

NOTA TÉCNICA N° IDB-TN-3207

# Financiamiento para empresas de mujeres en Colombia

## Hallazgos de una encuesta aplicada

María José Flor Ágreda  
Karina Azar

Coordinación Fondo Mujer Libre y Productiva:  
María Fernanda Reyes  
Juan Fernando Ortíz

Banco Interamericano de Desarrollo  
Sector de Instituciones para el Desarrollo  
División de Conectividad, Mercados y Finanzas

Noviembre 2025





# Financiamiento para empresas de mujeres en Colombia

Hallazgos de una encuesta aplicada

María José Flor Ágreda  
Karina Azar

Coordinación Fondo Mujer Libre y Productiva:  
María Fernanda Reyes  
Juan Fernando Ortíz

Banco Interamericano de Desarrollo  
Sector de Instituciones para el Desarrollo  
División de Conectividad, Mercados y Finanzas

Noviembre 2025



Catalogación en la fuente proporcionada por la  
Biblioteca Felipe Herrera del  
Banco Interamericano de Desarrollo

Ágreda, María José Flor.

Financiamiento para empresas de mujeres en Colombia: hallazgos de una encuesta aplicada /

María José Flor Ágreda, Karina Azar.

p. cm. – (Nota técnica del BID ; 3207)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Businesswomen-Finance-Colombia. 2. Women-owned business enterprises-Finance-Colombia.  
3. Business enterprises-Finance-Colombia. 4. Women in finance-Colombia. 5. Gender mainstreaming-  
Colombia. I. Azar, Karina. II. Banco Interamericano de Desarrollo. División de Conectividad, Mercados y  
Finanzas. III. Título. IV. Serie.

IDB-TN-3207

Códigos JEL: G20, G21, G30, J16, L26

Palabras clave: acceso al financiamiento, empresas de mujeres, financiamiento empresarial, género,  
mujeres, empresarias, mipymes, Colombia

Copyright © 2025 Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons CC BY 3.0 IGO (<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/legalcode>). Se deberá cumplir los términos y condiciones señalados en el enlace URL y otorgar el respectivo reconocimiento al BID.

En alcance a la sección 8 de la licencia indicada, cualquier mediación relacionada con disputas que surjan bajo esta licencia será llevada a cabo de conformidad con el Reglamento de Mediación de la OMPI. Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil (CNUDMI). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID no están autorizados por esta licencia y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Nótese que el enlace URL incluye términos y condiciones que forman parte integral de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta obra son exclusivamente de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del BID, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.



Banco Interamericano de Desarrollo  
1300 New York Avenue, N.W.  
Washington, D.C. 20577  
[www.iadb.org](http://www.iadb.org)

**El Sector de Instituciones para el Desarrollo fue responsable de la producción de la publicación.**

**Colaboradores externos:**

**Coordinación de la producción editorial:** Sarah Schineller (A&S Bespoke Editorial Partners, LLC)

**Revisión editorial:** Santiago Arévalo

**Diagramación:** Gabriel Ramírez

# Financiamiento para empresas de **mujeres** en **Colombia**

Hallazgos de una  
encuesta aplicada

## **Autoras:**

María José Flor Ágreda  
Karina Azar

## **Coordinación Fondo Mujer Libre y Productiva:**

María Fernanda Reyes  
Juan Fernando Ortíz



# Índice

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Resumen</b>  | <b>ix</b> |
| <b>Agradecimientos</b>  | <b>x</b>  |
| <b>Abreviaciones</b>  | <b>x</b>  |
| <b>Introducción</b>   | <b>1</b>  |
| <b>Revisión de literatura: empresas de mujeres y acceso al crédito</b>                  | <b>5</b>  |
| ¿Qué es una “empresa de mujeres”?   | 5         |
| <b>Esquema regional y global del acceso diferencial al crédito según el género</b>      | <b>8</b>  |
| • Contexto global   | 8         |
| • Empresas de mujeres en el contexto de América Latina y el Caribe                      | 11        |
| • Empresas de mujeres en el contexto de Colombia  | 13        |
| <b>Factores determinantes en el acceso al financiamiento de las mujeres empresarias</b> | <b>15</b> |
| • Factores de demanda   | 15        |
| • Factores de oferta  | 18        |
| <b>Metodología del estudio</b>  | <b>22</b> |
| <b>Definición de las categorías de estudio</b>  | <b>23</b> |
| <b>Diseño muestral y difusión</b>   | <b>23</b> |
| <b>Recolección y análisis de datos</b>  | <b>24</b> |
| <b>Estructura de la encuesta</b>  | <b>24</b> |
| <b>Resultados de la encuesta</b>  | <b>25</b> |
| <b>Caracterización de la muestra</b>  | <b>25</b> |
| • Caracterización de las mujeres emprendedoras encuestadas y de sus empresas            | 26        |
| <b>Experiencia de las mujeres empresarias y emprendedoras en el acceso al crédito</b>   | <b>30</b> |
| • Principales desafíos en el acceso al financiamiento                                   | 30        |
| • Proyectos de inversión y solicitudes de préstamos                                     | 32        |
| • Resultados de las solicitudes de préstamos  | 38        |
| • Participación en programas gubernamentales de apoyo al financiamiento                 | 42        |
| <b>Percepción sobre el crédito y los factores financieros</b>                           | <b>43</b> |
| • Percepción sobre la discriminación en las entidades bancarias                         | 44        |
| • Percepción sobre el uso de herramientas financieras para el crecimiento empresarial   | 45        |
| • Percepción sobre los servicios no financieros   | 46        |
| • Percepciones del riesgo asociado al crédito   | 47        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Discusión y conclusiones</b>  | <b>50</b> |
| <b>Recomendaciones de políticas públicas</b>   | <b>56</b> |
| <b>Referencias</b>   | <b>62</b> |
| <b>Anexos</b>  | <b>69</b> |
| <b>Anexo I. Cuestionario de la “Encuesta de necesidades financieras de mujeres empresarias y emprendedoras en Colombia”</b>          | <b>69</b> |
| <b>Anexo II. Detalle metodológico de la “Encuesta de necesidades financieras de mujeres empresarias y emprendedoras en Colombia”</b> | <b>92</b> |
| • Diseño de la encuesta  | 92        |
| • Estrategia de recopilación de información  | 94        |
| • Estrategia de difusión de la encuesta para el reclutamiento de entrevistados   | 95        |
| • Diseño muestral e implementación de la encuesta completa   | 96        |
| • Limitaciones del estudio   | 97        |

# Resumen

En América Latina y el Caribe, las mujeres empresarias enfrentan barreras considerables en el acceso al financiamiento empresarial. Esta situación requiere un análisis profundo, basado en datos empresariales desagregados por sexo, que permitan comprender mejor las causas y las dimensiones de esta brecha. El presente documento brinda información novedosa sobre la demanda de financiamiento empresarial por parte de mujeres empresarias en Colombia y sus percepciones respecto del acceso al crédito. Mediante una encuesta aplicada a 1.123 empresas de mujeres a nivel nacional, se encontró que solo el 34,2% ha accedido a préstamos, y el 54% prefiere financiarse mediante inversiones propias en lugar de acudir al sector financiero formal. Estos patrones persisten incluso cuando las empresarias poseen altos niveles de educación y conocimientos financieros adecuados. Aunque no perciben una discriminación generalizada por parte del sector financiero, los resultados muestran altas tasas de rechazo al financiamiento (22,9%) y montos aprobados inferiores a los solicitados (15,1%). El estudio resalta la necesidad de fomentar los servicios no financieros, como la gestión empresarial y el fortalecimiento de redes de apoyo específicas para mujeres empresarias, así como la implementación de políticas públicas y la mejora en la recopilación de datos para ofrecer servicios financieros más adecuados.

# Agradecimientos

El equipo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) agradece al Fondo Mujer Libre y Productiva, antes “Fondo Mujer Emprende”, por los aportes y el valioso liderazgo de María Fernanda Reyes y Juan Fernando Ortíz, aliados fundamentales para el desarrollo de todo el ciclo del presente estudio. La conceptualización de este proyecto por parte del BID estuvo a cargo de Karina Azar, Gabriela Andrade y Juan Martínez. El equipo de trabajo agradece también a Juanita Bernal, Laura Giles, Phil Keefer y Paula Córdoba por sus valiosos aportes a la presente publicación. La revisión de literatura, edición, compilación y estructuración del documento en su versión publicable estuvo a cargo de María José Flor Ágreda. Por último, el equipo extiende su gratitud a la firma consultora IDOM, en particular a Gary Zegarra y Ángela Durán, por la coordinación y el desarrollo de la encuesta sobre la que se basan los análisis presentados en este trabajo.

## Abreviaciones

|                |   |
|----------------|---|
| <b>ALC</b>     | América Latina y el Caribe                          |
| <b>BID</b>     | Banco Interamericano de Desarrollo                  |
| <b>CEO</b>     | Director(a) ejecutivo(a)                            |
| <b>CPEM</b>    | Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer |
| <b>mipymes</b> | Micro, pequeñas y medianas empresas                 |
| <b>NIT</b>     | Número de identificación tributaria                 |
| <b>pymes</b>   | Pequeña y medianas empresas                         |

# FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS DE MUJERES EN COLOMBIA

## HALLAZGOS DE UNA ENCUESTA APLICADA



## Introducción

La inclusión de las mujeres en roles empresariales es cada vez más reconocida como un factor clave a nivel global y en las economías emergentes, donde el desarrollo de los países está estrechamente vinculado a la participación activa de las mujeres en el entorno laboral y empresarial (Brush, 2009; Giglio, 2021). Pese a los notables avances en la inclusión de mujeres en diversos sectores, y al rápido crecimiento de las empresas de mujeres a nivel mundial, en América Latina y el Caribe (ALC) persisten importantes disparidades en la inclusión financiera y empresarial entre hombres y mujeres (Alecchi, 2020; Andrade et al., 2023). La evidencia disponible indica que las mujeres enfrentan obstáculos considerables al buscar financiamiento para iniciar o expandir sus negocios, lo que pone de manifiesto un menor acceso al crédito de su parte. Este contexto no solo limita el potencial económico de las mujeres, sino que también obstaculiza los esfuerzos de desarrollo regionales y mundiales (Azar, Lara y Mejía, 2018; Banco Mundial, 2020; Lazarte, 2022).

Las barreras que las mujeres enfrentan en el acceso al crédito se manifiestan como un fenómeno complejo arraigado en diversas estructuras sociales, económicas e institucionales (Ducoing et al., 2021). Estos obstáculos pueden estar influenciados por factores tanto de oferta (instituciones financieras) como de demanda (mujeres empresarias) (Roa y Carvalho, 2018; PNUD, 2024). Si bien el presente estudio no se propone profundizar en la perspectiva de la oferta, ya que se enfoca en el análisis de los resultados de una encuesta de demanda, sí resulta relevante incorporar los factores del lado de la oferta que podrían incidir en una menor demanda de crédito por parte de las mujeres. La evidencia indica que las mujeres enfrentan obstáculos para acceder a productos financieros, y una de las razones es que estos no están adaptados a sus necesidades específicas.

Los requisitos y las condiciones crediticias del sistema financiero limitan su acceso al crédito. Asimismo, los sesgos culturales presentes en las instituciones financieras generan un trato no homologable en las solicitudes de crédito según el género, lo que agrava las barreras que enfrentan las mujeres empresarias para acceder al financiamiento necesario para sus negocios (Financial Alliance for Women, 2023; Pailhé, 2016; Pingali et al., 2023).

Por otro lado, en cuanto a la demanda, la evidencia existente apunta a que la demanda de crédito de las mujeres puede estar influenciada por diversas características empresariales, tales como el tamaño de la empresa, su antigüedad y el sector en el que operan (Saavedra García, Aguilar Anaya y Tapia Sánchez, 2021). Además, las preferencias y comportamientos individuales de las empresarias, como la aversión al riesgo, la capacidad empresarial y la educación financiera, también pueden incidir en una menor demanda de crédito por parte de las mujeres (Piras, Presbitero y Rabellotti, 2013). La literatura señala que las mujeres empresarias enfrentan barreras adicionales, como una menor disponibilidad de garantías y redes de apoyo financiero, lo que puede disminuir su demanda de crédito. Asimismo, hay estudios que indican que las mujeres pueden tener diferentes estrategias de financiamiento, como priorizar el uso de recursos internos o familiares antes que acudir a fuentes externas de crédito como los bancos (Saavedra García, Aguilar Anaya y Tapia Sánchez, 2021; Saavedra Salinas, 2020). Este comportamiento diferencial en la demanda de crédito resalta la necesidad de adaptar políticas y servicios financieros que respondan adecuadamente a las necesidades específicas de las mujeres empresarias y promuevan su inclusión financiera (Banca de las Oportunidades y CAF, 2024).

Investigar la demanda de crédito empresarial de las mujeres es fundamental porque el acceso equitativo al crédito y otros recursos financieros permite a las mujeres expandir sus negocios, invertir en educación y salud, crear empleo y contribuir significativamente al desarrollo económico de sus comunidades, países y regiones (Alecchi, 2020; Ng'Wengo et al., 2018). Abordar este bajo acceso al crédito no solo empodera económicamente a las mujeres, sino que también impulsa el crecimiento económico inclusivo, la reducción de la pobreza y el desarrollo económico a nivel nacional e internacional (Banco Mundial, 2020; PNUD, 2024).

Sin embargo, la falta de datos sobre el contexto y las limitaciones que enfrentan las mujeres en los servicios financieros de ALC representa una brecha importante en la comprensión de esta problemática (Global Banking Alliance for Women y Data2X, 2019; Lazarte, 2022). Además, aunque la literatura documenta evidencia sobre las barreras del lado de la oferta (instituciones financieras), como las altas tasas de interés y los requisitos de garantía, existe limitada evidencia sobre cómo los factores de la demanda (mujeres empresarias) contribuyen a la brecha de género en el acceso a financiamiento (Morsy, El-Shal y Woldemichae, 2019).

Estas limitaciones en la información disponible dificultan la creación de políticas efectivas y la implementación de medidas que aborden las desigualdades de género de manera integral. Obtener datos precisos sobre las experiencias, percepciones y necesidades de las mujeres empresarias es esencial para diseñar intervenciones efectivas que promuevan un desarrollo económico sostenible y equitativo (Asuamah Yeboah, 2023; Azar, Lara y Mejía, 2018; PNUD, 2024).

Con el propósito de profundizar el conocimiento sobre la demanda de crédito por parte de mujeres empresarias, este documento presenta los resultados de una encuesta realizada a 1.123 empresas de mujeres en Colombia. El estudio se centra en comprender la demanda de crédito por parte de las empresarias, así como su percepción sobre el acceso al mismo. Es, además, el primer esfuerzo empírico y estadísticamente representativo sobre empresas de mujeres en Colombia con respecto al sector financiero. El estudio identifica las barreras específicas que enfrentan las mujeres empresarias en Colombia, y proporciona información útil y necesaria para el diseño e implementación de políticas públicas que aborden las necesidades diferenciales de género en el sector financiero. Los datos recopilados no solo representan un avance notable en la obtención de información, sino que ofrecen una visión auténtica de las realidades de la demanda de crédito empresarial por parte de mujeres. Aunque los datos y el análisis se centran exclusivamente en la demanda, la encuesta realizada en Colombia también explora la percepción de las mujeres empresarias sobre la oferta y las condiciones de acceso que esta proporciona. Por ello, si bien no se pueden derivar conclusiones que caractericen la oferta en su totalidad, sí es posible presentar recomendaciones sobre cómo esta podría ajustarse mejor a las necesidades de la demanda. Esta información empírica es valiosa para el diseño de políticas públicas estratégicas que promuevan la inclusión financiera y el desarrollo económico sostenible y equitativo (Global Banking Alliance for Women y Data2X, 2019).

El presente documento está estructurado en seis secciones, comenzando con esta introducción inicial. La segunda sección presenta una revisión de la literatura relevante y actualizada sobre los desafíos de inclusión financiera empresarial que enfrentan las mujeres, especialmente en ALC y en Colombia, donde se realizó esta investigación. Se examinan los factores que contribuyen a las limitaciones y brechas de género en el acceso a servicios financieros, desde la perspectiva tanto de la oferta como de la demanda. En la tercera sección se describe brevemente la metodología del estudio y se proporciona un resumen de los pasos metodológicos.<sup>1</sup> La cuarta sección presenta los resultados cuantitativos de la encuesta, centrándose en los aspectos relacionados con la demanda de servicios financieros en Colombia por parte de mujeres. La quinta sección analiza estos resultados, y proporciona conclusiones y una discusión al respecto. La sexta y última sección aporta recomendaciones de políticas basadas en el estudio.

---

<sup>1</sup> Para una descripción completa y detallada de la metodología del estudio, véase el anexo II.

# FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS DE MUJERES EN COLOMBIA

HALLAZGOS DE UNA ENCUESTA APLICADA



## Revisión de literatura: empresas de mujeres y acceso al crédito



En esta sección se examinarán las principales definiciones y características de las empresas de mujeres, así como las barreras que estas enfrentan en el acceso al crédito. Se analizarán diversos estudios que exploran el modo en que el género influye en la gestión empresarial y en las decisiones financieras, y se revisarán las distintas conceptualizaciones de este tipo de empresas, subrayando la importancia de avanzar hacia una definición estandarizada que permita diseñar políticas públicas eficaces. Además, si bien la encuesta analizada en este documento no permite identificar brechas de género –ya que, por limitaciones en el acceso a la base de datos, no se incluyeron empresas de hombres–, es pertinente incluir en esta revisión de literatura conceptos clave relacionados con las desigualdades de género en el acceso al financiamiento. En este marco, se presentará un panorama global y regional sobre el acceso diferencial al crédito empresarial según el género de los aplicantes, con un enfoque particular en el contexto de América Latina y el Caribe (ALC) y Colombia, donde se identifican las disparidades y desafíos específicos que enfrentan las mujeres empresarias. Por último, se discutirán los factores de oferta y demanda que inciden en el acceso al financiamiento de las mujeres empresarias y emprendedoras, destacando tanto las barreras estructurales como los sesgos de género presentes en los sistemas financieros.

### ¿Qué es una “empresa de mujeres”?

Las empresas pueden clasificarse como “de hombres” o “de mujeres” según el género predominante de sus propietarios o líderes, ya que estos roles influyen en las decisiones y en las políticas que orientan la organización (Value for Women, 2017).

Cuando una empresa está liderada principalmente por hombres o es de su propiedad, suele reflejar patrones de comportamiento, valores y experiencias asociados a roles tradicionalmente asignados al género masculino. De manera similar, las empresas lideradas por mujeres –o de su propiedad– tienden a adoptar características y decisiones influenciadas por experiencias y valores vinculados a los roles del género femenino. El género de quienes dirigen o poseen una empresa contribuye a definir su identidad, así como a vincularla a normas y roles de género que refuerzan ciertos sesgos en el ámbito empresarial. Como resultado, las empresas reproducen las desigualdades y expectativas de género presentes en el contexto social y cultural en el que operan (Acker, 2006; Muravyev, Talavera y Schäfer, 2009). Un ejemplo claro de estas desigualdades se observa en el acceso al financiamiento, ya que las empresas de mujeres, a pesar de ser viables y competitivas, enfrentan barreras adicionales para obtener créditos. Esta limitación no solo restringe el crecimiento de las empresas, sino que también afecta directamente a las mujeres empresarias, quienes ven limitado su potencial de desarrollo profesional y económico debido a sesgos de género en el sistema financiero. Al enfrentarse a obstáculos para financiar sus proyectos, estas empresarias se encuentran en una posición de desventaja en comparación con sus pares hombres, lo cual perpetúa un ciclo de desigualdad económica que obstaculiza los avances hacia la equidad de género en el ámbito empresarial y en la sociedad en general (Giglio, 2021).

Antes de profundizar en los obstáculos que enfrentan las empresas de mujeres para acceder al crédito y ofrecer una visión general de la situación actual, es esencial definir con precisión qué se entiende por *empresa de mujeres* y destacar su importancia. La heterogeneidad en las definiciones de estas empresas es significativa, ya que influye en la evaluación de factores como la propiedad y el liderazgo, entre otros (Weaver, 2021). La falta de definiciones claras y homogéneas sobre lo que constituye una empresa de mujer dificulta la recopilación de datos precisos y la implementación de programas de apoyo efectivos (de Haan, 2016; Siegrist, 2022). Por ello, avanzar en la estandarización de definiciones es crucial para el diseño de políticas públicas eficientes que fomenten la igualdad de género en el ámbito empresarial (Littlejohn, 2021).

En términos de género, las empresas pueden clasificarse en función de su dirección principal o liderazgo, o de la estructura de la propiedad, es decir, quién posee y quién dirige la empresa (Weaver, 2021). Comprender las diferencias entre las empresas propiedad de mujeres y las empresas lideradas por mujeres es esencial para medir y apoyar con precisión las contribuciones económicas de las mujeres. Mientras que las empresas que son propiedad de mujeres deben cumplir con criterios específicos de propiedad y control, las empresas lideradas por ellas se centran en roles de liderazgo y gestión, independientemente de los porcentajes de propiedad (Brush, 2009; Littlejohn, 2021). Ambos tipos de empresas desempeñan roles vitales en la promoción de la diversidad de género y el crecimiento económico (Heller, 2010).

Una empresa propiedad de mujeres se define típicamente como aquella cuya propiedad, control y gestión pertenecen en al menos un 51% a una o más mujeres (CFI, 2021). Esta definición es utilizada tanto por diversos organismos gubernamentales o multilaterales, como por asociaciones industriales para proporcionar ciertos beneficios y programas de apoyo destinados a fomentar el emprendimiento de mujeres (Khodakivska, 2013). Por otro lado, una empresa liderada por mujeres también se define de manera más amplia, incluyendo negocios donde las mujeres ocupan roles destacados de liderazgo, incluso si no cumplen con el umbral de propiedad del 51% (Rojo et al. 2022). Por ejemplo, una empresa puede considerarse liderada por mujeres si tiene una directora ejecutiva (CEO) mujer u otras mujeres en cargos directivos que influyan en la dirección estratégica de la empresa, aun cuando no necesariamente posean la mayoría del capital accionario (Littlejohn, 2021). Adicionalmente, una empresa puede ser considerada como de mujeres si al menos el 20% de su propiedad pertenece a mujeres y simultáneamente cuenta con al menos una mujer en un puesto de alta dirección, como CEO, directora de operaciones, presidenta o vicepresidenta. Además, debe tener al menos el 30% de mujeres en la junta directiva de la empresa, en caso de existir una (CFI, 2021; Khodakivska, 2013).

La conceptualización y el reconocimiento de las empresas de mujeres varían considerablemente entre los países de ALC (Saavedra García, Aguilar Anaya y Tapia Sánchez, 2021). Sin embargo, la definición mencionada ha sido ampliamente adoptada por instituciones financieras –como bancos nacionales de desarrollo y organizaciones de financiamiento multilateral–, que la consideran una buena práctica y la transmiten a las instituciones financieras intermediarias que colaboran en programas de financiamiento dirigidos a empresas de mujeres (Andrade et al., 2023; CFI, 2021; de Haan, 2016).

Es importante reconocer que las empresas de mujeres no solo representan una fuente notable de crecimiento económico, sino que también contribuyen en gran medida al desarrollo social de sus comunidades, países y regiones (Dalal, 2024; Ilie-Cardoza, 2018). La participación activa de las mujeres en el ámbito empresarial fomenta la diversidad de género en la toma de decisiones y en la creación de empleo, lo que a su vez promueve la equidad y la inclusión económica (Asuamah Yeboah, 2023; Elam, Hughes y Samsami, 2023). Además, las empresas de mujeres tienen un impacto positivo en la reducción de la pobreza y el mejoramiento del bienestar familiar, ya que las mujeres tienden a reinvertir una mayor proporción de sus ingresos en sus hogares y comunidades (Ge et al., 2022; Özyol, 2020).

A pesar de los decisivos avances en la promoción de las empresas de mujeres en ALC y a nivel global, aún persisten desafíos cruciales para alcanzar la plena paridad de género en el ámbito empresarial. Las mujeres en ALC, por ejemplo, tienen un acceso limitado a recursos financieros y enfrentan barreras tanto culturales como estructurales que dificultan su capacidad para liderar y expandir sus negocios (Heller, 2010; Piras, Presbitero y Rbellotti, 2013; PNUD, 2024). Frecuentemente, estas empresas se enfrentan a sesgos de género durante el proceso de obtención de créditos, además de carecer de redes de apoyo adecuadas. Por lo tanto, es fundamental continuar los esfuerzos para comprender y abordar las brechas de género, particularmente en lo que respecta al acceso al financiamiento (Auguste y Galetto, 2020; Konietzko, 2021). Estos esfuerzos tienen el potencial de promover reformas políticas, impulsar la inclusión financiera, desarrollar habilidades y desafiar las normas sociales para seguir empoderando a las mujeres empresarias en la región y el mundo (PNUD, 2024).

## Esquema regional y global del acceso diferencial al crédito según el género



### Contexto global

Pese a los avances en materia de igualdad de género e inclusión financiera a nivel mundial, aún se enfrentan grandes desafíos, reflejados en las considerables brechas que persisten en el acceso a herramientas financieras y económicas, especialmente para las mujeres (Guercio et al., 2015; Halabisky et al., 2023). Por ejemplo, aunque el número de personas con cuentas bancarias aumentó sustancialmente entre 2011 y 2017, todavía existe una brecha del 9% entre hombres y mujeres en el acceso a servicios financieros (Demirgüç-Kunt et al., 2018; Morsy, El-Shal y Woldemichae, 2019). Además, las mujeres enfrentan mayores obstáculos para acceder a préstamos y crédito empresarial, y tienen menos oportunidades para participar en programas de capacitación y redes de apoyo empresarial.

Estas disparidades limitan su capacidad para iniciar y expandir negocios, perpetuando la desigualdad económica de género a nivel mundial (Banco Mundial, 2024; De Andrés, Gimeno y Mateos de Cabo, 2021).

Varios estudios han demostrado que la falta de acceso al crédito para las mujeres empresarias contribuye en gran medida a la desigualdad económica global, especialmente en países con fuertes sesgos culturales de género (Bellucci, Borisov y Zazzaro, 2010; Brush, 2009; Ongena y Popov, 2016). En Asia, por ejemplo, la evidencia existente indica que las mujeres empresarias enfrentan tasas de interés más altas y mayores probabilidades de rechazo en sus solicitudes de crédito en comparación con los hombres (Kantor, 2002; Muravyev, Talavera y Schäfer, 2009). Además, en países como India y China, las mujeres empresarias tienen menos acceso a programas de capacitación y redes de apoyo, lo que limita su capacidad para crecer y competir en el mercado (Field, Jayachandran y Pande, 2010; Franzke et al., 2022). En Europa, investigaciones revelan que las mujeres empresarias tienen menos probabilidades de solicitar créditos y, cuando lo hacen, enfrentan una menor tasa de aprobación en comparación con los hombres (De Andrés, Gimeno y Mateos de Cabo, 2021; Ongena y Popov, 2016). En países como España e Italia, estudios han mostrado que las mujeres enfrentan mayores requisitos de garantía y condiciones de préstamo más estrictas, lo que dificulta su acceso al financiamiento (Bellucci, Borisov y Zazzaro, 2010). En África, la situación es también desafiante, ya que la información existente en la región apunta a que las mujeres empresarias tienen menos probabilidades de recibir préstamos y, cuando los reciben, las condiciones suelen ser menos favorables que para sus homólogos masculinos (Morsy, El-Shal y Woldemichae, 2019; Nwosu y Orji, 2017). Además, las barreras culturales y sociales en muchos países africanos exacerban estas desigualdades, limitando aún más las oportunidades para las mujeres empresarias (Aterido, Beck y Iacovone, 2013).

En cuanto a los subsectores específicos, la brecha de género en el acceso al crédito empresarial es especialmente notoria en pequeñas y medianas empresas (pymes) (Chundakkadan y Sasidharan, 2022; OCDE y Comisión Europea, 2021). A nivel mundial, el 80% de las pequeñas empresas en propiedad de mujeres con necesidades de crédito están desatendidas o no tienen acceso a servicios financieros (Dalal, 2024). En Estados Unidos, por ejemplo, se evidencia que solo el 2% de las inversiones en empresas emergentes se dirigen a proyectos encabezados por mujeres, a pesar de que el 38% de los fundadores de startups son mujeres (Mamou, 2023). En Reino Unido, de aquellas pymes que enfrentan rechazos en el acceso a créditos, el 21% son lideradas por mujeres, frente a un 8% de las lideradas por hombres (British Business Bank, 2023). Además, cabe recalcar que la brecha de género en el acceso al crédito empresarial es particularmente notoria en pymes de los sectores de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas, donde las mujeres empresarias están severamente subrepresentadas (Chundakkadan y Sasidharan, 2022; Kuschel et al., 2020; OCDE y Comisión Europea, 2021).

Es importante destacar que, aunque la evidencia existente demuestra una presencia generalizada de brechas de género en el acceso al crédito empresarial a nivel mundial, las dinámicas y resultados sobre su prevalencia no son homogéneos, lo que subraya la compleja relación entre el género de los empresarios, las características de sus empresas y su acceso al crédito (Guzman y Kacperczyk, 2018; Malmström et al., 2024). Estas brechas se ven influenciadas por las políticas financieras tanto a nivel regional como local, así como por las condiciones económicas y socioculturales que rodean las prácticas financieras e institucionales existentes (Banco Mundial, 2024; OCDE y Comisión Europea, 2021). Esto indica que la existencia de brechas de género en el acceso al financiamiento empresarial no es un fenómeno uniforme y puede variar significativamente según el contexto regional y local, dependiendo de las diversas características de las empresas y sus líderes (Brush, 2009; Chundakkadan y Sasidharan, 2022).

Finalmente, el sector financiero, en su conjunto, adopta en la actualidad un enfoque neutral respecto del género. Dicho enfoque, aunque concebido como una medida imparcial, omite considerar las desigualdades estructurales y sistémicas que históricamente han limitado el acceso de las mujeres a los servicios financieros. Al no reconocer las barreras específicas que enfrentan las mujeres –como la limitada propiedad de activos que puedan ser utilizados como garantía colateral, el acceso restringido a redes de apoyo financiero, y los sesgos implícitos en los procesos de evaluación crediticia–, esta mirada perpetúa las inequidades preexistentes. Por ende, la neutralidad de género en este contexto puede resultar ineficaz, ya que no responde a las particularidades del segmento de mujeres ni promueve una inclusión financiera equitativa y transformadora.



## Empresas de mujeres en el contexto de América Latina y el Caribe

América Latina y el Caribe cuenta con la mayor proporción de mujeres emprendedoras a nivel global, con una tasa de creación de nuevos negocios por parte de mujeres del 21,2% (Elam, Hughes y Samsami, 2023). Sin embargo, estos datos muestran que la participación general de las mujeres en el área sigue siendo baja en comparación con la de los hombres, ya que representan solo el 27% de los emprendedores a nivel regional (BBVA Spark, 2024; Hincapié Mesa, Montoya Morales y Duque Hurtado, 2023). Al igual que en otras regiones del mundo, la disparidad de género en el acceso al financiamiento empresarial es una de las mayores limitaciones para el crecimiento de empresas de mujeres en ALC (Malmström et al., 2024; Saavedra García, Aguilar Anaya y Tapia Sánchez, 2021). Esta situación refleja profundas desigualdades socioeconómicas y culturales en la región (Alecchi, 2020; Auricchio et al., 2021). A pesar de los avances en la inclusión financiera y la promoción de este tipo de empresas en la región durante la última década, las mujeres empresarias, especialmente las del segmento pymes, enfrentan barreras considerables que limitan su acceso a recursos financieros esenciales para el crecimiento y la sostenibilidad de sus negocios (Azar, Lara y Mejía, 2018; Banca de las Oportunidades y CAF, 2024; Saavedra García y Camarena Adame, 2015).

