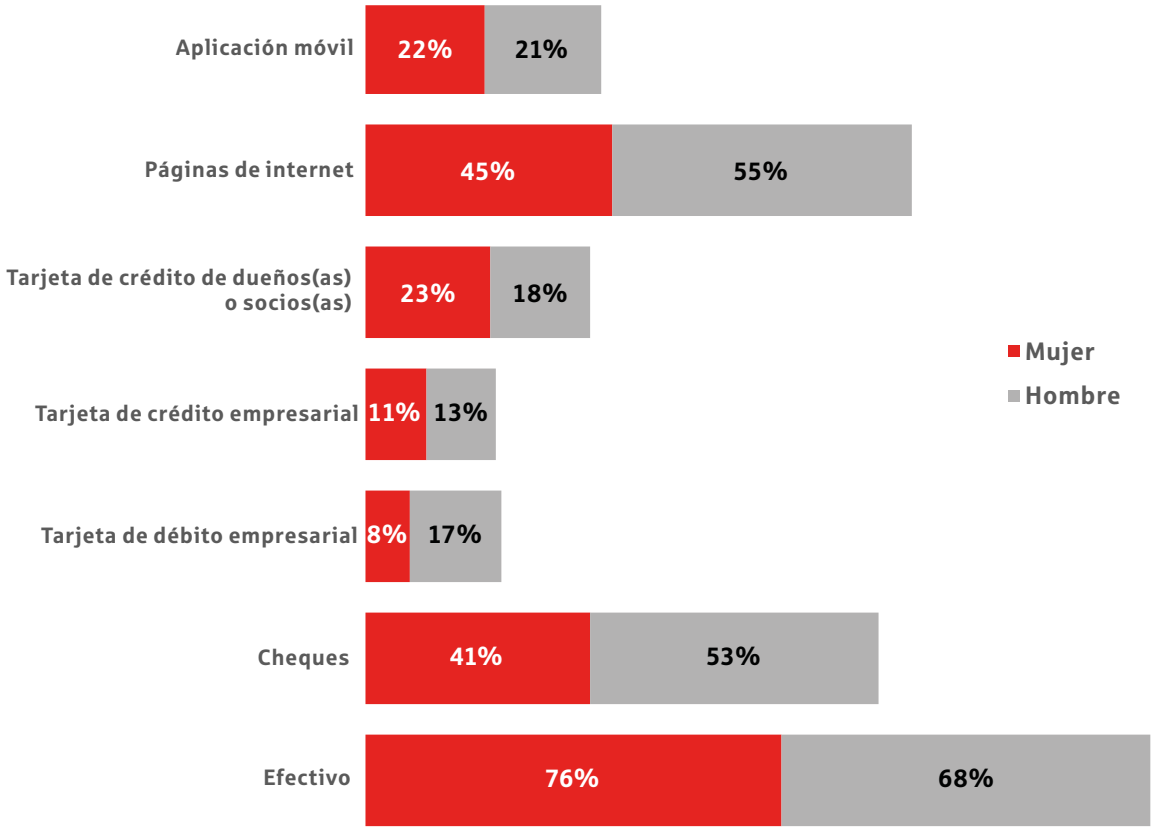
El acceso y uso de productos financieros por parte de las mujeres que lideran las mipymes en México es un tema crucial para el desarrollo económico y la inclusión financiera en el país. En el estudio “Financial Inclusion and Women Entrepreneurship” (Fareed, Gabriel, Lenain, & Reynaud, 2017) se menciona que la creación de empleo y el crecimiento económico son impulsados tanto por la inclusión financiera como por el emprendimiento femenino.

Así, el desafío para acceder a servicios financieros adecuados que permitan crecer y prosperar es aún más grande en el caso de las mujeres líderes de mipymes, debido a una serie de factores que incluyen desigualdades de género, falta de educación financiera, discriminación y acceso limitado a recursos. Las brechas más relevantes en cuanto a la tenencia de servicios bancarios se pueden observar en productos como: la cuenta empresarial con chequera, la tarjeta de crédito empresarial y la banca por internet, con un rezago para los negocios dirigidos por mujeres de 10 %, 9 % y 5 %, respectivamente.

La preferencia por el dinero en efectivo se mantiene en México. Según datos del BID Invest, el 95 % de todas las transacciones menores a 500 pesos mexicanos (unos $28.6) se realizan en efectivo. Así, resulta el medio de pago más utilizado por las empresas, y esto es aún mayor en las que son lideradas por mujeres (76 %), en comparación con las dirigidas por hombres (68 %).

Aunque los pagos realizados por medio de las páginas de internet han cobrado relevancia posicionándose en el segundo medio más utilizado, en este ámbito también existe una brecha de género importante, pues las empresas lideradas por mujeres presentan un rezago del 10 % en el uso de este medio (ver gráfica 12). La baja adopción de los servicios financieros móviles (BID Invest, 2023) se debe a tasas elevadas, oferta limitada de servicios y corresponsales, y escasa concientización.

Gráfica 12. Medios de pago utilizados por quien dirige la empresa, divididos por sexo, 2020



Fuente: Reporte de resultados de la ENAFIN 2021 y la CNBV.

A su vez, las mujeres que son propietarias de pequeñas empresas dependen en gran medida del autofinanciamiento y enfrentan mayores barreras para acceder a recursos financieros formales. Incluso, Paredes-Hernández, Castillo-Leal, & Saavedra-García (2019) refieren que la primordial fuente de financiamiento son los recursos de familiares y amigos. Con respecto a lo anterior, se encontró que es común esta situación ante la necesidad imprevista de dinero para el negocio. También, algunos casos, refieren haber utilizado créditos personales para este propósito, aunque saben que eso no es viable para la operación de la empresa (ver cuadro 6).

Cuadro 6. Comparativo ante una emergencia de dinero entre las mipymes lideradas por mujeres y las lideradas por hombres

Mipymes lideradas por mujeres ante una emergencia de dinero

"Tengo por ahí a una persona que es socia capitalista (amigo) [...] Me presta dinero y se lo regreso. Sin ningún interés, obviamente. Todo se basa en una confianza mutua".

Cosmética Natural, mujer-50 años

"Si llegara a necesitar algo súper extraordinario, claro sí, con familiares, con mi hermano; pero por lo regular procuro como no meter cosas como de trabajo con temas familiares".

Consultoría de publicidad, mujer-32 años

"Es la familia, ¿no?, la que entra ahí a apoyar. No he tenido ninguna otra fuente de ayuda".

