Qué permite el crecimiento de su negocio:

Un kit de herramientas para profesionales que implementa un nuevo marco de segmentación y aprovecha la oportunidad de servir a empresas propiedad de mujeres o dirigidas por ellas en mercados emergentes.



Introducción

Este kit de herramientas, que acompaña al Informe de Segmentación de Pequeñas y Medianas Empresas propiedad de mujeres o lideradas por ellas (MIPYMES), ofrece una guía paso a paso que permite a los intermediarios financieros locales desarrollar préstamos y productos financieros personalizados que se ajusten a las necesidades específicas de cada segmento de MIPYMES; a los financiadores, evaluar el riesgo y asignar fondos para apoyar a las MIPYMESs con alto potencial; y a las organizaciones de apoyo empresarial (OSE) diseñar programas a medida que aborden los desafíos específicos de cada segmento.

Este recurso práctico incluye guías y herramientas descargables en seis pasos: analizar el entorno propicio que rodea a las MIPYMES; realizar la segmentación de clientes de las MIPYMES y un análisis de mercado; evaluar la demanda de servicios financieros y no financieros entre las MIPYMES; diseñar productos y servicios financieros y no financieros; y cuantificar la oportunidad de mercado y el análisis de viabilidad.

Haga clic aquí para descargar: Informe de segmentación de MIPYMES



Presentación del nuevo marco y kit de herramientas de segmentación de MIPYMES

En todo el mundo, los gobiernos y las instituciones financieras reconocen el papel fundamental que desempeñan las mujeres emprendedoras en la creación de empresas dinámicas, la creación de empleo y el impulso del crecimiento económico. Si bien se han realizado numerosas intervenciones para eliminar barreras y garantizar que las mujeres puedan competir en igualdad de condiciones, muchas no han tenido en cuenta la diversidad de las pequeñas y medianas empresas lideradas

Para abordar estas deficiencias, la Fundación Argidius, el Fondo Holandés para el Buen Crecimiento (una iniciativa del Ministerio de Asuntos Exteriores de los Países Bajos) y We-Fi (con sede en el Banco Mundial) colaboraron con ConsumerCentriX para desarrollar un nuevo marco inclusivo para la segmentación de las MIPYMES, práctico y fácil de implementar, que permita a las partes interesadas diseñar productos y servicios que satisfagan las necesidades financieras y no financieras específicas de cada segmento.

El objetivo general es proporcionar a las partes interesadas las herramientas que necesitan para mejorar la focalización y el apoyo a las MIPYMES propiedad de muejr y fortalecer la implementación, los resultados y el impacto de las estrategias de inversión con perspectiva de género

La investigación se centró en las MIPYMES formalizadas, definidas como empresas registradas ante las autoridades comerciales locales. El énfasis en las MIPYMES formales se justifica por su potencial de valor y creación de empleo, así como por las oportunidades económicas que surgen al prestar un servicio eficaz a estas empresas.

El Marco de Segmentación de las MIPYMES se desarrolló mediante una exhaustiva revisión bibliográfica, investigación primaria, recopilación de datos y análisis estadístico. Se basa en trabajos previos en este ámbito - en particular el de Collaborative for Frontier Finance, S*egmentación de empresas para comprender mejor sus necesidades financieras* - este marco desafía los enfoques convencionales que segmentan por tamaño, clasificando a las MIPYMES según el crecimiento proyectado de sus ingresos empresariales. El análisis estadístico de datos cuantitativos y cualitativos recopilados de cientos de MIPYMES en tres mercados diversos (Pakistán, Uganda y Colombia) reveló que el crecimiento proyectado de las empresas era el factor diferenciador más significativo para la segmentación.

La investigación identificó tres segmentos clave de crecimiento: alto, moderado y bajo, donde el crecimiento se define como el aumento porcentual esperado de los ingresos anuales durante los próximos cinco años. También identificó los factores críticos que influyen en el crecimiento de las MIPYMES dentro de cada segmento, ofreciendo una comprensión más detallada de sus necesidades y potencial. Esto condujo a la identificación de 15 facilitadores del crecimiento empresarial (factores vinculados a las características personales y profesionales del emprendedor, así como a las del negocio), así como factores con un impacto limitado en el crecimiento. Un análisis del entorno propicio en los tres países piloto complementa los hallazgos, proporcionando una perspectiva sobre la variedad de condiciones que afectan a las MIPYMES en los mercados emergentes.

Segmentos y perfiles de crecimiento de las MIPYMES

Dentro de cada uno de los tres segmentos de crecimiento (alto, moderado y bajo), dos perfiles de emprendedores diferencian aún más a las empresas en función de sus motivaciones, comportamiento financiero y necesidades de apoyo. Identificados mediante análisis estadístico de conglomerados, estos perfiles se describen mejor como las fuerzas motivadoras que impulsan al emprendedor en cada etapa de crecimiento. Cada perfil tiene necesidades financieras y no financieras específicas, lo que requiere un apoyo personalizado por parte de los proveedores de servicios para ayudar a las MIPYMES a crecer y a transitar hacia segmentos superiores. Al identificar las motivaciones clave de cada emprendedor y comprender sus características personales y empresariales, los proveedores pueden personalizar mejor sus ofertas para satisfacer las necesidades y aspiraciones específicas de cada perfil.

Si bien las descripciones de las necesidades financieras y no financieras que se presentan a continuación se aplican ampliamente a cada segmento de crecimiento en su conjunto, se puede encontrar un desglose detallado de las necesidades específicas de cada perfil en el cuerpo del informe, cuyo enlace encontrará al final de la página.

Alto crecimiento
>50% de crecimiento de los ingresos empresariales anuales

Perfiles	Características	Necesidades financieras y no financieras
Los emprendedores que buscan la creación de riqueza buscan activamente el crecimiento de sus ingresos y están abiertos a inversiones de capital. Los emprendedores que construyen un legado priorizan la participación familiar a largo plazo y desean mantener el control de sus negocios.	Las MIPYMES de alto crecimiento aprovechan la innovación, la tecnología y la financiación externa para escalar rápidamente. Son ambiciosas, cuentan con sólidas redes profesionales y suelen acceder a servicios financieros y herramientas de gestión sofisticados.	Necesitan préstamos para una expansión a gran escala y podrían considerar la participación en sociedades de capital. Para complementar sus sólidas habilidades empresariales, se benefician de programas avanzados de apoyo empresarial, coaching, mentoría y acceso a aceleradoras.

Crecimiento moderado
Crecimiento del 20-50% de los ingresos empresariales anuales

Perfiles	Características	Necesidades financieras y no financieras
Los emprendedores con aspiraciones de expansión son emprendedores experimentados, con habilidades y redes de contactos, que aspiran a una mayor expansión. Los emprendedores con estabilidad se centran en los mercados locales, lideran equipos más pequeños y tienen una menor orientación digital.	Las MIPYMES de crecimiento moderado adoptan un enfoque estratégico pero cauteloso para escalar, buscando un equilibrio entre las oportunidades y las limitaciones familiares y operativas. Suelen reinvertir las ganancias en lugar de buscar financiación externa y no suelen tener acceso a un amplio apoyo para el desarrollo empresarial.	Las MIPYMES de crecimiento moderado necesitan préstamos flexibles con tasas de interés accesibles, banca basada en relaciones y servicios de BDS para fortalecer las redes y mejorar las habilidades comerciales.

Bajo crecimiento
<20% de crecimiento de los ingresos empresariales anuales

Perfiles	Características	Necesidades financieras y no financieras
Los emprendedores de subsistencia se centran en sustentar el sustento familiar y asegurar ingresos estables. Los emprendedores de supervivencia operan negocios por necesidad, a menudo enfrentando importantes limitaciones financieras y de recursos, y careciendo de habilidades empresariales.	Las MIPYMES de bajo crecimiento suelen utilizar cuentas bancarias personales para fines comerciales y tienen acceso limitado al crédito tradicional. Sus negocios se construyen gradualmente para generar ingresos suficientes para cubrir las necesidades familiares, en lugar de crecer.	Requieren acceso básico a productos financieros formales, capacitación para desarrollar habilidades contables, de ventas y tributarias, y oportunidades para construir redes de negocios. El apoyo a la formalización y los programas de desarrollo de habilidades son cruciales para ayudarles a expandirse modestamente y fortalecer la resiliencia empresarial.

Haga clic aquí para descargar: Informe de segmentación de MIMIPYMES

CÓMO UTILIZAR EL KIT DE HERRAMIENTAS

Este kit de herramientas guía a los profesionales a través de seis pasos, que se detallan en las páginas siguientes. Cada paso contiene enlaces a recursos que se pueden descargar y completar. El proceso comienza con la comprensión del entorno externo (#1) y la oferta de mercado existente para las MIPYMES (#2). Las herramientas posteriores abordan la demanda: guían al usuario para realizar investigaciones para comprender las necesidades y los puntos débiles de los perfiles de las MIPYMES (#3), segmentar y perfilar a los clientes actuales y nuevos (#4) y realizar un análisis de cartera para ver cómo la institución atiende actualmente al mercado de las MIPYMES y qué se podría mejorar (#5). Finalmente, los usuarios pueden cuantificar el tamaño del mercado de las MIPYMES y la justificación comercial para atender a las MIPYMES en un país determinado (#6).

Las herramientas se proporcionan de forma secuencial y en orden lógico; sin embargo, hay ciertas acciones que pueden realizarse de forma puntual o simultáneamente. Por ejemplo, el análisis de cartera y la segmentación de clientes pueden realizarse conjuntamente.

Haga clic en el título a continuación para ir directamente a esa herramienta o continúe desplazándose para revisar las herramientas en secuencia.

1. Analizar el entorno propicio — HAGA CLIC AQUÍ

Determinar cómo las MIPYMES se ven restringidas o facilitadas por el panorama legal y regulatorio, la sofisticación y el apoyo del mercado financiero, la infraestructura digital, la facilidad para hacer negocios, las normas de género y el entorno sociocultural.

2. Evaluar la oferta del mercado — HAGA CLIC AQUÍ

Mapear los actores del ecosistema, evaluar los servicios financieros disponibles para las MIPYMES y los programas de apoyo empresarial proporcionados por bancos y no bancos dirigidos a las MIPYMES/WMPYMES, incluyendo capacitaciones empresariales y profesionales, programas y certificaciones académicas, incubadoras, aceleradores, coaching, tutoría, redes y aprendizaje entre pares.

3. Evaluar la demanda — HAGA CLIC AQUÍ

Utilice la herramienta de encuesta proporcionada para recopilar datos que permitan identificar a las WMMIPYMESs locales: características personales y empresariales, uso y necesidades de productos/servicios financieros, habilidades empresariales y uso y necesidades de SDE. El análisis de datos permitirá comprender mejor los segmentos de las MIPYMES en un mercado específico e identificar sus necesidades y oportunidades únicas.

4. Segmentar clientes — HAGA CLIC AQUÍ

Segmente a sus clientes actuales utilizando las 15 dimensiones clave para comprender a qué segmento pertenecen. Esta herramienta también puede servir como autoevaluación para que las MIPYMES se autodiagnostiquen e identifiquen sus debilidades y áreas de mejora.

5. Realizar análisis de cartera — HAGA CLIC AQUÍ

Realizar un análisis de cartera para comprender la representación de las MIPYMES en la cartera, cuál es la adopción de diferentes productos/servicios entre las MIPYMES e identificar brechas y oportunidades (para apuntar a segmentos con servicios financieros y no financieros existentes).

6. Dimensionar el mercado potencial y determinar el modelo de negocio — HAGA CLIC AQUÍ

Modelar el tamaño del mercado potencial y desarrollar/refinar el caso de negocios para atender el mercado de MIPYMES propiedad de mujeres.



El kit de herramientas es un conjunto de herramientas dirigidas a diferentes partes interesadas del sector financiero.