En la región, se estima que existen aproximadamente entre 1,2 y 1,4 millones de pymes lideradas por mujeres o de su propiedad. Las mujeres gestionan entre el 25% y el 43% de las micro y pequeñas empresas, y entre el 26% y el 29% de las medianas empresas (BID, 2019). Sin embargo, a pesar de su creciente presencia en el ámbito de las pymes, la mayoría de las empresas de mujeres no logra crecer más allá de las microempresas ni salir de la economía informal o de sectores de baja productividad (Banco Mundial, SME Finance Forum y CFI, 2017). Datos recientes han destacado que el 73% de las mujeres a cargo de pymes en ALC enfrenta dificultades para acceder al crédito debido a estereotipos y la falta de herramientas financieras y opciones de financiamiento adaptadas a sus necesidades (Ducoing et al., 2021). Las mujeres empresarias enfrentan tasas de interés más altas en los préstamos que obtienen, lo que puede atribuirse a factores como la falta de garantías colaterales, la percepción de mayor riesgo por parte de los proveedores de financiamiento y la discriminación de género en el sector financiero (Roa, 2021; Roa y Carvallo, 2018).

Además, estudios regionales destacan que las mujeres empresarias en ALC afrontan múltiples obstáculos al intentar acceder a préstamos para impulsar sus proyectos comerciales. Entre las principales barreras se encuentran la falta de información clara sobre los productos financieros disponibles y la incertidumbre en torno a los requisitos de garantía, lo que limita significativamente su capacidad para desarrollar su máximo potencial empresarial (Auricchio et al., 2021; Ferraro et al., 2011). En promedio, solo el 7% de las mujeres empresarias que solicitan créditos logra obtenerlos, en comparación con el 11% de los hombres. Estas barreras se agravan aún más para mujeres pertenecientes a grupos históricamente subrepresentados (Carvajal Vega, 2022). En Perú, por ejemplo, se ha evidenciado que las mujeres rurales, especialmente aquellas de origen indígena, enfrentan dificultades adicionales para acceder a créditos productivos (Trivelli y Mendoza, 2021). En Colombia, las mujeres rurales enfrentan tasas de interés promedio del 27,76%, superiores a las de los hombres rurales, que ascienden al 24,48%. Como resultado, en 2023, las mujeres rurales en Colombia pagaron Col\$ 30.500 millones más en intereses que los hombres (Observatorio Financiero Rural, 2024). De manera similar, un estudio realizado en Argentina, Brasil, Colombia, Panamá y Perú, que incluyó a 3.000 emprendedores afrodescendientes (el 80%, mujeres), demostró que cerca del 20% de los participantes señaló la falta de acceso al crédito como uno de los principales desafíos para sus negocios. Además, el estudio mostró que el 48% de los negocios liderados por mujeres afrodescendientes genera ingresos limitados en comparación con sus contrapartes hombres, mientras que el 59% de dichos negocios constituye la principal fuente de sustento para sus hogares (CAF, Instituto Feira Preta y Plano CDE, 2024). Estas cifras reflejan una desigualdad estructural en el acceso a servicios financieros básicos para las mujeres emprendedoras y empresarias, lo que contribuye a que ALC sea una de las regiones con las brechas de género empresarial más relevantes a nivel mundial, estimada en US\$93 mil millones (Banco Mundial, SME Finance Forum y CFI, 2017; Ducoing et al., 2021; SME Finance Forum, 2022).

La disparidad de género en el acceso al financiamiento no solo representa un obstáculo para el empoderamiento de las mujeres en ALC, sino que también impide el desarrollo económico general de la región (Saavedra García y Camarena Adame, 2015; PNUD, 2024). Las barreras incluyen tasas de interés más altas, mayores requisitos de garantías y un menor acceso a redes de apoyo y mentoría. Estas limitaciones afectan la capacidad de las mujeres para acceder al capital necesario que les permita iniciar y expandir sus negocios, perpetuando las desigualdades existentes y frenando el potencial de crecimiento económico inclusivo (Banca de las Oportunidades y CAF, 2024; Lazarte, 2022).



## Empresas de mujeres en el contexto de Colombia

Colombia se distingue en ALC por tener una de las tasas más altas de emprendimientos de mujeres en la región (Mastercard, 2022). El 62,5% de las empresas registradas como personas naturales –que suman un total de 143.466 unidades productivas– fueron iniciativas lideradas por mujeres (Red de Cámaras de Comercio de Colombia, 2023). Además, el país cuenta con una destacada representación de mujeres en el liderazgo empresarial, ya que más de la mitad (57%) de los líderes empresariales de Colombia son mujeres (Del Valle, 2021). Por otra parte, datos sobre *startups* en Colombia muestran que, en 2023, aproximadamente el 23% de sus fundadores fueron mujeres (Cámara de Comercio de Bogotá y Vicepresidencia de Fortalecimiento Empresarial, 2024). Este porcentaje varía considerablemente según el sector; por ejemplo, en el ámbito de las empresas de tecnología financiera (*fintech*), el porcentaje de fundadoras fue del 42%, el más alto de ALC, cuyo promedio regional es del 40% (BID, BID Invest, Finnovista, 2022). Sin embargo, solo el 47,6% de las empresas unipersonales registradas en 2023 pertenece a mujeres, y las mujeres poseen únicamente el 16% del capital de las empresas registradas legalmente (Red de Cámaras de Comercio de Colombia, 2024).

A pesar de los notables avances en la inclusión financiera en Colombia, persiste una brecha notable en el acceso a productos financieros entre hombres y mujeres, con una diferencia de 6,0 puntos porcentuales a favor de los hombres. Aunque el acceso a productos financieros por parte de las mujeres ha aumentado, con 2,5 millones de mujeres que ingresaron al sistema financiero entre 2018 y 2022, para 2023 el 89,8% de las mujeres adultas tenía al menos un producto financiero, en comparación con el 96,6% en el caso de los hombres (Banca de las Oportunidades y CAF, 2024).

Esta disparidad de género se manifiesta claramente en el ámbito empresarial, donde las mujeres emprendedoras enfrentan desafíos considerables en la búsqueda de financiamiento, ya que obtienen menos préstamos en comparación con sus contrapartes masculinas (Konietzko, 2021). Para 2023, la brecha de género en el acceso a depósitos y créditos fue del 6,7% y el 3,8%, respectivamente (Banca de las Oportunidades y CAF, 2024).

Esta discrepancia en el acceso al crédito restringe ampliamente las oportunidades de crecimiento empresarial para las mujeres, sobre todo en un contexto donde el acceso al capital es crucial para la expansión de sus negocios, y más aún cuando se trata de pymes (Polania Fonseca, 2021). Por ejemplo, en términos de acceso a microcréditos, el monto promedio de crédito concedido a las mujeres fue de Col\$ 4,8 millones, en comparación con los Col\$ 6,1 millones otorgados a los hombres. A mediados de 2023, el monto promedio desembolsado de crédito empresarial para hombres fue de Col\$ 936.120, mientras que para mujeres fue de Col\$ 786.939 (Banca de las Oportunidades y CAF, 2024). Esta diferencia impacta negativamente en la capacidad de las mujeres para invertir en sus empresas y aprovechar oportunidades de crecimiento (Huidrobo Blanco, 2023).

Las tasas de interés también reflejan importantes diferencias por género. Aunque las mujeres presentan mejores indicadores de riesgo crediticio, enfrentan tasas de interés más altas en comparación con los hombres. Por ejemplo, la brecha de las tasas de interés entre hombres y mujeres es del 0,07% para créditos de vivienda, el 0,4% en créditos de consumo, y alcanza el 3,9% en microcréditos (Banca de las Oportunidades y CAF, 2024).

Estos datos muestran que, aunque Colombia sea uno de los países con mayor prevalencia de emprendimientos de mujeres, persisten notables desafíos para que estas accedan al financiamiento, así como en las condiciones crediticias. Las desigualdades observadas constituyen barreras que limitan las oportunidades de crecimiento y desarrollo empresarial para las mujeres (Auricchio et al., 2021; Ferraro et al., 2011). El contexto actual resalta la necesidad de implementar políticas públicas específicas y programas de apoyo que aborden estas barreras, fomentando así una mayor equidad de género en el ámbito empresarial. Intervenir en estos aspectos es esencial no solo para garantizar la igualdad de oportunidades, sino también para impulsar el desarrollo económico inclusivo y sostenible del país (PNUD, 2024).

## Factores determinantes en el acceso al financiamiento de las mujeres empresarias

La desigualdad en el acceso al crédito que enfrentan las mujeres empresarias es el resultado de una combinación de factores tanto de oferta como de demanda (Auguste y Galetto, 2020). Aunque el presente estudio se centra principalmente en los factores de demanda de crédito por parte de emprendedoras y empresarias, esta sección proporciona una visión general de los diversos factores involucrados, para ofrecer una mejor comprensión de las problemáticas que impiden o limitan su acceso al crédito empresarial.

### Factores de demanda

Los factores de demanda de crédito se refieren a características, comportamientos y decisiones de los individuos o unidades productivas que buscan financiamiento o crédito (Singh, 2021). En el caso de las mujeres empresarias, estos factores incluyen aspectos individuales y sociales que influyen en la decisión de solicitar o no un crédito empresarial. Las barreras de demanda, mayormente de naturaleza cultural y de género, así como las mentalidades arraigadas, perpetúan los roles tradicionales asignados a las mujeres, como las responsabilidades de cuidado y del hogar (Value for Women, 2017). Estas barreras pueden limitar el desarrollo y la dedicación de las mujeres empresarias a sus emprendimientos, y derivar en una menor propensión a buscar financiamiento o crédito (Roa, 2021).

Dentro de los factores de demanda, la aversión al riesgo se destaca como una barrera relevante. Influenciadas por factores sociales y culturales, las mujeres tienden a mostrarse más cautelosas y menos dispuestas a asumir riesgos financieros en comparación con los hombres (Marlow y Swail, 2014; Rad, Yazdanfar y Öhman, 2014). Esta aversión también puede manifestarse en comportamientos como el solicitar montos de crédito inferiores a los que realmente necesitan. En Uruguay, por ejemplo, un estudio reciente encontró que el 67% de las empresas de mujeres solicitan préstamos por montos menores a US\$10.000, mientras que, en el caso de las empresas de hombres que solicitan préstamos por esa cantidad, la cifra baja a menos de la mitad (32%) (Azar et al., 2024). La reticencia de las mujeres empresarias a solicitar financiamiento puede resultar en un historial crediticio más limitado, lo que a su vez genera una percepción de mayor riesgo por parte de las instituciones financieras (Malmström et al., 2024). Debido a la falta de precedentes en su comportamiento crediticio, estas instituciones suelen aplicar tasas de interés más elevadas para compensar el riesgo percibido, lo que incrementa el costo del crédito para las mujeres cuando finalmente deciden solicitarlo (Carranza, Dhakal y Love, 2018).

En Argentina, por ejemplo, esta reticencia al financiamiento ha conllevado tasas de interés promedio más elevadas para las empresas de mujeres y tasas de rechazo más altas para sus solicitudes de crédito, en comparación con las empresas de hombres. Estas condiciones adversas pueden propiciar una menor demanda de crédito por parte de las mujeres y una mayor preferencia por financiar sus negocios con recursos propios (Auguste y Galetto, 2020).

Otro elemento importante en la configuración de la demanda de crédito son las barreras arraigadas en la cultura y las normas de género, que perpetúan roles tradicionales asignados a las mujeres, particularmente las responsabilidades primarias de cuidado del hogar y de los hijos (Value for Woman, 2017). Esta carga desproporcionada de trabajo no remunerado, que según datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe es significativamente mayor para las mujeres de la región, limita en gran medida el tiempo y la energía que pueden dedicar al desarrollo y expansión de sus emprendimientos. Esta limitación temporal y de recursos puede resultar en una menor propensión a buscar financiamiento externo ambicioso o a percibir sus negocios como lo suficientemente grandes o formales para requerir crédito bancario. Investigaciones realizadas en varios países de la región indican que las mujeres empresarias a menudo priorizan la flexibilidad horaria para compatibilizar roles, lo que puede llevarlas a optar por negocios de menor escala con necesidades de una inversión inicial más baja, un factor que explicaría esta menor demanda percibida de crédito fiscal. Esta autolimitación, inducida socialmente por los roles de género, posee un impacto directo en la demanda agregada de crédito por parte de este segmento empresarial, lo que suele llevar a que sus emprendimientos permanezcan en la subsistencia o con bajo potencial de crecimiento.

Adicionalmente, la falta de educación financiera emerge como otro obstáculo relevante que limita la capacidad de las mujeres para acceder al crédito (Azar, Lara y Mejía, 2018; Hasan, Le y Hoque, 2021). Con frecuencia, muchas mujeres empresarias poseen un conocimiento limitado sobre productos financieros y términos asociados con el crédito, lo que dificulta su comprensión de las opciones disponibles y puede conducir a decisiones financieras subóptimas (Andriamahery y Qamruzzaman, 2022). Esta carencia educativa puede contribuir a una menor demanda de crédito por su parte y a una mayor preferencia por servicios no financieros, como la capacitación y la asesoría (Andrade et al., 2023). Sin embargo, aunque muchas mujeres emprendedoras perciben que carecen de conocimientos en educación financiera, las investigaciones revisadas demuestran que, en realidad, suelen estar más informadas de lo que ellas mismas creen.

De hecho, su conocimiento financiero puede ser superior al de sus contrapartes hombres, ya que tienden a ser más cautelosas y meticulosas en la gestión de sus recursos y en la toma de decisiones económicas para sus hogares y negocios (Andriamahery y Qamruzzaman, 2022; Auricchio et al., 2021; Fonseca et al., 2012). Esto sugiere una posible subestimación de sus propias capacidades financieras, lo cual podría influir en que las empresarias se acerquen menos al sistema financiero.

Las mujeres suelen experimentar menores niveles de confianza al momento de solicitar financiamiento, lo que frecuentemente resulta en su autoexclusión del sistema financiero formal. Esta falta de confianza se encuentra vinculada tanto a experiencias de discriminación generales, como a percepciones negativas, dentro y fuera de los sistemas bancarios, sobre su capacidad para cumplir con compromisos financieros (Banca de las Oportunidades y CAF, 2024). Esto causa que las mujeres subestimen sus habilidades y capacidades para administrar un negocio o manejar las finanzas (Morsy, 2020; Ortiz Espínola, 2022). A su vez, esa falta de confianza puede inducir una renuencia a solicitar crédito, alimentada por el temor al rechazo o por la percepción de no cumplir con los criterios necesarios para obtener un préstamo (Morsy, El-Shal y Woldemichae, 2019). En Argentina, esta autoexclusión se manifiesta en una menor proporción de empresas de mujeres que poseen cuentas bancarias en comparación con las de los hombres, lo que sugiere una mayor reticencia de las mujeres a participar en el sistema financiero formal (Auguste y Galetto, 2020).

Esta autoexclusión, vinculada con una percepción de discriminación -independientemente de su ocurrencia objetiva-, tiene un impacto directo y negativo en la demanda de crédito. Si las mujeres anticipan un trato injusto o mayores obstáculos, es menos probable que inicien el proceso de solicitud (Banco Mundial, 2020). Además, muchas mujeres perciben que los hombres tienen una ventaja inherente en el acceso al financiamiento, y creen que sus solicitudes son tomadas más en serio o que se les exigen menos requisitos. Esta creencia puede erosionar su confianza y llevarlas a retirarse de la competencia por recursos financieros, incluso cuando sus perfiles de negocio son sólidos.

Es importante resaltar que la demanda se configura no solo por aquello que se requiere, sino también por lo que se cree que se puede obtener o manejar, lo que nuevamente remite a factores de autopercepción y confianza. El diseño de productos financieros por parte de las instituciones a menudo no considera estas finalidades específicas o las escalas operativas de muchas empresas de mujeres, lo cual termina llevando a un desajuste que deprime la demanda efectiva.

## Factores de oferta

Aunque el presente estudio se orienta principalmente hacia los factores que influyen en el acceso al crédito y en su percepción por parte de las mujeres empresarias, se considera fundamental incluir una revisión de ciertos aspectos de la oferta que, si bien no se analizan en profundidad en el marco de este análisis, permiten contextualizar mejor las barreras estructurales que limitan el financiamiento para las mujeres. Por lo tanto, esta sección no busca describir exhaustivamente el funcionamiento de las instituciones financieras, sino más bien visibilizar las dinámicas del mercado que afectan la equidad en el acceso al crédito.

Los factores de oferta del crédito comprenden condiciones, políticas y procesos implementados por los proveedores de servicios financieros, como bancos, cooperativas de crédito, instituciones microfinancieras y *fintech* (Almeyda Stemper, 1996; Bezboruah y Pillai, 2015; Pavlova y Gvetadze, 2023; Pingali et al., 2023). Estos factores –que incluyen tanto sistemas automatizados como decisiones tomadas directamente por oficiales de crédito– desempeñan un papel fundamental en la disponibilidad del crédito y en su acceso para diversos grupos demográficos (Howell et al., 2024; OCDE y Comisión Europea, 2021). Aunque estos mecanismos son percibidos como objetivos o neutros, están lejos de serlo, ya que reproducen desigualdades estructurales que afectan de manera desproporcionada a las mujeres empresarias –desde los criterios para la aprobación de préstamos hasta las tasas de interés aplicadas en caso de aprobación (Alecchi, 2020; Malmström, Johansson y Wincent, 2017; Malmström y Wincent, 2018).

Un ejemplo de ello son los sistemas automatizados utilizados en la evaluación crediticia, que suelen considerarse herramientas inherentemente neutras y, en teoría, exentas de sesgos humanos debido a su dependencia de datos y algoritmos. Sin embargo, en la práctica estos sistemas no eliminan el sesgo; por el contrario, reproducen y amplifican las desigualdades presentes en los datos históricos que los alimentan. Un caso ilustrativo es el de los algoritmos tradicionales que analizan historiales crediticios, los cuales tienden a asignar puntuaciones más bajas a personas sin acceso regular al sistema financiero formal, lo que afecta desproporcionadamente a las mujeres. Esto se debe a que muchas mujeres desarrollan sus actividades en la economía informal y enfrentan barreras estructurales para integrarse plenamente al sistema financiero formal. De manera similar, los modelos avanzados de inteligencia artificial, diseñados para calcular el riesgo crediticio, perpetúan desigualdades estructurales al privilegiar factores como los ingresos estables y la propiedad de activos, que suelen ser más comunes en sectores tradicionalmente dominados por hombres.

Esto penaliza a las mujeres empresarias que trabajan en sectores históricamente subrepresentados, como la agricultura o el comercio informal, donde los ingresos no siempre están documentados de manera formal. Al priorizar criterios como la estabilidad laboral formal, estos modelos no solo pasan por alto las particularidades económicas y laborales de las mujeres empresarias, sino que refuerzan las brechas de género en el acceso al crédito.

Si bien las instituciones financieras implementan procesos estandarizados, no puede asumirse que estos estén libres de sesgos de género, ya que la aprobación o el rechazo de las solicitudes de crédito dependen en gran medida de la intervención de los oficiales de crédito (Brock y De Haas, 2023). Las decisiones humanas también desempeñan un papel crucial en el acceso al crédito y a menudo introducen sesgos –conscientes o inconscientes– en la evaluación crediticia (Kahneman, 2011). Esto revela la complejidad de la interacción entre la supuesta objetividad de los procesos automatizados y la subjetividad inherente a las percepciones humanas en la valoración crediticia (Arraiz et al., 2022; Piras, Presbitero y Rabbellotti, 2013). De hecho, la evidencia existente indica que los sesgos –incluidos los de género– están presentes incluso en situaciones que parecen ser neutrales, como la toma de decisiones sobre la asignación de créditos.

Por ejemplo, diversos estudios han evidenciado que los oficiales de crédito, o quienes interpretan los resultados de los modelos automatizados o tienen la facultad de tomar decisiones de manera independiente, tienden a confiar menos en los pedidos de crédito realizados por mujeres empresarias, en gran medida debido a prejuicios de género basados en estereotipos sociales. En Argentina, mujeres empresarias han reportado la percepción de que las instituciones financieras diseñan productos desde una perspectiva predominantemente masculina y que los oficiales de crédito confían más en emprendimientos de hombres, otorgándoles mayores montos de financiamiento (Auguste y Galetto, 2020).

Resulta fundamental resaltar que esta desigualdad no se basa únicamente en las percepciones de mujeres empresarias, sino también en estudios empíricos que han demostrado que las mujeres empresarias enfrentan una probabilidad significativamente mayor de que sus solicitudes de crédito no sean aprobadas, aun cuando las condiciones y características de sus empresas, así como del pedido de préstamo, sean idénticas a las de sus pares hombres. Un estudio en Chile reveló que las mujeres empresarias tienen un 18% menos de probabilidades de que sus solicitudes de préstamo sean aprobadas, incluso cuando son idénticas a las de los hombres.

Estos prejuicios sistémicos limitan el acceso equitativo al crédito y perpetúan desigualdades económicas entre hombres y mujeres (Brock y De Haas, 2023; Ongena y Popov, 2016).

En conjunto, los sesgos cognitivos y las percepciones erróneas presentes en el sistema bancario pueden constituir una barrera considerable, limitando el acceso de las mujeres al crédito en igualdad de condiciones que los hombres, y creando una brecha de desventaja sistematizada para las mujeres.

La tendencia de los asesores de crédito a asociar a las mujeres con perfiles de ingresos bajos y a los hombres con perfiles de ingresos altos puede derivar en un mayor índice de rechazo de solicitudes de crédito realizadas por mujeres, incluso cuando cuenten con un historial crediticio sólido (De Andrés, Gimeno y Mateos de Cabo, 2021). Asimismo, los oficiales bancarios pueden tomar decisiones basadas en información sesgada o en prejuicios de género, por ejemplo, al percibir una menor capacidad de pago en las empresarias. Esto suele traducirse en la imposición de requisitos de garantía más estrictos o en la exigencia de garantías adicionales, especialmente en el caso de empresas de mujeres que son nuevas en el mercado. Con frecuencia, estas mujeres carecen de activos o propiedades que puedan ofrecer como garantía para obtener un préstamo, lo que las coloca en una clara desventaja frente a los empresarios hombres (Value for Women, 2017).

Estas exigencias son especialmente problemáticas en contextos como el colombiano, donde más de la mitad de los préstamos (51%) requiere algún tipo de garantía y el valor del colateral solicitado equivale al 165,4% del monto total del crédito (Banco Mundial, 2017). Además, el 26% de las empresas de mujeres en el país identifica las condiciones desfavorables -incluidos los altos requerimientos de colateral- como una de las principales razones para no solicitar un crédito (Banco Mundial, 2023). De este modo, las barreras de acceso no solo se manifiestan en el momento de la aprobación del crédito, sino también desde la etapa previa de solicitud, perpetuando así un ciclo de exclusión financiera.

Adicionalmente, la existencia de condiciones crediticias diferenciadas según el género es otra representación de estas desigualdades. Las mujeres no solo enfrentan mayores obstáculos para acceder al crédito, sino que, una vez aprobado, reciben montos menores y enfrentan tasas de interés más elevadas. Un informe del Banco de la República de Colombia (2023) revela que los montos promedio desembolsados a mujeres son un 15,9% más bajos que aquellos otorgados a los hombres.

Los requisitos basados en el historial crediticio representan asimismo una barrera crítica. Como señala Miller (2003), quienes logran construir y mantener un buen historial cuentan con mayores probabilidades de acceder a montos de financiamiento más altos. Sin embargo, muchas mujeres empresarias suelen recurrir a fuentes informales de financiamiento –como ahorros propios o préstamos informales–, lo cual limita su capacidad de establecer un historial crediticio sólido dentro del sistema financiero formal. Diversos estudios han encontrado también que las mujeres tienen un 5,9% más de probabilidad de usar préstamos informales para inversiones en sus negocios (Suwanprasert, 2024).

Esta preferencia por el uso de esquemas informales puede estar relacionada, en parte, con la limitada disponibilidad de productos financieros diseñados en función de las necesidades específicas de las mujeres empresarias, lo cual representa otro determinante clave de las brechas observadas desde el lado de la oferta. En muchas jurisdicciones, los servicios ofertados para micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) de mujeres, especialmente en áreas rurales o sectores informales, son limitados y en su mayoría inadecuados. Esta situación responde a una falta de segmentación adecuada de clientes en el diseño de productos, que impide una personalización real de los servicios financieros con enfoque de género (Alliance for Financial Inclusion, 2023).

Finalmente, es fundamental resaltar que el acceso al crédito por parte de las mujeres empresarias está inextricablemente ligado a una serie de factores de demanda, los cuales reflejan tanto características individuales como patrones de comportamiento que inciden en la decisión de las empresarias de buscar financiamiento. En consecuencia, los sesgos –conscientes o inconscientes– permean las decisiones a nivel institucional y sistémico, lo que demuestra la existencia de prejuicios profundamente arraigados en el sistema financiero que restringen el acceso al crédito para las mujeres (Brock y De Haas, 2023; Ongena y Popov, 2016). Esto destaca la importancia de abordar estas problemáticas tanto en el ámbito institucional como en el cultural.

# FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS DE MUJERES EN COLOMBIA

## HALLAZGOS DE UNA ENCUESTA APLICADA



## Metodología del estudio



La metodología utilizada para la “Encuesta de necesidades financieras de mujeres empresarias y emprendedoras en Colombia” se diseñó de manera rigurosa, incorporando aprendizajes de encuestas previas implementadas en Argentina y en Uruguay (Auguste y Galetto, 2020; Azar et al., 2024). El enfoque metodológico se estructuró en etapas para garantizar la fiabilidad y la validez de los resultados obtenidos (Babbie, 2013; Behr, 2014). Esta sección ofrece un breve resumen de la metodología utilizada para el presente estudio (cuadro 1); para un detalle más exhaustivo, véase el anexo II.

### CUADRO 1. RESUMEN DEL ESTUDIO

|  |   |
|--|---|
| Nombre o referencia del proyecto             | Encuesta de necesidades financieras de mujeres empresarias y emprendedoras en Colombia.   |
| Objetivo                                     | Generar información que contribuya a mejorar las políticas de apoyo y financiamiento dirigidas a las empresas de mujeres, a partir del análisis de las características y necesidades en materia de acceso al crédito o al financiamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas del país.   |
| Población objetivo                           | i) Mujeres propietarias de empresas, y ii) mujeres con puestos de liderazgo y propiedad mínima en empresas.   |
| Cobertura                                    | Nacional  |
| Tamaño de la muestra                         | De un total de 1.222 empresas participantes, se consideraron 1.123 empresas de mujeres, tras aplicar filtros de calidad.  |
| Perfil del participante                      | Mujeres empresarias y emprendedoras.  |
| Técnica de recolección de datos <sup>a</sup> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Encuestas telefónicas: Centro Nacional de Consultoría, S.A.</li><li>• Difusión virtual: Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Fondo Mujer Libre y Productiva, e IDOM.</li></ul>   |
| Cuestionario                                 | Se elaboró un cuestionario que tomó como referencia los utilizados por el BID en encuestas similares realizadas en Argentina y Uruguay. Además, se incorporaron aspectos e indicadores adicionales considerados relevantes a partir de los hallazgos de la fase inicial del estudio. El cuestionario fue piloteado y tuvo una duración promedio de 35 minutos. En el anexo I se presenta el cuestionario utilizado. |

**CUADRO 1. RESUMEN DEL ESTUDIO (continuación)**

|                                   |                                    |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| <b>Fechas de trabajo de campo</b> | 13 de marzo al 30 de julio de 2023 |
| <b>Tipos de incentivos</b>        | Formato entrevista: sin incentivos |

*Fuente:* Elaboración propia.

\* La técnica de recolección de datos se basó en encuestas telefónicas y difusión virtual donde se incluyó un apartado que indicaba que los resultados serían únicamente para los fines de este estudio, de acuerdo con la Ley 1581 de 2012. En el marco de la difusión virtual se realizó la recolección de datos de cinco encuestas presenciales en la ciudad de Florencia, Caquetá, durante un evento del Día de la Mujer organizado por el Fondo Mujer Libre y Productiva.

## Definición de las categorías de estudio

La primera etapa consistió en la definición de las categorías de estudio, con el objetivo de estructurar el cuestionario de manera coherente (Lietz, 2010). Estas categorías se diseñaron para abordar aspectos esenciales de la realidad empresarial de las mujeres en Colombia, incluyendo la caracterización de las propietarias, su acceso al crédito y sus conocimientos financieros. El cuestionario se fundamentó en modelos previamente implementados en Argentina y en Uruguay, y fue ajustado a las especificidades locales (Auguste y Galetto, 2020; Azar et al., 2024).

## Diseño muestral y difusión

En la segunda etapa, se llevó a cabo el diseño muestral y la difusión de la encuesta para su implementación. En el caso de Colombia, la única fuente de información que presentaba un panorama nacional completo en términos de propiedad de las empresas –desagregado por sexo– fue el Registro Único Empresarial y Social (RUES) de la Red de Cámaras de Comercio (Confecámaras). Con lo cual, en colaboración con el Fondo Mujer Libre y Productiva, se utilizó dicha base de datos para identificar empresas en las que la mayoría del capital social fuera propiedad de mujeres.<sup>2</sup> Este universo, compuesto por 79.477 empresas, fue delimitado utilizando como criterio la propiedad del capital social de la empresa por parte de una o más mujeres, y posteriormente segmentado para asegurar una muestra representativa. Así, la encuesta se dividió en seis áreas o regiones: Andina, Caribe e Insular, Orinoquía y Amazónica, Pacífica, la ciudad de Bogotá y el departamento de Antioquia. Si bien estas dos últimas no son regiones, debido a su concentración del tejido empresarial, fueron categorizadas como tales.

<sup>2</sup> De acuerdo con la definición estándar y con lo establecido por la Ley 2069 de 2020, conocida como ley de emprendimiento de Colombia (Carranza, Dhakal y Love, 2018; Martínez Novoa, 2020), y considerando además la información disponible en las fuentes de información de las cámaras de comercio, en esta investigación se definió a las empresas de mujeres como aquellos negocios o proyectos empresariales en los que más del 50% de las acciones, participaciones o derechos societarios se encuentran bajo la titularidad de mujeres.

Una vez elaborada, la encuesta se implementó en dos formatos: presencial y virtual. Para las encuestas presenciales, se subcontrató a un operador especializado que cubriera las zonas periféricas. Las encuestas virtuales, gestionadas por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Fondo Mujer Libre y Productiva y una firma consultora contratada para su implementación (IDOM), se focalizaron en Bogotá y Antioquia debido a la concentración de empresas en estas áreas. Para fomentar la participación en la encuesta virtual, se realizó un seminario web que permitió recibir respuestas de diversas regiones, que fueron integradas en el análisis regional.

## Recolección y análisis de datos

Se implementaron un total de 1.222 encuestas, que incluyeron una pregunta específica para verificar la propiedad y el liderazgo de las empresas. Esto permitió identificar y excluir 99 empresas que no cumplían con los criterios establecidos de liderazgo y propiedad, lo que resultó en una muestra final de 1.123 empresas de mujeres, con un margen de error nacional del 2,8%.