Comercio Industrial, mujer-49 años

"Cuando he enfrentado emergencias, solía solicitar préstamos con Crédito Familiar y los liquidaba rápidamente. En aquel entonces, nuestras ventas eran buenas, lo que nos permitía pagar los préstamos con prontitud".

Producción de zapatos y comercio, mujer-50 años

"Normalmente, recurría a la tarjeta de crédito personal, o recurría a los créditos personales que de repente los bancos, debido al manejo de la tarjeta, te otorgan".

Servicios jurídicos, mujer-55 años

Mipymes lideradas por hombres ante una emergencia de dinero

"Cuando tengo un conflicto fuerte, tengo a mi esposa [...] tiene una tarjeta [...] con buena línea de crédito".

Comercialización de Ecotecnologías, hombre-41 años

"De los socios. Los socios del capital contable".

Restaurante, hombre-22 años

"Ahorros, socios con aportación de capital".

Producción de cerveza, hombre-34 años

"Pues hasta ahorita, no hemos tenido esa necesidad. Lo necesitamos porque necesitamos crecer".

Comercialización de café, hombre-46 años

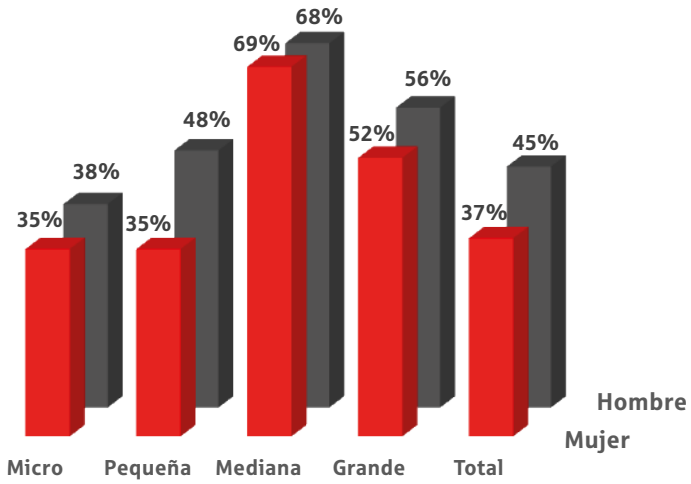
"En ocasiones he tenido que utilizar mi crédito personal para comprar herramientas. Pero eso no es viable, porque al final de cuentas es estar puenteando gastos con la cuenta personal, cuando es de un negocio".

Taller mecánico, hombre-54 años

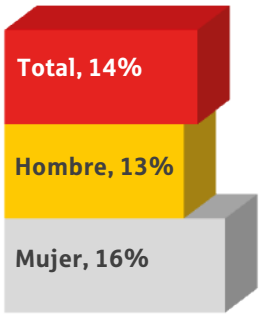
Fuente: Estudio de oferta y demanda de servicios y productos financieros para mipymes en México, DSIK.

De las empresas lideradas por mujeres, sólo el 37 % de estas ha contado con algún financiamiento desde el inicio de operaciones; es decir, sólo una de cada tres empresarias (ver gráfica 13). Además, a esto se suma la tasa de rechazo de la primera solicitud de crédito, que para negocios liderados por mujeres es de tres puntos porcentuales mayor que la reportada para las empresas dirigidas por hombres (ver gráfica 14).

Gráfica 13. Empresas con financiamiento en algún momento desde el inicio de operaciones, dividida por sexo de quien dirige la empresa



Gráfica 14. Tasa de rechazo de la primera solicitud de crédito, dividida por sexo



Fuente: Reporte de resultados de la ENAFIN 2021 y la CNBV.

5.4 Necesidades de capacitación

En el sector microfinanciero existe la preocupación por brindar a las mipymes beneficios como el acceso a programas de educación financiera o empresariales. Una de las sociedades cooperativas que entrevistamos tiene un área de educación cooperativa con 20 años en operación. El subdirector refirió que desde el año 2010 implementan un programa de educación empresarial para mipymes. Actualmente, están elaborando un proyecto estratégico en el que el área de educación y el área de crédito trabajen de manera conjunta con el fin de ofrecer una mejor atención a las y los microempresarios.

> *"Es un intercambio de data o de información para que nosotros, de los socios que capacitamos, que son emprendedores o microempresarios, les ofrezcamos crédito, que es lo que hace mi área, capacitar y formar".*
>
> **Subdirector de Educación Cooperativa, SOCAP**

Así, de acuerdo con la opinión de las instituciones financieras, se perciben algunas necesidades de capacitación para las personas usuarias de los productos y servicios financieros que operan un negocio, los cuales, a su vez, empatan dentro dos áreas específicas de competencia del "Marco de competencias básicas sobre cultura financiera para las mipymes" de la OCDE/INFE.

Cuadro 7. Necesidades de capacitación de las mipymes detectadas por las instituciones financieras, contrastadas con las competencias básicas de la OCDE

Marco de competencias básicas sobre cultura financiera para las mipymes (OCDE/INFE, 2018)		Opinión de las instituciones financieras sobre las habilidades y comportamiento de los socios con negocio
Selección y uso de servicios financieros	**Servicios básicos de pagos y depósitos**	***Evaluación básica/informal:*** "No separan el negocio de lo personal o familiar […] muchos de ellos no se ponen un sueldo ellos mismos […]". **Subdirector de Educación Cooperativa, SOCAP** ***Evaluación inicio/formalización:*** "Un gran tema es la parte de falta de cultura y de educación financiera". **Director general, SOCAP**
	Financiamiento de la empresa	
Gestión y planificación financiera y comercial	**Registro, impuestos y otras disposiciones legales**	***Evaluación básica/informal:*** "Nuestros socios batallan mucho para saber si están ganando o no en su negocio, yo diría que esa es la primera y principal causa de éxito o fracaso del negocio de los socios". **Subdirector de Educación Cooperativa, SOCAP** ***Evaluación inicio/formalización:*** "La segunda habilidad que es más demandada es el cómo hacer que un negocio sea próspero, ahí ya entran cuestiones de mercadotecnia, fijación de precios, costeos, otros". **Subdirector de Educación Cooperativa, SOCAP** "Otro tema, es la parte fiscal […] principalmente los pequeños empresarios que tienen un pavor (a darse de alta)". **Director general, SOCAP** ***Evaluación crecimiento:*** "El tema es desde que el negocio no tiene enfocado bien su tema de inversión que va a realizar. A veces, son temas nada más de liquidez, pero porque ya tienen problemas de venta o de producción". **Gerente de Operaciones, SOCAP**
	Mantenimiento de registros y contabilidad	
	Gestión financiera a corto plazo	
	Planificación más allá del corto plazo	
	Protección financiera para las mipymes	
	Información, educación y orientación financiera	

6. Oferta

En México, la oferta de productos y servicios financieros es demasiado extensa y puede categorizarse en: captación de recursos, financiamiento y banca digital.