✓ = relevancia del paso para la audiencia identificada

	Partes interesadas primarias			
Pasos y herramientas del kit de herramientas incluidas	**Intermediarios financieros***	**Organizaciones de Apoyo Empresarial (BSOs)**	**Financiadores****	**Reguladores financieros**
1. Analizar el entorno propicio				
Herramienta para evaluar el entorno propicio	✓	✓	✓	✓
2. Evaluar la oferta del mercado				
Herramienta para mapear los proveedores y la oferta de SF y SNF dirigida a las MIPYMES	✓	✓	✓	✓
3. Evaluar la demanda				
Encuesta para evaluar la demanda del mercado entre las MIPYMES	✓	✓	✓	✓
4. Segmentar clientes				
Cuestionario de cribado para MIPYMES — para determinar segmento y perfil	✓	✓		
5. Realizar análisis de cartera				
Guía de análisis de cartera	✓			
6. Dimensionar el mercado potencial y determinar el modelo de negocio				
Guía y modelo de dimensionamiento del mercado y caso de negocio	✓		✓	✓

- Los intermediarios financieros incluyen: proveedores locales de servicios financieros (PSF), proveedores de capital de riesgo e instituciones financieras no bancarias (IFNB).

** Los financiadores incluyen: instituciones financieras de desarrollo (IFD) internacionales, regionales y locales, bancos multilaterales de desarrollo (BMD), fundaciones, oficinas familiares e inversores comerciales privados.

LLAMADA A LA ACCIÓN

A medida que utilice esta guía y sus herramientas, le invitamos a enviar sus comentarios directamente a ConsumerCentriX. El objetivo es que este kit de herramientas mejore la forma en que los actores clave comprenden, segmentan y apoyan a las MIPYMES y su crecimiento. Si tiene ideas para mejorar el kit de herramientas o alguna pregunta, haga clic aquí para enviarlas.

PASO 1 DEL KIT DE HERRAMIENTAS: Analizar el entorno propicio



¿Por qué utilizar esta herramienta?

Antes de aplicar el Marco de Segmentación de las MIPYMES para comprender las características de la mujer emprendedora y su negocio, es importante comprender el entorno externo en el que operan las MIPYMES. Esta herramienta proporciona un marco para evaluar el entorno propicio utilizando datos de fuentes públicas. Esto permite a los profesionales evaluar cómo las mujeres empresarias/emprendedoras se ven obstaculizadas o favorecidas en sus respectivos mercados —en muchos casos, independientemente de su segmento o perfil— e identificar las limitaciones que deben abordarse, mitigarse o adaptarse al diseñar las condiciones de los productos y las operaciones de servicio para construir una propuesta de valor ganadora para las MIPYMES.

Haga clic aquí para descargar: Entorno habilitador de herramientas

¿Cuales son los pasos?

1. Familiarícese con el marco y las cinco dimensiones: el panorama legal y regulatorio, las normas de género y el entorno sociocultural, la sofisticación y el apoyo del mercado financiero, la facilidad para las empresas y la infraestructura digital.
2. Visite las fuentes de datos actualizadas vinculadas y recopile datos para cada componente de su país de interés. Puede hacerlo en las tablas proporcionadas o descargando y utilizando la plantilla de Excel incluida.
3. Evalúe los factores ambientales que facilitan o dificultan el crecimiento de las MIPYMES: analice los datos recopilados, compare países e identifique los factores que los favorecen o los dificultan.

PASO 1: ESCANEAR EL ENTORNO PROPICIO

Actividad 1: La imagen muestra las cinco dimensiones clave utilizadas para evaluar el entorno que rodea a las MIPYMES propiedad de mujer con información sobre cómo este elemento impacta la forma en que se aplica el marco de segmentación de las MIPYMES dentro de un mercado determinado.

Los marcos jurídicos y las protecciones existentes que pueden apoyar o dificultar la participación de las mujeres en la fuerza laboral y el emprendimiento.

Implicación: En países donde las leyes perjudican a las mujeres o no las protegen, las mujeres emprendedoras enfrentan más obstáculos que los hombres. Por ejemplo, si las mujeres no pueden heredar bienes, tienen menos garantías para hacer crecer sus negocios. Y si se restringe su movilidad, no pueden operar libremente, lo que limita el número de empresas propiedad de mujeres con alto crecimiento.

La disponibilidad y accesibilidad de servicios y productos financieros, incluidos crédito, oportunidades de inversión e infraestructura bancaria.

Implicación: En mercados más sofisticados, incluso las MIPYMES de bajo crecimiento probablemente recurran al crédito formal (aunque probablemente se trate de préstamos personales) ya que hay un acceso más generalizado a productos y servicios financieros.



El entorno empresarial general, incluidas las eficiencias operativas.

Implicación: En los mercados con mayor facilidad para hacer negocios, la proporción de empresas de mujeres que son formales es mayor y debería ser más fácil avanzar hacia una senda de crecimiento más acelerado.

Las actitudes sociales y las normas culturales relacionadas con la igualdad de género, el apoyo de la comunidad a las mujeres empresarias y la presencia de asociaciones empresariales de mujeres.

Implicación: Las normas de género conservadoras dificultan considerablemente la gestión empresarial de las mujeres en comparación con los hombres. En estos países, el apoyo familiar, la educación superior, la experiencia profesional previa y unas sólidas habilidades y redes empresariales son fundamentales para las PYME y se encuentran en perfiles de crecimiento alto y moderado.

El desarrollo y la accesibilidad de las tecnologías digitales y los servicios de Internet, que son esenciales para las operaciones comerciales modernas y la competitividad.

Implicación: El uso de la tecnología es uno de los factores clave que definen los segmentos y perfiles de negocio. En mercados con una infraestructura digital más sofisticada, la aplicación de la tecnología en los modelos de negocio y las operaciones será más generalizada, no solo entre las MIPYMES de alto crecimiento.

PASO 1: ESCANEAR EL ENTORNO PROPICIO

Actividad 2.1: Recopilar datos sobre el panorama legal y regulatorio

¿Cómo? Busque en línea "Banco Mundial: Mujeres, Negocios y el Derecho" y el país de su interés para encontrar el PDF más reciente (2-3 páginas) sobre ese país, o busque en este sitio: https://wbl.worldbank.org/en/wbl. Complete los datos en la columna amarilla. También puede completar esto descargando y seleccionando el país correspondiente en el documento de Excel aquí.

Haga clic aquí para descargar: Entorno habilitador de herramientas

Pregunta	Indicador	Unidad	Fuente	País X
¿Qué tan establecido está el marco legal para la seguridad de las mujeres frente a la violencia doméstica, el acoso sexual, el feminicidio y el matrimonio infantil?	Marco jurídico sobre la seguridad de las mujeres	Puntaje (0-100)	Banco Mundial Mujeres, Empresa y el Derecho 2024	
¿Pueden las mujeres viajar fuera del hogar y del país de la misma manera que los hombres?	Marco legal sobre la movilidad de las mujeres	Puntaje (0-100)	Banco Mundial Mujeres, Empresa y el Derecho 2024	
¿Cómo apoya el marco legal la igualdad en el lugar de trabajo y la lucha contra la discriminación?	Marco legal en el lugar de trabajo	Puntaje (0-100)	Banco Mundial Mujeres, Empresa y el Derecho 2024	
¿Qué tan protegidas están las mujeres contra la discriminación durante el proceso de reclutamiento?	Protección jurídica contra la discriminación en la contratación	Si/No	Banco Mundial Mujeres, Empresa y el Derecho 2024	
¿Cuál es la situación de las mujeres en términos de igualdad de remuneración por igual trabajo?	Igual remuneración por trabajo o igual valor	Si/No	Banco Mundial Mujeres, Empresa y el Derecho 2024	
¿No existe ninguna obligación legal de que una mujer casada obedezca a su marido?	La ley no contiene ningún requisito para que una mujer casada obedezca a su marido.	Si/No	Banco Mundial Mujeres, Empresa y el Derecho 2024	
¿Existe apoyo para las familias en materia de servicios de cuidado infantil?	Disponibilidad de apoyo para servicios de cuidado infantil	Si/No	Banco Mundial Mujeres, Empresa y el Derecho 2024	
¿Qué tan protegidas están las mujeres contra la discriminación en el acceso al crédito?	Protección jurídica contra la discriminación en el acceso al crédito	Si/No	Banco Mundial Mujeres, Empresa y el Derecho 2024	

PASO 1: ESCANEAR EL ENTORNO PROPICIO

Actividad 2.2: Recopilar datos sobre las normas de género y el entorno sociocultural, con cuatro categorías para una mayor exploración

PERSPECTIVAS FAMILIARES Y LABORALES:

Esta categoría captura la importancia personal y el equilibrio de la familia y el trabajo en la vida de las personas, destacando las diferencias de género y las normas sociales con respecto a los roles y las expectativas de rol en los entornos familiares y profesionales.

PERCEPCIONES DEL PAPEL DE LA MUJER EN LA SOCIEDAD:

Esta categoría abarca las actitudes sociales hacia los roles de las mujeres en la educación, el liderazgo y el empleo, y brinda información sobre los sesgos y estereotipos de género que pueden afectar las oportunidades y el trato de las mujeres en diversos sectores.

LIBERTAD Y CONFIANZA:

Esta categoría evalúa el sentido de autonomía y confianza de las personas en los demás, lo cual puede influir en su capacidad para emprender, crear redes y acceder a recursos. Destaca el entorno sociocultural más amplio que afecta al empoderamiento de las mujeres.

PERTENENCIA DE GRUPO:

Esta categoría examina la participación de las mujeres en diversas redes formales e informales, como asociaciones profesionales, sindicatos y grupos de apoyo. La pertenencia a estos grupos puede brindarles valiosos recursos, apoyo y oportunidades de defensa.



PASO 1: ESCANEAR EL ENTORNO PROPICIO

Actividad 2.2: Recopilar datos sobre las normas de género y el entorno sociocultural: perspectivas familiares y laborales

¿CÓMO?

1. Visite el sitio web de la Encuesta Mundial de Valores aquí.
2. Descargue los datos de la última ronda de recopilación de datos.
3. Si el país que le interesa no está incluido en la encuesta, puede utilizar un país comparable de la región como indicador.
4. Encuentre los indicadores que aparecen en esta página e introduzca los puntos de datos para total, mujeres y hombres en cada uno de los recuadros azules.
5. Tenga en cuenta que esto puede hacerse descargando y seleccionando el país correspondiente en el documento de Excel aquí.

Haga clic aquí para descargar: Entorno habilitador de herramientas

PREGUNTAS | PAÍS X | TOTAL | FEMENINA | MASCULINIO

	MUY IMPORTANTE	ALGO IMPORTANTE	NO MUY IMPORTANTE	NO ES IMPORTANTE EN ABSOLUTO
LA IMPORTANCIA DE LA FAMILIA EN LA VIDA	%	%	%	%
	%	%	%	%
	%	%	%	%

	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
CUANDO UNA MADRE TRABAJA POR UN SUELDO, LOS HIJOS SUFREN	%	%	%	%
	%	%	%	%
	%	%	%	%
SER AMA DE CASA ES TAN SATISFACTORIO COMO TRABAJAR POR UN SUELDO	%	%	%	%
	%	%	%	%
	%	%	%	%

	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
SI UNA MUJER GANA MÁS DINERO QUE SU MARIDO, ES CASI SEGURO QUE CAUSARÁ PROBLEMAS	%	%	%	%	%
	%	%	%	%	%
	%	%	%	%	%

PASO 1: ESCANEAR EL ENTORNO PROPICIO

Actividad 2.2: Recopilar datos sobre las normas de género y el entorno sociocultural: percepciones del papel de la mujer en la sociedad

¿CÓMO?