## Estructura de la encuesta

El cuestionario constó de 78 preguntas, distribuidas estratégicamente según las categorías de estudio definidas. Se emplearon diversos tipos de preguntas, incluyendo opciones de respuesta única, múltiple, escalas de Likert y preguntas abiertas, con el fin de con el fin de capturar integralmente la diversidad manera integral la diversidad de aspectos relacionados con la actividad empresarial de las mujeres en Colombia.

# FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS DE MUJERES EN COLOMBIA

## HALLAZGOS DE UNA ENCUESTA APLICADA



## Resultados de la encuesta

En esta sección, se presentan los hallazgos más relevantes del estudio realizado entre empresas de mujeres de Colombia, en relación con su perfil, experiencia y preferencias de demanda financiera.

Los resultados se organizaron en tres partes principales: *i)* la caracterización de la muestra, que apunta a ofrecer una descripción representativa de las mujeres empresarias y emprendedoras, y sus empresas en el país, *ii)* la experiencia de las encuestadas sobre la demanda y el acceso al crédito, así como acerca del financiamiento de las empresas que lideran o de las cuales son propietarias, y *iii)* la percepción de las encuestadas sobre el crédito y sus propios conocimientos financieros. Estos hallazgos no solo proporcionan una visión detallada de las características y los desafíos que enfrentan las mujeres empresarias en Colombia, sino que también ofrecen dos contribuciones principales. En primer lugar, destacan las oportunidades y áreas de mejora para fomentar un entorno empresarial más inclusivo y equitativo en el país y en la región. En segundo lugar, brindan a la oferta la oportunidad de conocer las experiencias de la demanda (es decir, las mujeres empresarias) con respecto a sus servicios, y de entender el modo en que los perciben.

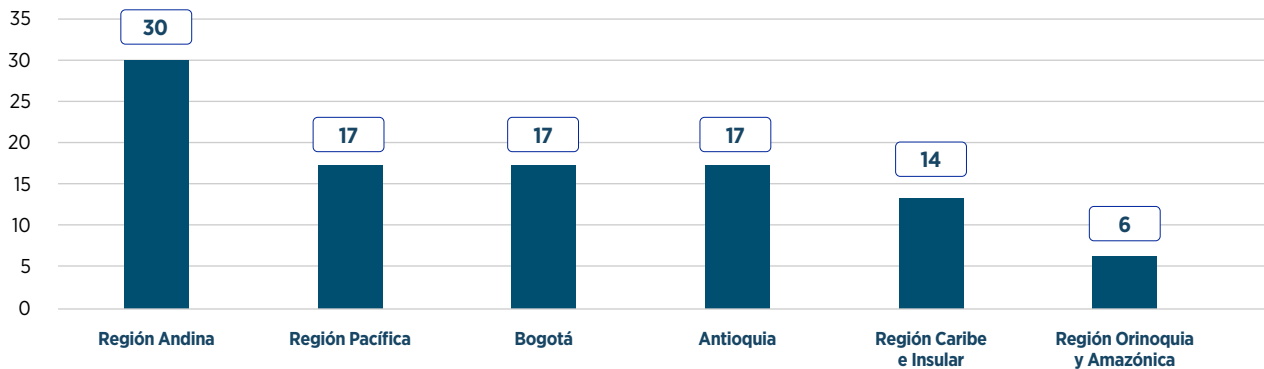
### Caracterización de la muestra

A continuación, se presentan datos generales que permiten caracterizar a las mujeres empresarias y emprendedoras que respondieron a la encuesta, así como un cuadro financiero de las 1.123 empresas que lideran o de las que son propietarias. En su conjunto, la información proporciona una visión descriptiva sobre las empresas de mujeres en Colombia.

## Caracterización de las mujeres encuestadas y de sus empresas

Aunque la encuesta se realizó a nivel nacional, es importante resaltar que el 80% de las respuestas provienen de mujeres emprendedoras localizadas en las regiones Andina y Pacífica, así como en Antioquia y Bogotá, mientras que el 20% restante proviene de las regiones Caribe e Insular, y Orinoquía y Amazónica (gráfico 1). Si bien esta distribución permite identificar diferencias y similitudes en las empresas de mujeres a lo largo del país, los resultados descriptivos y las inferencias deben interpretarse considerando esta distribución regional.

**GRÁFICO 1. DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA “ENCUESTA DE NECESIDADES FINANCIERAS DE MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS EN COLOMBIA”, 2023 (EN PORCENTAJE)**

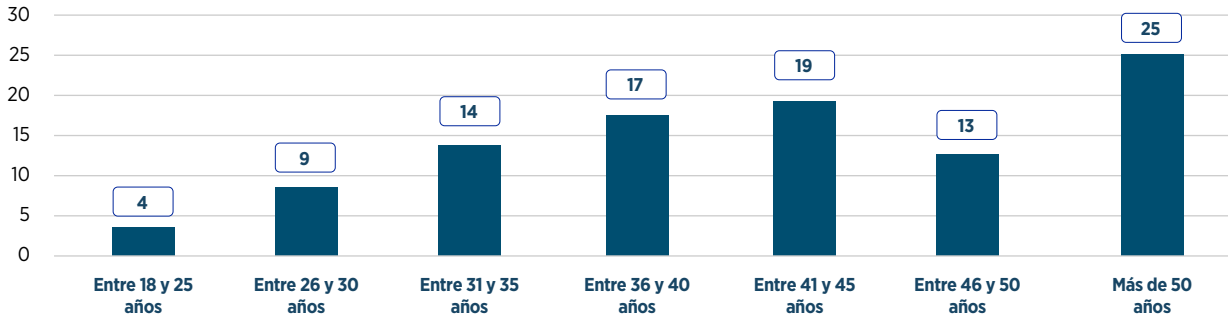


Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende un total de 1.123 empresas de mujeres.

En términos descriptivos, el 57% de las encuestadas tiene más de 41 años, mientras que el 44% se encuentra entre los 18 y los 40 años (gráfico 2). Esta distribución etaria sugiere que la madurez y la experiencia acumulada a lo largo de los años pueden ser factores determinantes en el éxito y la sostenibilidad de los negocios de mujeres (Zafar y Khan, 2013; Zhao et al., 2021). Al mismo tiempo, el hecho de que el 75% de la muestra se concentre en el rango etario inferior a los 50 años evidencia que la mayoría de las mujeres empresarias son relativamente jóvenes. Este patrón de edad está en consonancia con el promedio mundial y refleja una creciente participación de mujeres en emprendimientos desde etapas tempranas de su vida (Coughlin y Thomas, 2002; Elam, Hughes y Samsami, 2023).

**GRÁFICO 2. DISTRIBUCIÓN ETARIA DE LAS MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS ENCUESTADAS, 2023 (EN PORCENTAJE)**

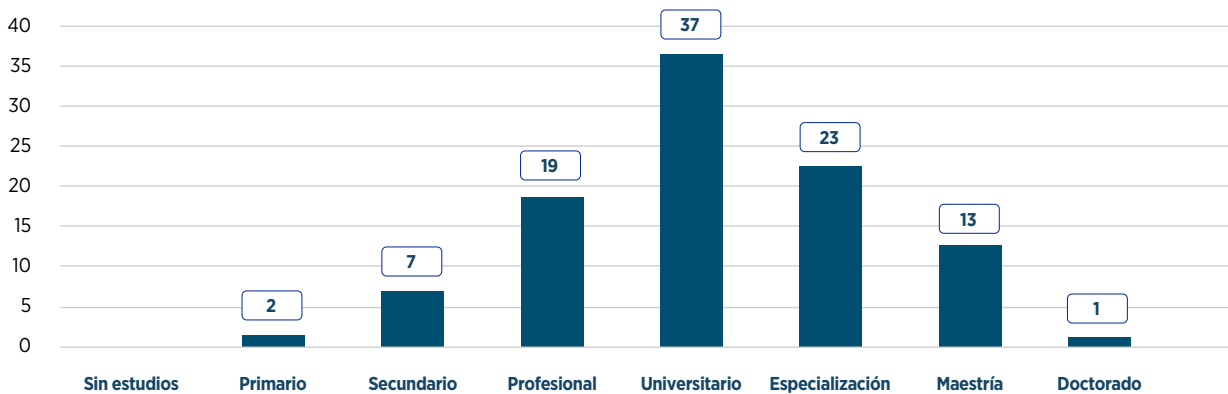


Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende un total de 1.123 empresas de mujeres. La pregunta consignada en la encuesta fue: “¿Qué edad tiene la persona responsable/ propietaria de la empresa?” (con respuesta única).

En cuanto al nivel educativo, la encuesta encontró que el 93% de las mujeres empresarias y emprendedoras cuenta con educación superior (tecnicura profesional, carrera universitaria, especialización, maestría o doctorado). En tanto, hay una menor representación de encuestadas con educación primaria o secundaria (gráfico 3). Esto sugiere que la educación superior de las mujeres podría desempeñar un papel fundamental en su acceso a los recursos y en su preparación para iniciar y gestionar negocios (Vadnjaj y Vadnjaj, 2023). Así también, esta distribución subraya la importancia de desarrollar estrategias de apoyo y formación para las empresas de mujeres en Colombia. Las empresarias cuentan con niveles de formación y experiencia que pueden ser potenciados mediante programas específicos de actualización y adquisición de nuevas habilidades (Financial Alliance for Women, 2023).

**GRÁFICO 3. DISTRIBUCIÓN EDUCATIVA DE LAS MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS ENCUESTADAS, 2023 (EN PORCENTAJE)**

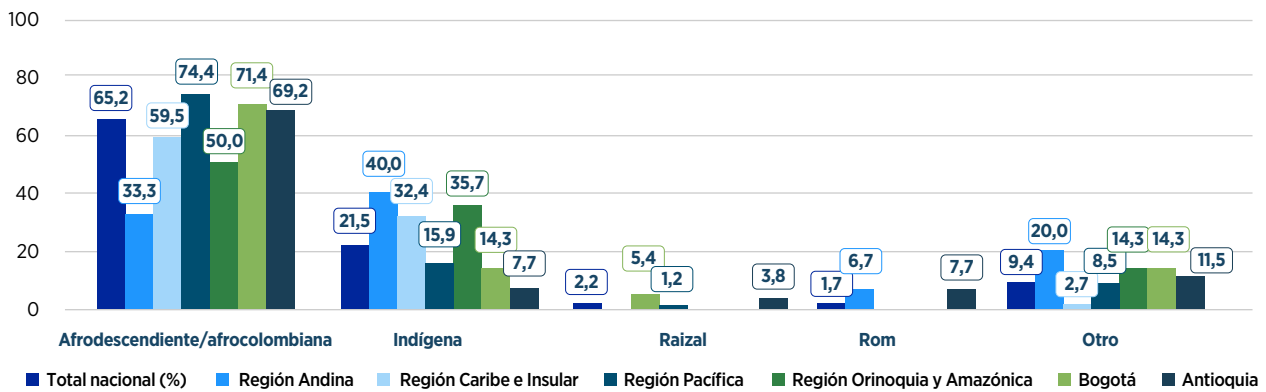


Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende un total de 1.123 empresas de mujeres. La pregunta consignada en la encuesta fue: “¿Cuál es su nivel educativo más alto alcanzado?” (con respuesta única).

La autoidentificación étnica añade otra dimensión importante para entender la distribución empresarial de las mujeres encuestadas. De estas, únicamente el 16% se autoidentificó con algún grupo étnico. De ese porcentaje, el 65,2% se identificó como afrodescendiente/afrocolombiana; el 21,5%, como indígena; el 2,2%, como raizal; el 1,7%, como rom, y el 9,4%, como de otras etnias (gráfico 4). La región Pacífica, Bogotá y Antioquia tienen las cifras más altas de empresarias afrodescendientes/afrocolombianas, mientras que las empresarias indígenas se concentraron en la región Andina, seguida por la de Orinoquía y Amazonía. Esta distribución resalta la necesidad de reunir datos adicionales para profundizar en las necesidades específicas de diversos grupos, como los de mujeres indígenas y afrocolombianas. Además, destaca la importancia de incorporar una perspectiva interseccional en el desarrollo de políticas y programas de apoyo financieros a emprendedoras en Colombia.

**GRÁFICO 4. IDENTIFICACIÓN ÉTNICA DE LAS EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS ENCUESTADAS, POR REGIÓN, 2023 (EN PORCENTAJE)**

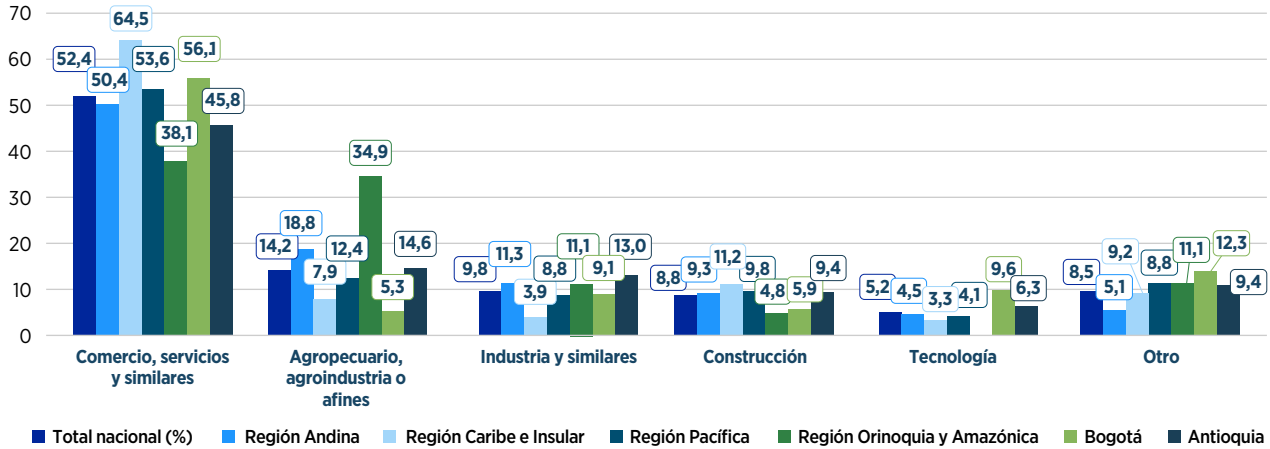


Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende 181 mujeres empresarias y emprendedoras que afirmaron pertenecer a grupos étnicos. La pregunta consignada en la encuesta fue: “¿Se identifica con alguna de las siguientes etnias?” (con respuesta única).

En Colombia, a nivel nacional, el 76,4% de las empresas propiedad de mujeres o lideradas por ellas se concentra en tres sectores principales: comercio, servicios y similares (52,4%); agropecuario, agroindustria o afines (14,2%), e industria y similares (9,8%) (gráfico 5).

**GRÁFICO 5. DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DE LAS EMPRESAS DE MUJERES EN COLOMBIA, POR REGIÓN, 2023 (EN PORCENTAJE)**

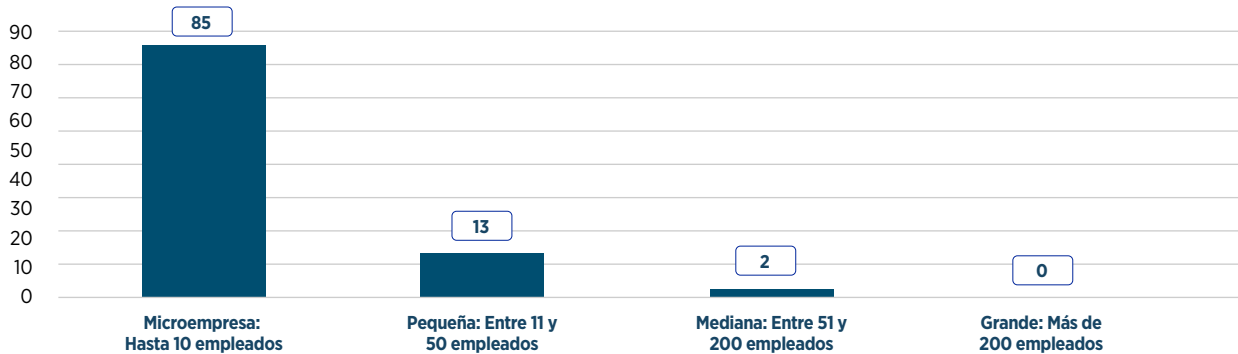


Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende un total de 1.123 empresas de mujeres. La pregunta consignada en la encuesta fue: “¿Cuál es el sector al que pertenece la empresa?” (con respuesta única).

Dentro de las empresas de mujeres encuestadas predominan las microempresas (85%), que cuentan con hasta 10 empleados; seguidas por las pequeñas empresas (13%), que tienen entre 11 y 50 empleados, y por las medianas empresas (2%), con 51 a 200 empleados (gráfico 6). Esta distribución demuestra que la mayoría de las empresarias y emprendedoras se desempeña en el ámbito de las microempresas, lo que evidencia una alta prevalencia de negocios de pequeña escala en el panorama empresarial de mujeres. Ese predominio de las microempresas destaca la importancia de apoyar su crecimiento y desarrollo, ya que representan la mayoría de las empresas de mujeres en el país. Esto podría incluir la capacitación en habilidades de gestión y la promoción de oportunidades de financiamiento adaptadas a sus necesidades, así como políticas que fomenten el desarrollo de empresas más grandes por parte de las mujeres. De este modo, se crearía un entorno favorable para el crecimiento empresarial femenino y se eliminarían las barreras estructurales (Andriamahery y Qamruzzaman, 2022).

**GRÁFICO 6. TAMAÑO DE LAS EMPRESAS DE MUJERES EN COLOMBIA, POR NÚMERO DE EMPLEADOS, 2023 (EN PORCENTAJE)**



Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende un total de 1.123 empresas de mujeres. La pregunta consignada en la encuesta fue: “¿Cuál es el tamaño de la empresa? (según número de empleados)” (con respuesta única).

## Experiencia de las mujeres empresarias y emprendedoras en el acceso al crédito

El acceso al financiamiento es de vital importancia para el crecimiento y la sostenibilidad de los emprendimientos y las empresas, especialmente en el caso de aquellos que son de propiedad de mujeres o están liderados por ellas (Giglio, 2021; Ongena y Popov, 2016). En Colombia, las mujeres empresarias enfrentan desafíos específicos que afectan su capacidad para obtener financiamiento y, por ende, para desarrollar sus negocios (Del Valle, 2021; Polania Fonseca, 2021). En esta sección se presenta un análisis descriptivo sobre su experiencia en cuanto a la demanda de acceso a financiamiento. Las barreras identificadas no solo limitan el crecimiento individual de las empresarias, sino que también impactan negativamente en la economía en general, al restringir el potencial de desarrollo de un segmento significativo del mercado empresarial (Alecchi, 2020).

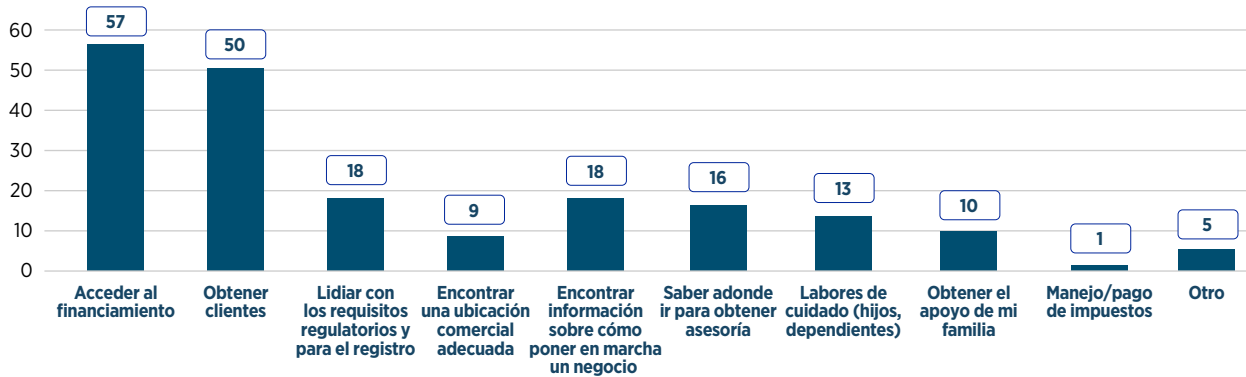
### Principales desafíos en el acceso al financiamiento

Los datos de la encuesta revelan que el 57% de las mujeres empresarias y emprendedoras encuestadas identificó el acceso al financiamiento como una de las principales dificultades para desarrollar su negocio, seguido por la obtención de clientes (50%), y el cumplimiento de los requisitos regulatorios y de registro (18%). Además, muchas resaltaron como obstáculos frecuentes la falta de información clara sobre cómo iniciar un negocio (18%), dónde obtener asesoría (16%) y cómo cumplir con los requisitos regulatorios (18%) (gráfico 7).

La identificación del acceso al crédito como la principal problemática para las empresas de mujeres resalta la urgencia de diseñar soluciones financieras inclusivas y accesibles. La dificultad en la consecución de clientes destaca la necesidad de fortalecer las estrategias de *marketing* y ventas dirigidas a mujeres empresarias. Además, la complejidad en el cumplimiento de requisitos regulatorios sugiere que es crucial simplificar y transparentar estos procesos. Implementar mecanismos de difusión de herramientas informativas proporcionadas por las cámaras de comercio regionales, así como utilizar la Ventanilla Única Empresarial para proporcionar información detallada y accesible, puede ayudar a mitigar estas barreras. También es esencial una mayor divulgación de los programas de fomento empresarial con enfoques de género,<sup>3</sup> adaptados a las diferentes fases de madurez empresarial, para apoyar de manera integral a las mujeres emprendedoras.

<sup>3</sup> El enfoque de género se refiere al diseño e implementación de políticas e iniciativas que buscan reducir las desigualdades de género en el acceso a los recursos financieros, reconociendo y abordando las barreras estructurales que enfrentan las mujeres (Konietzko, 2021). Estas estrategias promueven una distribución equitativa de oportunidades, garantizando que las intervenciones fomenten la inclusión y fortalezcan la participación de mujeres en actividades económicas y emprendedoras (Andrade et al., 2023; Halabisky et al., 2023). Por ejemplo, programas que ofrecen líneas de crédito con condiciones favorables para mujeres emprendedoras o iniciativas de capacitación financiera enfocadas en reducir las brechas de género en la gestión empresarial (Financial Alliance for Women, 2023).

**GRÁFICO 7. PRINCIPALES DESAFÍOS PARA PONER EN MARCHA EMPRESAS DE MUJERES, 2023 (EN PORCENTAJE)**



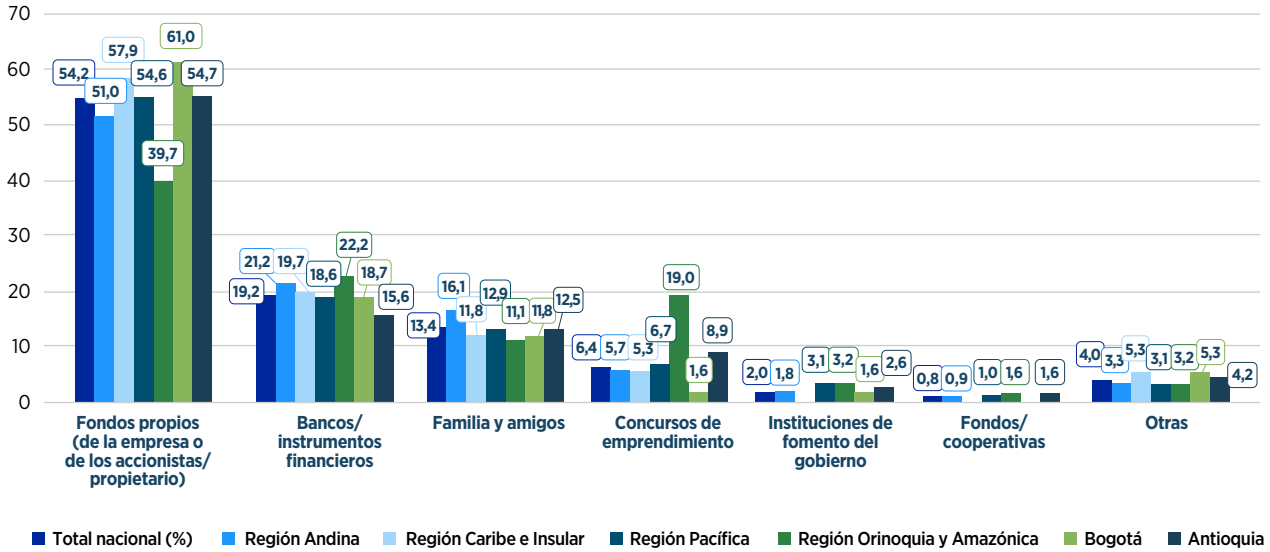
Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende un total de 1.123 empresas de mujeres. La pregunta consignada en la encuesta fue: “¿Cuáles fueron los principales desafíos para poner en marcha/assumir la responsabilidad de la empresa?” (con respuesta múltiple).

En cuanto a las fuentes de financiamiento, se identificaron tres métodos principales que representan el 86% de los recursos financieros a los cuales las mujeres empresarias reportaron recurrir. Estos incluyen fondos propios (54,2%), bancos e instrumentos financieros (19,2%), y crédito proveniente de familiares y amigos (13,4%) (gráfico 8). La prevalencia de fondos propios como principal fuente de financiamiento –especialmente en regiones como Antioquia, Bogotá, Caribe e Insular, y Pacífica– sugiere una mayor dependencia de recursos internos en estas áreas. Esta tendencia puede indicar limitaciones en el acceso a financiamiento externo o una preferencia por evitar endeudamiento (De Andrés, Gimeno y Mateos de Cabo, 2021).

En contraste, las mujeres empresarias de la región Orinoquía y Amazónica se destacan por un uso más frecuente de bancos e instrumentos financieros (22,2%), aunque esta fuente de crédito es menos preferida a nivel nacional. Esta diferencia regional en las fuentes de financiamiento puede reflejar variaciones en la disponibilidad de servicios financieros y en la confianza hacia las instituciones bancarias. Además, la recurrencia al crédito de familiares y amigos (13,4%) subraya la importancia de las redes personales como un recurso financiero crucial para las mujeres empresarias, especialmente en contextos donde otras formas de financiamiento son menos accesibles o confiables. Estas observaciones resaltan la necesidad de fortalecer los sistemas financieros e implementar programas de acercamiento a los bancos, así como fomentar la confianza en las instituciones bancarias para diversificar las opciones de financiamiento disponibles para las mujeres.

**GRÁFICO 8. FUENTES DE FINANCIAMIENTO, POR REGIÓN, 2023 (EN PORCENTAJE)**



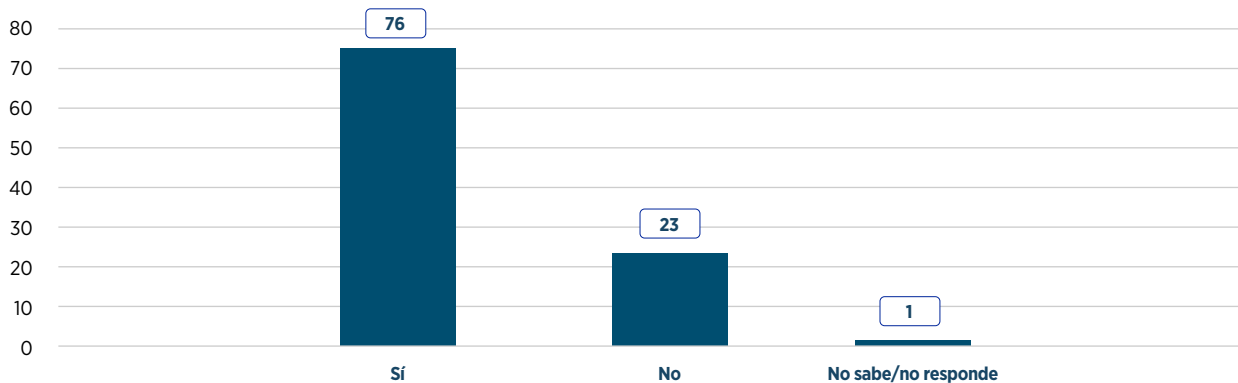
Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende un total de 1.123 empresas de mujeres. La pregunta consignada en la encuesta fue: “¿Cuál fue la principal fuente de financiamiento en los últimos tres años?” (con respuesta única).

## Proyectos de inversión y solicitudes de préstamos

La mayoría de las mujeres empresarias y emprendedoras encuestadas a nivel nacional (76%) manifestó que la falta de recursos financieros le impidió realizar proyectos de inversión en los últimos tres años (gráfico 9). Este dato subraya una barrera significativa para el crecimiento y el desarrollo de las empresas de mujeres. En este contexto, se plantea la necesidad de diseñar e implementar políticas públicas y facilidades en el sector bancario que atiendan específicamente las necesidades financieras de estos grupos. Tales políticas podrían incluir la flexibilización de los requisitos para obtener préstamos y la creación de programas de financiamiento adaptados a las realidades de las mujeres empresarias.

**GRÁFICO 9. EMPRESAS CON PROYECTOS DE INVERSIÓN NO REALIZADOS POR FALTA DE RECURSOS, 2023 (EN PORCENTAJE)**



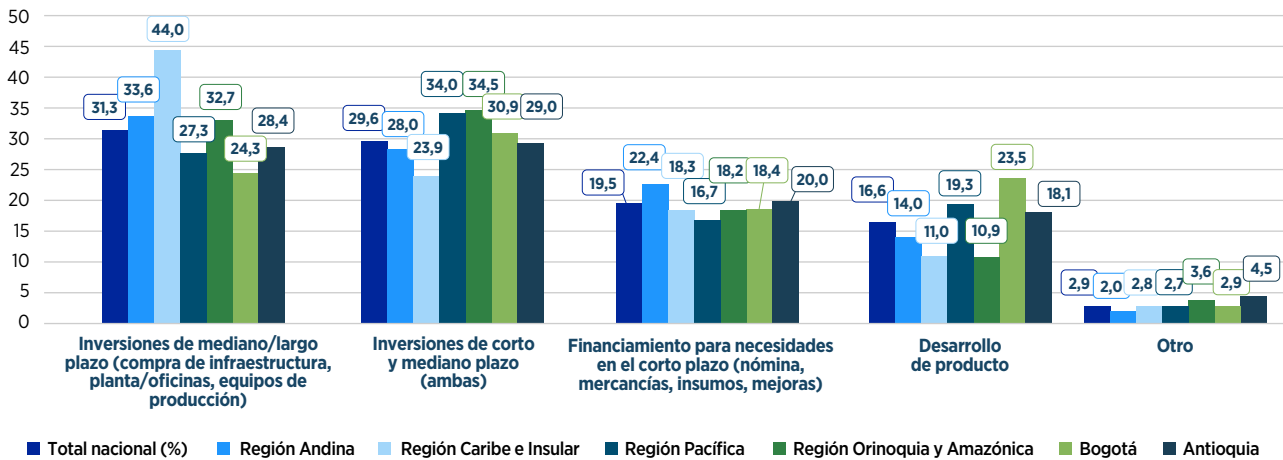
Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende un total de 1.123 empresas de mujeres. La pregunta consignada en la encuesta fue: “En los últimos tres años, ¿la empresa tenía proyectos de inversión que no pudo desarrollar por falta de recursos?” (con respuesta única).

En cuanto al propósito de los proyectos de inversión que tenían las mujeres empresarias, pero que no pudieron realizar por falta de recursos, el 31,3% correspondía a iniciativas de mediano y largo plazo. A su vez, el 29,6% de las empresarias indicó que requería financiamiento tanto para inversiones de corto como de mediano y largo plazo. Por último, un 19,5% señaló necesidades exclusivamente de corto plazo (gráfico 10).