6.1 Descripción de los productos y servicios financieros existentes para las mipymes

En cuanto al financiamiento, que es el pilar más importante para la capitalización e incremento de productividad de las mipymes, se detectó que las entidades con mayor oferta de este tipo de servicios y productos son Jalisco (487), Guanajuato (445), Estado de México (414) y Puebla (412); mientras que el resto de las entidades federativas tienen menos de 400 productos diferentes disponibles para mipymes.[12]

En este ámbito, los productos financieros más importantes que ofertan las instituciones financieras son:

- Tarjeta de crédito empresarial
- Crédito empresarial
- Tarjeta de crédito personal de dueños o socios
- Créditos personales de dueños o socios

Dentro del mapeo (INMUJERES, 2023) se identificó un total de 1,669 productos de financiamiento a nivel nacional. Este financiamiento se concentra en su mayoría (el 74 %) en cuatro tipos de instituciones financieras: fondos de inversión, fideicomisos públicos, uniones de crédito, SOCAP Y SOFOMES; sin embargo, lo anterior no significa que a mayor número de productos ofertados mayor es el uso o calidad del financiamiento, sino que permite dimensionar el potencial de acceso en las diferentes regiones.

En cuanto a las principales características de los productos de crédito para mipymes, la tasa es una variable muy importante. Al respecto, se observa que el 44.5 % de los productos identificados tienen una tasa de interés anual menor al 20 %. Esta tasa se considera baja, ya que, al momento de la elaboración del presente estudio, la tasa de referencia del Banco de México se encontraba entre 11.5 % y 11.25 %.

[12] Esta información se obtuvo a través del primer levantamiento de información correspondiente a un mapeo de productos financieros del INMUJERES.

Las entidades financieras que ofrecen productos de crédito dentro de este rango de tasas son las uniones de crédito (con 147 productos), los programas, fondos y fideicomisos públicos (con 143 productos) y, en tercer lugar, están las SOCAPS (con 65 productos).

Por otro lado, el 32 % de la muestra tiene un intervalo de tasa de interés de entre 21 % y 40 %, en donde, por cantidad de productos ofertados, destacan las uniones de crédito, las SOCAP y las SOFIPOS.

Las SOFOMES Y SOFIPOS son las entidades que cuentan con una mayor oferta de productos de financiamiento, en un rango de tasas superior al 41 % anual, e incluso superando en algunos casos la tasa del 100 % anual (17 % del total de productos). Muchos de estos productos corresponden a la metodología de crédito grupal.

Adicionalmente, se detectó que el 60 % de los productos de financiamiento que se ofertan en el mercado pueden financiar un monto máximo de hasta 500 mil pesos; lo cual, si bien puede cubrir las necesidades de liquidez de las mipymes, probablemente no podría financiar las inversiones de capital de pequeñas y medianas empresas.

Un resultado que salta a la vista es la gran diversidad de productos que tienen las SOCAP. Esto debido a que cuentan con una representación en todas las categorías de montos, lo que muestra su amplio abanico de oportunidades de financiamiento. Esto mismo ocurre con los productos ofertados por los programas, fondos y fideicomisos.

Con respecto a los requisitos que solicitan las instituciones financieras, los estados de cuenta son el requisito más solicitado como medio de comprobación de ingresos. De esto, vemos que, para acceder prácticamente a la mitad de los productos identificados, es imprescindible formar parte del sistema financiero formal mediante una cuenta de depósitos o ahorro.

Otro requisito indispensable para poder acceder al 22 % de productos de crédito, son los estados financieros, lo cual implica que las mipymes deben tener habilidades contables, o bien, pagar el servicio de un contador para generarlos correctamente. Las instituciones que más los solicitan son las uniones de crédito, las SOCAP y los bancos. Esto podría representar una barrera, especialmente para las micro y pequeñas empresas que pueden carecer de las capacidades para elaborar estados financieros.

Con respecto al tema de la formalidad, se detectó que al menos dos terceras partes de los productos especializados para mipymes solicitan que la empresa esté formalmente constituida, ya sea como persona moral, persona física con actividad empresarial o algún otro régimen fiscal; no obstante, esto no significa que no se atiende a la totalidad de las mipymes,

si no que los financiamientos que se les otorgan están comúnmente clasificados dentro de la cartera de consumo. Esta situación predomina en el sector de ahorro y crédito popular.

De igual manera, se encontró que el sector de las mipymes con más barreras para acceder a un financiamiento son las y los emprendedores. Sólo el 8 % de la oferta de los productos brindados a través de la banca múltiple y las SOFOMES se dedican a este segmento. Este fenómeno se da principalmente porque el sector de emprendedores se percibe como altamente riesgoso en el sector financiero debido a la alta tasa de mortandad de empresas nuevas.[13]

> *"El emprendedor conoce de un producto, de un servicio, pero no tiene capacitación como administrador, no es financiero y, por lo tanto, a veces desconoce las curvas de desarrollo de su propio negocio y se compromete a hacer pagos que luego no puede solventar. Por eso hay que asesorarle bien".*
>
> **Director de Crédito y Riesgos, SOFIPO**

6.2 Necesidades de la oferta

A pesar de la vasta cantidad de productos y la diversidad de la oferta para las mipymes por parte del sector financiero, la inclusión financiera en México es baja y muchas de las mipymes no han sido atendidas de acuerdo con sus necesidades. Esto se debe a lo siguiente: para que la oferta de productos y servicios encuentre a la demanda, se necesitan cumplir una serie de condiciones; de las cuales, las más relevantes se mencionan en esta sección.

De acuerdo con información recolectada mediante entrevistas realizadas a instituciones financieras y microempresarios/microempresarias, se encontró que, para brindar un mejor servicio hacía las mipymes, el personal de atención en las entidades financieras requiere especializarse en temas de economía, asesoría financiera, educación financiera y riesgos.

La lógica de las instituciones financieras mexicanas refiere que es necesario reconocer el sector y la actividad que están desempeñando las mipymes, con el fin de poder ofrecerles mejores productos y servicios. Además, reconocen la necesidad de que el personal esté capacitado para orientar a las microempresas en la mejora de productos y servicios que se adecúen a sus planes y necesidades.