1. Visite el sitio web de la Encuesta Mundial de Valores aquí.
2. Descargue los datos de la última ronda de recopilación de datos.
3. Si el país que le interesa no está incluido en la encuesta, puede utilizar un país comparable de la región como indicador.
4. Encuentre los indicadores que aparecen en esta página e introduzca los puntos de datos para total, mujeres y hombres en cada uno de los recuadros azules.
5. Tenga en cuenta que esto puede hacerse descargando y seleccionando el país correspondiente en el documento de Excel aquí.

Haga clic aquí para descargar: Entorno habilitador de herramientas

PREGUNTAS	PAÍS X	TOTAL	FEMENINA	MASCULINIO

LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA ES MÁS IMPORTANTE PARA UN NIÑO QUE PARA UNA NIÑA.

	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
	%	%	%	%
	%	%	%	%
	%	%	%	%

EN GENERAL, LOS HOMBRES SON MEJORES EJECUTIVOS DE NEGOCIOS QUE LAS MUJERES.

	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
	%	%	%	%
	%	%	%	%
	%	%	%	%

CUANDO LOS EMPLEOS ESCASEAN, LOS HOMBRES DEBERÍAN TENER MÁS DERECHOS A UN EMPLEO QUE LAS MUJERES.

	TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO
	%	%	%	%
	%	%	%	%
	%	%	%	%

PASO 1: ESCANEAR EL ENTORNO PROPICIO

Actividad 2.2: Recopilar datos sobre las normas de género y el entorno sociocultural: perspectivas de los principios del mercado

¿CÓMO?

1. Visite el sitio web de la Encuesta Mundial de Valores aquí.
2. Descargue los datos de la última ronda de recopilación de datos.
3. Si el país que le interesa no está incluido en la encuesta, puede utilizar un país comparable de la región como indicador.
4. Encuentre los indicadores que aparecen en esta página e introduzca los puntos de datos para total, mujeres y hombres en cada uno de los recuadros azules.
5. Tenga en cuenta que esto puede hacerse descargando y seleccionando el país correspondiente en el documento de Excel aquí.

Haga clic aquí para descargar: Entorno habilitador de herramientas

PREGUNTAS	PAÍS X	TOTAL	FEMENINA	MASCULINIO

EN UNA ESCALA DEL 1 AL 10, ¿CUÁNTA LIBERTAD Y CONTROL SIENTES QUE TIENES SOBRE TU VIDA?

	1-2: NO HAY ELECCIÓN EN ABSOLUTO	3-4	5-6	7-8	9-10: UNA GRAN VARIEDAD DE OPCIONES
	%	%	%	%	%
	%	%	%	%	%
	%	%	%	%	%

EN UNA ESCALA DEL 1 AL 10, ¿CÓMO VES LA COMPETENCIA?

	%	%	%	%	%
	%	%	%	%	%
	%	%	%	%	%

¿CREES QUE SE PUEDE CONFIAR EN LA MAYORÍA DE LAS PERSONAS O HAY QUE TENER MUCHO CUIDADO AL TRATAR CON ELLAS?

	1 = SE PUEDE CONFIAR EN LA MAYORÍA DE LAS PERSONAS	2 = NECESITA SER MUY CUIDADOSO
	%	%
	%	%
	%	%

¿CONFÍAS EN PERSONAS DE OTRA NACIONALIDAD?

	CONFÍO COMPLETAMENTE	CONFÍO UN POCO	NO CONFÍO MUCHO	NO CONFÍO EN ABSOLUTO
	%	%	%	%
	%	%	%	%
	%	%	%	%

PASO 1: ESCANEAR EL ENTORNO PROPICIO

Actividad 2.2: Recopilar datos sobre las normas de género y el entorno sociocultural: participación de las mujeres en diferentes organizaciones

¿CÓMO?

1. Visite el sitio web de la Encuesta Mundial de Valores aquí.
2. Descargue los datos de la última ronda de recopilación de datos.
3. Si el país que le interesa no está incluido en la encuesta, puede utilizar un país comparable de la región como indicador.
4. Encuentre los indicadores que aparecen en esta página e introduzca los puntos de datos para total, mujeres y hombres en cada uno de los recuadros azules.
5. Tenga en cuenta que esto puede hacerse descargando y seleccionando el país correspondiente en el documento de Excel aquí.

Haga clic aquí para descargar: Entorno habilitador de herramientas

PREGUNTAS	PAÍS X	TOTAL	FEMENINA	MASCULINIO

	MIEMBRO ACTIVO	MIEMBRO INACTIVO	NO PERTENEZCO
PARTICIPACIÓN EN EL GRUPO DE MUJERES	%	%	%
	%	%	%
	%	%	%
PARTICIPACIÓN EN GRUPOS DE AUTOAYUDA, GRUPOS DE AYUDA MUTUA	%	%	%
	%	%	%
	%	%	%
PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES PROFESIONALES	%	%	%
	%	%	%
	%	%	%
PARTICIPACIÓN EN SINDICATOS	%	%	%
	%	%	%
	%	%	%

PASO 1: ESCANEAR EL ENTORNO PROPICIO

Actividad 2.3: Recopilar datos sobre la sofisticación y el apoyo del mercado financiero

¿Cómo? Haga clic en el hipervínculo de la columna "Fuente e hipervínculo" y busque el dato correspondiente. También puede buscar la fuente de datos para confirmar si existen datos más recientes que el año indicado a continuación. Complete la información del país de interés en la columna amarilla. Si el país no está incluido en la encuesta, puede usar un país comparable de la región como indicador. Tenga en cuenta que esto puede hacerse descargando y seleccionando el país correspondiente en el documento de Excel aquí.

Haga clic aquí para descargar: Entorno habilitador de herramientas

Pregunta	Indicador	Fuente e hipervínculo	País X
¿Qué tan sofisticado y solidario es el mercado financiero en términos de crédito?	Crédito (incl. financiación para empresas emergentes, crédito interno, préstamos de microfinanzas) (Puntuación/valor)	Índice Mundial de Innovación de la OMPI, 2023	
¿Qué tan fácil es obtener crédito?	Obtención de crédito (puntuación/valor)	Banco Mundial – B-Ready	
¿Qué tan desarrollado está el entorno de inversión?	Inversión (incluida capitalización de mercado, acuerdos de capital riesgo, receptores de capital riesgo) (puntuación/valor)	Índice Mundial de Innovación de la OMPI, 2023	
¿Qué tan diverso y establecido es el mercado en términos comerciales?	Comercio, diversificación y escala de mercado (puntuación/valor)	Índice Mundial de Innovación de la OMPI, 2023	
¿Qué tan desarrollados y accesibles son los puntos de venta de agentes de dinero móvil registrados?	Número de puntos de venta de agentes de dinero móvil registrados por cada 100.000 adultos (#)	FMI FAS, 2022	
¿Qué porcentaje de mujeres posee una cuenta bancaria?	Porcentaje de mujeres adultas que poseen una cuenta bancaria (%)	Findex, 2021	
¿Existe alguna brecha de género en la propiedad de cuentas?	Brecha de género en la propiedad de cuentas (%)	Findex, 2021	
¿Qué porcentaje de mujeres han realizado o recibido un pago digital?	% de mujeres que realizaron/recibieron un pago digital	Findex, 2021	
¿Qué porcentaje de mujeres tiene una cuenta de dinero móvil?	% de mujeres con cuenta de dinero móvil	Findex, 2021	
¿Qué porcentaje de mujeres han solicitado préstamos en una institución financiera formal?	% de mujeres que obtuvieron préstamos de una institución financiera formal	Findex, 2021	

PASO 1: ESCANEAR EL ENTORNO PROPICIO

Actividad 2.4: Recopilar datos sobre la facilidad para hacer negocios

¿Cómo? Haga clic en el hipervínculo de la columna "Fuente e hipervínculo" y busque el dato correspondiente. También puede buscar la fuente de datos para confirmar si existen datos más recientes que el año indicado a continuación. Complete la información del país de interés en la columna amarilla. Si el país no está incluido en la encuesta, puede usar un país comparable de la región como indicador. Tenga en cuenta que esto puede hacerse descargando y seleccionando el país correspondiente en el documento de Excel aquí.

Haga clic aquí para descargar: Entorno habilitador de herramientas

Pregunta	Indicador	Fuente e hipervínculo	País X
¿Qué tan fácil es registrar e iniciar operaciones de una nueva LLC?	Entrada de negocio general (puntuación/valor)	Banco Mundial – B-Ready	
¿Qué tan fácil es para los empresarios conseguir el lugar adecuado para establecer su empresa, ya sea comprándolo, alquilándolo o construyéndolo?	Ubicación general de la empresa (puntuación/valor)	Banco Mundial – B-Ready	
¿Qué tan fácil es el proceso tributario para las empresas?	Impuestos en general (puntuación/valor)	Banco Mundial – B-Ready	
¿Qué tan fácil es el proceso de exportación e importación de bienes y servicios?	Comercio internacional general (puntuación/valor)	Banco Mundial – B-Ready	
¿Cuál es la disponibilidad de trabajadores del conocimiento?	Trabajadores del conocimiento (incl., %, GERD realizado por empresa) (Puntuación/valor)	Índice Mundial de Innovación de la OMPI, 2023	
¿Qué tan desarrollada está la colaboración y la inversión en innovación en el país?	Vínculos de innovación (incluida la colaboración en I+D entre la universidad y la industria, el GERD financiado desde el extranjero) (puntuación/valor)	Índice Mundial de Innovación de la OMPI, 2023	
¿Qué tan desarrollado está el nivel de innovación/adaptación de conocimiento en el país?	Absorción de conocimiento (incl. % comercio total, importaciones de alta tecnología, talento investigador) (puntuación/valor)	Índice Mundial de Innovación de la OMPI, 2023	
¿Existe algún apoyo del gobierno que pueda facilitar los pagos?	Inversión gubernamental en programa para digitalizar pagos G2P y P2G (incluidas transferencias sociales) (Sí/No)	Busque programas gubernamentales para digitalizar los pagos G2P y responda en consecuencia	

PASO 1: ESCANEAR EL ENTORNO PROPICIO

Actividad 2.5: Recopilar datos sobre la infraestructura digital

¿Cómo? Haga clic en el hipervínculo de la columna "Fuente e hipervínculo" y busque el dato correspondiente. También puede buscar la fuente de datos para confirmar si existen datos más recientes que el año indicado a continuación. Complete la información del país de interés en la columna amarilla. Si el país no está incluido en la encuesta, puede usar un país comparable de la región como indicador. Tenga en cuenta que esto puede hacerse descargando y seleccionando el país correspondiente en el documento de Excel aquí.