Si bien esta pregunta indagaba sobre las inversiones no concretadas debido a no contar con financiamiento, los resultados demuestran una tendencia considerable hacia proyectos de inversión que tenían orientación a la ampliación de la capacidad productiva, la adquisición de equipos de producción o la actualización de activos, entre otros. Sin embargo, por factores no abordados en esta encuesta, las mujeres empresarias no lograron acceder al financiamiento, lo que imposibilitó la realización de sus proyectos de inversiones.

**GRÁFICO 10. PLAZO Y DESTINO DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN QUE NO PUDIERON REALIZARSE POR FALTA DE RECURSOS, POR REGIÓN, 2023 (EN PORCENTAJE)**

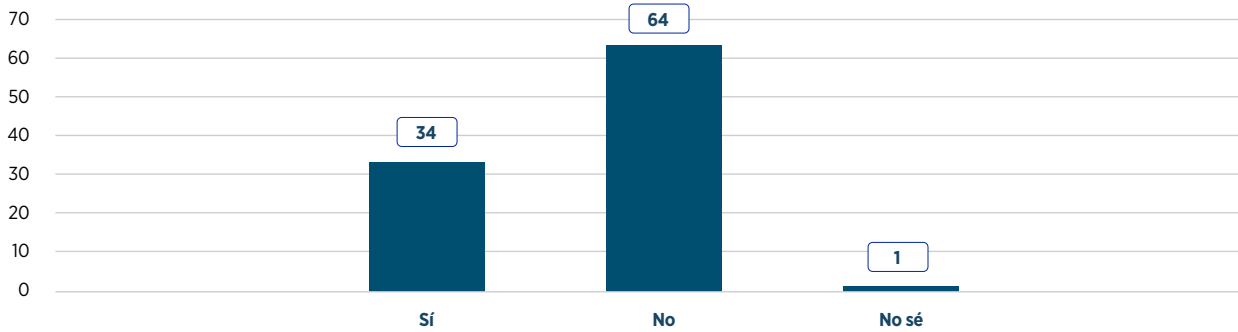


Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende 855 empresas de mujeres con proyectos de inversión que no lograron llevar a cabo por falta de recursos. La pregunta consignada en la encuesta fue: "¿Cuál era el destino del proyecto de inversión?" (con respuesta única).

En relación con la solicitud de líneas de crédito por parte de empresas de mujeres, se identifican varios factores que inciden en esta decisión. Un porcentaje notable (64%) reportó no haber solicitado préstamos en los últimos tres años (gráfico 11). Esta abstención podría deberse a diversas razones; entre ellas, la percepción de dificultades para acceder al crédito, el temor al endeudamiento o la preferencia por financiar sus operaciones con recursos propios (Singh, 2021). La falta de solicitudes de crédito también podría reflejar una desconfianza hacia las instituciones financieras o una falta de conocimiento sobre las opciones de financiamiento disponibles (Ng'Wengo et al., 2018). Este comportamiento resalta la necesidad de implementar tanto estrategias que mejoren la accesibilidad a los servicios financieros y la percepción sobre estos, como programas educativos que informen a las empresarias y emprendedoras sobre las ventajas y posibilidades del financiamiento externo para el crecimiento y la sostenibilidad de sus negocios.

**GRÁFICO 11. EMPRESAS QUE SOLICITARON PRÉSTAMOS BANCARIOS, 2023 (EN PORCENTAJE)**



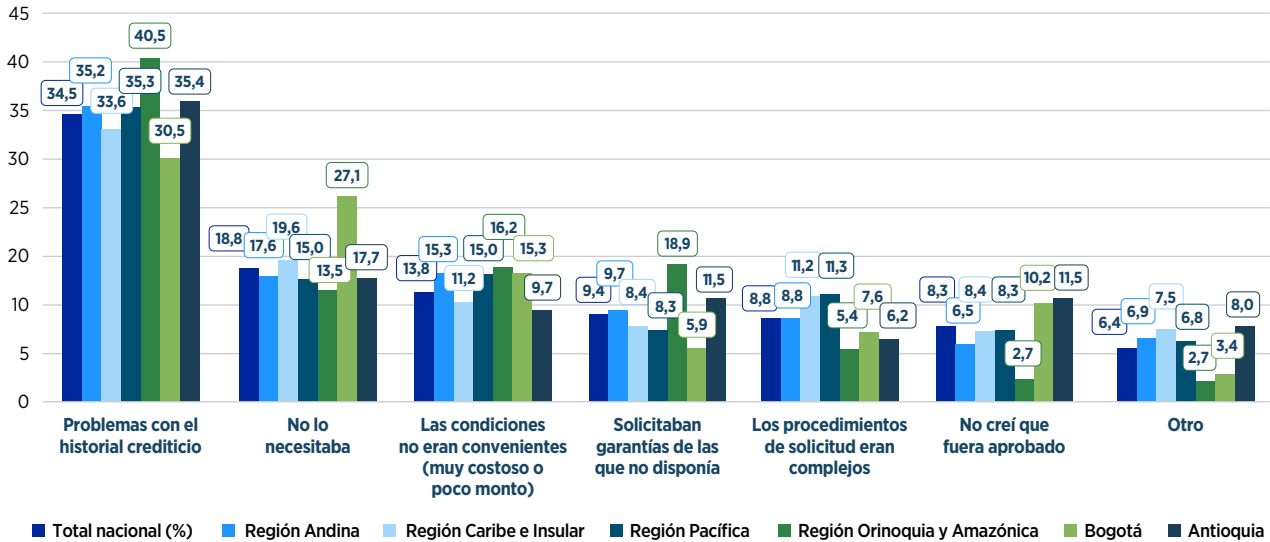
Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende un total de 1.123 empresas de mujeres. La pregunta consignada en la encuesta fue: “En los últimos tres años, ¿la empresa pidió algún préstamo bancario? (si pidió más de un préstamo, piense en el más importante)” (con respuesta única).

Del total de mujeres empresarias y emprendedoras que no solicitaron préstamos bancarios, el 34,5% mencionó que la razón principal se debió a problemas con su historial crediticio (gráfico 12). En Bogotá, este porcentaje fue ligeramente menor, con un 30,5%. Esto sugiere que las empresarias enfrentan importantes desafíos relacionados con sus historiales crediticios, lo que impide su acceso a financiamiento formal. Además, un 18,8% indicó que no necesitaba el préstamo, con Bogotá destacándose nuevamente con el mayor porcentaje en esta categoría (27,1%). Este dato refleja que una proporción sustancial de empresarias puede estar autofinanciando sus negocios o evitando el endeudamiento debido a una falta de necesidad percibida o a contar con otros recursos disponibles. El 13,8% de las empresarias que no solicitaron créditos señaló que las condiciones de los préstamos no eran convenientes, mientras que un 18,2% intentó solicitarlos, pero se vio impedida por no cumplir con las garantías exigidas o por encontrar los procedimientos demasiado complejos. Estos datos evidencian que las condiciones ofrecidas por las instituciones financieras no siempre se alinean con las capacidades y necesidades de las empresarias y emprendedoras, y que los procedimientos burocráticos pueden ser un obstáculo considerable (Ferraro et al., 2011).<sup>4</sup>

<sup>4</sup> La región Orinoquía y Amazónica presenta errores muestrales superiores al 10%, lo que podría introducir sesgos en los resultados de la encuesta, especialmente en preguntas con baja tasa de respuesta.

**GRÁFICO 12. RAZONES POR LAS QUE LAS MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS NO SOLICITARON PRÉSTAMOS BANCARIOS, POR REGIÓN, 2023 (EN PORCENTAJE)**



Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende 724 empresas de mujeres que no solicitaron préstamos. La región Orinoquia y Amazónica presenta errores muestrales superiores al 10%, lo que podría introducir sesgos en los resultados de la encuesta, especialmente en preguntas con baja tasa de respuesta. En esta región, la pregunta fue respondida por 37 empresas, lo cual representa el 59% de la región y el 3% del total de la muestra. La pregunta consignada en la encuesta fue: "¿Cuáles fueron las principales razones por las que este establecimiento no solicitó ninguna línea de crédito o préstamo?" (con respuesta única).

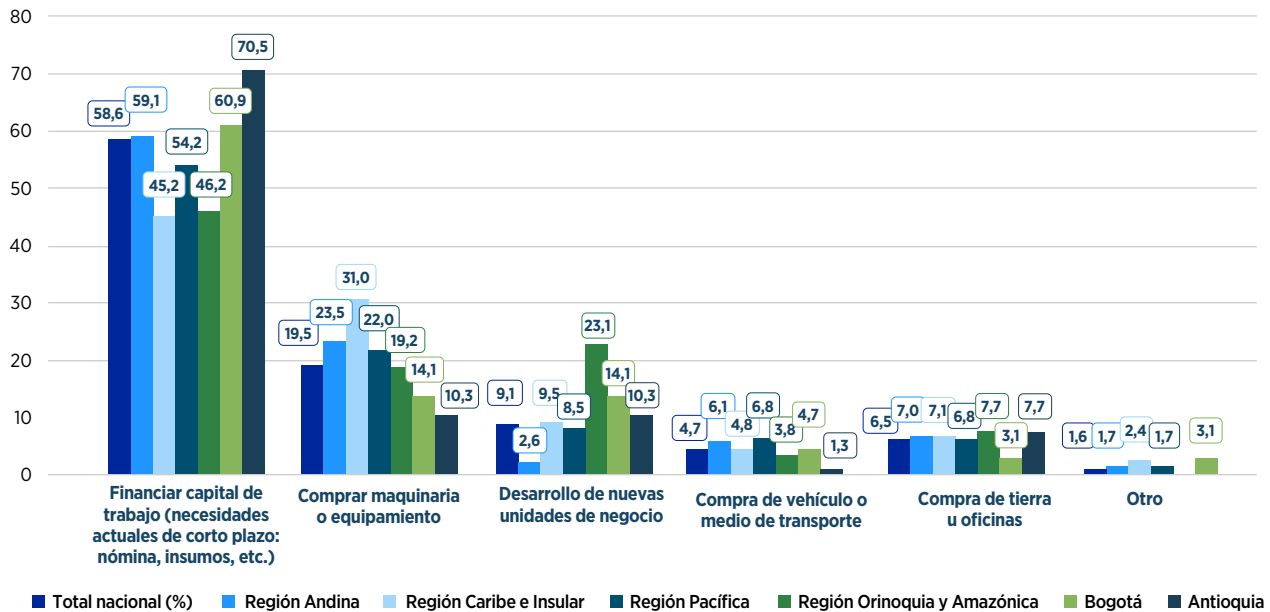
En los casos en que las mujeres empresarias sí solicitaron préstamos, los propósitos fueron variados y reflejan diferentes necesidades operativas y de crecimiento. Los resultados muestran que el 58,6% de las encuestadas solicitó préstamos para financiar capital de trabajo, así como para cubrir necesidades de corto plazo como nóminas, insumos y otras operaciones diarias (gráfico 13). Antioquia se destaca como la región con mayores solicitudes de este tipo (70,5%), seguida por Bogotá (60,9%). Esto sugiere que, en estas regiones, las mujeres empresarias y emprendedoras encuentran más facilidades de acceso al financiamiento para cubrir sus necesidades operativas inmediatas.

Por otro lado, el 19,5% de las encuestadas solicitaron préstamos para la compra de maquinaria o equipamiento, con una alta concentración en las regiones Caribe e Insular (31,0%), y Andina (23,5%). La inversión en maquinaria y equipamiento en estas regiones sugiere que las mujeres empresarias y emprendedoras están enfocadas en mejorar su capacidad productiva, lo que puede incrementar su competitividad y eficiencia operativa a mediano y largo plazo.

Además, el 9,1% de las mujeres empresarias reportó haber buscado financiamiento para desarrollar nuevas unidades de negocio, principalmente en Bogotá (14,1%), seguida por Antioquia (10,3%) y la región Caribe e Insular (9,5%). El interés por desarrollar nuevas unidades de negocio en estas regiones refleja un fuerte deseo de expansión y diversificación.

Por último, el 4,7% de las mujeres empresarias reportó haber solicitado préstamos para la compra de vehículos o medios de transporte, destacando la necesidad de mejorar la logística y la movilidad de sus negocios. Esto es particularmente importante para empresas que buscan expandir su alcance geográfico y mejorar la eficiencia de sus operaciones.<sup>5</sup>

**GRÁFICO 13. PROPÓSITO DEL PRÉSTAMO BANCARIO REQUERIDO, POR REGIÓN, 2023 (EN PORCENTAJE)**



Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende 384 empresas de mujeres que solicitaron préstamos. La región Orinoquia y Amazónica presenta errores muestrales superiores al 10%, lo que podría introducir sesgos en los resultados de la encuesta, especialmente en preguntas con baja tasa de respuesta. En esta región, la pregunta fue respondida por 26 empresas, lo cual representa el 41% de la región y el 2% del total de la muestra. La pregunta consignada en la encuesta fue: "¿Con qué finalidad pidió el préstamo?" (con respuesta única).

Aunque no está del todo claro si las mujeres empresarias y emprendedoras solicitan préstamos para ciertos propósitos específicos o si sus decisiones están condicionadas por la oferta de financiamiento disponible, el análisis de las solicitudes de préstamos revela una notable diversidad en los propósitos de dichos préstamos, lo que refleja la variedad de desafíos que enfrentan. Si bien el 58,6% de las encuestadas requirió financiamiento para necesidades de corto plazo, como la nómina y los insumos, un 28,6% se enfocó en la adquisición de maquinaria y equipamiento o en el desarrollo de nuevas unidades de negocio. Esto indica que, además de las necesidades inmediatas, existe un segmento considerable de empresarias que busca invertir en mejoras estructurales y expansión, lo cual puede reportar beneficios a largo plazo (Halabisky et al., 2023). Este comportamiento diverso en la solicitud de préstamos resalta la importancia de diseñar políticas y programas de financiamiento que aborden tanto las necesidades operativas inmediatas como las aspiraciones de crecimiento y desarrollo a largo plazo de las mujeres empresarias (Pavlova y Gvetadze, 2023).

<sup>5</sup> Véase la nota al pie 4.

Resulta especialmente revelador comparar los propósitos de inversión de las encuestadas que recibieron financiamiento (gráfico 13) con los propósitos de inversión de aquellas que no pudieron llevar a cabo sus proyectos por falta de recursos (gráfico 10). Los resultados de la encuesta ponen en evidencia una paradoja: las mujeres que necesitaban financiamiento para inversiones a mediano plazo (31,3%, reflejados en el gráfico 10) no pudieron materializarlas por falta de acceso al crédito, mientras que quienes obtuvieron financiamiento (58,6%, reflejados en el gráfico 13) lo destinaron a capital de trabajo o necesidades a corto plazo. Esto indica una brecha significativa entre las necesidades reales de financiamiento de las mujeres empresarias y los tipos de préstamos a los que efectivamente logran acceder.<sup>6</sup>

En cuanto a los montos de los préstamos bancarios a los que accedieron las mujeres empresarias y emprendedoras, los resultados arrojan que el 64% requirió préstamos relativamente bajos. El 17,7% de las encuestadas solicitó menos de Col\$ 10.000.000 y el 46,4% solicitó entre Col\$ 10.000.000 y Col\$ 50.000.000, destacándose Antioquia y las regiones Caribe e Insular, y Pacífica con el 52,6%, el 47,6% y el 47,5%, respectivamente (gráfico 14). Esto parece indicar que muchas de las empresas buscan apoyo financiero para cubrir necesidades de capital de trabajo o realizar inversiones de menor envergadura, tal como se señaló antes.

Aproximadamente el 11,2% de las mujeres empresarias solicitó préstamos por más de Col\$ 200.000.000, mientras que las regiones Andina y Pacífica lideraron esta tendencia con el 14,8% y el 11,9%, respectivamente. Este dato podría indicar que algunas empresarias tienen proyectos de expansión o inversiones relevantes que requieren un decisivo financiamiento en estas regiones. Las solicitudes de préstamos en el rango de Col\$ 100.000.001 a Col\$ 200.000.000 (6,5%), y aquellas superiores a Col\$ 200.000.000 (11,2%), representan oportunidades importantes para el crecimiento empresarial en estos segmentos.<sup>7</sup>

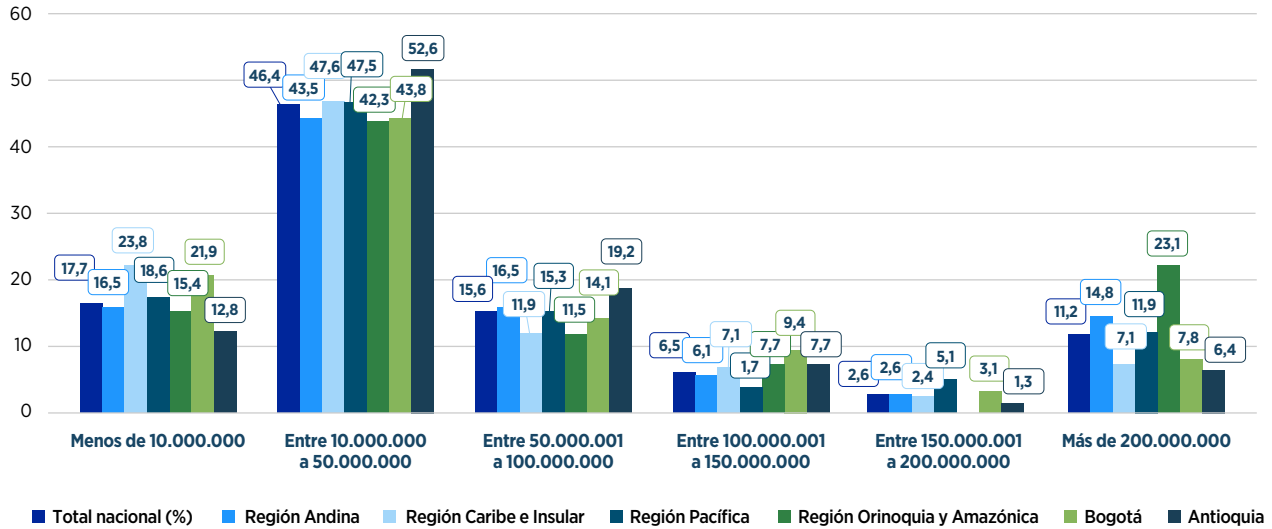
Sin embargo, en relación con el propósito de los préstamos, no se tiene claridad sobre si estos montos corresponden a las cantidades que realmente solicitaron las mujeres empresarias y emprendedoras, o si son los fondos que las instituciones financieras aprobaron en función de sus sistemas de puntuación crediticia.

---

<sup>6</sup> Es importante señalar que las bases de datos utilizadas para estas preguntas son diferentes, lo cual puede afectar la comparabilidad directa de los resultados. No obstante, esta comparación permite visualizar una discrepancia clara entre los planes de inversión de las mujeres empresarias y la realidad del financiamiento obtenido, subrayando la necesidad de ajustar las políticas de crédito para alinearlas mejor con las aspiraciones y necesidades de las mujeres emprendedoras.

<sup>7</sup> Véase la nota al pie 4.

**GRÁFICO 14. MONTO DE LA SOLICITUD DEL PRÉSTAMO, POR REGIÓN, 2023 (EN PORCENTAJE Y PESOS COLOMBIANOS)**



Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende 384 empresas de mujeres que solicitaron préstamos. La región Orinoquia y Amazónica presenta errores muestrales superiores al 10%, lo que podría introducir sesgos en los resultados de la encuesta, especialmente en preguntas con baja tasa de respuesta. En esta región, la pregunta fue respondida por 26 empresas, lo cual representa el 41% de la región y el 2% del total de la muestra. La pregunta consignada en la encuesta fue: "¿Con qué finalidad pidió el préstamo?" (con respuesta única).

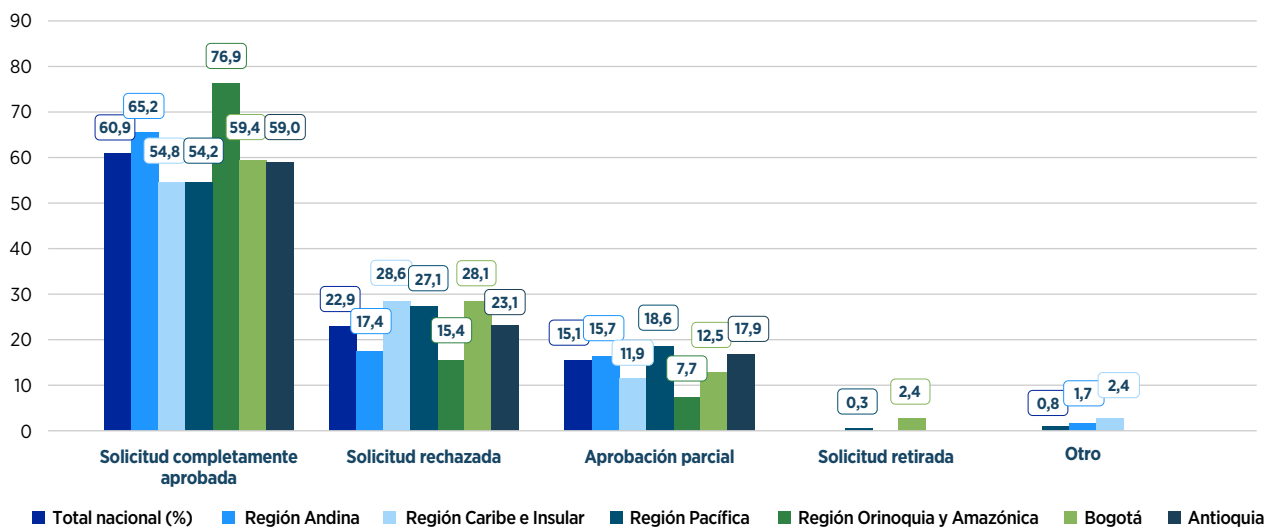
## Resultados de las solicitudes de préstamos

Respecto de los resultados de las solicitudes de préstamo bancario presentadas por empresas de mujeres en Colombia, la mayoría de los requerimientos (60,9%) fue aprobado en su totalidad. Destacan la región Andina, con un 65,2%, y Antioquia y Bogotá, con un 59,4% y un 59,0%, respectivamente (gráfico 15). Sin embargo, al considerar la totalidad de las empresas de mujeres encuestadas –incluidas aquellas que no solicitaron crédito–, el porcentaje general de aprobación desciende al 21%. Esto sugiere que, si bien la mayoría de las solicitudes procesadas fueron exitosas, una proporción considerable de empresarias no está logrando acceder al financiamiento que necesita. Ante esta situación, es esencial que las entidades bancarias de primer y segundo piso, junto con las entidades de fomento empresarial, trabajen conjuntamente en la oferta de servicios no financieros. Estos servicios deberían incluir programas de preparación y asesoría para mejorar las tasas de aprobación y proporcionar apoyo adicional a las empresas cuyas solicitudes fueron rechazadas o aprobadas parcialmente. Al mismo tiempo, es necesario revisar los procesos de evaluación crediticia, ya que estos podrían estar otorgando un peso desproporcionado a factores a los que las mujeres tienen un acceso limitado en comparación con los hombres (como el historial laboral, los rangos salariales elevados, el acceso a garantías, entre otros).

Los resultados de las solicitudes de préstamos bancarios también revelan que, según los datos de la encuesta, el 22,9% de las solicitudes fue rechazado, con la región Caribe e Insular a la cabeza (28,6%), seguida por Bogotá (28,1%) y la región Pacífica (27,1%). Esto demuestra que un segmento significativo de empresas de mujeres enfrenta dificultades para obtener financiamiento a través de préstamos bancarios.

Por último, el 15,1% de las solicitudes recibió una aprobación parcial –con las regiones Pacífica (18,6%), Antioquia (17,9%) y Andina (15,7%) como las más afectadas–, lo cual indica que, aunque estas empresas no obtuvieron el monto completo solicitado, lograron acceder a una parte del financiamiento requerido.<sup>8</sup>

**GRÁFICO 15. RESULTADO DE LA SOLICITUD DE PRÉSTAMO, POR REGIÓN, 2023 (EN PORCENTAJE)**



Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende 384 empresas de mujeres que solicitaron préstamos. La región Orinoquia y Amazónica presenta errores muestrales superiores al 10%, lo cual podría sesgar los resultados de la encuesta, especialmente en preguntas con baja tasa de respuesta. En esta región, la pregunta fue respondida por 26 empresas, lo cual representa el 41% de la región y el 2% del total de la muestra. La pregunta consignada en la encuesta fue: “¿Cuál fue el resultado de la solicitud del préstamo?” (con respuesta única).

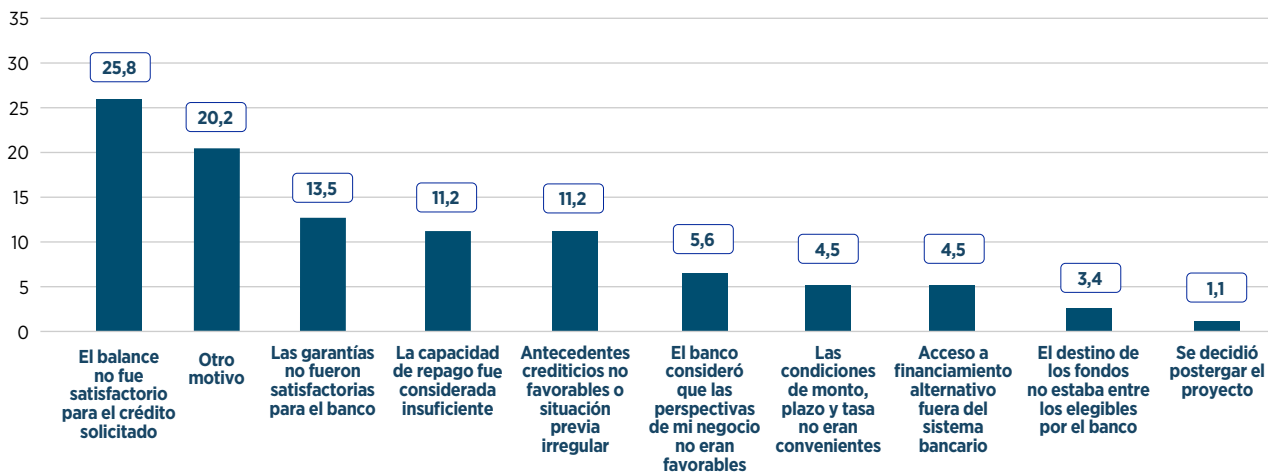
Al analizar las razones por las cuales las mujeres empresarias recibieron rechazos a sus solicitudes de préstamos bancarios o bien decidieron retirarlas, se observa que, a nivel nacional, la causa principal fue que el balance financiero no fue satisfactorio para el crédito solicitado (25,8%). El 13,5% de las solicitudes fueron rechazadas porque las garantías presentadas no resultaron satisfactorias para el banco. Seguidamente, y en proporciones iguales (en ambos casos 11,2%), las solicitudes fueron rechazadas porque las entidades financieras consideraron que la capacidad de repago de la empresa era insuficiente, y porque algunas empresas tenían antecedentes crediticios desfavorables o irregulares (gráfico 16).

<sup>8</sup> La región Orinoquia y Amazónica presenta errores muestrales superiores al 10%, lo cual podría sesgar los resultados de la encuesta, especialmente en preguntas con baja tasa de respuesta. En esta región, la pregunta fue respondida por 26 empresas, lo que representa el 41% de la región y el 2% del total de la muestra.

Cabe aclarar que las instituciones financieras evalúan la capacidad de repago de las empresas, así como sus antecedentes crediticios, el nivel de ingresos y la situación económica general, para asegurar que estas puedan cumplir con los pagos del préstamo (Malmström et al., 2024; Marlow y Swail, 2014).

Otros resultados indican que las condiciones del monto, el plazo y la tasa no eran convenientes para las empresarias, o que las empresas obtuvieron financiamiento alternativo fuera del sistema bancario (4,5%, respectivamente). Esto podría indicar que algunas empresas encontraron soluciones de financiamiento en otras fuentes, como recursos personales, inversionistas privados, fondos de capital de riesgo, programas gubernamentales o prestamistas (Banco Mundial, SME Finance Forum y CFI, 2017). Este hallazgo resalta la importancia de fortalecer la capacidad de las empresas para cumplir con los estándares financieros y crediticios, así como la necesidad de explorar soluciones de financiamiento alternativas cuando las opciones bancarias no son viables (Andriamahery y Qamruzzaman, 2022). En este contexto, las entidades de fomento empresarial del gobierno podrían desempeñar un papel crucial al proporcionar apoyo y asesoramiento a las empresas con problemas de historial crediticio, ayudándolas a mejorar su perfil crediticio y a obtener condiciones más favorables para acceder al financiamiento (Azar, Lara y Mejía, 2018).

**GRÁFICO 16. RAZONES POR LAS CUALES LAS MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS RECIBIERON RECHAZOS A SUS SOLICITUDES DE PRÉSTAMOS BANCARIOS O BIEN DECIDIERON RETIRARLAS, 2023 (EN PORCENTAJE)**



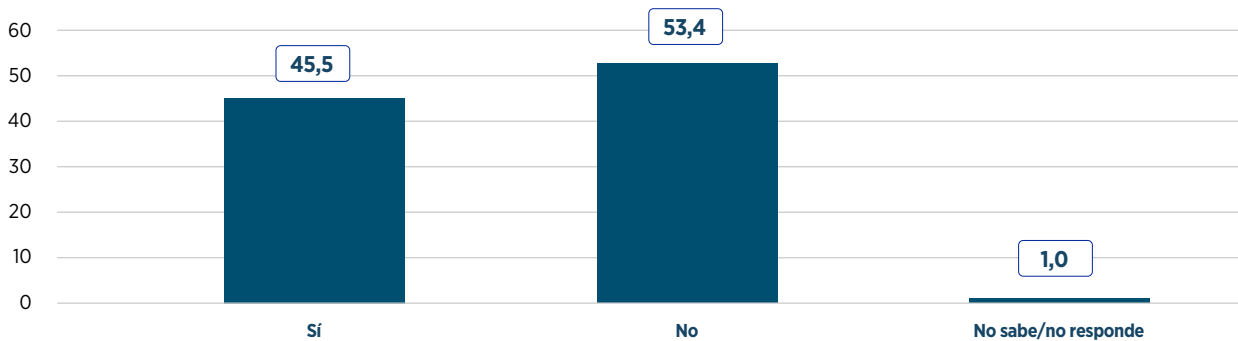
Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende 89 empresas de mujeres que retiraron su solicitud de préstamo o les fue rechazada. La pregunta consignada en la encuesta fue: "¿Por qué considera que fue rechazada la solicitud de crédito o, en su defecto, por qué fue retirada?" (con respuesta única).

Por otra parte, el análisis de las empresas de mujeres que obtuvieron préstamos revela una tendencia importante a nivel nacional. En el 53,4% de los casos, las empresarias no tuvieron que presentar ninguna garantía para la aprobación de un crédito, mientras que en el 45,5% de los casos, sí se les exigió una (gráfico 17). Esta disparidad indica que, aunque la mayoría de las empresarias pudo acceder al financiamiento sin necesidad de garantías, una porción considerable aún enfrenta este requisito como una barrera. Sin embargo, la ausencia de solicitud de garantía también puede estar relacionada con que las mujeres reciben financiamientos por montos inferiores.

La variación respecto de los requisitos de garantía puede reflejar diferencias en las políticas de las instituciones financieras o en la percepción del riesgo asociado a cada empresa (Halabisky et al., 2023). Es importante que las políticas de préstamo sean transparentes y equitativas para garantizar que todas las mujeres empresarias y emprendedoras tengan oportunidades justas de acceso al financiamiento. En este sentido, la existencia de una porción significativa de empresarias que no requirieron garantías sugiere que hay margen para flexibilizar aún más los requisitos de acceso al crédito, lo que podría ampliar las oportunidades de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres (PNUD, 2024).