[13] Se observa que para 2019, de cada 100 establecimientos que nacen casi 52 mueren antes de cumplir dos años; es decir, 31 mueren antes del primer año y 21 entre el primero y antes de cumplir el segundo año, y que la proporción de muertes disminuye a medida que los negocios tienen mayor edad (INEGI, 2019).

> *"Sacamos a la gente que opera la sucursal. Los capacitamos tres días con conceptos básicos de contabilidad y finanzas para que empezaran a operar [...] pero luego, nos dimos cuenta de que no tenían el perfil adecuado. Entonces, necesitamos más bien personas que conozcan, que traigan el perfil, que nos entiendan y que entiendan al socio [...] que le puedan transmitir en palabras llanas que administre bien su negocio".*
>
> **Subdirector de Estrategia de Crédito, SOCAP**

Por su lado, la demanda también reconoce que existen algunas carencias en el sector financiero para atender sus necesidades, lo cual, entre otras cosas, ocasiona que los trámites sean más lentos; los orilla a tomar otros productos de crédito para financiar su negocio y, en general, se percibe como un mal servicio por parte de las entidades financieras.

> *"Tardé como 4 meses con [un Banco que al final no me otorgó el financiamiento], y de ahí estuve como un mes buscando en todos los bancos [...] hasta que llegó un broker hipotecario que me dijo: Te voy a ayudar. Hizo las mismas aplicaciones que yo, pero solo [un banco] dijo: ok, te doy el voto de confianza de que tus documentos están bien. En 10 días ya tenía el dinero".*
>
> **Producción de cerveza, hombre-34 años**

Lo anterior, denota una necesidad generalizada en el sector financiero para mejorar la capacitación, esquemas de incentivos en las áreas operativas y atención que se brinda al sector mipyme.

Adicionalmente, la certeza y claridad en el tema regulatorio aparecen como unas de las principales necesidades que tiene el sector financiero para brindar atención de calidad a las mipymes a través de sus productos y servicios. Esta situación afecta principalmente al sector de ahorro y crédito popular, en la que la interpretación de la ley en puntos altamente relevantes, como la capacidad de financiar a personas morales, la comprobación del destino de los créditos comerciales y la correcta clasificación en la cartera, han dado pie a muchas observaciones por parte de los órganos supervisores; lo cual funciona en detrimento de la oferta.

La Dirección de Normatividad de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), el máximo ente regulador del sistema financiero en México, tiene claridad con respecto al alcance y posibilidades de las entidades financieras del sector de ahorro y crédito popular para brindar

servicios y productos a mipymes; no obstante, detectamos que este nivel de entendimiento no permea a las entidades financieras y áreas de supervisión.

Cuadro 8. Ambigüedades acerca de los préstamos a empresas constituidas como "persona moral"

"Nada más podemos acreditar a personas físicas [...] a las personas morales sí podemos darles el financiamiento, pero a través del apoderado legal como persona física [...] Las SOCAP no podemos otorgar créditos a personas morales [...] a veces también eso es una limitante".

Gerente de operaciones, SOCAP

"Las cooperativas en México no pueden otorgar créditos a personas morales, eso limita mucho la parte de cartera comercial para nosotros [...] porque no hay forma de que la caja otorgue un préstamo a una persona moral sin incurrir en una falta a la ley".

Subdirector de Educación Cooperativa, SOCAP

"Si se trata de una persona moral, primero debe presentarnos su acta constitutiva debidamente registrada en el Registro Público de Comercio, con el sello correspondiente, así como las identificaciones y comprobantes de domicilio de la persona moral o de su representante legal".

Gerente de crédito, SOCAP

"Nosotros estamos buscando abrirnos a poder financiar, ya no solamente a personas físicas, sino también a personas morales. Los socios, últimamente, se han estado organizando para poner empresas familiares o en grupo, y buscan el financiamiento como empresa, ya no como personas físicas, por temas fiscales y temas de participación".

Director general, SOCAP

Fuente: Estudio de oferta y demanda de servicios y productos financieros para mipymes en México, DSIK.

Al respecto, vale la pena mencionar que una cooperativa de ahorro y préstamo en México sí puede otorgar financiamiento a personas morales, siempre y cuando los estatutos de la cooperativa así lo dispongan. Esto fue confirmado por la Dirección de Normatividad de la CNBV.

En otro ámbito, los programas públicos federales han sido históricamente un impulso para fomentar la educación financiera y el financiamiento a las mipymes. Aunque recientemente

muchos de ellos han desaparecido o disminuido sus actividades debido a la política pública federal, las instituciones financieras expresaron su intención de colaborar más estrechamente con organismos públicos o privados, con el fin de lograr el fortalecimiento de las mipymes y las cadenas de valor.

> *"Trabajamos con el programa de Pronafim y Finafim, hace ya algunos años, y en el marco de ese programa, hacíamos jornadas de capacitación, educación financiera para nuestras clientas [...] Era muy bueno contar con el apoyo de estos programas porque ciertamente te daban un subsidio para desarrollar esas actividades. [...] El programa justo desapareció en 2019".*
>
> **Director de Administración y Finanzas, SOFOM**

Sin embargo, detectamos que no todas las figuras bajo las cuales están constituidas las entidades financieras tienen la misma posibilidad de acceso a programas públicos.

> *"Sí nos interesaría [trabajar con organismos de fomento], pero ahora tenemos algunas restricciones por el tema de los programas para las SOFOMES".*
>
> **Gerente de Riesgos, SOFOM**

6.3 Oferta especial disponible para mipymes lideradas por mujeres y otros grupos de población en condiciones de vulnerabilidad