Haga clic aquí para descargar: Entorno habilitador de herramientas

Pregutna	Indicador	Fuente e hipervínculo	País X
¿Cómo aprovechan las empresas las TIC para obtener una ventaja competitiva en el mercado?	Tecnologías de la información y la comunicación (incluido el acceso a las TIC, el uso de las TIC y la participación electrónica) (Puntuación/valor)	Índice Mundial de Innovación de la OMPI, 2023	
¿Cómo afecta el conocimiento de las mujeres propietarias de MIPYMES al desempeño de su negocio?	Impacto del conocimiento (incluido el crecimiento de la productividad laboral y la fabricación de alta tecnología) (puntuación/valor)	Índice Mundial de Innovación de la OMPI, 2023	
¿Qué tan extendido y accesible es Internet?	Porcentaje de la población que utiliza Internet	Busque datos locales disponibles, por ejemplo, de la oficina nacional de estadística o de encuestas nacionales, o utilice la UIT 2023.	
¿Qué porcentaje de mujeres tiene acceso a Internet?	Acceso de las mujeres a Internet (%)	GSMA, 2023	
¿Cuántas personas tienen acceso a un teléfono móvil?	Propiedad de dispositivos móviles, (%)	Banco Mundial, 2021 y GSMA, 2023	
¿Qué porcentaje de mujeres tiene acceso a un teléfono?	Porcentaje de mujeres que poseen teléfonos móviles	Busque datos locales disponibles, por ejemplo, de la oficina nacional de estadísticas o de encuestas nacionales.	
¿Qué porcentaje de la población tiene acceso a la electricidad?	Porcentaje de población con acceso a electricidad	Banco Mundial, 2022	
¿Qué tan bien establecida está la infraestructura en línea?	Índice de servicios en línea (incl. alcance y calidad de los servicios en línea) (Puntuación/valor)	ONU, 2022	
¿Cómo afecta el Índice de Infraestructura de Telecomunicaciones a la calidad del servicio?	Índice de infraestructura de telecomunicaciones (es decir, estado de desarrollo de la infraestructura de telecomunicaciones) (Puntuación/valor)	ONU, 2022	

PASO 1: ESCANEAR EL ENTORNO PROPICIO

Actividad 3: UsUtilice los colores del semáforo para indicar el grado de preparación de cada dimensión del entorno para apoyar el crecimiento de las MIPYMES

LEGENDA



5 dimensiones clave	PAÍS X	ANÁLISIS
PANORAMA LEGAL Y REGULATORIO		Prohibitivo: Todas las mujeres empresarias enfrentan más barreras y tienen menos derechos que los hombres, lo que obstaculiza su crecimiento. Apoyo: Las mujeres empresarias pueden operar libremente, sin leyes que les impidan alcanzar el crecimiento deseado.
NORMAS DE GÉNERO Y ENTORNO SOCIOCULTURAL		Prohibitivo: Las empresarias se enfrentan a una gran discriminación y a grandes desafíos. El apoyo familiar, la formación superior, la experiencia profesional previa y unas sólidas habilidades y redes de contactos empresariales son fundamentales. Apoyo: Las empresarias reciben un trato más justo, con menos diferencias de género.
SOFISTICACIÓN DEL MERCADO FINANCIERO		Con especial énfasis en la disponibilidad de capital para las MIPYMES. Prohibitivo: Mayores barreras estructurales y de oferta para acceder al crédito y a los servicios financieros. Las MIPYMES de bajo y moderado crecimiento tendrán un acceso muy limitado y su crecimiento se verá frenado, dependiendo de la reinversión de beneficios y recursos personales. Apoyo: En estos mercados, existe un acceso más amplio a productos y servicios financieros. Incluso las MIPYMES de bajo crecimiento podrán acceder al crédito formal (aunque probablemente a préstamos personales), según sus necesidades.
ENTORNO FAVORABLE PARA LOS NEGOCIOS		Prohibitivo: Una mayor proporción de empresas informales de mujeres y lograr el crecimiento deseado y acelerado serán más difíciles. Apoyo: Una mayor proporción de empresas formales de mujeres y lograr un crecimiento acelerado debería ser más fácil.
INFRAESTRUCTURA DIGITAL		Prohibitivo: Solo los perfiles de PYME con Creación de Riqueza, Desarrollo de Legado y Expansión Aspirada aplicarán la tecnología de forma consistente. Apoyo: Aplicación más generalizada de la tecnología en los modelos de negocio y operaciones en todos los perfiles y segmentos.

COLORES DE LOS CAMPOS

CONSIDERE CÓMO CADA UNO IMPACTA LOS SEGMENTOS Y PERFILES DE LAS MIPYMES

PASO 2 DEL KIT DE HERRAMIENTAS:
Evaluar la oferta del mercado



¿Por qué utilizar esta herramienta?

Esta herramienta es una guía y plantilla para evaluar la oferta de servicios financieros y de desarrollo empresarial (SDE) y sus proveedores que apoyan a las MIPYMES. Se centra en el análisis de la oferta de servicios financieros (SF) y no financieros (SNF), los actores clave y los programas que impulsan el crecimiento, la expansión empresarial, la innovación y la sostenibilidad de las MIPYMES. Esta herramienta es especialmente útil para los financiadores, ya que determinan dónde canalizar recursos para apoyar a las MIPYMES en un mercado determinado, y para los reguladores financieros, ya que priorizan políticas e iniciativas. Asimismo, los intermediarios financieros locales y las OAB encontrarán este ejercicio útil para identificar a otros actores del mercado y soluciones de servicios financieros y no financieros (SNF), así como para considerar posibles colaboraciones y referencias.

La herramienta se puede completar en un visor de PDF (editando las páginas 19-26) o en PowerPoint, haciendo clic y descargando la plantilla vinculada a continuación.

Haga clic aquí para descargar: Evaluar la oferta del mercado

¿Cuales son los pasos?

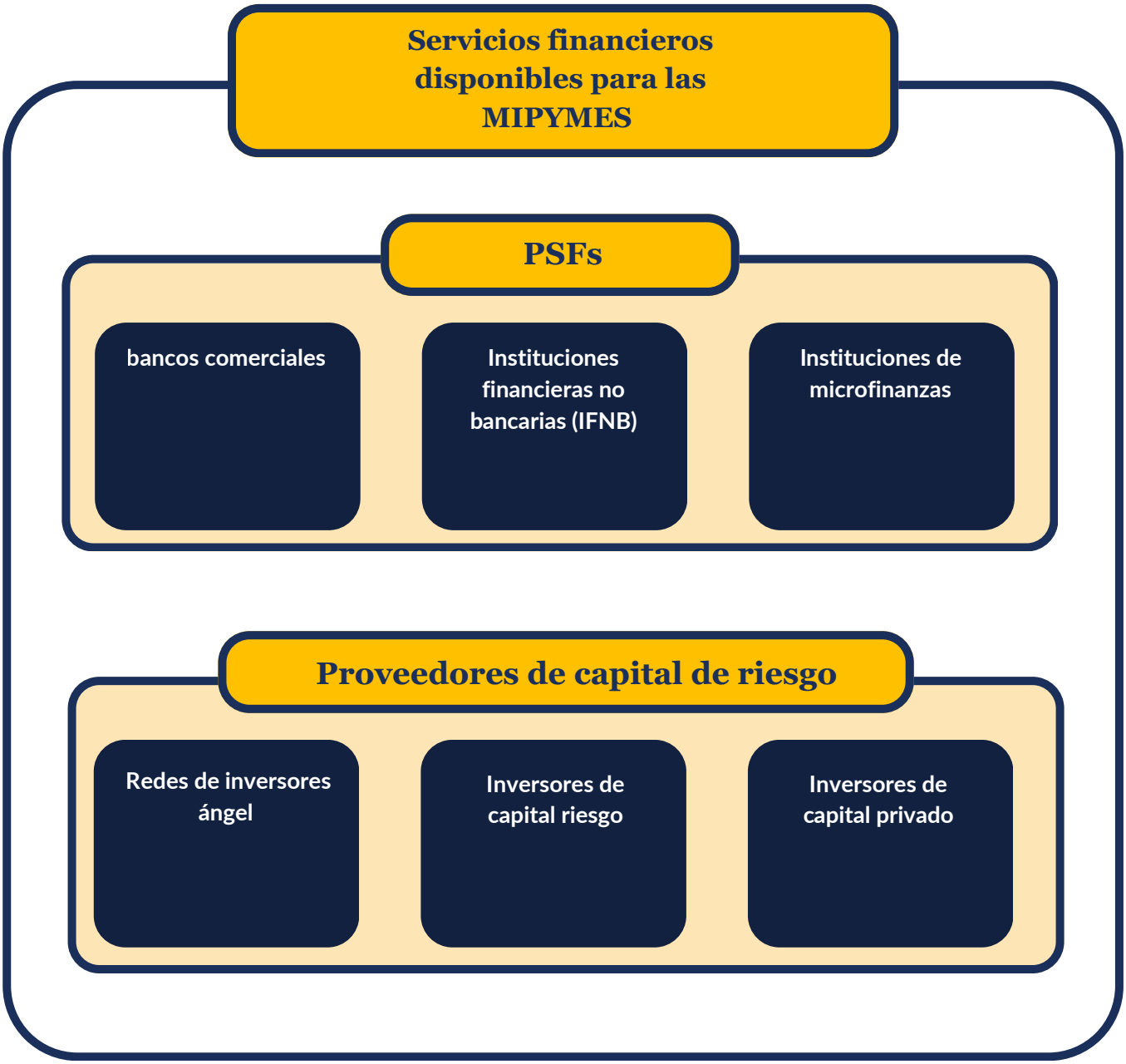
1. Mapee el ecosistema de actores clave, incluyendo instituciones públicas y privadas que ofrecen servicios y productos dirigidos a las MIPYMES. En algunos países, puede haber mapas del ecosistema de (MI)PYMES en línea disponibles, por ejemplo, en ANDE. Recomendamos usar estas fuentes como punto de partida.
2. Revise las ofertas de servicios financieros y no financieros para identificar las ofertas financieras y no financieras disponibles para las MIPYMES, incluyendo préstamos, subvenciones, capital, capacitación, mentoría y networking, incluyendo los criterios de elegibilidad.
3. Examine la oferta por segmento/perfil y oportunidades: determine cómo estas ofertas de servicios financieros y no financieros se dirigen a segmentos específicos de MIPYMES (alto, moderado, bajo crecimiento), perfiles empresariales y otros grupos demográficos (incluyendo grupos marginados, rurales, jóvenes, etc.).

PASO 2: EVALUAR LA OFERTA DEL MERCADO

Actividad 1.1: Mapear las partes interesadas del ecosistema

¿CÓMO?

1. Comience agregando las organizaciones que prestan servicios financieros directamente a las MIPYMES.
2. Enumere los proveedores de servicios financieros (PSF), excluyendo a los bancos comerciales, las IFNB y las instituciones de microfinanzas.
3. Enumere a los proveedores de capital de riesgo, incluyendo redes de inversores ángeles, inversores de capital de riesgo (VC) e inversores de capital privado (PE).