**GRÁFICO 17. MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS A LAS QUE SE LES SOLICITARON GARANTÍAS PARA RECIBIR EL PRÉSTAMO REQUERIDO, 2023 (EN PORCENTAJE)**



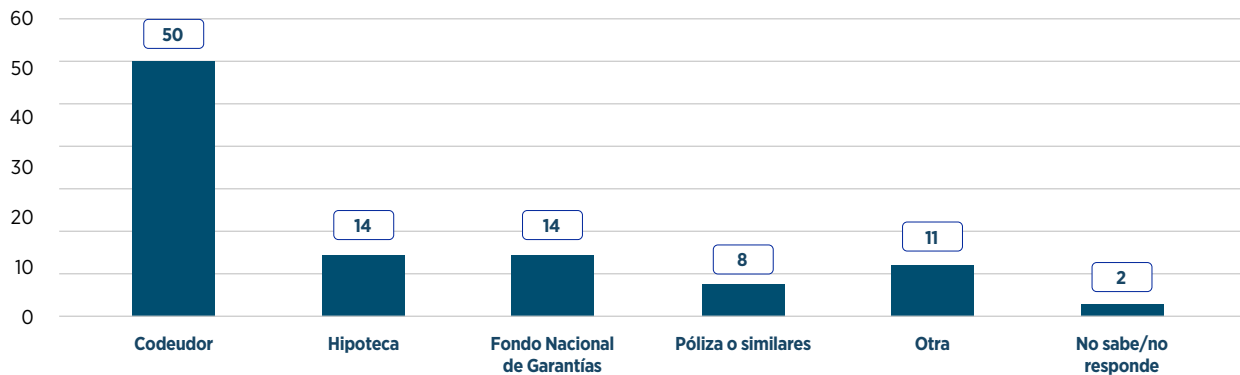
Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende 292 empresas de mujeres que obtuvieron aprobaciones parciales o totales a sus solicitudes de préstamo. La pregunta consignada en la encuesta fue: “¿Le pidieron garantía? (hace referencia al compromiso o mecanismo para asegurar el cumplimiento de una obligación de pago; los más comunes son: prenda, hipoteca, fianza, codeudor, entre otros)” (con respuesta única).

De las empresas a las que se les solicitaron garantías, el método más común utilizado fue la exigencia de codeudores, que representó el 50% de las garantías en esta muestra. Además, se identificaron dos categorías adicionales de garantías, que abarcan en conjunto el 28% del total nacional: “Hipoteca” y “Fondo Nacional de Garantías” (gráfico 18). En particular, la garantía proporcionada por el Fondo Nacional de Garantías se destaca como una alternativa de gran peso, lo cual subraya la importancia de fortalecer las alianzas entre las entidades bancarias y las instituciones de fomento, tanto a nivel regional como nacional, para facilitar el acceso de las empresas a estos respaldos financieros.

Así también, la alta prevalencia de la garantía de codeudores sugiere que muchas mujeres empresarias y emprendedoras aún dependen en gran medida de terceros para asegurar algún tipo de financiamiento, lo que podría estar revelando limitaciones en la capacidad de las empresas para ofrecer garantías propias. Por otro lado, el uso del Fondo Nacional de Garantías como una herramienta de respaldo financiero resalta la necesidad de fomentar políticas que promuevan su utilización y mejoren su accesibilidad. Esto puede incluir campañas de información y programas de capacitación para que las empresarias logren aprovechar mejor estos recursos. La colaboración entre bancos y entidades de fomento puede ser crucial para optimizar las condiciones de acceso al financiamiento y apoyar el crecimiento sostenible de las empresas de mujeres.

**GRÁFICO 18. TIPO DE GARANTÍA SOLICITADA A LAS MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS PARA RECIBIR EL PRÉSTAMO, 2023 (EN PORCENTAJE)**



Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende 133 empresas de mujeres a las que les solicitaron garantías para otorgarles préstamos. La pregunta consignada en la encuesta fue: "¿Cuál fue la garantía?" (con respuesta única).

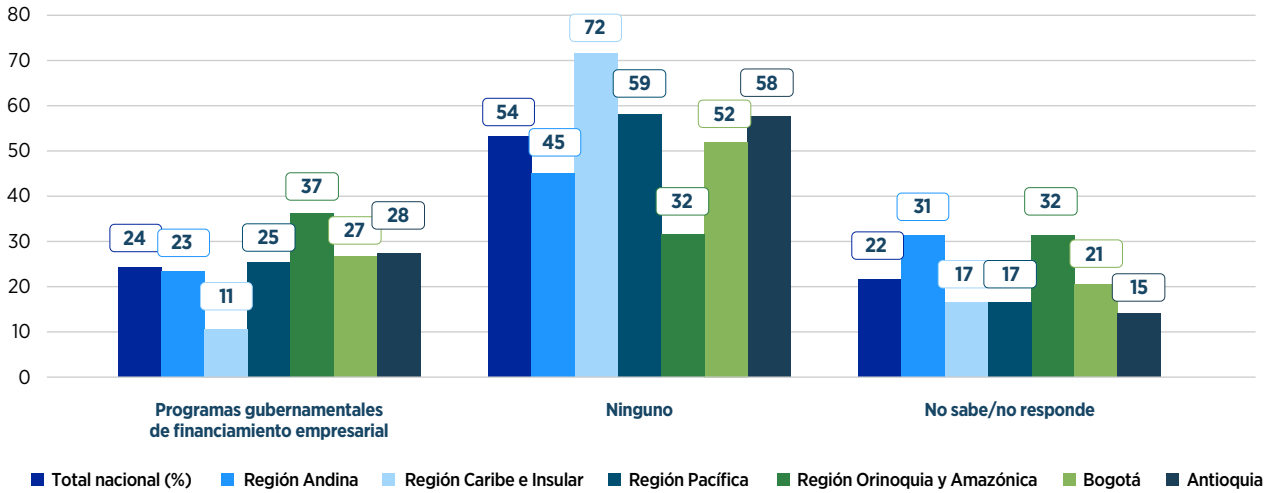


## Participación en programas gubernamentales de apoyo al financiamiento

Los resultados de la encuesta muestran que solo el 24% de las 1.123 empresas de mujeres encuestadas ha participado en programas de financiamiento empresarial a través de entidades del gobierno nacional en los últimos tres años (gráfico 19). Al analizar en detalle ese porcentaje, se observa que la mayoría de los programas provinieron del Fondo Emprender del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), el Fondo Nacional de Garantías (FNG), el Fondo Mujer Emprende e iNNpulsa Colombia.

Los resultados señalan también que el 54% de las 1.123 empresas de mujeres no participó en programas de financiamiento empresarial en los tres años previos a la encuesta. Esto muestra que es necesario promover los programas empresariales y las facilidades que brindan las entidades de fomento empresarial para que las empresas de mujeres obtengan mejores y más fáciles condiciones de acceso al financiamiento.

**GRÁFICO 19. PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS GUBERNAMENTALES DE APOYO AL FINANCIAMIENTO EMPRESARIAL, POR REGIÓN, 2023 (EN PORCENTAJE)**



Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende un total de 1.123 empresas de mujeres. La pregunta consignada en la encuesta fue: “¿Ha participado en los últimos tres años en programas de financiamiento empresarial con alguna de las siguientes entidades?” (con respuesta única).

## Percepción sobre el crédito y los factores financieros

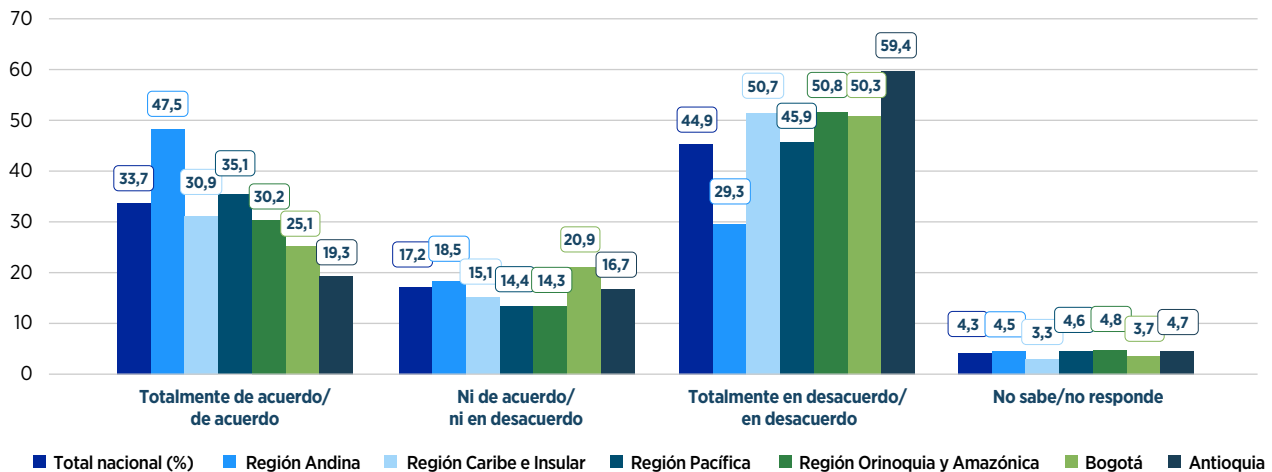
Las percepciones de discriminación de género entre las mujeres empresarias y emprendedoras inciden significativamente en su demanda de crédito empresarial. Ya sea que se basen en experiencias directas o en normas sociales, estas percepciones moldean tanto la disposición como la capacidad de las mujeres para buscar y obtener recursos financieros. Cuando anticipan discriminación o trato injusto, muchas optan por autoexcluirse de los mercados financieros formales, recurriendo en su lugar a ahorros personales o préstamos informales, lo cual obstaculiza el crecimiento de sus negocios y perpetúa la exclusión financiera. Comprender y abordar estas percepciones en el contexto colombiano es crucial para fomentar prácticas y políticas financieras equitativas, que alienten a más mujeres a buscar el crédito que necesitan y, en última instancia, contribuyan a un panorama empresarial diverso y vibrante, que impulse el crecimiento económico y la innovación.



## Percepción sobre la discriminación en las entidades bancarias

La encuesta identificó una ligera inclinación entre las mujeres empresarias a no percibir discriminación por parte de las entidades bancarias. A nivel nacional, alrededor del 44,9% de las mujeres líderes o dueñas de empresas reportó no haber experimentado o no haber tenido experiencias discriminatorias asociadas al género en lo que refiere a su acceso al crédito empresarial (gráfico 20). Este dato revela que, si bien ha habido avances positivos en la percepción del género, aún es necesario seguir trabajando en el tema, considerando que el 33,7% de las encuestadas respondieron de manera afirmativa respecto de haber experimentado o sentido discriminación de género en el sistema financiero.

**GRÁFICO 20. PERCEPCIÓN DE LAS MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS EN RELACIÓN CON LA DISCRIMINACIÓN EN EL ACCESO AL CRÉDITO EMPRESARIAL, POR REGIÓN, 2023 (EN PORCENTAJE)**

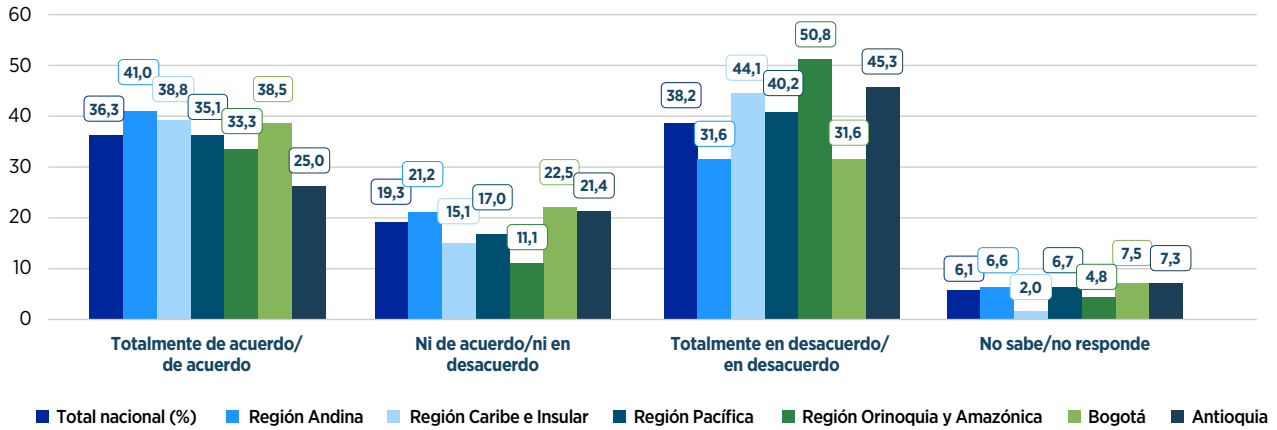


Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende un total de 1123 empresas de mujeres. La afirmación consignada en la encuesta fue: "En las entidades bancarias he experimentado o he tenido la sensación de ser discriminada por mi género" (con escala de Likert).

No obstante, los resultados muestran opiniones divididas respecto de cómo perciben las mujeres empresarias el acceso al crédito de sus empresas, en comparación con las empresas de los hombres. A nivel nacional, el 38,2% de las encuestadas considera que no existen diferencias en el acceso al crédito en comparación con sus pares hombres, mientras que el 36,3% percibe que sí la hay (gráfico 21). El hecho de que una proporción de encuestadas haya reportado percibir diferencias desfavorables en su acceso al financiamiento indica que, para una parte importante de las mujeres empresarias, las barreras de género aún son una realidad palpable. Por otro lado, la variabilidad en las percepciones sugiere que existe entre las empresarias una notable pluralidad de experiencias individuales respecto del acceso al crédito. Esto puede estar influenciado por diversos factores contextuales, como la ubicación geográfica de las empresas, el tipo de industria, el tamaño del negocio y las políticas específicas de las instituciones financieras con las que interactúan.

**GRÁFICO 21. PERCEPCIÓN DE LAS MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS EN RELACIÓN CON SU ACCESO AL CRÉDITO, POR REGIÓN, 2023 (EN PORCENTAJE)**



Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende un total de 1.123 empresas de mujeres. La afirmación consignada en la encuesta fue: "Las empresas de mujeres tienen menos acceso al crédito que las de hombres" (con escala de Likert).

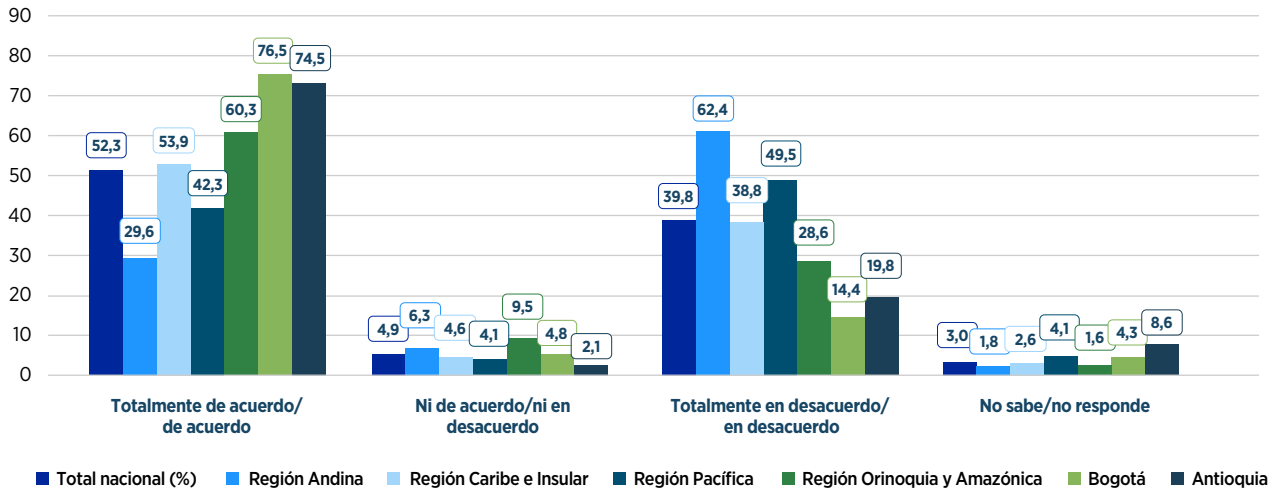


## Percepción sobre el uso de herramientas financieras para el crecimiento empresarial

En cuanto al uso de herramientas financieras para el crecimiento empresarial, los datos de la encuesta muestran que el 52,3% de las mujeres empresarias y emprendedoras considera que las herramientas financieras son útiles y benefician el crecimiento de sus negocios (gráfico 22). Esto indica una tendencia moderada hacia la adopción o el requerimiento de herramientas financieras para mejorar la gestión y la expansión de sus empresas. Por otro lado, alrededor del 39,8% de las encuestadas no consideró relevantes estas herramientas para hacer crecer sus negocios. Esto podría estar relacionado con una falta de conocimiento sobre las herramientas disponibles o la percepción de que las opciones existentes no satisfacen adecuadamente las necesidades específicas de sus empresas.

La diferencia en la percepción sobre la utilidad de las herramientas financieras refleja la variabilidad en las experiencias y necesidades de las empresarias. Esta disparidad sugiere que mientras una mayoría encuentra beneficios en el uso de las herramientas, una parte significativa todavía enfrenta barreras que limitan su adopción, lo cual podría estar afectando el desempeño y el crecimiento potencial de sus empresas.

**GRÁFICO 22. PERCEPCIÓN DE LAS MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS SOBRE EL USO DE HERRAMIENTAS FINANCIERAS PARA EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL, POR REGIÓN, 2023 (EN PORCENTAJE)**



Fuente: Elaboración propia.

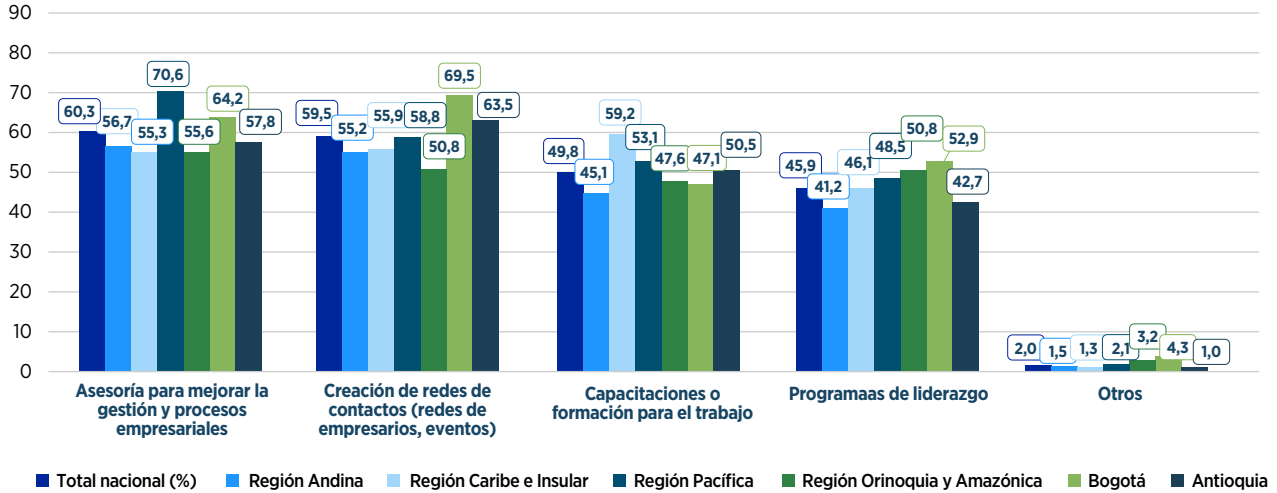
Nota: La muestra comprende un total de 1.123 empresas de mujeres. La afirmación consignada en la encuesta fue: "Considero que las herramientas financieras pueden ser una ayuda para el crecimiento de mi empresa" (con escala de Likert).

## Percepción sobre los servicios no financieros

En cuanto a la percepción de las mujeres empresarias y emprendedoras respecto de los servicios no financieros, el 60,3% considera que la asesoría para mejorar la gestión y los procesos empresariales es relevante para su empresa. En segundo lugar, el 59,5% valora la creación de redes de contacto. Además, el 49,8% de las empresarias considera importante recibir capacitaciones o formación para el trabajo, y el 45,9% considera igualmente valiosos los programas de liderazgo (gráfico 23).

Estos hallazgos parecen reflejar que las mujeres valoran no solamente el acceso al crédito *per se*, sino también que este pueda estar acompañado de recursos no financieros que complementen sus beneficios empresariales y de redes que les permitan acceder a contactos. Esto es consecuente con investigaciones que señalan que las mujeres valoran más este tipo de servicios al momento de acercarse a una institución financiera (García Seffino y Etchegoyen, 2019).

**GRÁFICO 23. PERCEPCIÓN DE LAS MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS SOBRE LOS SERVICIOS NO FINANCIEROS MÁS RELEVANTES, POR REGIÓN, 2023 (EN PORCENTAJE)**



Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende un total de 1.123 empresas de mujeres. La pregunta consignada en la encuesta fue: "Seleccione los servicios NO financieros que considere más relevantes para su empresa" (con respuesta múltiple).

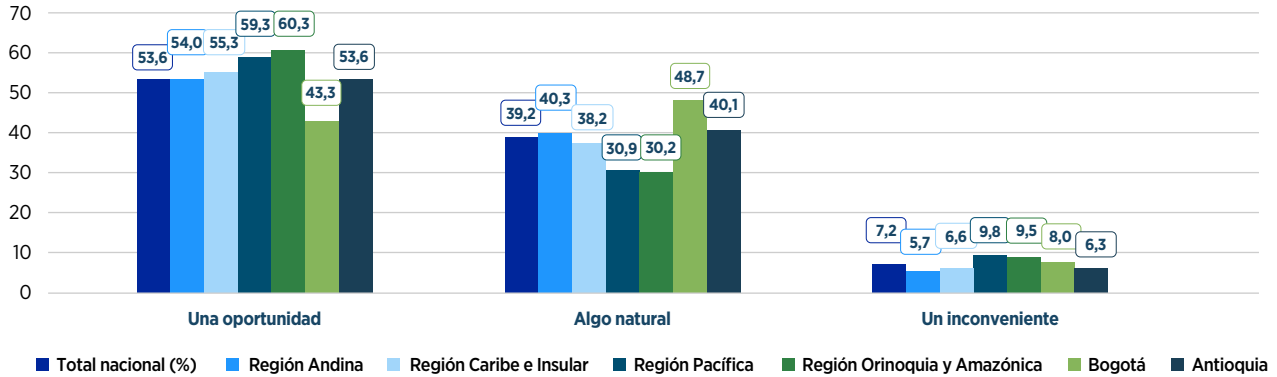


## Percepciones del riesgo asociado al crédito

En relación con la percepción del riesgo asociado al crédito, se observa que el 53,6% de las encuestadas lo considera de manera positiva, percibiéndolo como "una oportunidad", mientras que un 7,2% de las encuestadas definió el riesgo como "un inconveniente" (gráfico 24). Esta marcada diferencia a favor del riesgo resalta un comportamiento de notable adaptación entre las empresas de mujeres a nivel nacional, que tienden a ver el riesgo como una parte natural del entorno empresarial. Las percepciones positivas pueden estar vinculadas a la capacidad de las empresarias para operar en condiciones cambiantes y volátiles, demostrando un alto nivel de resiliencia.

El hecho de que la mayoría de las encuestadas perciba el riesgo asociado al crédito de manera positiva sugiere también una actitud proactiva hacia la innovación y el crecimiento, mientras que la minoría que lo ve como un inconveniente puede estar influenciada por experiencias negativas previas o por una mayor aversión al riesgo. Estas diferencias en la percepción del riesgo pueden influir en las decisiones estratégicas de las mujeres empresarias y en sus enfoques para el manejo de la incertidumbre en el mercado.

**GRÁFICO 24. PERCEPCIÓN DEL RIESGO ASOCIADO AL CRÉDITO POR PARTE DE LAS MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS, POR REGIÓN, 2023 (EN PORCENTAJE)**



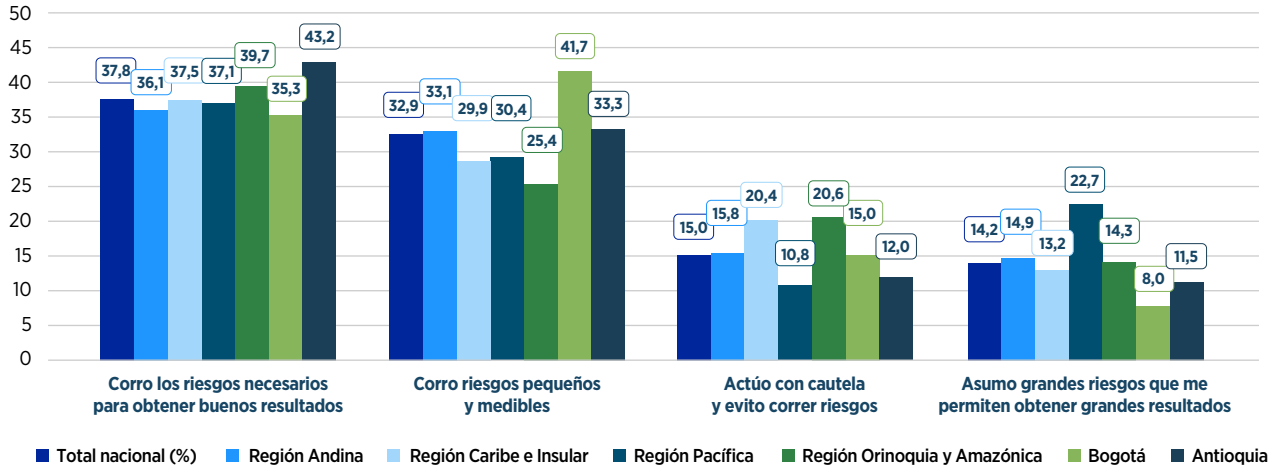
Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende un total de 1.123 empresas de mujeres. La pregunta consignada en la encuesta fue: "Ud. diría que percibe el riesgo como..." (con respuesta única).

En cuanto a la disposición de las mujeres empresarias encuestadas para asumir riesgos, el 37,8% afirmaron estar dispuestas a enfrentar los riesgos necesarios para alcanzar buenos resultados (gráfico 25). Esto podría reflejar un cambio en la mentalidad de las mujeres emprendedoras, al evidenciar una mayor apertura hacia el riesgo en sus proyectos empresariales. A partir de esta información puede inferirse que, si bien las mujeres tienden a ser más cautelosas en términos personales, al asumir el rol de empresarias su percepción del riesgo se transforma (Rad, Yazdanfar y Öhman, 2014; Singh, 2021). El hecho de que un porcentaje significativo esté dispuesto a asumir riesgos refleja una mentalidad emprendedora resiliente y adaptable.

Esta disposición a aceptar riesgos necesarios puede ser indicio de una mayor confianza de las empresarias tanto en sus propias habilidades como en el potencial de sus proyectos empresariales. Además, sugiere que están adoptando estrategias más proactivas y audaces para impulsar el crecimiento y el éxito de sus negocios, lo que podría traducirse en un impacto positivo en la sostenibilidad y expansión de sus emprendimientos.

**GRÁFICO 25. DISPOSICIÓN DE LAS MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS PARA ASUMIR RIESGOS, POR REGIÓN, 2023 (EN PORCENTAJE)**



Fuente: Elaboración propia.

Nota: La muestra comprende un total de 1.123 empresas de mujeres. La pregunta consignada en la encuesta fue: "En lo personal, ¿cómo se define en términos de riesgo?" (con respuesta única).

# FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS DE MUJERES EN COLOMBIA

## HALLAZGOS DE UNA ENCUESTA APLICADA



## Discusión y conclusiones

La encuesta realizada constituye un primer esfuerzo por comprender los desafíos y necesidades que enfrentan las mujeres empresarias y emprendedoras en Colombia en relación con el acceso al crédito empresarial. Los datos revelan que un alto porcentaje de empresarias se concentra en zonas específicas del país, como las regiones Andina, Pacífica, Bogotá y Antioquia, lo que permite identificar tanto diferencias como similitudes en las empresas de mujeres a lo largo del territorio nacional. Esta concentración regional puede incidir en la disponibilidad y el acceso a recursos financieros, lo que subraya la necesidad de diseñar políticas de apoyo empresarial con enfoques regionales diferenciados.

En términos de edad, la mayoría de las encuestadas tiene más de 41 años, lo que sugiere que la madurez y la experiencia son factores determinantes en el éxito de sus negocios. Al mismo tiempo, el 75% de las mujeres empresarias tiene menos de 50 años. Este patrón de edad es consistente con las tendencias globales, que reflejan una creciente participación de mujeres en el ámbito emprendedor desde etapas más tempranas de su vida. Esta tendencia podría estar asociada a una mayor aceptación social y familiar del rol empresarial de las mujeres más jóvenes, así como a un entorno económico que favorece la innovación y la creación de nuevas empresas.

El nivel educativo de las mujeres empresarias resulta especialmente relevante en materia financiera, ya que más del 90% cuenta con formación técnica o universitaria. Este dato evidencia una preparación académica que podría favorecer la gestión eficiente de sus negocios. Al mismo tiempo, la encuesta muestra la necesidad de desarrollar estrategias de apoyo y formación específicas para este segmento, lo que sugiere la importancia de establecer alianzas con entidades financieras para diseñar programas adaptados a sus intereses. La educación superior no solo proporciona conocimientos técnicos y de gestión, sino que también facilita el acceso a redes de contactos y oportunidades de financiamiento que son esenciales para el éxito empresarial.

Desde una perspectiva étnica, la autoidentificación añade una dimensión valiosa al análisis. Si bien la mayoría de las mujeres empresarias y emprendedoras no se autoidentifica dentro de los principales grupos étnicos del país, la elevada proporción de aquellas que sí lo hacen –empresarias afrodescendientes/afrocolombianas e indígenas– pone de relieve la necesidad de promover políticas inclusivas que atiendan las necesidades específicas de estos grupos. Incorporar una perspectiva interseccional en el desarrollo de programas de apoyo financiero es fundamental para abordar estas diferencias y promover la equidad. Esto implica reconocer y abordar las múltiples formas de discriminación que pueden enfrentar las empresarias pertenecientes a minorías étnicas, y asegurar que los programas de apoyo sean culturalmente pertinentes y accesibles.

A nivel sectorial, las mujeres empresarias y emprendedoras se concentran principalmente en actividades de comercio, servicios y similares. Asimismo, la predominancia de microempresas destaca la necesidad de implementar apoyos específicos orientados a su crecimiento y desarrollo. Estas características resultan relevantes, ya que se relacionan directamente con aspectos como los montos de financiamiento a los que pueden acceder este tipo de empresas y los requisitos de garantías que se les solicitan.