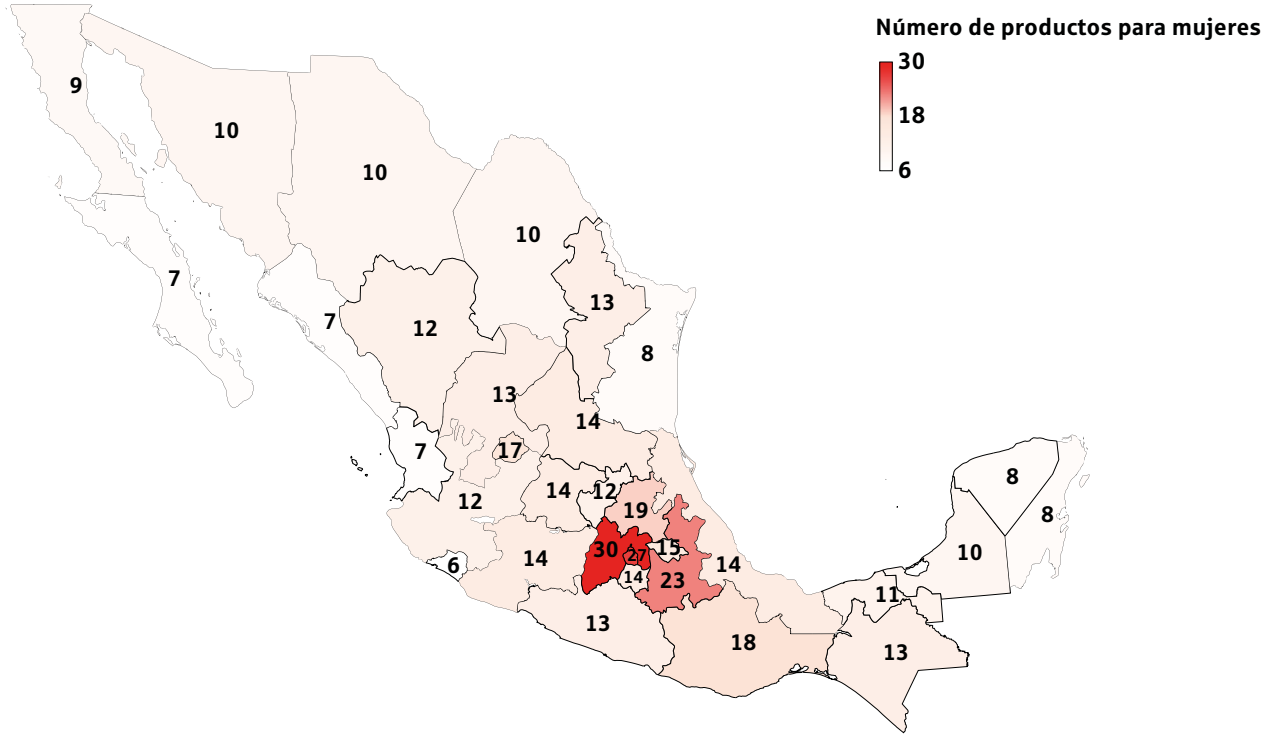
La oferta de productos dirigidos para mujeres es sumamente escasa, pues, aquellos que van dirigidos exclusivamente hacia ellas, representa apenas el 4.6 %, con 77 productos[14] (INMUJERES, 2023).

La distribución de estos productos a lo largo del país diverge mucho entre las entidades federativas, y esto responde principalmente a la localización de las instituciones financieras que tienen operación en los respectivos sitios. Únicamente, 46 entidades financieras del total en el sistema financiero ofertan productos con una orientación exclusiva para mujeres. La participación más sobresaliente corresponde a las SOFOMES, los programas, fondos y fideicomisos públicos.[15]

[14] Los productos se clasificaron orientados exclusivamente para mujeres de acuerdo con el nombre del financiamiento y de hacia quien va dirigido en la descripción del producto, la gran mayoría no tiene distinción.
[15] Estos corresponden con las dependencias de gobierno estatal que en su mayoría representan un homologo a la secretaría de economía en la entidad federativa o municipal a la que pertenece.

Así, el Estado y la Ciudad de México concentran la mayor oferta de estos financiamientos especializados, con 30 y 27 productos, respectivamente. Puebla se posiciona como la tercera entidad con más de estos créditos, con un total de 23 alternativas. Por el contrario, las entidades con la menor oferta son Colima, con apenas 6; Baja California Sur, Sinaloa y Nayarit con 7; Yucatán, Quintana Roo y Tamaulipas con 8 productos crediticios orientados para mujeres (ver figura 9).

Figura 9. Número de productos de crédito enfocados para mujeres por entidad federativa



Fuente: Información del Mapeo de Financiamientos para Emprendimientos y Proyectos Productivos de Mujeres.

Adicionalmente, las características de los productos no siempre son idóneas para el segmento al que van dirigidos (mujeres empresarias); por ejemplo, en la banca múltiple, se ofertan productos (4) que no requieren medios estrictos de comprobación de ingresos, ni constitución en algún régimen formal de empresas, lo cual facilita su acceso; pero que, por otro lado, tienen costos elevados con tasas en promedio del 118.5 %.

En las SOCAP, es posible encontrar costos más asequibles para el financiamiento, pues la tasa promedio ronda el 24.0 %. Los productos ofertados por las SOFIPO, por su lado, rondan el 84.0 % y en las SOFOMES, que tienen la mayor representatividad (con 32 productos), la tasa en promedio es del 95.6 %. Por último, los programas, fondos y fideicomisos públicos que también muestran una aportación significativa en número a los productos específicos para mujeres, con 26, la tasa media es del 12.0 %.

En cuanto a los montos máximos del crédito podemos observar que en promedio resultan estar por debajo de los $120,000. Específicamente, los bancos rondan los $55,000, las SOCAP los $40,000, las SOFIPO $155,000, las SOFOMES $38,000 y los programas, fondos y fideicomisos $300,000.

El tema de las garantías también puede representar un obstáculo en la oferta de productos dirigida a mujeres empresarias. En este ámbito, sólo un producto registra no solicitar garantías y corresponde a una SOFOM. El resto de los productos solicitan garantías tradicionales como avales u obligados solidarios, garantía liquida o prendaria.

La gran mayoría de los financiamientos ofertados para este segmento están diseñados para solucionar problemas de capital de trabajo (liquidez), ya que los plazos máximos son de 12 meses. Por su lado, la banca de desarrollo, los programas, fondos y fideicomisos públicos, ofrecen plazos máximos de entre cuatro y cinco años, lo que significa inversión en capital (activos).

Con respecto a los medios de comprobación de ingresos, la mitad de los productos no cuentan con información, lo cual no significa que no se soliciten. Los productos cuyas fichas técnicas mencionan explícitamente los medios de comprobación de ingresos, señalan a los “estados o recibos de nómina” como el medio más frecuente.

Derivado de lo anterior, es posible observar que no existe un diferenciador a favor del segmento, dado que la dependencia de recibos de nómina o estados de cuenta como prueba de capacidad crediticia, restringe en automático el acceso para aquellas mujeres cuya solvencia no está registrada en el sistema financiero.