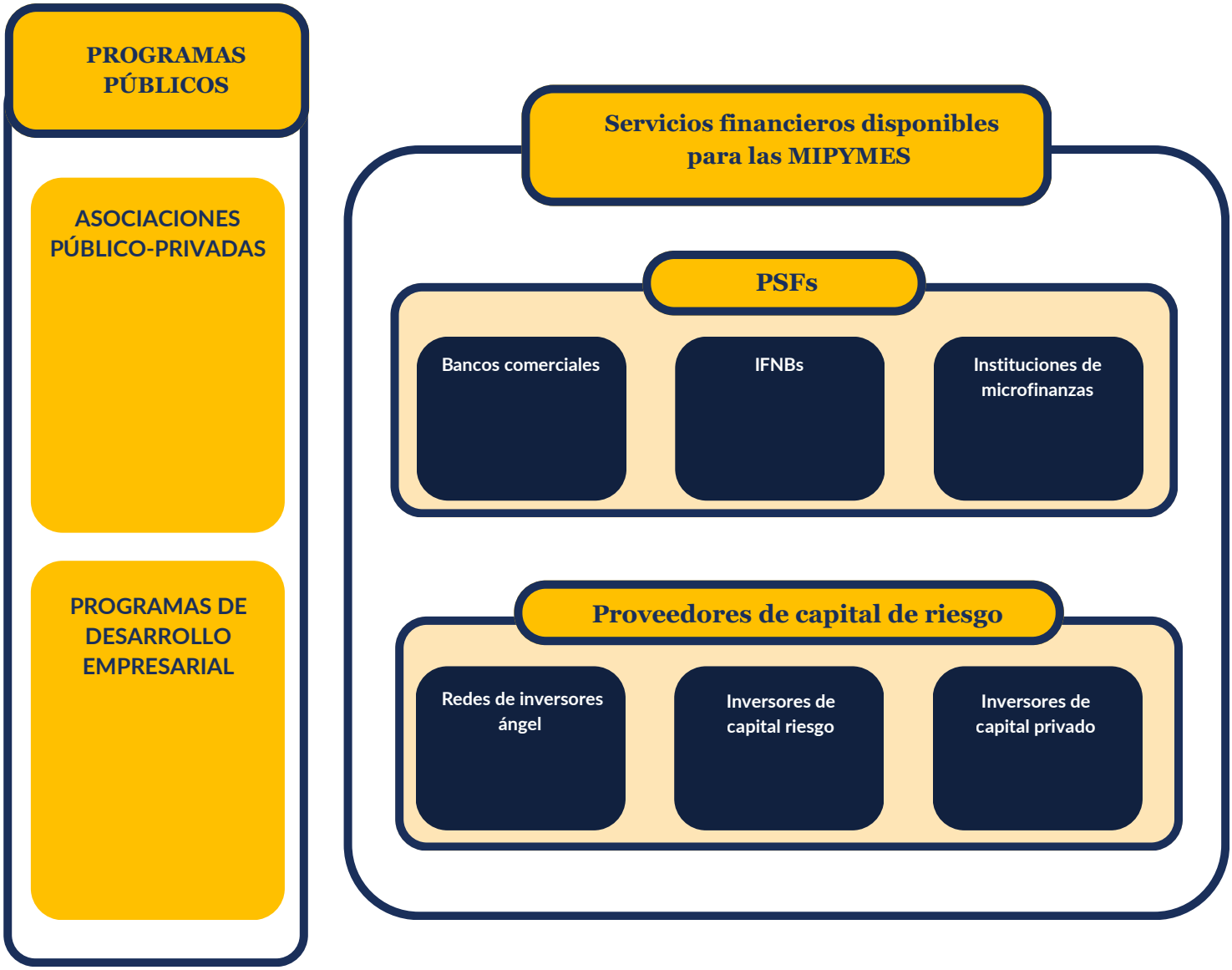


PASO 2: EVALUAR LA OFERTA DEL MERCADO

Actividad 1.2: Mapear las partes interesadas del ecosistema

¿CÓMO?

1. Analice los programas públicos dirigidos a las MIPYMES, incluyendo el Ministerio de Finanzas, otros ministerios y agencias, asociaciones del sector (banqueros, microfinanzas, fintech, etc.), la Cámara Nacional de Comercio, asociaciones de mujeres empresarias u organizaciones específicas de mujeres emprendedoras.
2. Enumere y detalle todas las alianzas público-privadas entre los ministerios locales y el sector privado, incluyendo líneas de crédito, mecanismos de garantía de crédito, etc.
3. Enumere los programas de apoyo empresarial dirigidos a las MIPYMES, incluyendo aquellos liderados por ministerios, ONG y otros.

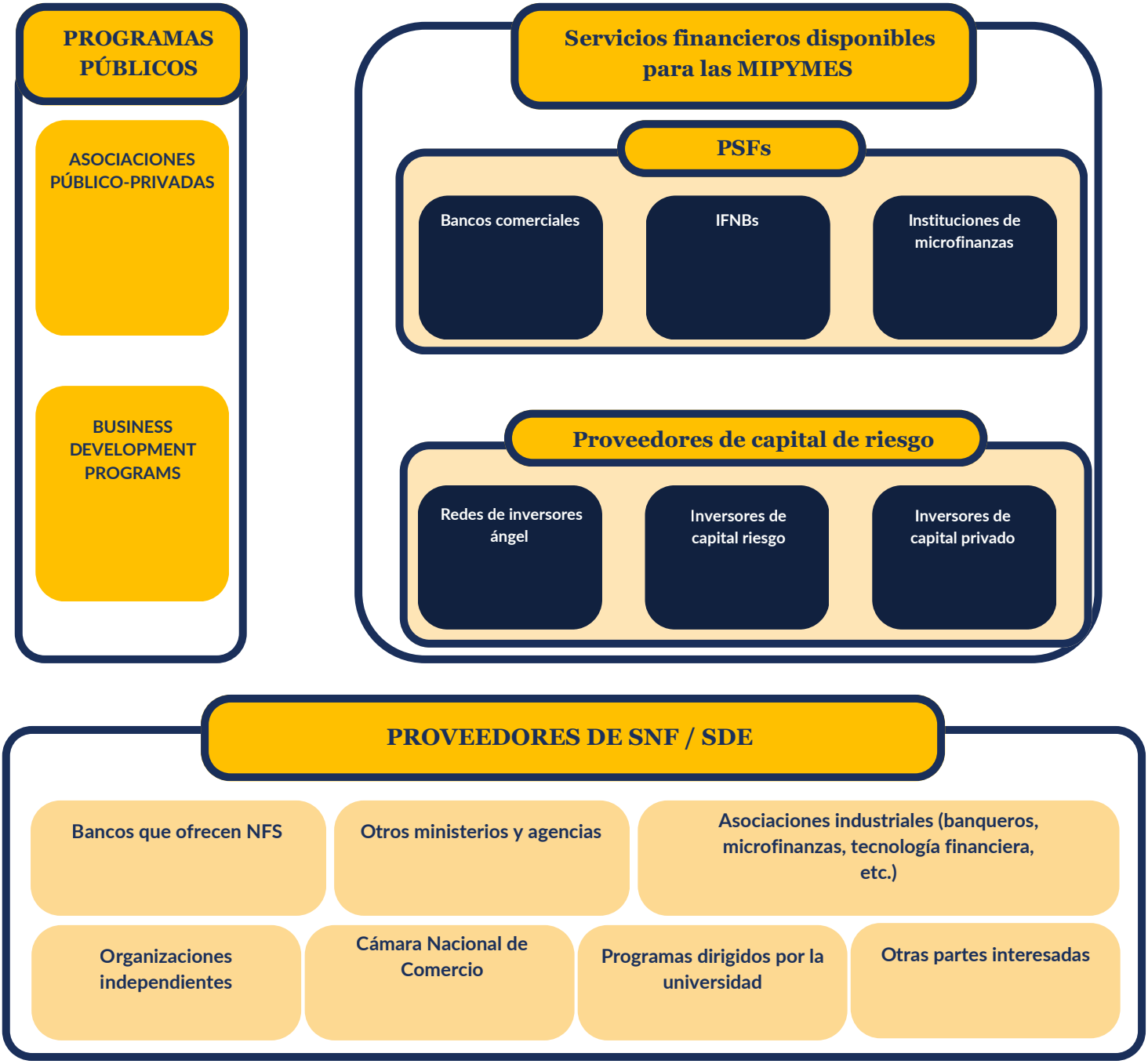


PASO 2: EVALUAR LA OFERTA DEL MERCADO

Actividad 1.3: Mapear las partes interesadas del ecosistema

¿CÓMO?

1. Identifique a otras partes interesadas que prestan servicios no financieros (SNF) y servicios de desarrollo empresarial (SDE) a las MIPYMES, incluyendo: capacitaciones y desarrollo de capacidades, cursos y material o información en línea, programas de mentoría o coaching, incubadoras, aceleradoras, oportunidades de networking (en línea o presenciales) y eventos de aprendizaje.
2. A continuación se enumeran los tipos de partes interesadas. Se recomienda que, dentro de cada grupo o tipo de parte interesada, se enumere a cada una por nombre de institución.



Actividad 2.1: Revise fuentes en línea para resumir la oferta de productos/servicios financieros por proveedor

Nombre del proveedor	**Tipo de proveedor:** Banco comercial, Institución financiera no bancaria, Institución de microfinanzas, Red de inversores ángeles, Inversor de capital riesgo, Inversor de capital privado	Nombre del Programa	Breve descripción	**Tipo de apoyo:** • Económico • No financiero • Ambos	Ofertas clave	Criterios de elegibilidad y segmento objetivo	Fuente

Actividad 2.2: Revise las fuentes en línea para resumir la oferta no financiera/ SDE por proveedor

Nombre del proveedor	**Tipo de proveedor:** Banco comercial, Institución financiera no bancaria, Institución de microfinanzas, Red de inversores ángeles, Inversor de capital riesgo, Inversor de capital privado	**Nombre del Programa**	**Breve descripción**	**Tipo de apoyo:** • Económico • No financiero • Ambos	**Ofertas clave**	**Criterios de elegibilidad y segmento objetivo**	**Fuente**

Actividad 2.3: Revisar fuentes en línea para resumir los programas públicos dirigidos a las MIPYMES.

Nombre del proveedor	**Tipo de proveedor:** Banco comercial, Institución financiera no bancaria, Institución de microfinanzas, Red de inversores ángeles, Inversor de capital riesgo, Inversor de capital privado	Nombre del Programa	Breve descripción	**Tipo de apoyo:** • Económico • No financiero • Ambos	Ofertas clave	Criterios de elegibilidad y segmento objetivo	Fuente

PASO 2: EVALUAR LA OFERTA DEL MERCADO

Actividad 3: Revise el paso 2 para resumir la oferta financiera dirigida a cada segmento

¿CÓMO?

Tras completar el paso 3 del kit de herramientas, "Evaluar la Demanda", este ejercicio permite comparar la información sobre los instrumentos financieros que utilizan las MIPYMES de cada segmento de crecimiento, la oferta del mercado y las oportunidades para satisfacer mejor las necesidades de cada segmento.

1. En los recuadros de oferta existente, resuma la oferta de préstamos, servicios financieros bancarios, financiación de capital, subvenciones, crowdsourcing y otros productos/servicios financieros disponibles para las MIPYMESs de cada segmento de crecimiento. Incluya montos/cifras relevantes, nombres de las instituciones y criterios de elegibilidad, según corresponda.
2. En los recuadros de oportunidad de mercado, analice la oportunidad de mercado basándose en la disponibilidad actual y las brechas visibles.

	OFERTA EXISTENTE	OPORTUNIDAD DE MERCADO
Alto crecimiento >50% de crecimiento de los ingresos empresariales anuales		
Crecimiento moderado Crecimiento del 20-50% de los ingresos empresariales anuales		
Bajo crecimiento <20% de crecimiento de los ingresos empresariales anuales		

PASO 2: EVALUAR LA OFERTA DEL MERCADO

Actividad 3: Revise el paso 2 para resumir el apoyo empresarial y los servicios no financieros dirigidos a cada segmento

¿CÓMO?

Tras completar el paso 3 del kit de herramientas, "Evaluar la Demanda", este ejercicio permite comparar la información sobre los servicios de apoyo empresarial que utilizan las MIPYMESs de cada segmento de crecimiento, qué ofrece el mercado y cuáles son las oportunidades para satisfacer mejor las necesidades de cada segmento.

1. En los recuadros de oferta existente, resuma las ofertas de NFS y SDE dirigidas a cada segmento de MIPYMES, incluyendo desarrollo de capacidades y formación, aceleradores, incubadoras, mentoría, coaching, networking y acceso a la información. Incluya los nombres de las instituciones y los criterios de elegibilidad específicos, según corresponda.
2. En los recuadros de oportunidad de mercado, analice la oportunidad de mercado basándose en la disponibilidad actual y las brechas visibles. La evaluación de la demanda, que constituye el paso 3 del kit de herramientas, contribuirá a este objetivo al proporcionar información sobre los servicios a los que acceden las MIPYMESs de cada segmento y dónde se encuentran las oportunidades.

	OFERTA EXISTENTE	OPORTUNIDAD DE MERCADO
Alto crecimiento >50% de crecimiento de los ingresos empresariales anuales		
Crecimiento moderado Crecimiento del 20-50% de los ingresos empresariales anuales		
Bajo crecimiento <20% de crecimiento de los ingresos empresariales anuales		

PASO 3 DEL KIT DE HERRAMIENTAS: Evaluar la demanda: Encuesta



¿Por qué utilizar esta herramienta?

Esta herramienta es una encuesta que los actores del sector financiero pueden descargar y utilizar para evaluar la demanda de las MIPYMESs en un mercado específico. Además de revisar las descripciones de los segmentos y perfiles de las MIPYMES que se ofrecen en el Informe (enlace más abajo), resulta útil encuestar a las MIPYMES de una región específica para comprender las particularidades de su comportamiento y necesidades financieras, las características empresariales, las habilidades y las necesidades de apoyo no financiero. Esta herramienta y su análisis ayudarán a identificar oportunidades financieras y no financieras dirigidas a cada segmento y perfil, por lo que pueden ser utilizadas por intermediarios financieros y organismos de apoyo financiero (OSB). Los financiadores y los reguladores financieros pueden utilizar esta encuesta para determinar las necesidades y oportunidades de las MIPYMES en un mercado específico, antes de definir intervenciones y canalizar recursos.

Haga clic aquí para descargar: Informe de segmentación de MIPYMES

Haga clic aquí para descargar: Herramienta para evaluar la demanda

¿Cuales son los pasos?

1. Descargue y revise la encuesta proporcionada y edítela como desee: elimine las preguntas que no sean aplicables y añádalas a las áreas deseadas.
2. Ingrese la encuesta en una herramienta de encuestas en línea: Formularios de Google, Kobo Toolbox, Survey Monkey u otra.
3. Reclute una muestra de MIPYMES y recopile las respuestas de la encuesta. Las encuestadas deben ser empresas propiedad de mujeres o dirigidas por mujeres, de cierto tamaño según la definición local.
4. Analice los datos por segmento (alto, moderado, bajo) y perfil.

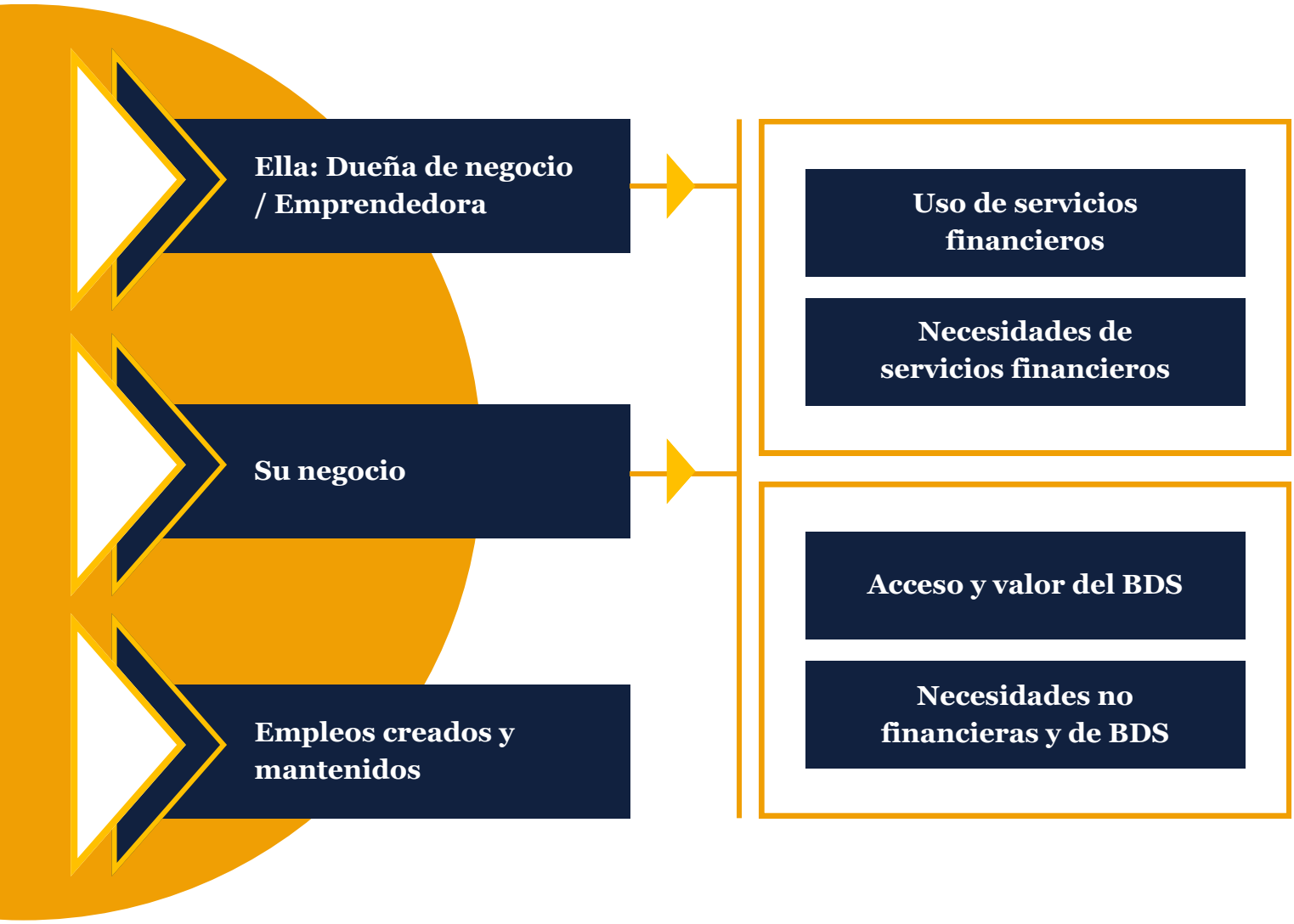
PASO 2: EVALUAR LA OFERTA DEL MERCADO

Actividad 1: Descargue y revise la encuesta proporcionada

¿CÓMO?

- La encuesta incluye preguntas para comprender los perfiles y las características personales de las mujeres empresarias/emprendedoras, sus características empresariales y el acceso y las necesidades financieras y no financieras de sus negocios.
- Puede descargar la versión Word de la encuesta.
- Luego, edite directamente las preguntas, añada o elimine las que no sean relevantes para usted o su institución.
- Nota: La sección "Empleos creados y mantenidos" es principalmente relevante para inversores secundarios que tienen mandatos en torno a la contribución de las MIPYMES a la creación de empleos de calidad y puede no ser tan relevante para los proveedores de servicios financieros y las instituciones que invierten directamente en MIPYMES.

Haga clic aquí para descargar: Herramienta para evaluar la demanda



PASO 3: EVALUAR LA DEMANDA

Actividad 2: Ingrese la encuesta en una herramienta de encuesta en línea

Existen muchas plataformas de encuestas en línea, como Formularios de Google, Kobo Toolbox, Survey Monkey y otras. La mayoría de las herramientas permiten importar directamente las preguntas desde un documento de Word.

Cada una tiene sus ventajas y desventajas. Por ejemplo, Kobo Toolbox se puede usar sin conexión, mientras que muchas otras requieren una conexión a internet estable.

COSAS A TENER EN CUENTA:

- **¿Quién completará la encuesta?**

  ¿Se enviará a las MIPYMES para que la completen por su cuenta o un investigador completará las respuestas mientras las entrevista? Recomendamos la segunda opción para obtener datos de la más alta calidad. En el primer caso, la funcionalidad de la encuesta es especialmente importante para evitar errores del usuario.

- **La funcionalidad es clave para la calidad de los datos.**

  Se debe establecer una lógica de preguntas y respuestas que elimine el margen de error. La encuesta debe ser probada por varias personas y con diferentes respuestas (es decir, condicionalidad) para garantizar su correcto funcionamiento.

- **¿Con qué herramienta de encuesta se sienten más cómodos los investigadores?**

  Esto puede influir en la selección de la herramienta.

- **Asegúrese el control de calidad revisando de cerca el primer lote.**

  Pause la recopilación de encuestas después de completar 10 o 15. Descargue y revise detenidamente cada dato o respuesta para comprobar que las respuestas se hayan completado correctamente y que los datos sean legibles. Comunique a los encuestadores cualquier cambio o ajuste necesario en la recopilación o el ingreso de las preguntas.



KoboToolbox

SurveyMonkey

PASO 3: EVALUAR LA DEMANDA

Actividad 3: Reclutar una muestra de MIPYMES y recopilar respuestas de la encuesta

Puede ser útil trabajar con una agencia local para reclutar una variedad de MIPYMES propiedad de mujer, para garantizar una muestra imparcial y llegar a quienes no son clientes, en el caso de una institución financiera local.

CRITERIOS REQUERIDOS:

- **La empresa es propiedad y/o está dirigida por una o más mujeres:**

  Primero verifique si existe una definición nacional y, de ser así, recomendamos usarla. De no ser así, es mejor usar la definición de la CFI, que es la más utilizada:

  - A) Una o varias mujeres poseen la mayoría (es decir, más del 50%) de la empresa; O
  - B) El 20% o más de la empresa pertenece a una o más mujeres Y hay al menos una mujer como CEO/COO/Presidenta/Vicepresidenta Y el 30% o más del consejo de administración está compuesto por mujeres (si existe un consejo)

- **La empresa cumple el umbral mínimo de ingresos anuales establecido:**

  Debe basarse en las definiciones nacionales de tamaño de las empresas, si están disponibles. De lo contrario, establecer bandas de ingresos razonables basadas en la práctica, excluyendo las microempresas y centrándose en las pequeñas y medianas empresas. Por ejemplo, en los tres países piloto, CCX utilizó:

  - Pakistán: ingresos empresariales anuales mínimos de USD $35 000
  - Uganda: ingresos empresariales anuales mínimos de USD $50 000
  - Colombia: ingresos empresariales anuales mínimos de USD $285 000

OTRAS CONSIDERACIONES

- Sea intencional al reclutar MIPYMES con diferentes trayectorias de crecimiento (por ejemplo, con respuestas variables al crecimiento anual esperado en los próximos 1 y 5 años) y en diferentes etapas de su negocio.
- Considere cómo se distribuye su muestra entre los sectores empresariales, la geografía, el tamaño de la empresa (ingresos anuales), el nivel de participación en servicios financieros y proveedores de SDE, y otros criterios. Reduzca o amplíe la muestra según su enfoque.
- Suponga una tasa de respuesta inferior al 50%, lo que requerirá identificar al menos el doble de MIPYMES que cumplan los criterios.
- Ofrecer un incentivo financiero puede ayudar a fomentar la participación.
- Garantizar la confidencialidad es crucial para recopilar respuestas honestas. Recurrir a un investigador independiente/externo ayuda con esto.

PASO 3: EVALUAR LA DEMANDA

Actividad 4: Analizar los datos de la encuesta

DETERMINAR SEGMENTOS DE CRECIMIENTO:

Utilizando la respuesta a las preguntas 17a y 17b, el crecimiento esperado de la empresa (aumento en los ingresos anuales) en los próximos 1 y 5 años, y la respuesta a la pregunta 16, la etapa del negocio, y ajustando por inflación si es necesario, divida la muestra por segmento de crecimiento:

- Crecimiento alto: >50 % de crecimiento de los ingresos anuales
- Crecimiento moderado: 20 % – 50 % de crecimiento de los ingresos anuales
- Crecimiento bajo: <20 % de crecimiento de los ingresos anuales

ANALIZAR DATOS DENTRO DE CADA SEGMENTO DE CRECIMIENTO:

Realizar análisis descriptivos y/o estadísticos utilizando cada variable recolectada para comprender cada segmento y sus:

- Características personales
- Habilidades profesionales y empresariales
- Características empresariales, incluyendo necesidades y uso de servicios financieros y de SNF

Tenga en cuenta la segmentación y los perfiles de las MIPYMES mujeres que se encuentran con mayor detalle en la versión completa del Informe.

Haga clic aquí para descargar: Informe de segmentación de MIPYMES



PASO 4 DEL KIT DE HERRAMIENTAS: Segmentar clientes

¿Por qué utilizar esta herramienta?

Estas herramientas de Excel están diseñadas para que los intermediarios financieros y las organizaciones de apoyo empresarial apliquen la segmentación de las MIPYMES a sus clientes actuales o futuros. Esto permitirá comprender mejor las necesidades de apoyo financiero y empresarial de los clientes, basándose en la distribución de los clientes por segmentos y perfiles.

El cuestionario individual también puede ser utilizado por las propias MIPYMES como autoevaluación, permitiendo a los empresarios analizar sus características personales, habilidades empresariales y profesionales, y las carencias y oportunidades para acceder a apoyo financiero y empresarial que impulse su crecimiento.



Haga clic aquí para descargar: Screener de segmentación — muestra amplia

Haga clic aquí para descargar: Screener de cuestionario - individual

¿Cuales son los pasos?

1. **Descargue y aplique la herramienta deseada:**
   - **Para un muestreo más amplio**, descargue la herramienta e introduzca las preguntas en una herramienta de encuestas en línea (p. ej., Survey Monkey). Las primeras cinco preguntas del filtro clasifican a los encuestados en una categoría de crecimiento (alto, moderado, bajo). Las preguntas siguientes permiten que la herramienta asigne a los encuestados a sus respectivos segmentos mediante puntuaciones ponderadas.
   - **Para el filtro individual**, la herramienta enlazada anteriormente puede utilizarse como cuestionario. Complete las respuestas a las preguntas. El segmento y el perfil se determinarán en función de las respuestas. Revise la información sobre el perfil.
2. Para un muestreo más amplio, introduzca las respuestas recopiladas en la hoja de respuestas, dejando las celdas correspondientes en blanco para las preguntas omitidas. La herramienta asignará automáticamente cada respuesta de la encuesta a un segmento, en la columna A.
3. Para un muestreo más amplio, revise la clasificación de la segmentación (en la hoja de información general), la proporción de clientes en cada segmento y los datos del plan de crecimiento.

PASO 5 DEL KIT DE HERRAMIENTAS: Realizar análisis de cartera



¿Por qué utilizar esta herramienta?

La Herramienta de Análisis de Cartera es una solución de Excel lista para usar, diseñada para ayudar a los bancos a evaluar la eficacia de su servicio a las MIPYMES, con especial atención a las empresas lideradas por mujeres.

Utilizando los datos existentes de clientes, préstamos y depósitos de los sistemas centrales de su banco, la herramienta consolida la información en una sola hoja y genera automáticamente:

- Indicadores clave de rendimiento (KPI)
- Tablas dinámicas y gráficos
- Resúmenes desglosados por género

Estos resultados ofrecen una visión clara de la composición de la cartera, los patrones de uso de los productos y las diferencias entre las empresas lideradas por mujeres y hombres.

El Excel está completamente prediseñado: su equipo simplemente introduce datos limpios e interpreta los resultados.

¿Qué lo hace valioso para los bancos?

- Claridad estratégica: Crea una visión basada en hechos de la posición de las MIPYMES lideradas por mujeres en su cartera, reemplazando suposiciones con datos.
- Oportunidades de crecimiento: Revela potencial desaprovechado al mostrar dónde las MIPYMES lideradas por mujeres están subrepresentadas como prestatarias o usuarias de productos.
- Conocimiento del riesgo: Ayuda a distinguir el riesgo crediticio real de las barreras estructurales (por ejemplo, acceso a garantías), evitando la fijación de precios incorrectos o la pérdida de oportunidades de crédito.
- Asignación de recursos: Facilita la toma de decisiones más precisas sobre cómo canalizar el capital, el personal y la difusión para lograr el máximo impacto.

¿Cuales son los pasos?

1. Preparación de datos: Consolide los datos de clientes y préstamos de MIPYMES en una sola hoja, con identificadores únicos y campos de género, tamaño y sector.
2. Análisis de referencia: Genere indicadores clave de rendimiento (KPI) principales sobre la cuota de clientes, depósitos, préstamos, productos y duración de la relación.
3. Análisis comparativo: Utilice indicadores pivote para comparar MIPYMES lideradas por mujeres y hombres por sector, tamaño, región y antigüedad; evalúe la conversión, el uso de productos y el riesgo.
4. Paneles/resúmenes: Exporte los resultados de los indicadores pivote o conviértalos en gráficos sencillos para presentar las brechas y oportunidades de la cartera a la gerencia.

PASO 5: REALIZAR ANÁLISIS DE CARTERA

Actividad 1: Preparar los datos

- El proceso inicia con la Hoja de Entrada, donde se consolidan todos los datos de clientes y préstamos de la MIPYMES en un solo lugar.
  - A cada cliente se le asigna un identificador único que lo vincula directamente con sus préstamos y depósitos.
  - Los campos adicionales capturan información clave como el género de la propiedad/dirección, el tamaño de la empresa, la antigüedad y el sector.
  - Una introducción de datos clara y consistente es esencial; esto garantiza que todos los cálculos, KPI y análisis posteriores se realicen de forma fluida y fiable.

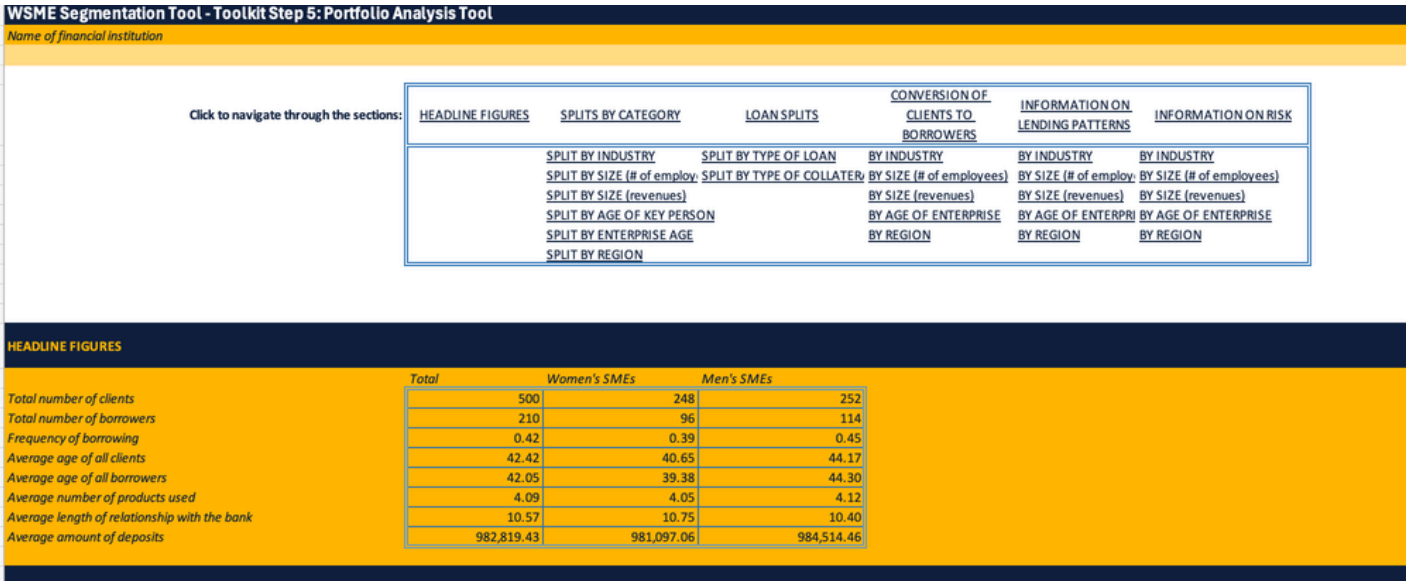
Actividad 2: Calcular análisis de línea base

- Una vez introducidos los datos, la herramienta genera automáticamente un Análisis de Referencia: una visión general clara y detallada de la cartera de la MIPYMES.

Las cifras principales incluyen:

- Mix de clientes: proporción de MIPYMES lideradas por mujeres frente a PYMES lideradas por hombres entre el total de clientes y prestatarios.
- Profundidad financiera: importe medio de préstamos y depósitos por tipo de cliente.
- Uso de productos: número de productos por cliente.
- Perfil de la relación con el cliente: duración media de la relación con el cliente y datos demográficos.

En conjunto, estos KPI crean un panel de control factual que muestra cómo el banco atiende actualmente a las MIPYMES. Los equipos directivos pueden comprender rápidamente esta visión general y utilizarla para fundamentar las discusiones estratégicas sobre crecimiento, riesgo e inclusión.



WSME Segmentation Tool - Toolkit Step 5: Portfolio Analysis Tool

Name of financial institution

Click to navigate through the sections:

HEADLINE FIGURES	SPLITS BY CATEGORY	LOAN SPLITS	CONVERSION OF CLIENTS TO BORROWERS	INFORMATION ON LENDING PATTERNS	INFORMATION ON RISK
	SPLIT BY INDUSTRY	SPLIT BY TYPE OF LOAN	BY INDUSTRY	BY INDUSTRY	BY INDUSTRY
	SPLIT BY SIZE (# of employ	SPLIT BY TYPE OF COLLATER	BY SIZE (# of employees)	BY SIZE (# of employ	BY SIZE (# of employees)
	SPLIT BY SIZE (revenues)		BY SIZE (revenues)	BY SIZE (revenues)	BY SIZE (revenues)
	SPLIT BY AGE OF KEY PERSON		BY AGE OF ENTERPRISE	BY AGE OF ENTERPRI	BY AGE OF ENTERPRISE
	SPLIT BY ENTERPRISE AGE		BY REGION	BY REGION	BY REGION
	SPLIT BY REGION				

HEADLINE FIGURES

	Total	*Women's SMEs*	*Men's SMEs*
Total number of clients	500	248	252
Total number of borrowers	210	96	114
Frequency of borrowing	0.42	0.39	0.45
Average age of all clients	42.42	40.65	44.17
Average age of all borrowers	42.05	39.38	44.30
Average number of products used	4.09	4.05	4.12
Average length of relationship with the bank	10.57	10.75	10.40
Average amount of deposits	982,819.43	981,097.06	984,514.46

Haga clic aquí para descargar: Herramienta Analizador de Cartera

PASO 5: REALIZAR ANÁLISIS DE CARTERA

Actividad 3: Realizar análisis comparativos utilizando tablas dinámicas

Tras la vista de referencia, la herramienta permite realizar un análisis comparativo mediante tablas dinámicas interactivas. Este paso va más allá de las cifras generales para descubrir dónde y cómo las MIPYMES pueden obtener resultados diferentes.

Los usuarios pueden:

- Evaluar las tasas de conversión: cuántos clientes se convierten en prestatarios activos, por género.
- Comparar los patrones de préstamo: tamaño promedio del préstamo, tipo de garantía, plazo y combinación de productos.
- Examinar los resultados de pago: distribución de préstamos vencidos en las distintas categorías, por género.

Todas las comparaciones se pueden filtrar por tamaño de empresa, sector, antigüedad o región, lo que garantiza que los resultados sean comparables y no promedios generales.

Esto permite a los bancos determinar si las diferencias se deben a las características de los clientes o a barreras estructurales, lo que proporciona una base de datos más precisa para las estrategias de producto, riesgo y alcance.

	Men's SMEs	Women's SMEs	Grand Total
<= 10	10.80%	10.00%	20.80%
<=250	0.80%	0.80%	1.60%
<=50	6.80%	4.00%	10.80%
>250	0.60%	0.00%	0.60%
n/a	31.40%	34.80%	66.20%
Grand Total	50.40%	49.60%	100.00%

Men's SMEs
Women's SMEs
(blank)

SPLIT BY SIZE (revenues)	Men's SMEs	Women's SMEs	Grand Total
<=2 mil EUR	9.40%	5.80%	15.20%
<=500k EUR	20.40%	23.40%	43.80%
>2 mil EUR	3.80%	3.20%	7.00%
n/a	16.80%	17.20%	34.00%
Grand Total	50.40%	49.60%	100.00%

Woman-owned enterprise
Men's SMEs
Women's SMEs
(blank)

SPLIT BY AGE OF KEY PERSON	Men's SMEs	Women's SMEs	Grand Total
25-34	8.40%	16.80%	25.20%
35-44	16.80%	8.40%	25.20%
45-54	8.40%	16.40%	24.80%
55-64	16.80%	8.00%	24.80%
Grand Total	50.40%	49.60%	100.00%

Woman-owned enterprise
Men's SMEs
Women's SMEs
(blank)

SPLIT BY ENTERPRISE AGE	Men's SMEs	Grand Total
<12 months	5.16%	5.16%
>20 years	17.46%	17.46%
10-20 years	28.17%	28.17%
1-3 years	12.30%	12.30%
3-5 years	11.11%	11.11%
5-10 years	25.79%	25.79%

Woman-owned enterprise
Men's SMEs
Women's SMEs
(blank)

Haga clic aquí para descargar: Herramienta Analizador de Cartera

PASO 5: REALIZAR ANÁLISIS DE CARTERA

Actividad 4: Panel de control y resúmenes

- La herramienta consolida los principales hallazgos en resúmenes basados en pivotes que funcionan como un tablero de control.
  - Estos ofrecen una visión general de la composición de la cartera y las brechas de género en categorías como sector, tamaño de la empresa, antigüedad o región.
  - Los resultados pueden exportarse directamente a informes o convertirse en gráficos sencillos para presentaciones de gestión.
  - El panel de control convierte los datos brutos en información útil para la junta directiva, lo que ayuda a los directivos a identificar rápidamente dónde las MIPYMES están subrepresentadas, cómo se utilizan los productos y dónde se encuentran las oportunidades.

Resultados e implicaciones

Resultados esperados

El uso de la Herramienta de Análisis de Cartera proporcionará:

- Un cuadro de mando validado y desglosado por género de clientes, prestatarios, depósitos y patrones de préstamos de MIPYMES.
- Perspectivas basadas en indicadores que separan los factores estructurales (sector, tamaño, vencimiento) de las verdaderas diferencias de género.
- Un breve informe de gestión que destaca los hallazgos principales, las brechas de la cartera y las recomendaciones para los pilotos.

Resultados esperados

Para la alta dirección, la herramienta ofrece mucho más que datos: genera información práctica que orienta las decisiones estratégicas:

- Estrategia basada en hechos: claridad sobre la posición de las MIPYMES lideradas por mujeres en la cartera, eliminando suposiciones.
- Crecimiento más inteligente: oportunidades cuantificables para expandir los préstamos y fortalecer relaciones rentables con los clientes.
- Diferenciación de riesgos: capacidad para separar el riesgo crediticio real de las barreras estructurales.
- Eficiencia de capital: evidencia para dirigir al personal y al capital hacia donde generan mayor valor.
- Alineación institucional: un cuadro de mando compartido que une a los equipos de liderazgo, producto y riesgo.

Haga clic aquí para acceder al videotutorial: Herramienta Analizador de Cartera

PASO 6 DEL KIT DE HERRAMIENTAS:
Dimensionar el mercado potencial y determinar el caso de negocio



¿Por qué utilizar esta herramienta?

Un modelo detallado de Excel que estima el mercado potencial de financiación empresarial, incluyendo la demanda general y las necesidades específicas de las MIPYMES. Cuantifica emprendedores, empresas, volúmenes financieros, ingresos y rentabilidad según el tamaño de la empresa, ya que este es el criterio más utilizado por los actores financieros.

La herramienta se desarrolló inicialmente para We-Fi (en colaboración con la Alianza Financiera para Mujeres) y, por lo tanto, ofrece la opción de seleccionar entre los 30 países que implementan el Código We-Fi. Está diseñada específicamente para intermediarios y financiadores financieros. El modelo también ayuda a los reguladores financieros y a los promotores de la inclusión financiera a evaluar el impacto de las finanzas inclusivas en el crecimiento económico.

Haga clic aquí para descargar: Herramienta_ MIPYMES Tamaño del mercado e ingresos

¿Cuales son los pasos?

1. Descargue la herramienta de Excel y elija un enfoque: Seleccione un país y defina el alcance del mercado. Los usuarios pueden proceder con los datos del caso base (supuestos predefinidos) o con datos personalizados.
2. Adapte las condiciones del mercado: Modifique las tasas de interés, las comisiones y los cargos para reflejar las realidades locales. La configuración del caso base proporciona una visión inmediata de los beneficios comerciales de la financiación empresarial inclusiva.
3. Revise y analice el potencial del mercado: Para quienes tengan conocimientos específicos del mercado, la herramienta permite una amplia personalización en cuatro segmentos de tamaño de empresa, género, número de clientes y servicios financieros clave.

PASO 6: DIMENSIONAR EL MERCADO Y EL CASO DE NEGOCIO

Actividad 1: Descargue la herramienta y elija un enfoque

El propósito principal de este modelo es transmitir una idea del tamaño general del mercado para servir a las empresas propiedad de mujeres y lideradas por mujeres con un conjunto completo de servicios financieros formales y si las buenas prácticas de finanzas inclusivas les permiten aprovechar su respectiva demanda latente. Por ejemplo, este análisis del tamaño del mercado se realizó en los tres países piloto de la investigación de segmentación de MIPYMES: Pakistán, Uganda y Colombia. En **Pakistán**, donde menos del 2% de las empresas de mujeres son formales, los servicios mejorados para las MIPYMES podrían aumentar los ingresos del sector financiero en US$ 257 millones (o 6%). En **Uganda**, con el 13% de las empresas de mujeres que operan formalmente y una creciente cultura empresarial, el aumento podría ser de US$ 277 millones o 15,8%. **Colombia**, que tiene la tasa de formalización más alta entre los tres países (64%), podría impulsar los ingresos del sector bancario en US$ 1.63 mil millones, un aumento del 9,5%.

INTRODUCCIÓN A LA HERRAMIENTA DE DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO (HOJA 3: «COMIENCE AQUÍ»)

Paso #1.1

Seleccione un país del menú desplegable para ver las estimaciones del mercado.

Paso #1.2

Elija entre **Datos de caso base** (supuestos predeterminados) o **Personalizados** (ingrese sus propios datos).

- El modelo utiliza configuraciones de caso base derivadas de bases de datos y supuestos de referencia con respecto a las necesidades y el comportamiento esperados del cliente.
- En esta configuración estándar (es decir, si dice "Datos del caso base" en el campo violeta a continuación), puede consultar los supuestos que fundamentan este modelo en la hoja "Supuestos utilizados" de la sección "Insumos clave". Esto le ayudará a determinar si considera que la configuración del modelo es adecuada para lo que sabe o desea proyectar.

Paso #1.3 (opcional):

Si desea anularlos con sus propias suposiciones, cambie la configuración a "Personalizado".

- Si se configura como "Personalizado", ajuste según la información disponible en la hoja "Información del Segmento".
- Para la configuración de "LÍNEA BASE", es decir, la línea base actual, puede utilizar información de estudios de demanda, estadísticas o derivar suposiciones de los datos de sus propias instituciones sobre el uso de servicios financieros por parte de los clientes y ajustarlas según prevea que la experiencia de su institución esté por delante o por detrás del mercado general.
- Para la configuración "PROYECTADA", estas deben reflejar lo que tiene en mente como el potencial del mercado que desea ver representado. El modelo no implica un cronograma específico para llegar a ese escenario, sino que refleja el tamaño del mercado anualizado una vez alcanzado este nivel.

Paso #1.4

Seleccione los segmentos que desea incluir e ingrese sus cuotas de mercado actuales y objetivo para cada segmento.

Haga clic aquí para descargar: Herramienta WMMIPYMES Tamaño del mercado e ingresos

PASO 6: DIMENSIONAR EL MERCADO Y EL CASO DE NEGOCIO

Actividad 2: Ajustar las condiciones del mercado

REVISAR Y AJUSTAR LOS SUPUESTOS DE "CONDICIONES DEL MERCADO" (HOJA 9)

- Actualice la hoja para reflejar las condiciones actuales del mercado en su país y las suposiciones que considere plausibles. La configuración inicial corresponde a Albania. Es muy probable que deba ajustarse a las condiciones actuales de su mercado.
- Se espera que el usuario esté bien posicionado para ajustar las tasas de interés, las tarifas y comisiones, así como las suposiciones relacionadas con el riesgo crediticio, a lo que observa en su institución o en su mercado local. El modelo NO extrae automáticamente información específica de su mercado, sino que se ajusta ampliamente al contexto de un país de ingresos medios con su propia moneda.
- Los parámetros que se pueden modificar están marcados en NEGRITA MORADA Y CONTORNEADOS EN MORADO.
- TENGA EN CUENTA que para el correcto funcionamiento del modelo (funcionalidad para permitir la selección de países), los importes de las tarifas y comisiones, así como las primas de seguro, deben ingresarse en USD. Puede comprobar los valores correctos en moneda local en las líneas inmediatamente inferiores.

Paso 3: Revisar y analizar el potencial del mercado

REVISE LAS PERSPECTIVAS DE DIMENSIONAMIENTO DEL MERCADO RESULTANTES EN LAS HOJAS ENUMERADAS EN LA SECCIÓN ">>> RESULTADOS CLAVE"

Revise las perspectivas de dimensionamiento del mercado resultantes en las hojas de la sección "Resultados clave" y utilícelas en su toma de decisiones estratégicas. Sin embargo, tenga en cuenta que, independientemente de su configuración "Proyectada", los resultados presentan una perspectiva estática de un determinado estado futuro del mercado que ha modelado. Al observar el resultado "Ingresos", este ya refleja el efecto del perfil de riesgo (normalmente) mejor que las mujeres prestatarias han mostrado sistemáticamente en todo el mundo, tanto como prestatarias como como prestatarias empresariales.

Los resultados se predicen en tres dimensiones principales, que se muestran en las hojas correspondientemente denominadas:

1. Número de empleados: el número de mujeres emprendedoras y empresas propiedad de o dirigidas por mujeres en el mercado (según las definiciones de la CFI*).
2. Volúmenes: la cantidad de necesidades financieras atendidas actualmente y en un escenario proyectado según los parámetros de este modelo.
3. Ingresos: los ingresos probables (después de considerar el riesgo) por atender el volumen estimado de servicios financieros en las condiciones actuales del mercado, desglosados en las principales categorías de necesidades financieras.

Todos los resultados se muestran divididos por categorías de tamaño de las empresas (autónomos y microempresas <5 empleados, muy pequeñas <10 empleados, pequeñas <50 empleados, medianas 50+ empleados), así como por sexo (mujeres/dirigidas por mujeres vs. otras).

*La definición de la CFI, basada en consideraciones de propiedad y liderazgo, puede consultarse aquí.

Haga clic aquí para descargar: Herramienta_MIPYMES Tamaño del mercado e ingresos



¡Manténgase comprometida!

A medida que utilice esta guía y sus herramientas, le invitamos a enviar sus comentarios directamente a ConsumerCentriX. El objetivo es que este kit de herramientas mejore la forma en que las partes interesadas directas comprenden, segmentan y apoyan a las MIPYMES y su crecimiento. Si tiene alguna idea o pregunta sobre cómo mejorar el kit de herramientas, haga clic aquí para enviarla.

Para obtener más información sobre el Marco de Segmentación de las MIPYMES, incluyendo los segmentos de crecimiento, los perfiles empresariales y las oportunidades de servicios financieros y de apoyo empresarial personalizados por segmento, consulte el informe completo, cuyo enlace encontrará a continuación.

Haga clic aquí para descargar: Informe de segmentación de MIPYMES

CONSUMERCENTRIX

WOMEN ENTREPRENEURS FINANCE INITIATIVE

GROWTH FIRMS ALLIANCE

Ministry of Foreign Affairs