El acceso al crédito se identifica como la principal barrera que enfrentan las mujeres empresarias y emprendedoras para poner en marcha sus empresas, al ser señalado como una dificultad significativa por el 57,3% de las encuestadas. Uno de los principales hallazgos de la encuesta es que las instituciones financieras no constituyen la principal fuente de financiamiento para las mujeres empresarias. Por el contrario, los resultados revelan que existe una preferencia por financiar los proyectos con fondos propios (54,2%), lo que podría reflejar una desconfianza hacia las instituciones financieras. Este panorama resalta la necesidad de fortalecer los sistemas financieros y de acercarlos de manera más efectiva a las empresarias y emprendedoras. En adición, únicamente el 34,2% de las empresarias encuestadas reportó haber solicitado un préstamo bancario, lo que indica una baja participación en el sistema financiero formal. Esta limitada inclusión puede atribuirse a las bajas tasas de aprobación de préstamos y los altos requisitos de garantía, que constituyen obstáculos considerables para el acceso al crédito. Además, la mayoría de los préstamos solicitados se destina a necesidades de corto plazo, lo que pone de manifiesto una desconexión entre las necesidades de inversión a largo plazo de las empresarias y los tipos de financiamiento disponibles. Esta desconexión limita la capacidad de las mujeres emprendedoras para planificar y ejecutar estrategias de crecimiento sostenibles, afectando negativamente su competitividad y su potencial de mercado.

En cuanto a la percepción de discriminación de género por parte de las entidades bancarias, los resultados muestran una ligera tendencia a no percibir discriminación, ya que el 44,9% de las mujeres empresarias indicó no haber experimentado discriminación en su acceso al crédito. No obstante, un 33,7% de las encuestadas sí manifestó haber percibido algún grado de discriminación. Esta dualidad subraya la necesidad de seguir investigando y abordando las barreras de género en el acceso a financiamiento. La coexistencia de percepciones opuestas en proporciones similares sugiere que el acceso al crédito para las mujeres empresarias y emprendedoras en Colombia está marcado por una notable heterogeneidad. Esta variabilidad podría estar influenciada por factores contextuales como la ubicación geográfica, el tipo de industria, el tamaño del negocio y las políticas específicas de las instituciones financieras.

Además, en relación con la percepción de que las empresas de mujeres tienen menos acceso al crédito que las de hombres, los resultados están igualmente divididos. A nivel nacional, el 38,2% de las encuestadas considera que no existen diferencias en el acceso al crédito en comparación con sus pares hombres, mientras que el 36,3% percibe una diferencia desfavorable en el acceso a financiamiento. Esta divergencia en las percepciones sugiere que, para una parte importante de las mujeres empresarias, las barreras de género aún son una realidad palpable. Ese 38,2% que no percibe tratos desiguales podría reflejar diferencias según sectores específicos, regiones, tipos de negocios o el acercamiento a instituciones financieras que ofrecen condiciones de acceso al crédito más equitativas.

La percepción respecto del uso de herramientas financieras también muestra disparidades considerables. Aproximadamente el 52,3% de las empresas de mujeres considera que estas herramientas son útiles y benefician el crecimiento de sus negocios. Esto indica una tendencia moderada hacia la utilización o el requerimiento de herramientas financieras para mejorar el rendimiento de los negocios. No obstante, alrededor del 39,8% de las encuestadas no encuentra conveniente el uso de este tipo de herramientas. Esta percepción podría deberse a una falta de conocimiento sobre las herramientas disponibles o a la sensación de que las opciones existentes no satisfacen adecuadamente las necesidades específicas de sus negocios. La disparidad subraya la diversidad en las experiencias y necesidades de las mujeres empresarias y emprendedoras, e indica que, aunque una mayoría reconoce los beneficios de las herramientas financieras, una parte significativa aún enfrenta barreras que limitan su adopción. Esto podría estar afectando el desempeño y el crecimiento potencial de sus negocios.

En relación con la percepción del riesgo asociado al crédito, se observa que el 53,6% de la población estudiada lo considera una “oportunidad”. Esta visión positiva podría estar relacionada con una mayor disposición a innovar y buscar oportunidades de crecimiento, a pesar de las incertidumbres del entorno. Por otro lado, un 7,2% de las encuestadas considera el riesgo como un “inconveniente”.

Esta prevalencia de una mirada positiva señala un destacado comportamiento de adaptación entre las empresas de mujeres a nivel nacional, que tienden a aceptar el riesgo como una parte natural del entorno empresarial. Dicha actitud puede estar vinculada a su capacidad para operar en condiciones cambiantes y volátiles, demostrando una notable resiliencia. El hecho de que una mayoría considere el riesgo de manera positiva sugiere una actitud proactiva hacia la innovación y el crecimiento, mientras que la minoría que lo ve como un inconveniente puede estar influenciada por experiencias negativas previas o por una mayor aversión al riesgo. Estas diferencias en la percepción del riesgo pueden influir en las decisiones estratégicas de las empresarias y en su manejo de la incertidumbre en el mercado.

En cuanto a la disposición a asumir riesgos, el 37,8% de las encuestadas afirmaron estar dispuestas a enfrentar los riesgos necesarios para alcanzar buenos resultados. Esto podría reflejar un cambio de mentalidad de las mujeres emprendedoras respecto del riesgo en sus proyectos empresariales. Aunque suele asociarse a las mujeres con una actitud cautelosa en el ámbito personal, al asumir el papel de empresarias, su percepción del riesgo tiende a moderarse. El hecho de que un porcentaje considerable esté dispuesto a asumir riesgos indica una mentalidad emprendedora resiliente y adaptable. Esta disposición puede ser reflejo de una mayor confianza en sus propias habilidades y en el potencial de sus proyectos. Además, sugiere que las mujeres emprendedoras están adoptando estrategias más proactivas y audaces para impulsar el crecimiento y el éxito de sus negocios, lo que podría traducirse en un impacto positivo en términos de sostenibilidad y expansión empresarial.

En suma, la encuesta subraya la necesidad de adoptar un enfoque multifacético que aborde la barreras de la demanda desde diversas perspectivas y permita identificar oportunidades para fortalecer la oferta financiera con el fin de lograr una mayor inclusión de las mujeres empresarias y emprendedoras. El bajo porcentaje de empresarias que ha accedido a créditos o que considera a las instituciones financieras como su primera opción de financiamiento indica una desconexión significativa entre el sector financiero y las necesidades reales de las emprendedoras (cuadro 2). Por lo tanto, resulta esencial implementar políticas inclusivas, programas de formación adaptados, y estrategias de apoyo financiero y no financiero que respondan a las necesidades específicas de las mujeres empresarias en Colombia. Además, es fundamental fomentar la colaboración entre entidades financieras, organismos gubernamentales y organizaciones de apoyo empresarial para crear un ecosistema más inclusivo y equitativo que facilite el acceso al crédito y a otros recursos clave para el éxito de las empresarias.

**CUADRO 2. RESUMEN DE LOS PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA “ENCUESTA DE NECESIDADES FINANCIERAS DE MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS EN COLOMBIA”**

| Indicador  | Resultado   | Factor asociado según la literatura  |
|--|---|--|
| Edad promedio de las empresarias/emprendedoras   | 41 años   | Madurez y experiencia empresarial  |
| Nivel educativo de las empresarias/emprendedoras   | Más del 90% con educación superior (técnica o universitaria)    | Preparación académica que favorece el acceso al crédito  |
| Porcentaje de empresarias/emprendedoras que consideran el acceso al crédito como una dificultad para emprender       | 57%   | Falta de financiamiento que impide el inicio o el crecimiento de los negocios                                |
| Porcentaje de empresarias/emprendedoras que se financian con fondos propios  | 54,2%   | Desconfianza hacia las instituciones financieras y preferencia por financiamiento fuera del sistema bancario |
| Porcentaje de empresarias/emprendedoras que solicitaron un crédito   | 34%   | Demanda de crédito por parte de las empresas de mujeres  |
| Porcentaje de empresarias/emprendedoras que enfrentaron rechazos a sus solicitudes de financiamiento                 | 22,9%   | Rechazo de las solicitudes de crédito de empresas de mujeres   |
| Porcentaje de créditos solicitados por las empresarias/emprendedoras que exigían garantías                           | Alto, pero solo 1 de cada 10 usa el Fondo Nacional de Garantías | Capacidad de brindar garantía  |
| Percepción de las empresarias/emprendedoras sobre la discriminación de género  | 33,7% sí; 44,9% no  | Discriminación bancaria  |
| Percepción de las empresarias/emprendedoras sobre diferencias en el acceso al crédito en comparación con los hombres | 36,3% perciben diferencia                                       | Barreras de género en el acceso al crédito   |
| Percepción de las empresarias/emprendedoras sobre las herramientas financieras existentes                            | 52,3% las consideran útiles                                     | Utilidad de las herramientas financieras   |
| Percepción de las empresarias/emprendedoras sobre el riesgo asociado al crédito                                      | 53,6% lo consideran “una oportunidad”                           | Actitud proactiva o positiva hacia el crédito empresarial  |

**CUADRO 2. RESUMEN DE LOS PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA “ENCUESTA DE NECESIDADES FINANCIERAS DE MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS EN COLOMBIA” (continuación)**

| Indicador   | Resultado                         | Factor asociado según la literatura                                     |
|---|-----------------------------------|---|
| Disposición de las empresarias/ emprendedoras a asumir riesgos                              | 37,8% dispuestas a asumir riesgos | Mentalidad emprendedora resiliente y adaptable                          |
| Participación de las empresarias/ emprendedoras en programas de financiamiento del gobierno | 24,1%                             | Necesidad de fortalecer la adopción de programas de apoyo gubernamental |

Fuente: Elaboración propia.

# FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS DE MUJERES EN COLOMBIA

## HALLAZGOS DE UNA ENCUESTA APLICADA



## Recomendaciones de políticas públicas

Como se mencionó en la introducción de este documento, la encuesta proporcionó hallazgos preliminares relevantes sobre el perfil de las empresas de mujeres de Colombia y su experiencia en el acceso al crédito. Si bien aún es necesario profundizar en ciertos factores y en el perfil de la demanda, es imperativo disponer también de información desde la perspectiva de la oferta (a nivel empresarial) para complementar y contrastar los resultados aquí presentados.

En primer lugar, analizar en profundidad los resultados de la encuesta puede revelar tendencias específicas en los distintos subsegmentos de mujeres –como sectores y regiones–, que ayuden a identificar brechas y comportamientos diferenciados. Este enfoque es fundamental para diseñar programas de inclusión financiera más efectivos. Al segmentar las preguntas, se pueden distinguir las barreras relacionadas con las instituciones financieras de aquellas relativas a las características de la demanda, proporcionando una visión más completa y detallada. Esta diferenciación permite abordar específicamente las necesidades y desafíos identificados en cada subsegmento, facilitando la creación de productos financieros que respondan mejor a las particularidades de cada grupo.

Asimismo, es importante considerar las percepciones que las instituciones financieras puedan tener sobre las características de las empresas de mujeres. La concentración de estas empresas en el segmento de microempresas, particularmente en los sectores de comercio y servicios, junto con su corta duración operativa (en promedio, alrededor de siete años), puede influir negativamente en su evaluación de perfil. Este sesgo podría generar dificultades adicionales en el acceso al crédito. Transformar estas percepciones negativas en oportunidades, mediante el desarrollo de iniciativas específicas, podría resultar en productos financieros más adecuados para cada subsegmento y permitiría mejorar significativamente el acceso al financiamiento para las mujeres empresarias y emprendedoras.

Por otra parte, es necesario abordar las discrepancias entre el destino del crédito requerido y el uso efectivo del crédito. La encuesta reveló que 7 de cada 10 empresas de mujeres tenían proyectos de inversión que no pudieron realizar por falta de recursos; el 31% de estos proyectos estaba orientado a inversiones de mediano y largo plazo, como la adquisición de maquinaria o el fortalecimiento de la producción. No obstante, 6 de cada 10 empresas que solicitaron préstamos lo hicieron para cubrir necesidades de corto plazo. Esta desalineación entre las demandas de financiamiento a largo plazo y la oferta disponible en el mercado financiero pone de manifiesto la necesidad de ajustar la oferta de productos financieros para alinearla mejor con las demandas de inversión de las mujeres empresarias. Este desajuste podría estar limitando el crecimiento y desarrollo sostenible de estas empresas.

La autolimitación de la demanda y los sesgos de género son áreas que requieren especial atención. Aunque solo el 8% de las mujeres empresarias respondió que evita solicitar créditos por temor a un posible rechazo, un 33,7% dijo haber experimentado algún grado de discriminación por parte de las instituciones financieras. Estos hallazgos subrayan la importancia de profundizar en los factores que contribuyen a la autoexclusión, así como en los sesgos de género en el acceso al crédito. Comprender estas dinámicas es esencial para desarrollar estrategias que promuevan una mayor inclusión financiera y reduzcan las barreras percibidas por las mujeres empresarias y emprendedoras.

Las altas tasas de rechazo de créditos destacan la necesidad de comprender mejor los factores subyacentes. El 22,9% de las mujeres empresarias que solicitaron créditos enfrentaron rechazos, lo que resalta la importancia de analizar las causas detrás de estos rechazos, como balances financieros insatisfactorios o garantías insuficientes. Establecer mecanismos de colaboración entre las instituciones financieras y las entidades de fomento empresarial podría ayudar a que las empresas cuyos créditos son rechazados reciban orientación técnica y fortalezcan sus capacidades antes de volver a solicitar financiamiento. Este enfoque no solo reduciría la dependencia de opciones informales de crédito, sino que también permitiría a estas empresas cumplir de mejor manera con los requisitos de las instituciones financieras.

La falta de garantías adecuadas es otra barrera por considerar. Este es el segundo motivo más común tanto para el rechazo de solicitudes de créditos como para su retiro por parte de las empresarias. Adicionalmente, solo 1 de cada 10 empresas que presentan garantías utiliza el Fondo Nacional de Garantías o su equivalente regional, lo que sugiere oportunidades para establecer alianzas y robustecer los esquemas de garantías. Reducir el riesgo percibido por las instituciones financieras mediante el fortalecimiento de estos mecanismos podría facilitar un acceso más amplio y equitativo al crédito.

La relación entre las dificultades de acceso al financiamiento y la creación de empresas también merece especial atención. Seis de cada 10 empresas de mujeres identifican la falta de financiamiento como el principal desafío para iniciar sus negocios. Esto sugiere que muchas iniciativas empresariales podrían no concretarse o verse forzadas al cierre debido a la falta de recursos. El riesgo de una reducción en el tejido empresarial de mujeres podría contrarrestarse mediante programas que apoyen las etapas tempranas del emprendimiento, como aquellos dirigidos a financiar proyectos de nuevas empresas. Estos programas podrían contrarrestar esta tendencia y fortalecer considerablemente la base empresarial de mujeres en el país.

El fortalecimiento del posicionamiento de programas gubernamentales representa otra área clave. Solo el 24,1% de las empresas de mujeres ha participado en programas de financiamiento del gobierno, lo que sugiere la necesidad de evaluar en profundidad estas iniciativas para identificar y superar las barreras que limitan su adopción. Una mayor participación en estos programas podría ofrecer un respaldo financiero crucial para muchas empresarias.

Finalmente, es fundamental articular alianzas para el desarrollo de programas que aborden las brechas existentes a nivel regional y entre grupos poblacionales específicos. Aunque se observan patrones comunes entre regiones, algunas presentan disparidades más pronunciadas. Además, aunque solo el 16% de las encuestadas se autoidentifica dentro de algún grupo étnico, es importante profundizar en las barreras y comportamientos diferenciados de estos grupos. Estos segmentos, tanto regionales como étnicos, requieren una mayor investigación para recomendar intervenciones adecuadas. La articulación de estas intervenciones con secretarías de la mujer, entidades de fomento empresarial regionales y cámaras de comercio podría mejorar sustancialmente el apoyo brindado a las mujeres empresarias en estas comunidades.

Los resultados de la encuesta proporcionan una comprensión integral y detallada de los desafíos y necesidades que enfrentan las mujeres empresarias y emprendedoras en Colombia en relación con el acceso al crédito. Los hallazgos destacan la importancia de implementar un enfoque multifacético que aborde las barreras desde la perspectiva de la demanda. En este sentido, las empresarias enfrentan diversos obstáculos, como la falta de acceso a productos financieros adecuados para sus necesidades de inversión a largo plazo, las percepciones negativas y los sesgos de género dentro de las instituciones financieras, o la autolimitación derivada de experiencias previas de discriminación o rechazo.

El análisis revela que muchas mujeres empresarias dependen en gran medida de fondos propios para sus negocios, debido a las dificultades en el acceso a fuentes externas de financiamiento. Esta dependencia limita su capacidad para expandir y desarrollar sus iniciativas, lo que subraya la necesidad de ajustar los productos financieros existentes para que se alineen mejor con sus demandas de inversión. Además, es crucial implementar programas de educación financiera y acompañamiento que fortalezcan las capacidades de las mujeres para gestionar y acceder al financiamiento de manera efectiva.

Las disparidades regionales y las necesidades particulares de grupos poblacionales específicos resaltan la importancia de diseñar intervenciones personalizadas y colaborativas que aborden estas diferencias. La encuesta sugiere que la creación de alianzas estratégicas entre las instituciones financieras y las entidades de fomento empresarial puede ser beneficiosa para facilitar el acceso al crédito y proporcionar el apoyo necesario a las empresarias.

Aunque el presente estudio se centra en el análisis de la demanda, es importante destacar que la encuesta incorpora preguntas relevantes sobre la relación de las mujeres empresarias con las instituciones financieras, así como sobre sus percepciones acerca de estas. Dicha información, aunque indirecta, ofrece indicios valiosos sobre posibles barreras del lado de la oferta y permite aproximarse a una comprensión más integral de los factores que podrían estar incidiendo en la baja utilización de productos financieros por parte de las mujeres empresarias.

Por último, si bien la encuesta analizada en el presente trabajo no permite identificar brechas de género –debido a que, por limitaciones en el acceso a la base de datos, no se incluyeron empresas de hombres–, resulta pertinente considerar una profundización de estos estudios. Integrar también empresas de hombres podría generar más hallazgos desde la perspectiva de las brechas de género.

La implementación de estas recomendaciones puede fomentar una mayor inclusión financiera y apoyar el desarrollo sostenible de las empresas de mujeres (recuadro 1). Esto no solo fortalecerá el tejido empresarial, sino que también contribuirá en gran medida al crecimiento económico del país, demostrando que la inclusión y el apoyo a las mujeres empresarias son esenciales para el desarrollo integral de la economía colombiana.

**RECUADRO 1. SÍNTESIS DE RECOMENDACIONES PARA COLOMBIA**

A partir de los hallazgos de la encuesta, es posible extraer una serie de recomendaciones clave para diseñar programas de apoyo a mujeres empresarias y emprendedoras en Colombia. Estas recomendaciones pueden categorizarse en dos grupos: por un lado, la necesidad de profundizar en los resultados por medio de estudios más específicos, y por otro, consideraciones para el diseño de iniciativas de política pública.

Profundizar en los resultados por medio de estudios detallados:

- **Ampliar el conocimiento sobre la autolimitación de la demanda y los sesgos de género.** Si bien la encuesta revela que solo el 8% de las empresas evita solicitar créditos por temor al rechazo, un 34% ha percibido algún grado de discriminación por parte de las instituciones financieras. Estos hallazgos subrayan la necesidad de efectuar un análisis más profundo sobre los factores que contribuyen a la autoexclusión y los sesgos de género en el acceso al crédito.
- **Profundizar en los factores que explican las altas tasas de rechazo de créditos.** Según la encuesta, el 22,9% de las empresas que solicitaron créditos ha enfrentado rechazos, principalmente debido a balances financieros insatisfactorios o garantías insuficientes. Establecer mecanismos de colaboración con instituciones financieras puede ayudar a que las empresas cuyos créditos son rechazados reciban orientación técnica y fortalezcan sus capacidades antes de volver a solicitar financiamiento, además de reducir la inclinación a recurrir a opciones informales de crédito.
- **Revisar las discrepancias sobre el destino del crédito.** La encuesta muestra que muchas empresarias y emprendedoras no pueden desarrollar sus proyectos de inversión debido a la falta de recursos, con un 31% de estos proyectos orientados a inversiones de mediano y largo plazo. Sin embargo, la mayoría de las solicitudes de préstamos se destina a necesidades de corto plazo. Este desajuste entre las necesidades de las empresarias y los tipos de préstamos disponibles limita su capacidad de crecimiento y desarrollo sostenible.
- **Comprender la relación entre las dificultades de acceso al financiamiento y la creación de empresas.** La encuesta indica que 6 de cada 10 empresarias señalan la dificultad en el acceso a financiamiento como el principal desafío para iniciar sus negocios. Mejorar el acceso al financiamiento puede contrarrestar la reducción en el tejido empresarial de mujeres y promover la creación de nuevas empresas.
- **Elaborar líneas de análisis específicas basadas en los resultados de la encuesta** para identificar tendencias y comportamientos relevantes en los subsegmentos de mujeres empresarias (por sector o región, entre otros). Este enfoque permitirá profundizar en las barreras vinculadas con instituciones financieras (como procedimientos y condiciones crediticias), así como en las características propias de las empresas, facilitando el diseño de programas más inclusivos y eficaces.

**RECUADRO 1. SÍNTESIS DE RECOMENDACIONES PARA COLOMBIA (continuación)**

- **Ampliar futuras encuestas para incluir también empresas de hombres.** Si bien en el marco de la presente encuesta no fue posible incluir empresas de hombres, es necesario revisar su contexto e integración, de forma tal que permita identificar con mayor precisión las dificultades o barreras que son específicas o más pronunciadas en el caso de las empresas de mujeres.

Consideraciones para impulsar iniciativas de política pública:

- **Implementar iniciativas para mitigar las percepciones de riesgo de las instituciones financieras sobre las empresas de mujeres.** Como la mayoría de estas últimas son microempresas que operan en los sectores de comercio y servicios, y en promedio tienen una vida operativa corta, resulta fundamental desarrollar iniciativas que contrarresten los sesgos asociados con este perfil. Por ejemplo, por medio de programas de sensibilización dirigidos a instituciones financieras, orientados a desmitificar el perfil de riesgo de estas empresas y a visibilizarlas como un segmento con potencial de crecimiento. Además, se pueden utilizar fondos de garantía específicos para empresas de mujeres, con el fin de reducir los riesgos percibidos por las instituciones crediticias. También se pueden diseñar esquemas de capacitación y asistencia técnica para las instituciones financieras, que les permitan desarrollar herramientas y metodologías de segmentación basadas en datos más precisos y desagregados, así como visualizar la rentabilidad financiera de las empresas de mujeres.
- **Evaluar alternativas para el desarrollo de garantías.** La falta de garantías adecuadas es una razón común para el rechazo de las solicitudes de créditos. Solo 1 de cada 10 empresas que presentan garantías utiliza el Fondo Nacional de Garantías. Establecer alianzas y mejorar el diseño de los esquemas de garantías puede reducir el riesgo percibido por las instituciones financieras en este segmento.
- **Fortalecer el posicionamiento de programas gubernamentales de financiamiento.** Solo el 24,1% de las empresas de mujeres ha participado en programas de financiamiento impulsados por el gobierno. Evaluar en profundidad estas fuentes de financiamiento puede contribuir a aumentar tanto su adopción como su efectividad.
- **Articular alianzas para desarrollar programas que mitiguen brechas regionales y poblacionales.** Las regiones y los grupos poblacionales étnicos presentan comportamientos financieros diferenciados. Es fundamental profundizar en el análisis de estos segmentos y articular esfuerzos con secretarías distritales de la mujer, entidades de fomento empresarial y cámaras de comercio.
- **Fortalecer sinergias para brindar servicios no financieros.** La asesoría para mejorar la gestión empresarial y la creación de redes de contacto son áreas de oportunidad destacadas por la encuesta. Un despliegue adecuado de acciones no financieras es crucial para potenciar la capacidad de las empresarias.
- **Enlazar entidades claves del ecosistema.** Socializar los resultados de la encuesta con entidades reguladoras, bancos públicos de desarrollo y entidades gubernamentales puede contribuir a focalizar los esfuerzos para el desarrollo de productos financieros adecuados.

# Referencias

- Acker, J. 2006. Inequality Regimes: Gender, Class, and Race in Organizations. *Gender & Society*, 20(4):441–464. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/0891243206289499>.
- Alecchi, B.A. 2020. Toward Realizing the Potential of Latin America's Women Entrepreneurs: An Analysis of Barriers and Challenges. *Latin American Research Review*, 55(3):496–514. Disponible en: <https://doi.org/10.25222/larr.108>.
- Alliance for Financial Inclusion. 2023. A Policy Framework for Women-Led MSME Access to Finance (v. 2). Malasia: Alliance for Financial Inclusion. Disponible en: <https://www.afi-global.org/wp-content/uploads/2024/10/A-POLICY-FRAMEWORK-FOR-WOMEN-LED-MSME-ACCESS-TO-FINANCE-V.2.pdf>.
- Almeyda Stemper, G. 1996. Commercial Banks and Women Microentrepreneurs in Latin America. *Enterprise Development & Microfinance*, 7(3):17–27. Disponible en: <https://practicalactionpublishing.com/article/1525/commercial-banks-and-women-microentrepreneurs-in-latin-america>.
- Andrade, G., K. Azar, T. Kazembe, C. López Mayher y V. Vincensini. 2023. Financing Programs for Women's Financial Inclusion and Access to Finance for Women MSMEs: Results from a Survey of Public Development Banks. Washington, D.C.: BID. Disponible en: <https://doi.org/10.18235/0005104>.
- Andriamahery, A. y Md. Qamruzzaman. 2022. Do Access to Finance, Technical Know-How, and Financial Literacy Offer Women Empowerment Through Women's Entrepreneurial Development? *Frontiers in Psychology*, 12, 776844. Disponible en: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.776844>.
- Arraiz, I., M.P. Gerardino, J. Serrano y P. Yañez-Pagans. 2022. Uncovering the Hidden Cost of Gender Biases in Lending to Women. IDB Invest [Blog]. 30 de marzo.
- Asuamah Yeboah, S. 2023. Breaking Barriers: Bridging the Gender Gap in Entrepreneurial Finance in Developing Nations. *ResearchGate*.
- Aterido, R., T. Beck y L. Iacovone. 2013. Access to Finance in Sub-Saharan Africa: Is There a Gender Gap? *World Development*, 47:102–120. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2013.02.013>.
- Auguste, S. y B. Galetto. 2020. Género y acceso al financiamiento empresario en Argentina. Washington, D.C.: BID. Disponible en: <https://doi.org/10.18235/0002371>.
- Auricchio, B., K. Azar, E. Lara, D. Mejía y M. Valdez. 2021. Brechas de género en las encuestas de capacidades financieras de CAF: Brasil, Colombia, Ecuador y Perú. Caracas: CAF. Disponible en: <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1700>.
- Azar, K., E. Lara y D. Mejía. 2018. Inclusión financiera de las Mujeres en América Latina. Situación actual y recomendaciones de política. *Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva n.º 30*. Caracas: CAF.
- Azar, K., A. Monje Silva, M. Rodríguez Chatruc, G. Andrade, F. Demichelis y Equipos Consultores. 2024. Brechas de género en el acceso al financiamiento empresarial en Uruguay: hallazgos de una encuesta aplicada. Washington, D.C.: BID. Disponible en: <https://doi.org/10.18235/0013058>.
- Babbie, E.R. 2013. *The practice of social research* (30.a ed.). Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning.

- Banca de las Oportunidades y CAF (Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe). 2024. Estudio experimental de género. Caracas: CAF.
- Banco Mundial. 2017. World Bank Enterprise Surveys. Washington, D.C.: Banco Mundial. Disponible en: <http://www.enterprisesurveys.org>.
- . 2020. Closing Gender Gaps in Latin America and the Caribbean. Washington, D.C.: Banco Mundial.
- . 2023. World Bank Enterprise Surveys. Washington, D.C.: Banco Mundial. Disponible en: <http://www.enterprisesurveys.org>.
- . 2024. La Mujer, la Empresa y el Derecho. 2024. Washington, D.C.: Banco Mundial. Disponible en: <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-2063-2>.
- Banco Mundial, SME Finance Forum y CFI (Corporación Financiera Internacional). 2017. MSME Finance Gap: Assessment of the Shortfalls and Opportunities in Financing in Micro, Small, and Medium Enterprises in Emerging Markets. Washington, D.C.: Banco Mundial.
- Banco de la República de Colombia. 2023. Inclusión Financiera - Informe especial de Estabilidad Financiera - Primer semestre 2023. Banco de la República [Blog], 5 de julio.
- BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria) Spark. 2024. Las mujeres emprendedoras en América Latina: retos, oportunidades y consejos en el camino a la igualdad. BBVA Spark [Blog], 8 de marzo.
- Behr, D. 2014. Translating Answers to Open-Ended Survey Questions in Cross-Cultural Research: A Case Study on the Interplay between Translation, Coding, and Analysis. *Field Methods*, 27(3):284–299. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/1525822X14553175>.
- Bellucci, A., A. Borisov y A. Zazzaro. 2010. Does Gender Matter in Bank-Firm Relationships? Evidence from Small Business Lending. *Journal of Banking & Finance*, 34(12):2968–2984. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2010.07.008>.
- Bezboruah, K.C. y V. Pillai. 2015. Exploring the Participation of Women in Financial Cooperatives and Credit Unions in Developing Countries. *Voluntas*, 26(3):913–940. Disponible en: <https://doi.org/10.1007/s11266-014-9467-9>.
- BID (Banco Interamericano de Desarrollo). 2019. We-Fi Funding Request. Washington, D.C.: BID.
- BID, BID Invest, Finnovista. 2022. Fintech en América Latina y el Caribe: un ecosistema consolidado para la recuperación. Washington, D.C.: BID. Disponible en: <https://doi.org/10.18235/0004202>.
- British Business Bank. 2023. Small Business Finance Markets 2022/23. Sheffield: British Business Bank.
- Brock, J.M. y R. De Haas. 2023. Discriminatory Lending: Evidence from Bankers in the Lab. *American Economic Journal: Applied Economics*, 15(2):31–68. Disponible en: <https://doi.org/10.1257/app.20210180>.
- Brush, C.G. 2009. 23 Women Entrepreneurs: A Research Overview. En: A. Basu, M. Casson, N. Wadeson y B. Yeung (eds.), *The Oxford Handbook of Entrepreneurship* (1.ª ed.). Oxford: Oxford University Press. pp. 611–628. Disponible en: <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199546992.003.0023>.
- CAF (Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe), Instituto Feira Preta y Plano CDE. 2024. Afroemprendimiento en América Latina. Caracas: CAF.
- Cámara de Comercio de Bogotá y Vicepresidencia de Fortalecimiento Empresarial. 2024. Colombia Tech Report 2023-2024 (3.ª ed.). Londres: KPMG.