En conclusión, aún existen grandes barreras en cuanto a una verdadera oferta de productos crediticios para segmentos específicos, como es el caso de las mipymes lideradas por mujeres. Pues en la actualidad, más allá de incluir “mujer” en el nombre del producto, no se tiene gran reconocimiento de las necesidades del segmento.

7. Hallazgos y conclusiones – propuestas

De acuerdo con el análisis propuesto dentro del presente estudio, se identificaron algunas brechas con respecto al uso y acceso a los productos y servicios financieros por parte de la demanda, y a la provisión de estos del lado de la oferta.

7.1 Brechas

Con el fin de preservar la estructura que se ha establecido para el presente estudio, y en cuanto al comportamiento propio de la demanda y de la oferta, se generaron brechas para cada uno de estos dos actores relevantes dentro del sistema financiero. Aunque existen brechas que corresponden conjuntamente a características de la oferta y de la demanda, se evitó su repetición en los dos segmentos.

Por el lado de las mipymes, se categorizaron como: demanda de productos y servicios financieros; acceso, uso y calidad; demanda especial de mipymes lideradas por mujeres; y necesidades de capacitación. Por otro lado, para la oferta, se tiene la siguiente segmentación: oferta de productos y servicios financieros; oferta especial para mipymes lideradas por mujeres y necesidades de capacitación.

DEMANDA	
No.	**Brecha**
	Demanda de productos y servicios financieros
1	Las y los microempresarios desconocen sus derechos como usuarios de productos y servicios financieros y, al tener malas experiencias con alguna institución financiera, no acuden a las autoridades y canales correspondientes para solucionar el problema. Esto genera desconfianza y descontento por parte de las mipymes, lo cual hace que pierdan el interés en acceder al sistema financiero.
2	La falta de una buena gestión administrativa, financiera y contable, de parte de las mipymes, ocasiona que el sector financiero las perciba como un sector riesgoso; por lo tanto, se dificulta el acceso a servicios financieros, especialmente al financiamiento. Esto ocasiona que los requisitos que solicitan las instituciones financieras sean mayores.
3	Las mipymes deben fortalecer su relación con las IF, asumiéndolas como un proveedor importante para el negocio. Para lograr esto, deben reconocer que el endeudamiento, lejos de ser un mecanismo que funciona para salvar una empresa que no está generando la rentabilidad y liquidez suficiente, es un componente necesario para el crecimiento de la empresa.

	Acceso, uso y calidad
4	Algunas de las brechas descritas anteriormente ocasionan que las y los microempresarios hagan un uso incorrecto de los productos y servicios financieros. Por otro lado, al desconocer las características de la oferta de dichos productos y servicios, se fortalece este comportamiento, que puede llegar a ser altamente riesgoso para la empresa o su persona.
	Demanda especial de mipymes lideradas por mujeres
5	Las mujeres visualizan menos alternativas de financiamiento, tienen menor acceso a este, mayor presencia en la informalidad y, por ende, generan menores ingresos.
6	La preferencia por el uso de efectivo como medio de pago, especialmente en las mipymes lideradas por mujeres, limita el acceso a otro tipo de mercados cuya transacción es mayormente electrónica; además de que complica la comprobación de ingresos para acceder a financiamientos.
7	A pesar de que para las mujeres empresarias es sumamente relevante generar espacios seguros de trabajo para ellas y otras mujeres, y tienen la iniciativa de contribuir al crecimiento económico y el bienestar de grupos en condiciones de vulnerabilidad, sus empresas se enfrentan a mayores barreras y obstáculos para obtener financiamiento.
	Necesidades de capacitación
8	No se tienen conocimientos sólidos en cuanto a la formalización del negocio en materia fiscal; por lo tanto, no se identifican derechos ni obligaciones fiscales de un negocio. Tampoco se realiza la separación de las finanzas personales de las finanzas del negocio. Contar con ambas características es bien visto por parte del sector financiero como un factor mitigante del riesgo.
9	La percepción de una oferta limitada de productos y servicios financieros, en parte, está generada por el desconocimiento de los distintos tipos de instituciones financieras y la oferta que estas proveen, así como de las características y beneficios de los distintos productos crediticios disponibles.
10	Muchas de las personas que toman decisiones en las mipymes tienen un nivel educativo bajo y carecen de las habilidades empresariales que les permitirían gestionar mejor su negocio. Estas capacidades darían seguridad al sector financiero de que podría incrementar su disposición para financiar este tipo de empresas.

OFERTA

No.	Brecha
	Oferta de productos y servicios financieros
1	Las y los microempresarios perciben que la atención a las mipymes, y en general a los usuarios de productos y servicios financieros, por parte del sector financiero es mala y carecen de las capacidades necesarias para asesorarlos en el correcto uso de productos y servicios financieros para hacer crecer su negocio.
2	Los productos orientados para mipymes no siempre se adaptan a las necesidades diferenciadas en cuanto al sector o actividad productiva en la que se desempeñan las mipymes, dificultando así el acceso a dichos productos.
3	Se carece de una parametrización de riesgos adecuada en cuanto al perfil de las mipymes; por lo tanto, se mantienen los requisitos tradicionales, que suelen ser una gran barrera para que estos organismos accedan al financiamiento de sus negocios.

4	El personal de las instituciones financieras no cuenta con un incentivo para realizar una buena atención a las mipymes, ya que la mayoría están basados en alcanzar metas de colocación en monto o número de créditos, lo cual funciona en detrimento de la atención especializada que se debiera brindar a las mipymes. Aunado a esto, es poco común que exista un área exclusiva de atención a micro, pequeñas y medianas empresas, con personal capacitado para brindar asesoría y no solamente vendedores.
5	Los tiempos de respuesta suelen ser muy largos en el proceso de crédito. Esto ocasiona que las empresas busquen fondeo en otras fuentes, no formales, pero que pueden resolver su necesidad de dinero más rápidamente.
6	El entendimiento e interpretación de la regulación por parte de todos los participantes del sector financiero no está estandarizado, lo cual es percibido por las entidades financieras como una fuente de riesgo adicional al brindar créditos con destino comercial, especialmente en el sector de ahorro y crédito popular.
	Oferta especial de mipymes lideradas por mujeres
7	La mayoría de las instituciones financieras no tiene como prioridad el reconocimiento diferenciado de las necesidades de mujeres empresarias para generar la oferta de productos crediticios. Los requisitos no están adaptados a las condiciones de este segmento u otros que pudieran beneficiarse de cambios en este sentido.
	Necesidades de capacitación
8	El personal de las instituciones financieras no está capacitado para dar respuesta a las inquietudes de las mipymes en cuanto a su propia oferta de productos y servicios financieros, lo cual ocasiona que la misma fuerza de ventas proponga un producto no adecuado para resolver las necesidades de las empresas.
9	Hay gran desconocimiento acerca de los sectores económicos en los que se desenvuelven las mipymes, por lo que no se entienden sus necesidades. Esta situación ocasiona que la oferta de productos y servicios financieros sea inflexible y tenga dificultades para adaptarse a las necesidades de las diferentes micro, pequeñas y medianas empresas.
10	Se requiere mejorar las habilidades del personal en materia de riesgo de crédito y análisis de la capacidad de pago para generar una mejor evaluación de los créditos para las mipymes, especialmente para aquellas que no pueden comprobar formalmente ingresos o ventas.

