



Empoderando a las mujeres a través de la independencia económica y el emprendimiento.

En colaboración con DALBERG

NUESTRO PUNTO DE PARTIDA:



El **75%** de las pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres en América Latina **no tienen acceso a un financiamiento adecuado.**

(OCDE)



En el sur del país sólo el **68%** de las mujeres cuenta con al menos un producto financiero y el **71%** de las mujeres cuenta **no tiene acceso a crédito.**

(ENIF, INEGI)



Los roles rígidos de género que aún ponen en duda el rol de la mujer como empresaria y proveedora de su familia.

EL PANORAMA DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN EL SURESTE DE MÉXICO:

EL EMPRENDIMIENTO, UN VEHÍCULO DE TRANSFORMACIÓN

Emprender surge como una alternativa para obtener un ingreso y las mujeres orientan su modelo de negocio desde los activos que tienen disponibles en su entorno, además el acceso a conocimientos suele ser el principal catalizador de los emprendimientos.



UN ENTORNO DE OBSTÁCULOS

Para las mujeres indígenas y rurales, emprender se percibe como un camino incierto, costoso y difícil, en un contexto de poco acceso a recursos necesarios y de alta inseguridad financiera para las mujeres.



UN CAMBIO DE MENTALIDAD

Las mujeres rurales e indígenas son comúnmente asignadas a labores del hogar, disminuyendo su acceso a educación y su nivel de confianza en sus habilidades; sin embargo a través de sus negocios ellas pueden percibirse como agentes con poder.



EL VÍNCULO COLECTIVO

La dimensión familiar y comunitaria adquiere un rol protagónico para el emprendimiento, las emprendedoras perciben su negocio conectado al desarrollo de su comunidad, además, en los emprendimientos colectivos entre mujeres se constituyen como redes de apoyo y aprendizaje.



INTUICIÓN SOBRE EDUCACIÓN FINANCIERA

La mayoría de las emprendedoras no tienen acceso a educación financiera y se guían por lo que las hace sentir seguras, además el dinero no se imagina en efectivo, lo que dificulta la adopción de servicios financieros digitales. La mayoría de las mujeres que reciben apoyo financiero lo hacen a través del estado, lo que refuerza una percepción de dependencia financiera.

OFERTA LIMITADA Y LIMITADORA

Las emprendedoras perciben que la oferta existente no responde a sus necesidades, las instituciones financieras son percibidas como lejanas, costosas e innecesarias. Además, las emprendedoras en sectores de artesanía y agricultura necesitan productos financieros que se adapten a los ciclos y estacionalidad del negocio.



LA DEUDA, UNA ENEMIGA DEL NEGOCIO

Existe una cultura de aversión al crédito debido a experiencias negativas con el endeudamiento y servicios financieros informales. La baja tolerancia al riesgo lleva a las emprendedoras a creer que el crédito pone en riesgo su negocio.



LA CERTEZA DE LOS MECANISMOS COMUNITARIOS

Las mujeres rurales e indígenas prefieren manejar sus finanzas dentro de la comunidad, usando mecanismos inéditos que pueden moldear y en los que pueden confiar.

Los acuerdos de palabra son considerados más valiosos y seguros, y el ahorro es más deseable bajo relaciones de confianza.

EL ACOMPAÑAMIENTO COMO CLAVE DEL APOYO FINANCIERO

La combinación entre apoyo financiero y no financiero tiene un poder transformador para el emprendimiento, se valora más el asesoramiento integral pues fortalece la independencia. Por ello el proceso de acceder a un crédito, considerar sus riesgos y valorar los posibles beneficios para el negocio, podría facilitarse con un acompañamiento adecuado.

ARQUETIPOS DE MUJERES EMPRENDEDORAS

Existen tres arquetipos de mujeres en el Missing Middle, que se ven predominantemente afectados por la falta de financiamiento para crecer.



PIONERAS PERSISTENTES

Tenaces | Audaces | Decididas

Decidieron emprender un camino poco recorrido, y aunque empezaron solas, su negocio ha multiplicado su impacto. Son la evidencia de que el trabajo duro, el enfoque en las metas y la voluntad de salir adelante son clave para el éxito empresarial.

Con una fuerte ética de trabajo, fundamentan su negocio en su compromiso con la calidad y el buen servicio.

La tecnología y el mundo digital son nuevos para ellas, aunque se adaptan a su propio ritmo.



CREADORAS DESORIENTADAS

Conectadas | Capaces | Realistas

Las creadoras desorientadas cuentan con recursos y herramientas para emprender, han adquirido un criterio claro del valor de su trabajo y les gusta lo que hacen.

Se debaten entre diferentes alternativas de crecimiento y les cuesta decidirse por una ruta específica hacia donde orientar su negocio y sus esfuerzos.

Han adoptado la tecnología y tienen conocimiento de cómo usar aplicaciones digitales, que hacen parte de su día a día.

En medio de estas posibilidades, y ante la ausencia de una visión de futuro clara, las creadoras se quedan en su presente, en espera de una oportunidad que las oriente.



VISIONARIAS DECIDIDAS

Soñadoras | Motivadas | Rigurosas

Crean el futuro de sus negocios con base en una visión de crecimiento y escalabilidad, y pese a las dificultades, logran encontrar, por sí mismas, rutas y aliados para su emprendimiento.

Gracias a su preparación y experiencia, tienen una comprensión aguda de su mercado, de los retos que enfrenta su negocio y de cómo pueden consolidarlo. Seguras de su potencial para generar impacto, perciben su emprendimiento como un vehículo que trae beneficios a su familia y a su comunidad.

Altamente conectadas y en continuo proceso de formación, son referentes que pueden inspirar a las nuevas generaciones de emprendedoras.

APRENDIZAJES CLAVE

El nivel de escolaridad, ruralidad y autoeficacia son las variables que más diferencian la trayectoria de las emprendedoras y su apertura hacia nuevos productos.

Las emprendedoras del "Missing Middle" buscan financiamiento entre \$200k - \$1M MXN y condiciones de acceso a crédito ajustadas a su nivel de formalización y digitalización.

Los modelos de actores financieros activos en comunidades rurales/indígenas no responden a sus necesidades de financiamiento.

La falta de portafolios a medida, refuerza la poca confianza en servicios financieros formales y limita la adopción.

La apertura hacia productos financieros digitales está directamente relacionada con el nivel de formalización de la empresa y el nivel de madurez del negocio.

Cuatro ideas clave para el diseño de productos y servicios para emprendedoras rurales e indígenas en el sureste:



VER EL MUNDO DESDE SUS OJOS

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



ESTAR DONDE ELLAS ESTÁN

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



FACILITAR EL CAMINO

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



SUMAR PARA AMPLIFICAR

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