- Carranza, E., C.S. Dhakal e I. Love. 2018. Female Entrepreneurs: How and Why are They Different? Jobs Working Paper n.º 20. Washington, D.C.: Banco Mundial.
- Carvajal Vega, G. 2022. Estrategias de acceso al financiamiento para mujeres rurales e indígenas en condición de vulnerabilidad. San José: Fondo de Avalés.
- CFI (Corporación Financiera Internacional). 2021. IFC's Definitions of Targeted Sectors. Washington, D.C.: GBM.
- Chundakkadan, R. y S. Sasidharan. 2022. Gender Gap and Access to Finance: A Cross-Country Analysis. *Rev Dev Econ*, 26(1):180–207. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/rode.12830>.
- Coughlin, J.H. y A.R. Thomas, 2002. *The Rise of Women Entrepreneurs: People, Processes, and Global Trends*. Londres: Bloomsbury Academic.
- Dalal, P. 2024. Designing Financial Tools with Women in Mind Can Empower Them - and Boost Economies. Mastercard Newsroom [Blog], 5 de marzo.
- De Andrés, P., R. Gimeno y R. Mateos de Cabo. 2021. The Gender Gap in Bank Credit Access. *Journal of Corporate Finance*, 71:101782. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2020.101782>.
- De Haan, A. 2016. Enhancing the Productivity of Women-Owned Enterprises: The Evidence on What Works, and a Research Agenda. Ottawa: IDRC.
- Del Valle, K. 2021. Igniting the Next Generation of Women Entrepreneurs in Colombia. Mastercard Newsroom [Blog], marzo. Disponible en: <https://www.mastercard.com/news/latin-america/en/perspectives/blog-posts/blog-en/2021/march/igniting-the-next-generation-of-women-entrepreneurs-in-colombia/>.
- Demirgüç-Kunt, A., L. Klapper, D. Singer, S. Ansar y J. Hess. 2018. The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution. Washington, D.C.: Banco Mundial.
- Ducoing, M., A.F. Villarreal Hernández, L.M. Velázquez, E.M. Guerra, N. Wills, F. Garza, et al., 2021. Emprendedoras en situación de 'missing middle' y sus opciones de financiamiento. Nueva York: ProMujer.
- Elam, A., K. Hughes y M. Samsami. 2023. GEM 2022/23 Women's Entrepreneurship Report: Challenging Bias and Stereotypes. Londres: GERA.
- Ferraro, C., E. Goldstein, L.A. Zuleta y C. Garrido. 2011. Eliminando barreras: el financiamiento a las pymes en América Latina. Santiago de Chile: CEPAL.
- Field, E., S. Jayachandran y R. Pande. 2010. Do Traditional Institutions Constrain Female Entrepreneurship? A Field Experiment on Business Training in India. *American Economic Review*, 100(2):125–129. Disponible en: <https://doi.org/10.1257/aer.100.2.125>.
- Financial Alliance for Women. 2023. The Gender Data Playbook for Women's Financial Inclusion: A Step-by-Step Guide for Financial Ecosystem Stakeholders on How to Boost the Systematic Collection of High-Quality, Supply-Side, Sex-Disaggregated Financial Data to Drive Women's Financial Inclusion. Nueva York: WFID Partnership.
- Fonseca, R., K.J. Mullen, G. Zamarro y J. Zissimopoulos. 2012. What Explains the Gender Gap in Financial Literacy? The Role of Household Decision Making. *Journal of Consumer Affairs*, 46(1):90–106. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2011.01221.x>.

- Franzke, S., J. Wu, F.J. Froese y Z.X. Chan. 2022. Female Entrepreneurship in Asia: A Critical Review and Future Directions. *Asian Business & Management*, 21(3):343–372. Disponible en: <https://doi.org/10.1057/s41291-022-00186-2>.
- García Seffino, V.R. y J.F. Etchegoyen. 2019. Financiar a las emprendedoras es buen negocio: características de un mercado que genera resultados para quien les presta, para las empresas y para la sociedad. Washington, D.C.: CIF.
- Ge, T., J. Abbas, R. Ullah, A. Abbas, I. Sadiq y R. Zhang. 2022. Women's Entrepreneurial Contribution to Family Income: Innovative Technologies Promote Females' Entrepreneurship Amid COVID-19 Crisis. *Front. Psychol*, 13:828040. Disponible en: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.828040>.
- Giglio, F. 2021. Access to Credit and Women Entrepreneurs: A Systematic Literature Review. *International Journal of Economics and Finance*, 13(10):12. Disponible en: <https://doi.org/10.5539/ijef.v13n10p12>.
- Global Banking Alliance for Women y Data2X. 2019. The Way Forward: How Data Can Propel Full Financial Inclusion for Women. Nueva York: GBA.
- Guercio, M.B., G. Oliveras, H. Vigier y A. Briozzo. 2015. Financiamiento externo desde una perspectiva de género. *Revista Venezolana de Gerencia*, 20(71):440–454.
- Guzman, J. y A. Kacperczyk. 2018. Gender Gap in Entrepreneurship. Columbia Business School Research Paper No. 19-3. *SSRN Electronic Journal*. Disponible en: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3282574>.
- Halabisky, D., M.C. Jiménez, M. Koreen, M. Marchese y H. Shymanski. 2023. 29 Addressing Gender Disparities in Access to Finance for Business Creation. En: OCDE, *Joining Forces for Gender Equality: What is Holding us Back?* París: OCDE. Disponible en: [https://www.oecd.org/en/publications/joining-forces-for-gender-equality\\_67d48024-en.html](https://www.oecd.org/en/publications/joining-forces-for-gender-equality_67d48024-en.html).
- Hasan, M., T. Le y A. Hoque. 2021. How Does Financial Literacy Impact on Inclusive Finance? *Financial Innovation*, 7(1):40. Disponible en: <https://doi.org/10.1186/s40854-021-00259-9>.
- Heller, L. 2010. Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Hincapié Mesa, F.A., A.J. Montoya Morales y P. Duque Hurtado. 2023. Emprendimiento femenino en América Latina: Una aproximación teórica. *Económicas CUC*, 44(2):191–234. Disponible en: <https://doi.org/10.17981/econcuc.44.2.2023.Org.3>.
- Howell, S.T., T. Kuchler, D. Snitkof, J. Stroebel y J. Wong. 2024. Lender Automation and Racial Disparities in Credit Access. *The Journal of Finance*, 79(2):1457–1512. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/jofi.13303>.
- Huidrobo Blanco, S. 2023. Brechas en el financiamiento a las empresas de mujeres. *Estudios Económicos CNBV*, 5.
- Ilie-Cardoza, C. 2018. Emprendimiento femenino. Su impacto en la competitividad y desarrollo social de los países. *Business Review*, 283.
- Kahneman, D. 2011. *Thinking, Fast and Slow*. Nueva York: Farrar, Straus and Giroux.
- Kantor, P. 2002. Gender, Microenterprise Success and Cultural Context: The Case of South Asia. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4):131–143. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/104225870202600408>.

- Khodakivska, A. 2013. Establishing a Baseline for Lending to Women-Owned SMEs Among IFC-financed Financial Institutions. Washington, D.C.: CFI.
- Konietzko, D. 2021. Brecha de género en el sistema financiero: Una mirada al acceso a crédito por parte de las mujeres en Colombia. FinEquityALC [Blog]. 5 de octubre.
- Kuschel, K., K. Ettl, C. Díaz-García y G.A. Alsos. 2020. Stemming the Gender Gap in STEM Entrepreneurship – Insights into Women’s Entrepreneurship in Science, Technology, Engineering and Mathematics. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1):1–15. Disponible en: <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00642-5>.
- Lazarte, C. 2022. Inclusión Financiera de la Mujeres: Claves para una recuperación transformadora de la economía post COVID-19 en América Latina y el Caribe. Nueva York: ONU Mujeres.
- Lietz, P. 2010. Research into Questionnaire Design: A Summary of the Literature. *International Journal of Market Research*, 52(2):249–272. Disponible en: <https://doi.org/10.2501/S147078530920120X>.
- Littlejohn, V. 2021. Technical Note: Definitions for Women’s Businesses. Ginebra: ITC.
- Malmström, M., B. Burkhard, C. Sirén, D. Shepherd y J. Wincent. 2024. A Meta-Analysis of the Impact of Entrepreneurs’ Gender on their Access to Bank Finance. *Journal of Business Ethics*, 192:803–820. Disponible en: <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05542-6>.
- Malmström, M., J. Johansson y J. Wincent. 2017. Gender Stereotypes and Venture Support Decisions: How Governmental Venture Capitalists Socially Construct Entrepreneurs’ Potential. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(5):833–860. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/etap.12275>.
- Malmström, M. y J. Wincent. 2018. Bank Lending and Financial Discrimination from the Formal Economy: How Women Entrepreneurs Get Forced into Involuntary Bootstrapping. *Journal of Business Venturing Insights*, 10:e00096. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2018.e00096>.
- Mamou, M. 2023. The Funding Gap: Investors and Female Entrepreneurs. Zurich: UBS.
- Marlow, S. y J. Swail. 2014. Gender, Risk and Finance: Why Can’t a Woman be More Like a Man? *Entrepreneurship & Regional Development*, 26(1-2):80–96. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/08985626.2013.860484>.
- Martínez Novoa, J.A. 2020. Emprendimientos y empresas de mujeres. Ley 2069 de 2020, Artículo 32, Criterios diferenciales. Bogotá: Agencia Nacional de Contratación Pública de Colombia.
- Mastercard. 2022. Mastercard Index of Women Entrepreneurs: Unlocking Sustainable, Inclusive Growth. Mastercard.
- Miller, M.J. 2003. Credit Reporting Systems Around the Globe: The State of the Art in Public Credit Registries and Private Credit Reporting Firms. En: *Credit Reporting Systems and the International Economy*. Cambridge, MA: MIT Press. pp. 25–79.
- Morsy, H. 2020. Access to Finance: Why Aren’t Women Leaning In? Women are self-selecting out of the African market. *Finance & Development*.
- Morsy, H., A. El-Shal y A. Woldemichae. 2019. Women Self-Selection out of the Credit Market in Africa. *African Development Bank*, 317.
- Muravyev, A., O. Talavera y D. Schäfer. 2009. Entrepreneurs’ Gender and Financial Constraints: Evidence from International Data. *Journal of Comparative Economics*, 37(2):270–286. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.jce.2008.12.001>.

- Ng'Wengo, A., L. Oldja, M. Hassan y P. Kapoor. 2018. Demand-Side Review of Financial Inclusion for Women in Entrepreneurship and Smallholder Agriculture. Ottawa: IDRC, CRDI.
- Nwosu, E.O. y A. Orji. 2017. Addressing Poverty and Gender Inequality Through Access to Formal Credit and Enhanced Enterprise Performance in Nigeria: An Empirical Investigation. *African Development Review*, 29(S1):56–72. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/1467-8268.12233>.
- Observatorio Financiero Rural. 2024. Mujeres rurales enfrentan tasas de interés más altas. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) y Comisión Europea. 2021. The Missing Entrepreneurs 2021: Policies for Inclusive Entrepreneurship and Self-Employment. París: OCDE. Disponible en: <https://doi.org/10.1787/71b7a9bb-en>.
- Ongena, S. y A. Popov. 2016. Gender Bias and Credit Access. *Journal of Money, Credit and Banking*, 48(8):1691–1724.
- Ortiz Espínola, N.L. 2022. Influencia de aspectos cualitativos en las decisiones de autoexclusión financiera de mujeres. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6):10944–10961. Disponible en: [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i6.4176](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.4176).
- Özyol, A. 2020. Investing in Women's Entrepreneurship: Inclusive and Sustainable Economic Growth. En: K. T. Çaliyurt (ed.), *New Approaches to CSR, Sustainability and Accountability*, Volume I. Singapur: Springer Singapur. pp. 225–248. Disponible en: [https://doi.org/10.1007/978-981-32-9588-9\\_13](https://doi.org/10.1007/978-981-32-9588-9_13).
- Pailhé, C. 2016. Sex-Disaggregated Supply-Side Data Relevant to Financial Inclusion. Washington, D.C.: BID. Disponible en: <https://doi.org/10.18235/0007974>.
- Pavlova, E. y S. Gvetadze. 2023. Female Access to Finance: A Survey of Literature (Working Paper 2023/87). Kirchberg: EIF.
- Pingali, D., S. Iyer, S. Premchander y A. Chakradhar. 2023. Access to Finance for Women Entrepreneurs - Supply Side Challenges. Washington, D.C.: GBM.
- Piras, C., A. Presbitero y R. Rabellotti. 2013. Definitions Matter: Measuring Gender Gaps in Firms' Access to Credit [Discussion Paper No. IDB-DP-314]. Washington, D.C.: BID.
- PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo). 2024. Removiendo las barreras de la inclusión financiera de las mujeres y otros grupos poblacionales en América Latina y el Caribe. Nueva York: PNUD.
- Polania Fonseca, P.K. 2021. Promoción y participación de la mujer en el acceso al crédito bancario en Colombia. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Rad, A., D. Yazdanfar y P. Öhman. 2014. Female and Male Risk Aversion: An Empirical Study of Loan Officers' Assessment of SME Loan Applications. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 6(2):121–141. Disponible en: <https://doi.org/10.1108/JGE-02-2013-0012>.
- Red de Cámaras de Comercio de Colombia. 2023. Mujeres lideran creación de empresas en Colombia, en 2022 el 62,5% del total de empresas fueron creadas por mujeres. Confecámaras [Blog], 7 de marzo.
- Red de Cámaras de Comercio de Colombia. 2024. Panorama de las mujeres en el ámbito laboral y empresarial. Bogotá: Confecámaras.

- Roa, M.J. 2021. Normas sociales: La barrera invisible para la inclusión financiera de la mujer. Santiago de Chile: CEPAL.
- Roa, M.J. y O.A. Carvallo. 2018. Inclusión financiera y el costo del uso de instrumentos financieros formales: Las experiencias de América Latina y el Caribe. Washington, D.C. BID. Disponible en: <https://doi.org/10.18235/0001216>.
- Rojo, S., N. Benítez, D. Schteingart y S. Laham. 2022. Mipymes lideradas por mujeres. Serie Investigaciones en Red. Documento n.º 3. Buenos Aires: Centro de Estudios para la Producción XXI, Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación.
- Saavedra García, M.L., M.A. Aguilar Anaya y B. Tapia Sánchez. 2021. El financiamiento en las empresas dirigidas por mujeres en la Ciudad de México. *Pensamiento & Gestión*, 49.
- Saavedra García, M.L. y M.E. Camarena Adame. 2015. Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio Libre*, 13(22):129–152.
- Saavedra Salinas, N.A. 2020. Encuesta de inclusión financiera con perspectiva de género: Propuesta conceptual. Washington, D.C.: BID. Disponible en: <https://doi.org/10.18235/0002669>.
- Siegrist, F. 2022. Supporting Women Entrepreneurs in Developing Countries: What Works? (Women Entrepreneurs Finance Initiative). Washington, D.C.: Banco Mundial.
- Singh, A. 2021. Exploring Demand-Side Barriers to Credit Uptake and Financial Inclusion. *International Journal of Social Economics*, 48(6):898–913. Disponible en: <https://doi.org/10.1108/IJSE-04-2020-0234>.
- SME Finance Forum. 2022. MSME Finance Gap [Dataset]. Washington, D.C.: SME Finance Forum.
- Suwanprasert, W. 2024. The gender gaps in informal loan markets. Murfreesboro, TN: Middle Tennessee State University.
- Trivelli, C. y J. Mendoza. 2021. Inclusión Financiera en el 2020: Persistentes Brechas de Género (Documento de Trabajo). Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Vadnjaj, M. y J. Vadnjaj. 2023. Education of women entrepreneurs. *Journal of Innovative Business and Management* 14(2): 1–12. Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/370193743\\_Education\\_of\\_women\\_entrepreneurs](https://www.researchgate.net/publication/370193743_Education_of_women_entrepreneurs).
- Value for Women. 2017. Comprendiendo las barreras estructurales y el sesgo oculto en el acceso a crédito para empresas lideradas por mujeres. Oxford: Oxfam y Babson College.
- Weaver, K. 2021. Women-Founded/Led vs. Women-Owned. Washington, D.C.: WBENC.
- Zafar, S. y I. Khan. 2013. Examining Factors of Entrepreneurial Success: Culture, Gender, Education, Family, Self-Perception. *Journal of Poverty, Investment and Development*, 2.
- Zhao, H., G. O'Connor, J. Wu y G.T. Lumpkin. 2021. Age and Entrepreneurial Career Success: A Review and a Meta-analysis. *Journal of Business Venturing*, 36(1):106007. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106007>.

# Anexos

## Anexo I. Cuestionario de la “Encuesta de necesidades financieras de mujeres empresarias y emprendedoras en Colombia”

### ENCUESTA DE NECESIDADES FINANCIERAS DE MUJERES EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS EN COLOMBIA

La encuesta está dirigida a empresas de mujeres o empresas lideradas por mujeres en Colombia.

Con el fin de poner en marcha la política integral destinada a fortalecer la capacidad emprendedora de las mujeres en el país, el Fondo Mujer Emprende (FME) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en conjunto con la consultora IDOM, están realizando la primera encuesta para evaluar las necesidades financieras de mujeres empresarias y emprendedoras en Colombia.

Por lo anterior, queremos invitarle a ser parte de este proyecto, con el objetivo de que comparta su experiencia, conocimiento y percepciones en relación con el acceso al mercado financiero y aporte información clave sobre las principales barreras que enfrentan los emprendimientos femeninos para acceder a créditos, que impactan el crecimiento y el potencial de escalabilidad de los negocios.

La información recopilada y los datos suministrados voluntariamente a través de la presente encuesta son de carácter privado y por lo tanto serán tratados bajo la más estricta confidencialidad y reserva. Únicamente serán utilizados para los efectos señalados al momento de la entrega de dicha información y para las finalidades indicadas en la encuesta, garantizando que no serán utilizados, en modo alguno, para propósitos personales. La información brindada no será comunicada bajo ninguna circunstancia a terceras personas, salvo que sea expresamente autorizado por la persona titular, y será mantenida confidencialmente por quienes hayan tenido acceso a ella en virtud de la presente encuesta, incluso después de que finalice su objeto.

**Agradecemos su valioso aporte y el tiempo dedicado.**

### Caracterización de la persona responsable/propietaria de la empresa

1. Al registrar mis datos personales en la siguiente encuesta, autorizo la recolección, almacenamiento y uso de estos, en cumplimiento de la Ley de Protección de Datos Personales (Ley 1581 de 2012), el Decreto 1377 de 2013 y las demás normas que los modifiquen, adicionen o complementen.

|                  |          |                                 |
|------------------|----------|---------------------------------|
| <b>Acepto</b>    | <b>1</b> | Continuar                       |
| <b>No acepto</b> | <b>2</b> | Pasar al final del cuestionario |

2. ¿Cuál es su nombre? \_\_\_\_\_
3. ¿Cuál es su correo electrónico? \_\_\_\_\_
4. ¿Cuál es su teléfono de contacto? \_\_\_\_\_
5. ¿Cuál es el nombre de la empresa? \_\_\_\_\_
6. ¿Cuál es el número de identificación tributaria (NIT) de la empresa? \_\_\_\_\_
7. ¿Cuál es el dígito de verificación del NIT de la empresa?

|    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 1  | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 0  |
| 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 |

8. ¿Autoriza ser contactado en caso de requerir validar algunas preguntas?

|    |   |
|----|---|
| Sí | 1 |
| No | 2 |

9. ¿Cuál es su puesto dentro de la empresa? \_\_\_\_\_
10. ¿Qué edad tiene la persona responsable/propietaria de la empresa?

|   |                    |
|---|--------------------|
| 1 | Entre 18 y 25 años |
| 2 | Entre 26 y 30 años |
| 3 | Entre 31 y 35 años |
| 4 | Entre 36 y 40 años |
| 5 | Entre 41 y 45 años |
| 6 | Entre 46 y 50 años |
| 7 | Más de 50 años     |

11. ¿Número de personas que dependen de la persona responsable o propietaria de la empresa?

**Respuesta únicamente en número**

|        |
|--------|
| Número |
|        |

12. ¿Cuántas horas le dedica semanalmente a las labores domésticas y/o labores de cuidado? (En una semana de lunes a domingo. Para responder esta pregunta, estime un promedio diario entre semana y multiplíquelo por cinco días [lunes a viernes]. Para sábado y domingo, estime la dedicación de los dos días y súmela al resultado anterior). **Pregunta dirigida a la persona responsable o propietaria de la empresa.**

|   |                     |
|---|---------------------|
| 1 | Menos de 8 horas    |
| 2 | Entre 9 y 16 horas  |
| 3 | Entre 17 y 24 horas |
| 4 | Entre 25 y 32 horas |
| 5 | Entre 33 y 40 horas |
| 6 | Más de 40 horas     |

13. ¿Cuál es su nivel educativo más alto alcanzado? **Pregunta dirigida a la persona responsable o propietaria de la empresa.**

|   |                     |
|---|---------------------|
| 1 | Sin estudios        |
| 2 | Primario            |
| 3 | Secundario          |
| 4 | Técnico profesional |
| 5 | Universitario       |
| 6 | Especialización     |
| 7 | Maestría            |
| 8 | Doctorado           |

14. ¿Forma parte de los siguientes grupos poblacionales? **Indique como máximo dos respuestas.**

|   |  |
|---|--|
| 1 | Víctima de violencia contra la mujer   |
| 2 | Víctima del conflicto armado   |
| 3 | Reincorporada/reinsertada  |
| 4 | Participante o beneficiaria de programas de sustitución de cultivos ilícitos |
| 5 | Lideresa y/o defensora de derechos humanos                                   |

14. ¿Forma parte de los siguientes grupos poblacionales? **Indique como máximo dos respuestas** (continuación)

|   |                           |
|---|---------------------------|
| 6 | Migrantes                 |
| 7 | Persona con discapacidad  |
| 8 | Ninguno de los anteriores |
| 9 | Otro (especifique)        |

15. ¿Se identifica con alguna de las siguientes etnias?

|   |                                 |
|---|---------------------------------|
| 1 | Indígena                        |
| 2 | Rom                             |
| 3 | Afrodescendiente/afrocolombiana |
| 4 | Raizal                          |
| 5 | Palenquera                      |
| 6 | Ninguna de las anteriores       |

## Caracterización de la empresa

16. ¿Cuántos dueños o socios tiene actualmente la empresa?

|    |                                 |            |
|----|---------------------------------|------------|
| 1  | 1 solo dueño(a)                 | Pase a P17 |
| 2  | 2 dueños(as)/socios(as)         | Pase a P18 |
| 3  | 3 dueños(as)/socios(as)         |            |
| 4  | 4 dueños(as)/socios(as)         |            |
| 5  | 5 dueños(as)/socios(as)         |            |
| 6  | 6 dueños(as)/socios(as)         |            |
| 7  | 7 dueños(as)/socios(as)         |            |
| 8  | 8 dueños(as)/socios(as)         |            |
| 9  | 9 dueños(as)/socios(as)         |            |
| 10 | 10 dueños(as)/socios(as)        |            |
| 11 | Más de 10 dueños(as)/socios(as) |            |

17. ¿La persona propietaria de la empresa es hombre o mujer?

|   |        |            |
|---|--------|------------|
| 1 | Hombre | Pase a P21 |
| 2 | Mujer  |            |

18. ¿Alguno de los dueños o socios de la empresa es mujer?

|   |    |            |
|---|----|------------|
| 1 | Sí | Pase a P19 |
| 2 | No | Pase a P21 |

19. ¿Cuántas mujeres son dueñas o socias de la empresa? **Respuesta únicamente en números**

|        |
|--------|
| Número |
|        |

20. ¿Qué porcentaje de participación en la propiedad de la empresa tienen las mujeres dueñas o socias?

|   |  |
|---|--|
| 1 | Una o más dueñas mujeres con participación de entre el 76% y el 100% |
| 2 | Una o más dueñas mujeres con participación de entre el 51% y el 75%  |
| 3 | Una o más dueñas mujeres con participación de entre el 31% y el 50%  |
| 4 | Una o más dueñas mujeres con participación de hasta el 30%           |
| 5 | La dueña no es una mujer   |

21. Independientemente de la propiedad de la empresa, ¿alguno de los principales responsables de las decisiones de la empresa o altos directivos (presidente, vicepresidente, gerente o director general) es mujer?

|   |                           |
|---|---------------------------|
| 1 | Sí, al menos uno es mujer |
| 2 | No, ninguno               |

22. ¿La empresa cuenta con junta directiva o consejo de administración?

|   |    |            |
|---|----|------------|
| 1 | Sí | Pase a P23 |
| 2 | No | Pase a P24 |

23. ¿Al menos el 30% de los directores de la junta o consejo son mujeres?

|   |    |
|---|----|
| 1 | Sí |
| 2 | No |

24. ¿Qué rol desempeña la mujer propietaria o alto directivo dentro de la empresa?

|   |   |
|---|---|
| 1 | Gerente/director(a) general/CEO   |
| 2 | Gerente de área/director(a) de área                                       |
| 3 | Propietario(a), pero no desempeña ningún rol adicional en la empresa      |
| 4 | Representante legal, pero no desempeña ningún rol adicional en la empresa |
| 5 | Otro (especifique)  |

25. ¿El puesto dentro de la empresa es remunerado?

|   |                     |
|---|---------------------|
| 1 | Sí                  |
| 2 | No                  |
| 3 | No sabe/no responde |

26. ¿Cuál es el sector al que pertenece la empresa?

|   |                      |
|---|----------------------|
| 1 | Agropecuario         |
| 2 | Comercio y servicios |
| 3 | Construcción         |
| 4 | Industria            |
| 5 | Tecnología           |
| 6 | Otro (especifique)   |

27. ¿En qué departamento se encuentra la operación productiva/comercial de la empresa?

|    |                          |
|----|--------------------------|
| 1  | Amazonas                 |
| 2  | Antioquia                |
| 3  | Arauca                   |
| 4  | Atlántico                |
| 5  | Bogotá                   |
| 6  | Bolívar                  |
| 7  | Boyacá                   |
| 8  | Caldas                   |
| 9  | Caquetá                  |
| 10 | Casanare                 |
| 11 | Cauca                    |
| 12 | Cesar                    |
| 13 | Chocó                    |
| 14 | Córdoba                  |
| 15 | Cundinamarca             |
| 16 | Guainía                  |
| 17 | Guaviare                 |
| 18 | Huila                    |
| 19 | La Guajira               |
| 20 | Magdalena                |
| 21 | Meta                     |
| 22 | Nariño                   |
| 23 | Norte de Santander       |
| 24 | Putumayo                 |
| 25 | Quindío                  |
| 26 | Risaralda                |
| 27 | San Andrés y Providencia |

27. ¿En qué departamento se encuentra la operación productiva/comercial de la empresa? continuación

|    |                 |
|----|-----------------|
| 28 | Santander       |
| 29 | Sucre           |
| 30 | Tolima          |
| 31 | Valle del Cauca |
| 32 | Vaupés          |
| 33 | Vichada         |

28. ¿En qué municipio se encuentra la operación productiva/comercial de la empresa? (De acuerdo con el departamento señalado, se desplegará una ramificación de los municipios correspondientes a ese departamento con el código DANE)

29. ¿Cuál fue el año de creación de la empresa?

|   |   |
|---|---|
| 1 | Antes de 2000                             |
| 2 | Entre 2001 y 2005                         |
| 3 | Entre 2006 y 2010                         |
| 4 | Entre 2011 y 2015                         |
| 5 | Entre 2016 y 2020                         |
| 6 | Entre 2021 y 2022                         |
| 7 | En proceso de formalización de la empresa |

30. ¿Cómo inició su emprendimiento? ¿Inició con la razón social actual formalizada desde el comienzo de actividades o como un emprendimiento informal que formalizó su razón social con el tiempo?

|   |  |
|---|--|
| 1 | Formal desde el inicio de actividades                                    |
| 2 | Inició de manera informal y se formalizó con el tiempo                   |
| 3 | El emprendimiento es informal y se encuentra en proceso de formalización |
| 4 | No sabe/no responde  |

31. Indique el porcentaje de mujeres en la primera línea de puestos directivos de la empresa (aquellos que reportan directamente a la máxima autoridad)

|   |                       |
|---|-----------------------|
| 1 | 100%                  |
| 2 | Entre el 80% y el 99% |
| 3 | Entre el 50% y el 79% |
| 4 | Entre el 25% y el 49% |
| 5 | Entre el 0% y el 24%  |

32. ¿Cuál es el tamaño de la empresa? (Según número de empleados)

|   |                                   |
|---|-----------------------------------|
| 1 | Cuenta con hasta 5 empleados      |
| 2 | Microempresa: hasta 10 empleados  |
| 3 | Pequeña: entre 11 y 50 empleados  |
| 4 | Mediana: entre 51 y 200 empleados |
| 5 | Grande: más de 200 empleados      |

33. De ese número de empleados, ¿qué porcentaje son mujeres?

|   |                       |
|---|-----------------------|
| 1 | 100%                  |
| 2 | Entre el 80% y el 99% |
| 3 | Entre el 50% y el 79% |
| 4 | Entre el 25% y el 49% |
| 5 | Entre el 0% y el 24%  |

34. ¿A cuánto ascendieron las ventas de la empresa durante 2021? (Valores en pesos colombianos)

|   |  |
|---|--|
| 1 | Menos de 800 millones de pesos         |
| 2 | Entre 800 y 1.500 millones de pesos    |
| 3 | Entre 1.501 y 5.000 millones de pesos  |
| 4 | Entre 5.001 y 15.000 millones de pesos |
| 5 | Más de 15.000 millones de pesos        |

35. ¿Las finanzas de la empresa se encuentran separadas de la persona responsable/propietaria?

|   |       |
|---|-------|
| 1 | Sí    |
| 2 | No    |
| 3 | No sé |

36. ¿Hace uso de la cuenta bancaria de la empresa para pago de nómina y proveedores?

|   |       |
|---|-------|
| 1 | Sí    |
| 2 | No    |
| 3 | No sé |

37. ¿El negocio o actividad lleva la contabilidad (es decir, realiza anualmente balance general y estado de pérdidas y ganancias) o tiene libro de registro diario de operaciones?

|   |       |
|---|-------|
| 1 | Sí    |
| 2 | No    |
| 3 | No sé |

38. ¿Su empresa está registrada o cuenta con el registro de salud, pensión y riesgos laborales de sus empleados?

|   |                  |
|---|------------------|
| 1 | Sí               |
| 2 | Sí, parcialmente |
| 3 | No               |
| 4 | No sé            |

39. En materia de impuestos, señale cuál de los siguientes impuestos declara su empresa en la actualidad:

|   |                      |
|---|----------------------|
| 1 | ICA                  |
| 2 | IVA                  |
| 3 | Impuesto de renta    |
| 4 | No declara impuestos |
| 5 | No sé                |

40. En materia de impuestos, señale cuál de los siguientes paga su empresa en la actualidad:

|   |                     |
|---|---------------------|
| 1 | ICA                 |
| 2 | IVA                 |
| 3 | Impuesto de renta   |
| 4 | No paga impuestos   |
| 5 | No sabe/no responde |

41. **(En operación posterior al aislamiento por COVID-19)** ¿Cuál es el tipo de establecimiento en el que se desarrollan las actividades productivas y comerciales de la empresa?

|   |  |
|---|--|
| 1 | Oficina propia - Fijo                      |
| 2 | Oficina arrendada                          |
| 3 | Oficina compartida                         |
| 4 | Vivienda de propietario de la empresa      |
| 5 | Vivienda de propietario con local separado |
| 6 | Operación en remoto                        |

42. **(En operación posterior al aislamiento por COVID-19)** ¿Cuál es la forma en la que se están desarrollando las actividades productivas y comerciales de la empresa?

|   |  |
|---|--|
| 1 | En alternancia (dependiendo de los requerimientos de la empresa, en ocasiones de manera virtual y, en otras, presencial) |
| 2 | 100% virtual   |
| 3 | 100% presencial  |
| 4 | La operación, presencial; los demás puestos, con alternancia   |
| 5 | Otro (especifique)   |

43. ¿Cuál de las siguientes opciones se ajusta más al motivo por el cual inició/asumió la responsabilidad de la empresa?

|   |   |
|---|---|
| 1 | Quería ser mi propio jefe(a)                                |
| 2 | Identifiqué una oportunidad de negocio rentable y escalable |
| 3 | Quería flexibilidad para manejar mi tiempo                  |
| 4 | Para mantener a mi familia                                  |
| 5 | Para desarrollar un emprendimiento en mi región             |
| 6 | Me lo cedieron o regalaron/lo heredé                        |
| 7 | No fui la persona creadora del emprendimiento               |
| 8 | Otro (especifique)  |

44. ¿Cuáles fueron los principales desafíos para poner en marcha/asumir la responsabilidad de la empresa? (Respuesta múltiple).

|   |   |
|---|---|
| 1 | Acceder al financiamiento                                   |
| 2 | Obtener el apoyo de mi familia                              |
| 3 | Encontrar una ubicación comercial adecuada                  |
| 4 | Encontrar información sobre cómo poner en marcha un negocio |
| 5 | Lidiar con los requisitos regulatorios y de registro        |
| 6 | Saber adónde ir para obtener asesoría                       |
| 7 | Obtener clientes  |
| 8 | Labores de cuidado (hijos, dependientes)                    |
| 9 | Otro (especifique)  |

## Acceso al mercado de crédito o financiamiento

45. De las siguientes opciones, seleccione "sí" o "no" de acuerdo con las fuentes de financiamiento que utilizó para poner en marcha/asumir la responsabilidad de la empresa

|    |  | Sí | No |
|----|--|----|----|
| 1  | Mis propios ahorros                              |    |    |
| 2  | Venta de un activo/propiedad                     |    |    |
| 3  | Préstamo bancario                                |    |    |
| 4  | Fondo de préstamos del gobierno                  |    |    |
| 5  | Familia/amigos                                   |    |    |
| 6  | Institución microfinanciera                      |    |    |
| 7  | Prestamista                                      |    |    |
| 8  | Ahorro informal o esquema de crédito rotativo    |    |    |
| 9  | Proyecto internacional (financiado por donantes) |    |    |
| 10 | Otro (especifique)                               |    |    |

46. ¿Cuál fue la principal fuente de financiamiento en los últimos tres años?

|   |  |
|---|--|
| 1 | Bancos/Instrumentos financieros                                  |
| 2 | Fondos propios (de la empresa o de los accionistas/propietarios) |
| 3 | Familia y amigos   |
| 4 | Inversionistas   |
| 5 | Concursos de emprendimiento                                      |
| 6 | Instituciones de fomento del gobierno                            |
| 7 | <i>Crowdfunding</i> o plataformas en línea                       |
| 8 | Otras (especifique)  |

47. En los últimos tres años, ¿la empresa tenía proyectos de inversión que no pudo desarrollar por falta de recursos?

|   |                     |            |
|---|---------------------|------------|
| 1 | Sí                  | Pase a P48 |
| 2 | No                  | Pase a P49 |
| 3 | No sabe/no responde | Pase a P62 |

48. (En caso de respuesta afirmativa de la pregunta 47) ¿Cuál era el destino del proyecto de inversión?

|   |  |
|---|--|
| 1 | Financiamiento para necesidades en el corto plazo (nómina, mercancías, insumos, mejoras)                 |
| 2 | Inversiones de mediano/largo plazo (compra de infraestructura de planta/oficinas, equipos de producción) |
| 3 | Las dos anteriores   |
| 4 | Desarrollo de producto   |
| 5 | Ninguna  |
| 6 | Otro (especifique)   |

49. En los últimos tres años, ¿la empresa pidió algún préstamo bancario? (Si pidió más de un préstamo, piense en el más importante)

|   |         |            |
|---|---------|------------|
| 1 | Sí      | Pase a P51 |
| 2 | No      | Pase a P50 |
| 3 | No sabe | Pase a P62 |

50. (En caso de respuesta negativa de la pregunta 49) ¿Cuáles fueron las principales razones por las que este establecimiento no solicitó ninguna línea de crédito o préstamo? (Una vez contestada, pasar a pregunta 62)

|   |   |
|---|---|
| 1 | No lo necesitaba  |
| 2 | La empresa no cumple con el historial crediticio                |
| 3 | Pensé que <b>no</b> sería aprobado                              |
| 4 | Los procedimientos de solicitud eran complejos                  |
| 5 | Las condiciones no eran convenientes (era caro o de poco monto) |
| 6 | Pedían garantías que no tenía                                   |
| 7 | Otro (especifique)  |

51. (En caso de respuesta positiva de la pregunta 49) ¿Con qué finalidad pidió el préstamo?

|   |   |
|---|---|
| 1 | Financiamiento de capital de trabajo (necesidades actuales de corto plazo, nómina, insumos, etc.) |
| 2 | Compra de maquinaria o equipamiento   |
| 3 | Desarrollo de nuevas unidades de negocio  |
| 4 | Compra de vehículo o medio de transporte  |
| 5 | Compra de tierras u oficinas  |
| 6 | Otra (especifique)  |

52. (En caso de respuesta positiva de la pregunta 49) ¿Cuál fue el plazo del préstamo?

|   |                |
|---|----------------|
| 1 | Menos de 1 año |
| 2 | 1 a 2 años     |
| 3 | 2 a 5 años     |
| 4 | 5 a 7 años     |
| 5 | Más de 7 años  |

53. (En caso de respuesta positiva de la pregunta 49) ¿Cuál fue el monto de la solicitud de préstamo?  
(Valores en pesos colombianos)

|   |                           |
|---|---------------------------|
| 1 | Menos de 10.000.000       |
| 2 | 10.000.000 a 50.000.000   |
| 3 | 50.000.001 a 100.000.000  |
| 4 | 100.000.001 a 150.000.000 |
| 5 | 150.000.001 a 200.000.000 |
| 6 | Más de 200.000.000        |

54. **(En caso de respuesta positiva de la pregunta 49)** ¿Cuál fue el resultado de la solicitud del préstamo?

|   |                          |            |
|---|--------------------------|------------|
| 1 | Aprobada en su totalidad | Pase a P57 |
| 2 | Aprobación parcial       | Pase a P56 |
| 3 | Solicitud rechazada      | Pase a P55 |
| 4 | Solicitud retirada       | Pase a P55 |
| 5 | Otro (especifique)       | Pase a P62 |

55. **(Solo si la pregunta 54 tiene por respuesta: Solicitud rechazada o retirada)** ¿Por qué considera que fue rechazada la solicitud de crédito o, en su defecto, por qué fue retirada?

|    |  |            |
|----|--|------------|
| 1  | El destino de los fondos no estaba entre los elegibles por el banco      | Pase a P62 |
| 2  | La capacidad de repago fue considerada insuficiente                      |            |
| 3  | El balance no fue satisfactorio para el crédito solicitado               |            |
| 4  | Las garantías no fueron satisfactorias para el banco                     |            |
| 5  | El banco consideró que las perspectivas de mi negocio no eran favorables |            |
| 6  | Por antecedentes crediticios no favorables o situación previa irregular  |            |
| 7  | Las condiciones de monto, plazo y tasa no convenían                      |            |
| 8  | Se decidió postergar el proyecto   |            |
| 9  | Se consiguió financiamiento alternativo fuera del sistema bancario       |            |
| 10 | Otro (especifique)   |            |

56. **(Solo si la respuesta a la pregunta 54 tiene por respuesta: Aprobación parcial)** ¿Cuál fue el porcentaje del monto solicitado que obtuvo como préstamo?

|   |                       |
|---|-----------------------|
| 1 | Entre el 70% y el 90% |
| 2 | Entre el 40% y el 70% |
| 3 | Entre el 10% y el 40% |
| 4 | Menos del 10%         |

57. **(En caso de respuesta positiva de la pregunta 49)** ¿Cuál fue la tasa de interés del crédito?

|   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| 1 | Entre el 1% y el 5% entre años (EA) |
| 2 | Entre el 5% y el 8% EA              |
| 3 | Entre el 8% y el 10% EA             |
| 4 | Entre el 10% y el 12% EA            |
| 5 | Más del 12% EA                      |

58. **(Solo si la respuesta a la pregunta 54 tiene por respuesta: Aprobada en su totalidad o Aprobación parcial)** ¿Le pidieron garantía? (Hace referencia al compromiso o mecanismo para asegurar el cumplimiento de una obligación de pago; los más comunes son: prenda, hipoteca, fianza, codeudor, entre otros)

|   |       |            |
|---|-------|------------|
| 1 | Sí    | Pase a P59 |
| 2 | No    | Pase a P61 |
| 3 | No sé | Pase a P61 |

59. **(Solo si la respuesta a la pregunta 58 es afirmativa)** ¿Cuál fue la garantía?

60. **(Solo si la respuesta a la pregunta 58 es afirmativa)** ¿Cuál fue el porcentaje de la garantía? Valor en números

61. **(Solo si la respuesta a la pregunta 54 tiene por respuesta: Aprobada en su totalidad o Aprobación parcial)** ¿Tuvo alguna vez problemas o dificultades para cumplir con el pago de esos créditos?

|   |    |
|---|----|
| 1 | Sí |
| 2 | No |

62. En relación con las preguntas relativas al acceso al crédito o financiamiento, ¿respondió esas preguntas como persona natural o como persona jurídica (la empresa)?

|   |                  |
|---|------------------|
| 1 | Persona natural  |
| 2 | Persona jurídica |

63. Elija como máximo tres opciones en las que clasifique por orden de importancia la forma en la que realiza los pagos de la empresa.

|   |                                  |
|---|----------------------------------|
| 1 | Pago de proveedores              |
| 2 | Pago de nómina                   |
| 3 | Pago de obligaciones financieras |
| 4 | Pago de necesidades operativas   |
| 5 | Pago de necesidades familiares   |

64. ¿Es el acceso al crédito o financiamiento una restricción significativa para la operación de la empresa?

|   |                     |
|---|---------------------|
| 1 | Sí                  |
| 2 | No                  |
| 3 | No sabe/no responde |

65. ¿Qué tipo de financiamiento es necesario actualmente en la empresa?

|   |   |
|---|---|
| 1 | Financiamiento para necesidades en el corto plazo (nómina, mercancías, insumos)                       |
| 2 | Financiamiento para inversiones de mediano/largo plazo (compra de infraestructura de planta/oficinas) |
| 3 | Las dos anteriores  |
| 4 | Ninguna   |
| 5 | Otro (especifique)  |

66. ¿Ha participado en los últimos tres años en programas de financiamiento empresarial con alguna de las siguientes entidades?

|   |                                 |
|---|---------------------------------|
| 1 | Fondo Nacional de Garantías     |
| 2 | Fondo Emprender (SENA)          |
| 3 | iNNpulsa                        |
| 4 | Redes de inversionistas ángeles |
| 5 | Fondo Mujer Emprende            |
| 6 | Otro (especifique)              |

67. Si una institución bancaria ofrece condiciones financieras más ventajosas para mujeres empresarias, ¿preferiría tomar crédito en dicha entidad?

|   |                     |
|---|---------------------|
| 1 | Sí                  |
| 2 | No                  |
| 3 | No sabe/no responde |

### Percepción de las condiciones operativas para la iniciativa empresarial

68. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo se encuentra con las siguientes afirmaciones?

|   |  | Totalmente en desacuerdo | En desacuerdo | Ni de acuerdo/<br>Ni en desacuerdo | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
|---|--|--------------------------|---------------|------------------------------------|------------|-----------------------|
| 1 | El acceso al crédito y al financiamiento es asequible para las empresas de mujeres                     |                          |               |                                    |            |                       |
| 2 | En las entidades bancarias he experimentado o he tenido la sensación de ser discriminada por mi género |                          |               |                                    |            |                       |
| 3 | Las empresas de mujeres tienen menos acceso al crédito que las de hombres                              |                          |               |                                    |            |                       |
| 4 | Pido menos crédito del que necesito porque siento que no me lo van a dar                               |                          |               |                                    |            |                       |
| 5 | Considero que las herramientas financieras pueden ser una ayuda para el crecimiento de mi empresa      |                          |               |                                    |            |                       |
| 6 | Comparo el costo entre distintas fuentes de financiamiento disponibles para la empresa                 |                          |               |                                    |            |                       |

68. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo se encuentra con las siguientes afirmaciones? (continuación)

|   |  | Totalmente en desacuerdo | En desacuerdo | Ni de acuerdo/<br>Ni en desacuerdo | De acuerdo | Totalmente de acuerdo |
|---|--|--------------------------|---------------|------------------------------------|------------|-----------------------|
| 7 | Si una institución bancaria ofrece, como complemento al crédito, un paquete de servicios no financieros adecuados para mujeres empresarias, prefiero tomar crédito de esta |                          |               |                                    |            |                       |

69. Ud. diría que percibe el riesgo como...

|   |                  |
|---|------------------|
| 1 | Un inconveniente |
| 2 | Algo natural     |
| 3 | Una oportunidad  |

70. En lo personal, ¿cómo se define en términos de riesgo?

|   |  |
|---|--|
| 1 | Actúo con cautela y evito correr riesgos                         |
| 2 | Corro riesgos pequeños y medibles                                |
| 3 | Corro los riesgos necesarios para obtener buenos resultados      |
| 4 | Asumo grandes riesgos que me permiten obtener grandes resultados |

71. ¿Cómo calificaría su conocimiento en temas financieros?

|   |                     |
|---|---------------------|
| 1 | Avanzado            |
| 2 | Intermedio          |
| 3 | Básico              |
| 4 | Nulo                |
| 5 | No sabe/no responde |
| 6 | Otro (especifique)  |

72. Seleccione los servicios NO financieros que considere más relevantes para su empresa (respuesta múltiple)

|   |  |
|---|--|
| 1 | Capacitaciones o formación para el trabajo                     |
| 2 | Creación de redes de contactos (redes de empresarios, eventos) |
| 3 | Asesoría para mejorar la gestión y los procesos empresariales  |
| 4 | Programas de liderazgo   |
| 5 | Otro (especifique)   |

73. Respecto del uso de tecnología en su empresa, ¿el negocio cuenta con alguna de las siguientes herramientas para difundir sus productos/servicios? (respuesta múltiple)

|   |  |
|---|--|
| 1 | Redes sociales (Facebook, LinkedIn, Google+, Yammer...)  |
| 2 | Sitios web o redes sociales que comparten contenido multimedia (Youtube, Flickr, SlideShare, Instagram...) |
| 3 | Blogs de empresas o microblogs (Twitter, Blogger...)   |
| 4 | Plataformas de ventas y de gestión de proveedores, entre otras (Mercado libre, Shopify...)                 |
| 5 | Herramientas para compartir conocimientos basadas en <i>wiki</i>   |

74. Su empresa utiliza internet y/o redes sociales para: (respuesta múltiple)

|   |  |
|---|--|
| 1 | Desarrollar la imagen de la empresa o de productos de mercado (publicidad, lanzamiento de productos...)                                  |
| 2 | Recibir o enviar opiniones de clientes, críticas, reseñas, preguntas   |
| 3 | Involucrar a los clientes en el desarrollo o la innovación de bienes o servicios   |
| 4 | Colaborar con socios comerciales (como proveedores) u otras organizaciones (autoridades, organizaciones no gubernamentales, entre otros) |
| 5 | Selección de personal  |
| 6 | Intercambio de opiniones o conocimientos dentro de la empresa  |

75. ¿La empresa cumple con los requisitos sanitarios mínimos exigidos para el desarrollo de sus actividades?

|   |                     |
|---|---------------------|
| 1 | Sí                  |
| 2 | No                  |
| 3 | No sabe/no responde |

76. ¿La empresa cumple con los requisitos técnicos mínimos exigidos para el desarrollo de sus actividades de producción y/o comercialización?

|   |                     |
|---|---------------------|
| 1 | Sí                  |
| 2 | No                  |
| 3 | No sabe/no responde |

77. ¿La empresa cuenta con las condiciones de almacenamiento y comercialización requeridas para el desarrollo de sus actividades?

|   |                     |
|---|---------------------|
| 1 | Sí                  |
| 2 | No                  |
| 3 | No sabe/no responde |

78. En una escala de 1 a 5, donde 1 es "muy fácil" y 5 "muy difícil", indique el grado de dificultad que experimentó al realizar los siguientes trámites:

|   |   | Muy fácil | Fácil | Normal | Difícil | Muy difícil | No aplica |
|---|---|-----------|-------|--------|---------|-------------|-----------|
| 1 | Registro Único Tributario (RUT)   |           |       |        |         |             |           |
| 2 | Registro ante la Cámara de Comercio   |           |       |        |         |             |           |
| 3 | Adquisición de licencia de funcionamiento   |           |       |        |         |             |           |
| 4 | Afiliación de la empresa a los sistemas generales de seguridad social en salud, pensiones y riesgos laborales |           |       |        |         |             |           |
| 5 | Declaraciones de impuestos y/o contribuciones   |           |       |        |         |             |           |
| 6 | Cumplimiento de requisitos locativos y de equipos solicitados por las autoridades competentes                 |           |       |        |         |             |           |
| 7 | Cumplimiento de los requisitos sanitarios solicitados por las autoridades competentes                         |           |       |        |         |             |           |

78. En una escala de 1 a 5, donde 1 es "muy fácil" y 5 "muy difícil", indique el grado de dificultad que experimentó al realizar los siguientes trámites: (*continuación*)

|   |   | Muy fácil | Fácil | Normal | Difícil | Muy difícil | No aplica |
|---|---|-----------|-------|--------|---------|-------------|-----------|
| 8 | Cumplimiento de las normas técnicas de producción solicitadas por las autoridades competentes.                  |           |       |        |         |             |           |
| 9 | Cumplimiento de los requisitos de almacenamiento y comercialización solicitados por las autoridades competentes |           |       |        |         |             |           |

Muchas gracias por su colaboración.

## Anexo II. Detalle metodológico de la “Encuesta de necesidades financieras de mujeres empresarias y emprendedoras en Colombia”

El estudio presentado en esta nota técnica tuvo como objetivo recabar información de mercado estadísticamente significativa, a fin de extraer conclusiones relevantes que orienten el diseño de políticas públicas y estrategias de financiamiento para empresas en propiedad de mujeres o lideradas por ellas. Asimismo, se buscó fortalecer la información nacional sobre empresas o emprendimientos liderados por mujeres, proporcionando datos más completos y precisos.

La encuesta realizada para este estudio se basó en iniciativas similares llevadas a cabo previamente en América Latina y el Caribe (ALC), lo que permitió establecer una base sólida para la implementación de la encuesta entre las empresas de mujeres en Colombia. Esto garantizó la calidad y relevancia de los datos obtenidos, asegurando su utilidad para alcanzar los objetivos planteados.

El presente anexo metodológico tiene como propósito detallar los procedimientos y criterios utilizados en la definición de los objetivos y variables de análisis para la implementación de la encuesta dirigida a mujeres empresarias y emprendedoras en Colombia. Además, describe el proceso de implementación de la encuesta y el enfoque analítico utilizado para el tratamiento de los datos obtenidos.

### Diseño de la encuesta

La **“Encuesta de necesidades financieras de mujeres empresarias y emprendedoras en Colombia”** se desarrolló con el propósito de obtener información empírica y cuantitativa sobre las mujeres propietarias o líderes de micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) en Colombia. Esta encuesta se centró en decisiones tanto financieras como no financieras, con el objetivo principal de recopilar datos que permitan una comprensión más profunda sobre la toma de decisiones en las empresas lideradas por mujeres, así como sobre su interacción con el mercado de crédito y financiamiento, y los factores que influyen en su capacidad para acceder a estos recursos. Estos datos son fundamentales para entender las dinámicas financieras de las empresarias y para orientar decisiones de política pública y estrategias de financiamiento dirigidas a empresas lideradas por mujeres.

La estructura de la encuesta se dividió en cuatro categorías principales:

- **Caracterización de la persona responsable o propietaria de la empresa:** Se incluyeron preguntas para recopilar datos socioeconómicos básicos de las mujeres dueñas o líderes de las empresas, así como información sobre su entorno familiar y uso del tiempo.
- **Caracterización de la empresa y grado de formalidad:** Se puso el foco en el nivel de organización del emprendimiento, los elementos de informalidad y el modo de operación de las empresas tras las restricciones impuestas por la pandemia de COVID-19. Se incluyeron preguntas sobre la propiedad de la empresa y el papel de liderazgo de las mujeres en esta, para determinar si la empresa cumple con los criterios que definen a las empresas de mujeres.
- **Acceso al mercado del crédito/financiamiento:** Se investigaron los motivos por los cuales las mujeres empresarias acceden al crédito o financiamiento, así como los obstáculos que enfrentan en este proceso.
- **Percepción del acceso al crédito y conocimientos financieros:** Se incluyeron preguntas sobre el conocimiento de las propietarias o líderes de las empresas acerca de fuentes y programas de apoyo al financiamiento, así como sobre su nivel de desarrollo digital, el acceso a la capacitación financiera y las barreras percibidas para el emprendimiento femenino.

El cuestionario se desarrolló bajo premisas esenciales: las preguntas fueron de tipo descriptivo y explicativo, lo que facilitó su cumplimentación, difusión y la consolidación de respuestas tanto cuantitativas como cualitativas. Se utilizó un lenguaje claro, adaptado al público objetivo, y las preguntas se diseñaron para su implementación mediante herramientas digitales, como encuestas en línea. Esto permitió la recopilación eficiente de datos, la generación de gráficos de informes y el seguimiento en tiempo real de las respuestas. A fin de minimizar errores en la entrada de datos, se redujeron las preguntas abiertas y se promovió el uso de opciones únicas o múltiples a través de listas desplegables. La encuesta, compuesta por 78 preguntas y con una duración promedio de 25 minutos, se estructuró de manera que cada pregunta estuviera alineada con los objetivos específicos de cada categoría del estudio.

El análisis de los datos recopilados se realizó utilizando herramientas como Microsoft Excel, SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) y Minitab, así como con la ayuda de las funcionalidades proporcionadas por la plataforma de recolección de información. Se llevaron a cabo análisis estadísticos descriptivos y multivariados para interpretar los resultados, destacando las necesidades y experiencias financieras de las empresas lideradas por mujeres o de su propiedad. Por último, se validaron los datos para identificar posibles errores y asegurar su consistencia.

## **Estrategia de recopilación de información**

Una vez establecido el cuestionario, se diseñó una estrategia integral para la recolección de datos y la difusión de la encuesta, con el objetivo de asegurar la participación de un número representativo de mujeres empresarias y emprendedoras de Colombia y garantizar así la calidad de la información obtenida. Para ello, se colaboró con la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer (CPEM) de Colombia y otros actores clave a fin de crear una base de datos comprensiva de empresas lideradas por mujeres.

Para la implementación de la encuesta se utilizó un enfoque híbrido, que combinó métodos virtuales y presenciales. En zonas con mayor densidad de empresas lideradas por mujeres y alto nivel de conectividad, como Antioquia y Bogotá, se realizaron encuestas virtuales mediante formularios electrónicos, utilizando Microsoft Forms. El acceso a la encuesta se facilitó a través de enlaces y códigos QR distribuidos por medio de correos electrónicos y redes sociales. Para incentivar la participación, se llevaron a cabo seminarios web y se ofrecieron materiales técnicos y metodológicos como premios.

En las zonas periféricas del país, donde la densidad empresarial es menor y el acceso a los servicios de Internet es más limitado, se realizaron encuestas presenciales. Se subcontrató un operador con capacidades técnicas y recursos adecuados para llevar a cabo entrevistas personales en las regiones Andina, Caribe e Insular, Pacífica, y Orinoquía y Amazónica. Estas entrevistas digitales o telefónicas permitieron obtener información en áreas donde el contacto directo con las mujeres empresarias era más complejo.

El plan de recopilación de información incluyó estrategias específicas para garantizar una muestra estadísticamente representativa. Para ello, se integraron bases de datos preexistentes con nuevas fuentes, lo que permitió construir una base de datos completa y comprensiva de empresas de mujeres en Colombia (cuadro A2.1).

**CUADRO A2.1. TOTAL DE ENCUESTAS REALIZADAS EN RELACIÓN CON EL UNIVERSO DE EMPRESAS EXISTENTES, POR REGIÓN GEOGRÁFICA**

| Región geográfica            | Universo (empresas) | Total de encuestas | Margen de error |
|------------------------------|---------------------|--------------------|-----------------|
| Bogotá                       | 38.538              | 194                | 7,0%            |
| Antioquia                    | 18.722              | 216                | 6,6%            |
| Región Andina                | 11.773              | 354                | 5,1%            |
| Región Caribe e Insular      | 8.284               | 180                | 7,2%            |
| Región Pacífica              | 1.554               | 213                | 6,2%            |
| Región Orinoquía y Amazónica | 606                 | 65                 | 11,5%           |
| Nacional                     | 79.477              | 1.222              | 2,8%            |

## Estrategia de difusión de la encuesta para el reclutamiento de participantes

Para garantizar una adecuada difusión y alcanzar la muestra representativa necesaria de empresas lideradas por mujeres o de su propiedad, se diseñaron diversas estrategias de promoción de la encuesta, implementadas en colaboración con la CPEM y otros actores clave.

En primer lugar, se utilizaron **redes sociales y correos electrónicos** para llegar a un amplio número de empresarias. Se crearon piezas gráficas atractivas y mensajes claros que invitaban a las mujeres empresarias a participar en la encuesta. Estas piezas incluían enlaces y códigos QR para facilitar el acceso directo al cuestionario.

Además, se realizaron **seminarios web** como un incentivo adicional para las participantes. Durante estos seminarios, se presentaron resultados preliminares y se ofrecieron materiales técnicos y metodológicos como premios. Esta estrategia no solo incentivó la participación, sino que también permitió interactuar directamente con las empresarias, aclarar dudas y fomentar un mayor compromiso con el estudio.

Para las **encuestas virtuales**, se utilizaron formularios electrónicos provistos por la herramienta Microsoft Forms. Este método fue especialmente efectivo en Antioquia y Bogotá, donde la conectividad y la densidad de empresas de mujeres son mayores. La difusión de la encuesta virtual se realizó a través de correos electrónicos enviados a bases de datos existentes y mediante publicaciones en redes sociales. Además, se establecieron enlaces específicos y códigos QR para rastrear la fuente de las respuestas y asegurar la integridad de los datos recopilados.

## Diseño muestral e implementación de la encuesta completa

El diseño muestral del estudio estableció una muestra representativa de empresas lideradas por mujeres, tanto a nivel nacional como regional. Esta segmentación permitió investigar las posibles variaciones y diferencias entre las regiones del país en términos de experiencias y desafíos que enfrentan las empresarias. De acuerdo con las buenas prácticas y la evidencia estadística en la implementación de encuestas, se determinó que la opción más adecuada era utilizar un muestreo poblacional con una fórmula de cálculo muestral diseñada para poblaciones finitas. Esta elección se basó en la disponibilidad de la base de datos de la Red de Cámaras de Comercio (Confecámaras), que proporcionaba una aproximación del número de empresas lideradas por mujeres o de su propiedad en Colombia.

Se definió un nivel de confianza del 95%, respaldado por estudios previos y evidencia estadística, con un margen de error aceptado de entre el 5% y el 9%, dependiendo del tamaño de la población. El universo identificado fue de 79.477 empresas, segmentado por región, departamento y tipo de empresa. La ejecución de la encuesta se planificó con un formato híbrido: entrevistas en zonas periféricas del país y encuestas virtuales en Antioquia y Bogotá. Inicialmente, se contempló una muestra esperada de 1.511 encuestas a empresas lideradas por mujeres, con un margen de error nacional de 2,5%. Sin embargo, durante la fase de ejecución se presentaron dificultades en la recopilación de la información, lo que llevó a redefinir la muestra final con base en el margen de error, en lugar del número de encuestas esperado.

Conforme avanzó la ejecución de la encuesta, se observaron altas tasas de respuesta en algunas regiones, lo que permitió redirigir las encuestas faltantes hacia las zonas donde la muestra aún no se había completado. Durante la ejecución, se identificaron 99 empresas que no cumplían con los criterios de selección –no estaban lideradas por mujeres–, por lo que fueron excluidas de los análisis. El estudio finalizó con una muestra de 1.123 empresas de mujeres encuestadas a nivel nacional. Los resultados se presentaron con un margen de error nacional del 2,9%, y se realizaron ajustes para asegurar la calidad y la representatividad de los datos recopilados.

La recolección de datos se realizó mediante un enfoque híbrido, combinando métodos virtuales y presenciales para asegurar una cobertura adecuada en las seis regiones del país. Para las **encuestas virtuales**, se utilizaron formularios electrónicos (Microsoft Forms), distribuidos a través de enlaces y códigos QR en correos electrónicos y publicaciones en redes sociales. Esta metodología fue particularmente efectiva en Antioquia y Bogotá, donde se concentró una mayor cantidad de empresas lideradas por mujeres y se contó con un alto nivel de conectividad.

En las regiones con menor densidad empresarial y acceso limitado a servicios de Internet, se realizaron **entrevistas presenciales** y telefónicas a cargo de un operador subcontratado especialmente para dicha tarea. Fue el caso de las regiones Andina, Caribe e Insular, Orinoquía y Amazónica, y Pacífica.

Para garantizar la calidad y seguridad de la información recopilada, se implementó un **protocolo de control de datos**. Este protocolo incluyó la validación de empresas mediante el número de identificación tributaria (NIT) y el dígito de verificación, para asegurar la precisión de los datos. La información recopilada se almacenó en una base de datos unificada y se establecieron protocolos de validación de datos para garantizar la consistencia y calidad de la información. Además, los datos se integraron en un tablero de control en la herramienta “Power BI” de Microsoft, para permitir el monitoreo en tiempo real del estado de avance de la encuesta y priorizar ciertas respuestas para el análisis.

## Limitaciones del estudio

A pesar del diseño meticuloso y riguroso de la metodología de la encuesta, es importante señalar ciertas limitaciones del estudio que podrían haber influido en los resultados obtenidos. En primer lugar, la delimitación del objetivo priorizó aspectos vinculados con el financiamiento, lo que pudo haber dejado de lado otros factores relevantes para la comprensión integral de la realidad empresarial de las mujeres en Colombia. Además, al centrarse exclusivamente en empresas de mujeres, se limitó la posibilidad de establecer comparaciones con las experiencias de empresas lideradas por hombres, lo que podría haber proporcionado un panorama más completo de las brechas de género en el ámbito empresarial.

Por otro lado, la base de datos utilizada –proveniente de Confecámaras– presentó algunas limitaciones, ya que solo comprende empresas incluidas en el Registro Único Empresarial y Social (RUES). Esto pudo haber introducido sesgos en las preguntas relacionadas con la formalización. Además, el análisis de variables *ex ante* no se realizó de manera exhaustiva, lo que pudo haber limitado la comprensión del perfil de las mujeres empresarias y las barreras específicas que enfrentan en los diferentes sectores.

La orientación del universo y la definición de la muestra se basaron en datos disponibles hasta el año 2021, lo que podría no reflejar cambios recientes en el panorama empresarial colombiano. Especialmente en regiones como la Orinoquía y la Amazónica, esto pudo haber generado discrepancias con la realidad empresarial actual. Adicionalmente, la extensión del cuestionario –con cerca de 80 preguntas– y la inclusión de preguntas adicionales no vinculadas directamente al objetivo central podrían haber impactado en la tasa de respuesta y causado fatiga en las encuestadas, comprometiendo la calidad de los datos recopilados.

El despliegue de la encuesta presentó desafíos, como el uso de formatos híbridos y la dispersión en la distribución virtual, lo que pudo haber generado sesgos en las respuestas y dificultades en la captación de datos (Hernández, 2020). Asimismo, las estrategias de difusión podrían haber sido más efectivas con la participación de entidades aliadas y una planificación más detallada de los incentivos. Por último, al tratarse de una encuesta basada en autorreportes y percepciones, los datos pueden estar sujetos a sesgos inherentes a la subjetividad de las respuestas.

Estas limitaciones deben considerarse cuidadosamente al interpretar y generalizar los resultados de la encuesta. Al mismo tiempo, subrayan la importancia de realizar futuras investigaciones que aborden estas cuestiones con mayor profundidad y rigor, y que permitan obtener una comprensión más robusta de la realidad empresarial de las mujeres en Colombia y ALC.