7.2 Recomendaciones

Se sabe que para una adecuada transformación sostenible del sector financiero para las mipymes en México, se requiere del actuar de todas las personas involucradas, por lo que las siguientes recomendaciones se caracterizan por reflejar esfuerzos multilaterales, pues, son estas sinergias las que tienen mayor probabilidad de obtener resultados sostenibles de alto impacto.

DEMANDA

No.	Recomendaciones
1	**Programa de educación empresarial:** Trabajar con micro y pequeñas empresarias y empresarios en fortalecer sus habilidades de conocimiento, no sólo en temas tradicionales de educación financiera, sino también fiscales, evaluaciones de inversión y empresariales; incluso, mediante el acercamiento y vinculación con programas implementados por aquellas instituciones financieras con experiencia. Este tema se menciona recurrentemente como una mitigante de riesgo para las entidades financieras y un aliciente para el desarrollo y crecimiento de las mipymes.
2	**Seguimiento y acompañamiento oportuno:** Crear mecanismos para mantener contacto y brindar asesoramiento constante para las mipymes en la adquisición y uso de los diferentes servicios financieros. Esto se puede fortalecer mediante la implementación de las tecnologías a nuestro alcance.
3	**Adopción de los servicios financieros digitales:** Aunque por el lado de la demanda no se menciona explícitamente la necesidad de contar con medios digitales para acceder a los productos y servicios financieros, sí se vislumbra como una de las pocas alternativas viables para atender las necesidades específicas de cada mipymes, de una manera eficiente y sostenible.

OFERTA

No.	Recomendaciones
1	**Metodología parametrizada de un producto de crédito específico para mipymes:** Es necesario contar con una metodología de análisis adecuada para aquellas mipymes que no pueden comprobar ingresos mediante estados financieros o algunos otros medios formales. En este sentido, destaca la necesidad de hacer un análisis profundo del impacto que tienen las garantías que se solicitan actualmente para mitigar el riesgo, deshaciéndose de aquellos requisitos que no añaden valor significativo para las microempresas ni las entidades financieras.
2	**Programa integral de productos y servicios financieros para mipymes:** Incentivar y asesorar el uso 360° de los productos y servicios financieros para mipymes, con el fin de que puedan satisfacer cualquiera de sus necesidades en el sistema financiero, como financiamiento, ahorro, inversión, seguros, pagos y cobros y herramientas digitales.

3	**Programa de asesoría financiera:** Aunado al punto anterior, es necesario fortalecer los conocimientos del personal de las instituciones financieras en materia de educación financiera, economía y temas empresariales, con el fin de que puedan brindar una asesoría de calidad y con valor agregado para el segmento de las mipymes.
4	**Concientización acerca de las necesidades de las mipymes:** Es preciso que el sector financiero conozca con mayor profundidad las necesidades de las mipymes, no sólo en el ámbito financiero, si no en la dinámica de la operación de los diferentes sectores. Esto se puede lograr a través de espacios de comunicación con las instituciones financieras, y aplicando técnicas de diseño de productos y servicios basadas en el usuario.

Anexos

Anexo 1. Muestra de las instituciones financieras seleccionadas para el recabo de información cualitativa

Tipo de institución	Años de operación de la IF	Socios totales	Activos totales	Personal entrevistado	Tiempo trabajando en la IF (años)
SOCAP	23	249,754	$628,6405	Gerente de crédito	19
SOFIPO	29	79,619	$1,481,035,406	Director general	5
SOCAP	47	53,800	$1,394,000,000	Gerente de operaciones	17
SOFIPO	-	-	-	Director de crédito y riesgos	-
SOCAP	35	39,363	$889,686,437	Director general	23
SOCAP	28	3,465,300	$97,289,799,637	Subdirector de Cooperación Corporativa	22
SOCAP	28	3,465,300	$97,289,799,637	Subdirector de estrategia de crédito	20
SOFOM	18	47,070	$144,000,000	Director de administración y finanzas	4
SOFOM	27	54,310	$880,000,000	Gerente de riesgos	9 meses
SOFOM	19	30,000	$609,000,000	Director general	19

Anexo 2. Muestra de las mipymes seleccionadas para el recabo de información cualitativa

Giro del negocio	Entidad Federativa	Sexo	Edad	Antigüedad del negocio (años)	Empleados	Sucursales
Cosmética natural	CDMX	Mujer	50	10	8	1
Consultoría de publicidad	CDMX	Mujer	32	6	3	
Producción de zapatos, ropa de mascota	CDMX	Mujer	50	8	9	1
Ventas y servicios industriales	VCRZ	Mujer	51	15	17	1
Comercio industrial	QRO	Mujer	49	2	7	1
Servicios jurídicos/propiedad intelectual	QRO	Mujer	55	16	1	1
Restaurante	QRO	Hombre	22	6	15	3
Producción de cerveza	EDOMEX	Hombre	34	5	8	1
Comercialización de ecotecnologías	CHIH	Hombre	41	16	5	1
Comercialización de café/ cafetería	QRO	Hombre	46	4	4	1
Taller de servicio automotriz	QRO	Hombre	54	1 mes	3	1
Centro deportivo	VCRZ	Hombre	38	11	8	1

Referencias

Banco de México. (2024). *Reporte sobre las Economías Regionales*. https://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-prensa/reportes-sobre-las-economias-regionales/%7BD5750F31-42D2-4883-BC34-AC6E1334B9D4%7D.pdf

Banco Mundial. (2024). *La mujer, la empresa y el derecho*. https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/2682c448-558b-44a2-974c-239eea51218e/content

Banco Mundial. (2020). *La participación laboral de la mujer en México*. https://documents1.worldbank.org/curated/en/753451607401938953/pdf/La-Participacion-Laboral-de-la-Mujer-en-Mexico.pdf

BID Invest. (2023). *Mujeres Empresarias en Ascenso. Un estudio sobre el potencial de la banca mujer en América Latina y el Caribe y lo que significa para las instituciones financieras.* https://www.microfinancegateway.org/es/publicacion/2023/12/mujeres-empresarias-en-ascenso-un-estudio-sobre-el-potencial-de-la-banca-mujer

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2023). *Ley para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa.* https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LDCMPME.pdf

Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2023). *Acerca de Microempresas y Pymes*. Naciones Unidas. https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca-microempresas-pymes

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Naciones Unidas.

Comisión Nacional Bancaria y de Valores [CNBV]. (2024). *Reporte Trimestral de Inclusión Financiera. Datos al 3er trimestre de 2023.* https://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Anexos%20Inclusin%20Financiera/ReporteTrimestralBDIF_202309.pdf

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD]. (2023, 29 de noviembre). *Remesas: Impulsar el impacto en la reducción de la pobreza mediante la protección del consumidor*. ONU Comercio y Desarrollo. https://unctad.org/es/news/remesas-impulsar-el-impacto-en-la-reduccion-de-la-pobreza-mediante-la-proteccion-del

Consejo Nacional de Inclusión Financiera. (2020). *Política Nacional de Inclusión Financiera 2020-2024*. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/618362/10_sesion_GS.pdf

Correa, F., Leiva, V. & Stumpo, G. (2020). Mipymes y heterogeneidad estructural en América Latina. En M. Dini & G. Stumpo, *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento* (pp. 9-32). Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

DESA. (2018). *Micro-, Small and Medium-sized Enterprises (MSMEs) and their role in achieving the Sustainable Development Goals. Department of Economic and Social Affairs Division for Sustainable Development Goals. United Nations.* https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/26073MSMEs_and_SDGs.pdf

Díaz Granados, S. (2023, 29 de noviembre). *La vía verde y digital de las pymes latinoamericanas***.** Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe [CAF]. https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2023/11/la-via-verde-y-digital-de-las-pymes-latinoamericanas/

Fareed, F., Gabriel, M., Lenain, P. & Reynaud, J. (2017). *Financial inclusion and women entrepreneurship. Evidence from Mexico*. OECD.

Folgueiras-Bertomeu, P. & Ramirez, C. (2017). Elaboración de técnicas de recogida de información en diseños mixtos. Un ejemplo de estudio en aprendizaje-servicio. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 10(2), 64-78. http://doi.org/10.1344/reire2017.10.218069

Granger, C. W. J. (1969). Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross-Spectral Methods. *Econometrica*, 424-438.

Hernández, E. (2022). Economistas ven en la gobernanza el mayor obstáculo del crecimiento económico: Banxico. *Forbes México*. https://www.forbes.com.mx/economistas-gobernanza-obstaculo-crecimiento-economico-banxico/

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, P. (2014). *Planteamiento cuantitativo del problema. Metodología de la Investigación*, 34-43.

Hernández Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

Herrera, D. (2020). *Instrumentos de financiamiento para las micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina y el Caribe durante el Covid-19*. Banco Interamericano de Desarrollo. https://publications.iadb.org/es/instrumentos-de-financiamiento-para-las-micro-pequenas-y-medianas-empresas-en-america-latina-y-el

Instituto Mexicano para la Competitividad, A.C. [IMCO]. (2022). *Índice de Competitividad Internacional*. https://imco.org.mx/indices/indice-de-competitividad-internacional-2022/

Instituto Mexicano para la Competitividad, A.C. (2021). *Las Mujeres y sus Negocios. Sondeo realizado por el IMCO y el Consejo Coordinador de Mujeres Empresarias*. https://imco.org.mx/wp-content/uploads/2021/12/Resultados-Sondeo-IMCO-CCME_Presentacio%CC%81n_07122021.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2022). *Actualización de la Medición de la Economía Informal 2003-2021, Preliminar*. Comunicado de prensa núm. 790/22. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/MDEI/MDEI2021.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2019). *Censos Económicos 2019*. https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2019). *Demografía de los Negocios*. https://www.inegi.org.mx/temas/dn/#:~:text=Demograf%C3%ADa%20de%20los%20Negocios%202019%2D2021.,mueren%20145%20y%20nacen%2081.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2021). *Encuesta Nacional de Financiamiento de las Empresas (ENAFIN) 2021*. https://www.inegi.org.mx/programas/enafin/2021/

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2023). *Medición de la Economía Informal (MEI)*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/MDEI/MDEI2022.pdf

Instituto Nacional de las Mujeres [INMUJERES]. (2023). *Mapeo de Financiamientos para Emprendimientos y Proyectos Productivos de Mujeres-Primer levantamiento*.

Naciones Unidas. (2016). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/page/objetivos-de-desarrollo-sostenible#:~:text=Los%2017%20Objetivos%20de%20Desarrollo,1%20de%20enero%20de%202016.

OCDE/INFE. (2018). *Core competencies framework on financial literacy for MSMEs*. OECD. https://www.oecd.org/financial/education/OECD-INFE-core-competencies-framework-on-financial-literacy-for-MSMEs.pdf

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE]. (2022). *Estudios Económicos de la OCDE: México*. OECD iLibrary. https://www.oecd-ilibrary.org/economics/estudios-economicos-de-la-ocde-mexico-2022_8b913f19-es

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico & Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe. (2019). *Latin America and the Caribbean 2019: Policies for Competitive SMEs in the Pacific Alliance and Participating South American countries*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/d9e1e5f0-en

Paredes Hernández, S., Castillo Leal, M. & Saavedra García, M. L. (2019). *Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México*. Konrad Lorenz Editores. https://doi.org/10.14349/sumneg/2019.v10.n23.a8

Pro mujer. (2024). *ONU Mujeres: El emprendimiento femenino para acelerar la igualdad*. https://promujer.org/portal/2024/03/13/el-emprendimiento-femenino-para-acelerar-la-igualdad/

Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2020). *Programa Nacional de Financiamiento del Desarrollo 2020-2024*. https://www.finanzaspublicas.hacienda.gob.mx/work/models/Finanzas_Publicas/docs/pronafide/pronafide2020.pdf

cooperación alemana
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Partners in Transformation
Chambers and Associations

implementada por:

Sparkassenstiftung Alemana
LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE