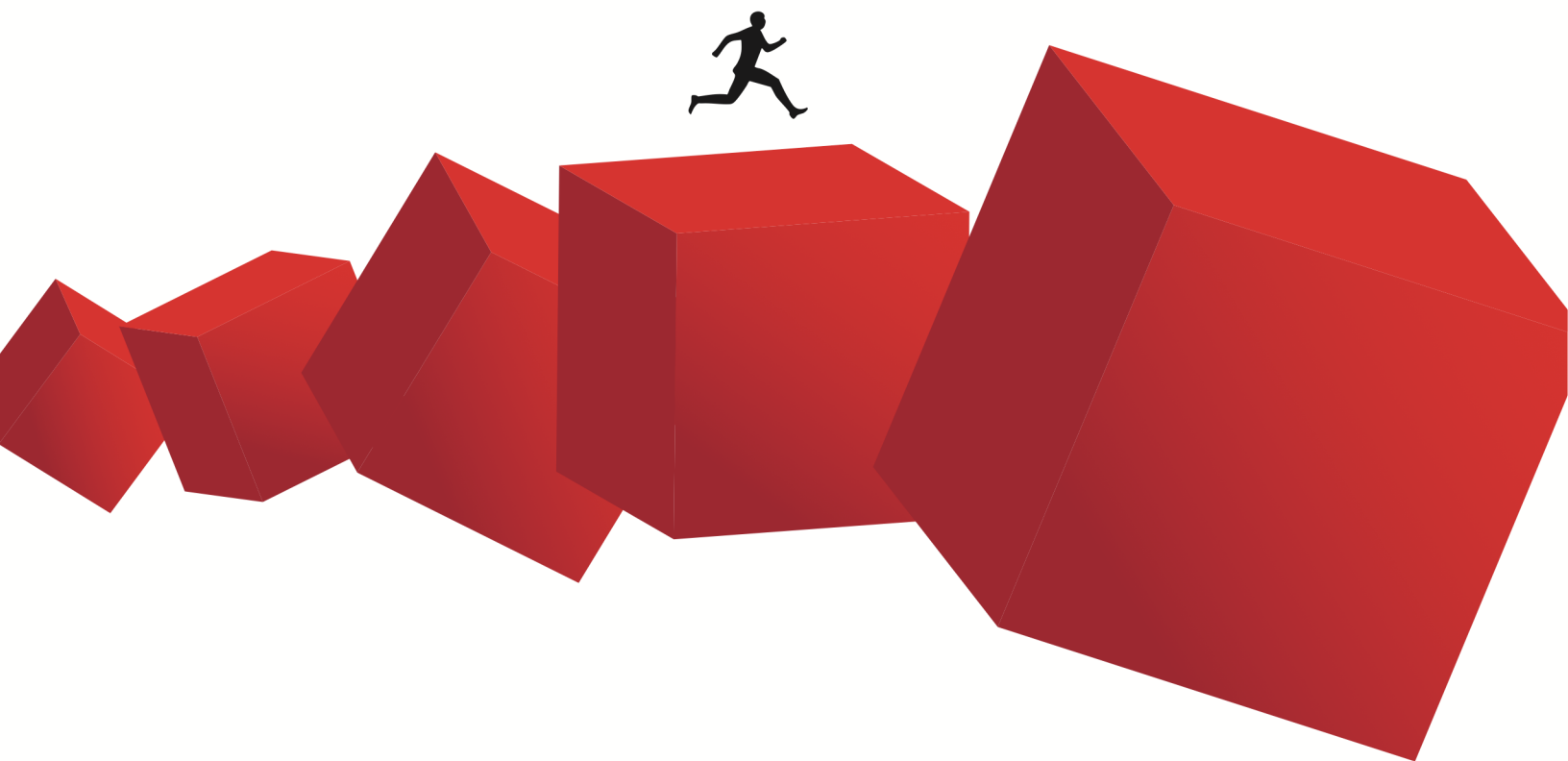




Monitor Global De Emprendimiento

2024-2025

MUJERES EMPRENDEDORAS EN
GUATEMALA



Mujeres Emprendedoras en Guatemala

Reporte Nacional del Monitor
Global de Emprendimiento (GEM)
2024/2025

*Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Francisco Marroquín
Centro de Emprendimiento Kirzner*

Esta publicación es posible gracias al apoyo de la subvención 63250 de la John Templeton Foundation. Las opiniones expresadas en esta publicación son responsabilidad exclusiva de los autores y no reflejan necesariamente los puntos de vista de la John Templeton Foundation.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	6
 CAPÍTULO 1. PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LAS MUJERES HACIA EL EMPRENDIMIENTO	
a) Percepciones	7
b) Actitudes	8
 CAPÍTULO 2. TASAS DE EMPRENDIMIENTO DE MUJERES	
a) Comparación internacional de la TEA y de la Tasa de Emprendimientos Establecidos	12
b) Clasificación de la TEA y de los Emprendimientos Establecidos	13
c) Emprendimiento Total de Mujeres en países de Latinoamérica	15
 CAPÍTULO 3. CARACTERÍSTICAS DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS	
1. Presencia del emprendimiento: 3 de cada 10 mujeres son emprendedoras.	17
2. Edad: 1 de cada 2 mujeres emprendedoras tiene entre 18 y 34 años.	19
3. Educación formal: 1 de cada 2 mujeres emprendedoras cuenta al menos con diversificado completo.	20
4. Ingresos del hogar: 1 de cada 3 mujeres emprendedoras aporta la mayoría de los ingresos del hogar.	21
5. Motivaciones: 9 de cada 10 mujeres emprendió debido a la escasez de empleo.	22

CAPÍTULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LOS NEGOCIOS

1. Inversión inicial: 3 de cada 4 emprendimientos de mujeres inician con Q.10 mil o menos. 23
2. Actividad económica: 8 de cada 10 emprendimientos de mujeres está orientado al consumo. 26
3. Generación de empleo: 1 de cada 3 emprendimientos de mujeres genera al menos un empleo. 27
4. Expectativas de generación de empleo: 9 de cada 10 mujeres emprendedoras espera generar al menos un empleo en los próximos 5 años. 28
5. Ubicación de los clientes: 8 de cada 10 mujeres emprendedoras atiende en su mayoría a clientes de su comunidad o municipio. 29
6. Registro del negocio: 7 de cada 10 mujeres emprendedoras opera informalmente. 29

CAPÍTULO 5. USO DE TECNOLOGÍA EN LOS EMPRENDIMIENTOS DE MUJERES

1. Uso de recursos tecnológicos: 2 de cada 3 mujeres emprendedoras usa las redes sociales para sus operaciones comerciales. 31
2. Expectativa de uso de herramientas de IA: 4 de cada 10 mujeres emprendedoras espera usarlas. 33

CAPÍTULO 6. EL ENTORNO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

- a) Victimización y costo del delito 36
- b) Encuesta Nacional a Expertos – Apoyo al emprendimiento femenino 38
 1. Servicios de apoyo a mujeres: baja disponibilidad y poca asequibilidad. 39
 2. Motivación emprendedora: la cultura no alienta el emprendimiento femenino. 39
 3. Acceso a mercados: se percibe cierta desventaja para las mujeres. 39
 4. Acceso a financiamiento: no se percibe que las mujeres estén en desventaja. 39

CONCLUSIONES 41

INTRODUCCIÓN

El [Reporte Nacional 2024/2025](#) del Monitor Global de Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés), publicado el 6 de agosto de 2025, muestra las características y los desafíos que enfrentan los emprendedores guatemaltecos en general. Este documento pretende revelar las características propias y los desafíos enfrentados por las mujeres emprendedoras.

El GEM es el estudio sobre emprendimiento más importante a nivel mundial que recaba la información directamente de los emprendedores con el fin de comprender la acción de emprender un negocio; conocer las características propias del emprendedor y de su negocio; sus actitudes; y, las percepciones del entorno en donde desarrolla sus actividades. Por medio del levantamiento de encuestas con representatividad a nivel nacional, se pueden identificar los factores que fomentan o limitan la actividad emprendedora.

La Asociación Global de Investigación en Emprendimiento (GERA, por sus siglas en inglés) es el ente que organiza y administra el proyecto GEM. GERA es una asociación formada por Babson College, institución reconocida internacionalmente como líder en educación sobre emprendimiento, y por representantes de los Equipos Nacionales de los países que participan en el proyecto. En el estudio del año 2024/2025 participaron 51 países en la medición de la actividad emprendedora. En este año, el proyecto GEM cumplió 26 años de realizarse a nivel mundial de forma consecutiva.

En Guatemala, el Centro de Emprendimiento Kirzner de la Universidad Francisco Marroquín ha realizado el estudio desde el año 2009. El reporte del año 2012/2013 “Emprendimiento y la Mujer”, es el único reporte nacional en donde se han desglosado los indicadores del proceso emprendedor tanto para hombres como para mujeres. En el mismo se hizo una estimación del número de emprendedoras en el país, y se presentaron características demográficas y del entorno familiar de las emprendedoras.

Este informe pretende ahondar un nivel más del [Reporte Nacional](#). Siguiendo la estructura de éste, se presenta información de las mujeres emprendedoras respecto a: 1) percepciones y actitudes hacia el emprendimiento; 2) fases del proceso emprendedor; 3) características de las emprendedoras; 4) características de los negocios de las emprendedoras; y, 5) uso de la tecnología por parte de las emprendedoras. En cuanto al entorno del emprendimiento femenino, se presenta información sobre victimización y costos del delito; así como la percepción que los expertos tienen sobre el apoyo al emprendimiento femenino en Guatemala.

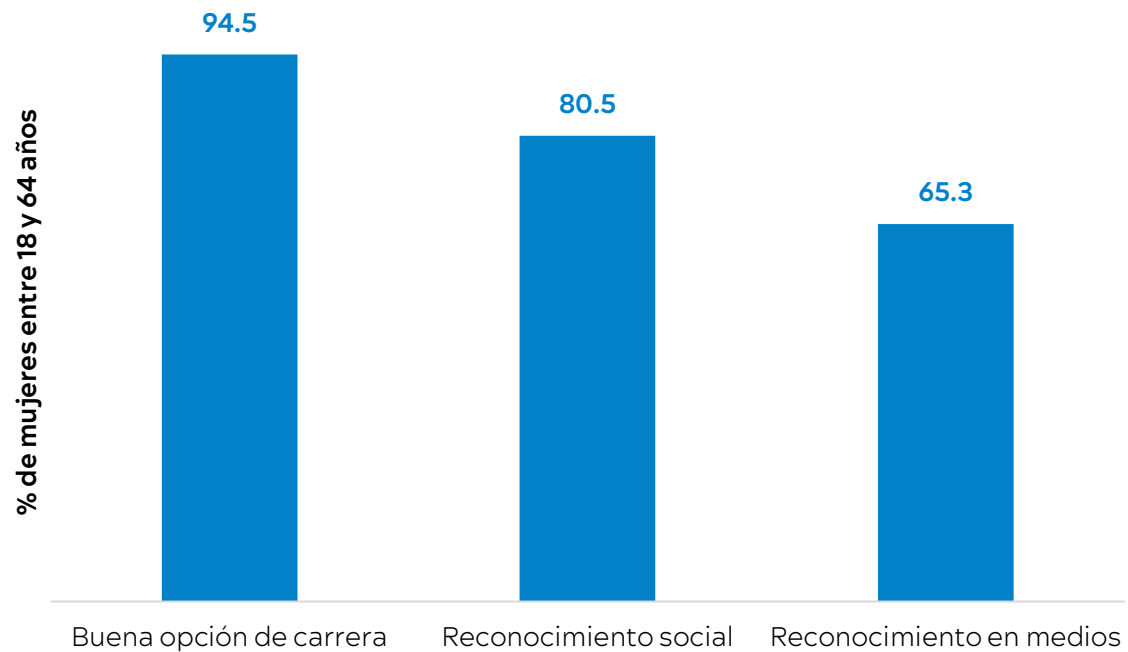
CAPÍTULO 1. PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LAS MUJERES HACIA EL EMPRENDIMIENTO

a) Percepciones

Las percepciones hacia el emprendimiento influyen en el espíritu empresarial. El GEM las evalúa preguntando: 1) si considera el emprendimiento como una buena opción de carrera; 2) sobre el reconocimiento que le da la sociedad a la actividad emprendedora; y, 3) sobre el reconocimiento que los medios de comunicación le dan al emprendimiento.

En Guatemala, 9 de cada 10 mujeres (94.5%) consideran que el emprendimiento es una buena opción de carrera para generar ingresos. Por otra parte, ocho de cada diez mujeres (80.5%) creen que los emprendedores gozan de reconocimiento social. Por último, dos de cada tres mujeres (65.3%) considera que los emprendedores son reconocidos en los medios de comunicación.

Gráfica 1.1: Percepciones de las mujeres hacia el emprendimiento en Guatemala



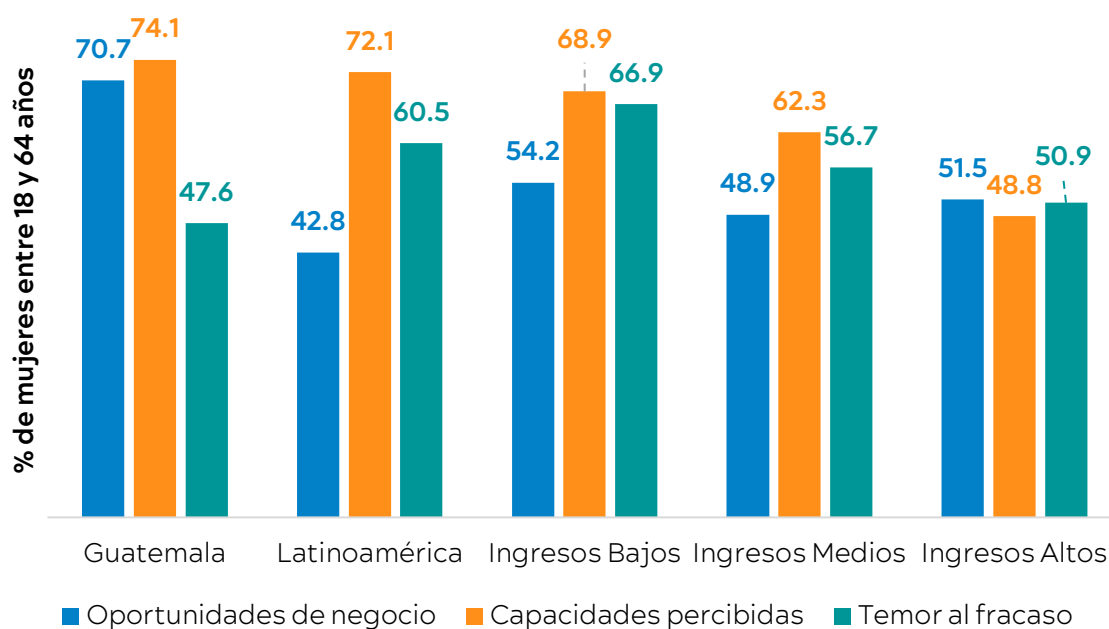
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

b) Actitudes

En cuanto a las actitudes ante el emprendimiento, el GEM evalúa tres aspectos: 1) la percepción que tiene la población sobre las oportunidades de negocios; 2) las habilidades que consideran poseer para aprovechar la oportunidad de iniciar un nuevo negocio; y, 3) la forma en que el temor al fracaso puede ser un obstáculo para iniciar un negocio.

En Guatemala, siete de cada diez mujeres (70.7%) consideran que existirán buenas oportunidades para iniciar un negocio en los próximos seis meses; tres de cada cuatro mujeres (74.1%) creen poseer los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para aprovechar las oportunidades de negocio que perciben; y, una de cada dos mujeres (47.6%) considera que el temor al fracaso puede ser un obstáculo para iniciar un negocio.

Gráfica 1.2: Actitudes de las mujeres ante el emprendimiento



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Los datos muestran que en países de ingresos bajos (54.2%) existe una mayor proporción de mujeres que considera que habrá **buenas oportunidades de negocios**, que en países de ingresos altos (51.5%) y medios (48.9%). La proporción en Latinoamérica y El Caribe (42.8%) es menor que en las tres categorías anteriores, y la proporción en Guatemala (70.7%) es mayor que en todas las categorías antes mencionadas. Guatemala ocupa la posición 7/51 a nivel mundial en cuanto a la percepción que tienen las mujeres de que habrá buenas oportunidades de negocio en los próximos meses.

La proporción de mujeres que considera tener las **capacidades para aprovechar las oportunidades de negocio** percibidas es superior en países de ingresos bajos (68.9%), que en países de ingresos medios (62.3%) y altos (48.8%). La proporción en Latinoamérica y El Caribe (72.1%) es mayor que en las tres categorías anteriores, y la proporción en Guatemala (74.1%) es mayor que en todas las categorías antes mencionadas (ver Gráfica 1.2). Guatemala ocupa la posición 7/51 a nivel mundial en cuanto a la percepción que tienen las mujeres respecto a las capacidades que poseen para aprovechar las oportunidades de negocio identificadas.

Por último, en los países de ingresos bajos (66.9%), más que en los países de ingresos medios (56.7%) y altos (50.9%), las mujeres consideran que el **temor al fracaso** puede ser un obstáculo para iniciar un negocio. La proporción en Latinoamérica y El Caribe (60.5%) está en medio de la de países de ingresos bajos y medios, y en Guatemala (47.6%) es menor que en todas las categorías antes mencionadas (ver Gráfica 1.2). Guatemala ocupa la posición 36/51 a nivel mundial en cuanto a la percepción de que el temor al fracaso podría frenar a las emprendedoras para aprovechar las oportunidades de negocio identificadas.

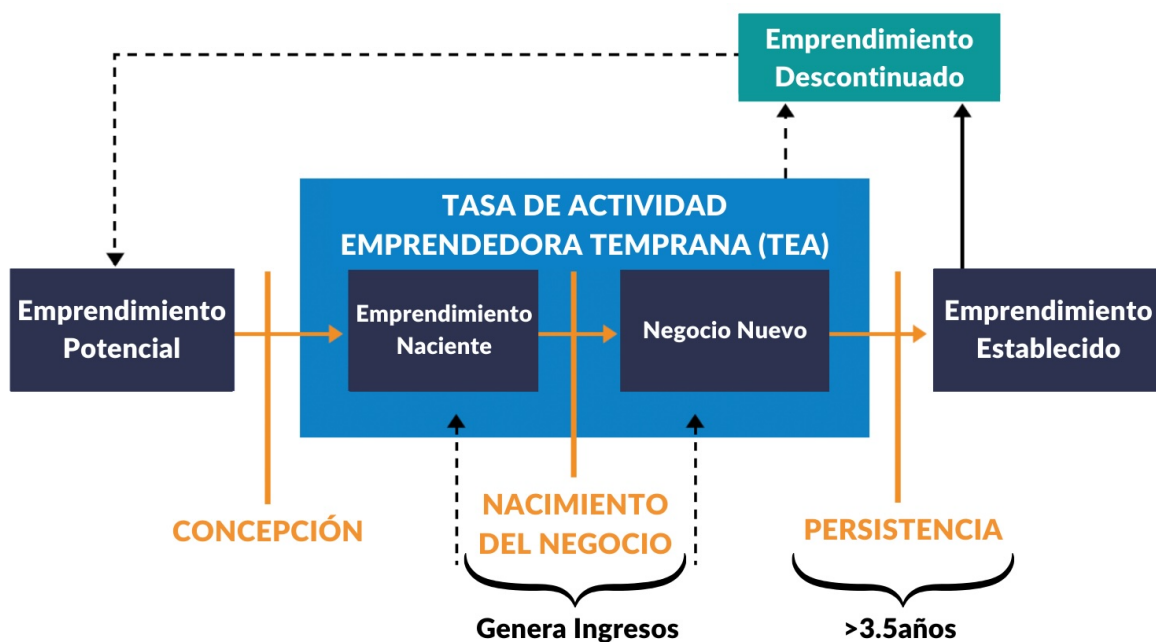
En resumen, comparado con la región latinoamericana y con los países agrupados en los distintos niveles de ingresos, en Guatemala las mujeres consideran: que existirán buenas oportunidades para iniciar un negocio en los próximos seis meses en el lugar en donde viven; que tienen los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para aprovechar las oportunidades que perciben; y, que el miedo al fracaso como razón para no aprovechar las oportunidades percibidas es más bajo que en otros países, aunque casi llega a ser la mitad de todas las mujeres entrevistadas.

CAPÍTULO 2. TASAS DE EMPRENDIMIENTO DE MUJERES

El GEM considera el emprendimiento como un proceso que inicia desde que una persona tiene la idea de poner un negocio hasta que la relación con este se cierra. Durante este proceso se transita por diversas fases: cuando está en la mente de una persona se considera como un **emprendimiento potencial**; es un **emprendimiento naciente** si una persona ya ha comprometido recursos para iniciar un negocio, pero este aún no ha generado ingresos; cuando el negocio naciente ha generado ingresos por un periodo inferior a 3.5 años, se clasifica al emprendedor como un propietario de un **negocio nuevo**; si un negocio ha generado ingresos en un periodo superior a 3.5 años, se considera que es un **emprendimiento establecido**; y si una persona ha cerrado un negocio, lo ha vendido o se ha interrumpido la relación entre dueño/administrador por diversos motivos, se considera como un **emprendimiento descontinuado** (ver Figura 1).

El principal indicador de emprendimiento que usa el GEM es la Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA, por sus siglas en inglés, *Total early-stage Entrepreneurial Activity*). La TEA es la suma de los emprendimientos nacientes y los emprendimientos nuevos.

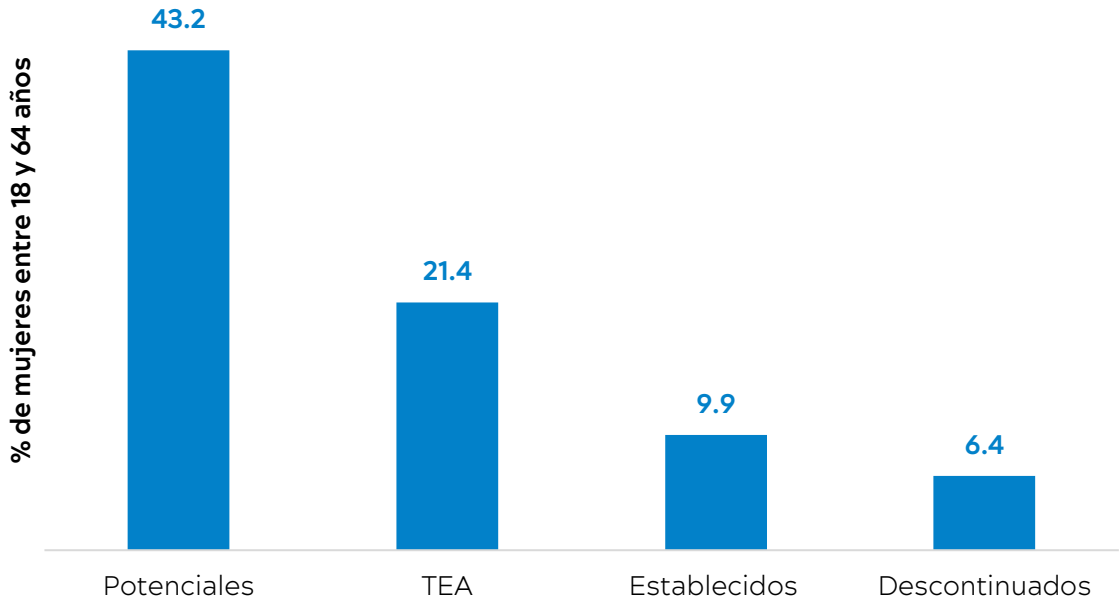
Figura 1: El proceso emprendedor y sus definiciones en el GEM



Fuente: Elaboración propia con base en el marco conceptual del GEM.

En la Gráfica 2.1 se muestra la proporción de la población femenina entre 18 y 64 años en las distintas fases del proceso emprendedor. Según los datos obtenidos por la encuesta, el 43.2% de las mujeres entrevistadas se clasifican dentro de la fase de Emprendimiento Potencial: mujeres con ideas de negocios que potencialmente puede convertirse en una actividad generadora de ingresos.

Gráfica 2.1: Tasas de emprendimiento de mujeres en Guatemala



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

En la fase de Emprendimiento Temprano se encuentra el 21.4% de las mujeres adultas. La Tasa Femenina de Emprendimiento Temprano (TEA, por sus siglas en inglés, *Total early-stage Entrepreneurial Activity*) la componen mujeres emprendedoras con negocios que tienen menos de 3.5 años de antigüedad.

En la Gráfica 2.1 también se puede observar que el 9.9% de las mujeres entrevistadas tienen un negocio que les ha estado generando ingresos por más de 3.5 años. Estos se consideran Emprendimientos Establecidos.

Finalmente, la última etapa del proceso emprendedor es la del cierre del negocio por diversos motivos (venta, cierre definitivo, etc.). Para el ciclo 2024/2025, se encontró que, en los últimos doce meses, 6 de cada 100 mujeres entrevistadas había cerrado un negocio (6.4%). A este grupo se le conoce como el de los Emprendimientos Descontinuados.

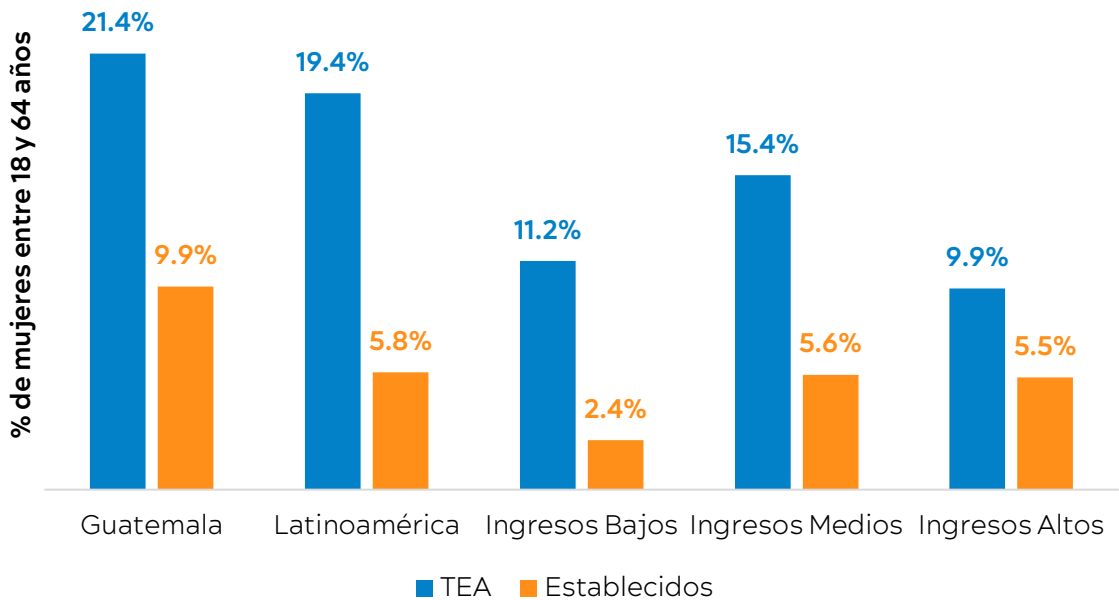
a) Comparación internacional de la TEA y de la Tasa de Emprendimientos Establecidos

En la Gráfica 2.2 se compara la TEA Femenina y la Tasa Femenina de Emprendimientos Establecidos de Guatemala con las tasas promedio reportadas por los países de Latinoamérica y El Caribe; y las tasas promedio en los países de distintos niveles de ingresos.

Lo que se observa es que: La Tasa de **Emprendimiento Temprano** (TEA) es mayor en los países de ingresos medios (15.4%), que en los de ingresos bajos (11.2%) y altos (9.9%). En Latinoamérica y El Caribe (19.4%), la TEA es superior que, en las tres categorías de países agrupados según nivel de ingresos; y, en Guatemala (21.4%), la TEA es mayor que en todas las categorías antes mencionadas.

En el caso de la Tasa de **Emprendimientos Establecidos**, ésta es similar en los países de ingresos medios (5.6%), en los países de ingresos altos (5.5%) y en los países de Latinoamérica y El Caribe (5.8%). Sin embargo, es inferior en los países de ingresos bajos (2.4%). En Guatemala (9.9%), la Tasa de Emprendimientos Establecidos es mayor que en todas las categorías antes mencionadas.

Gráfica 2.2: Comparación de las tasas de emprendimiento de mujeres

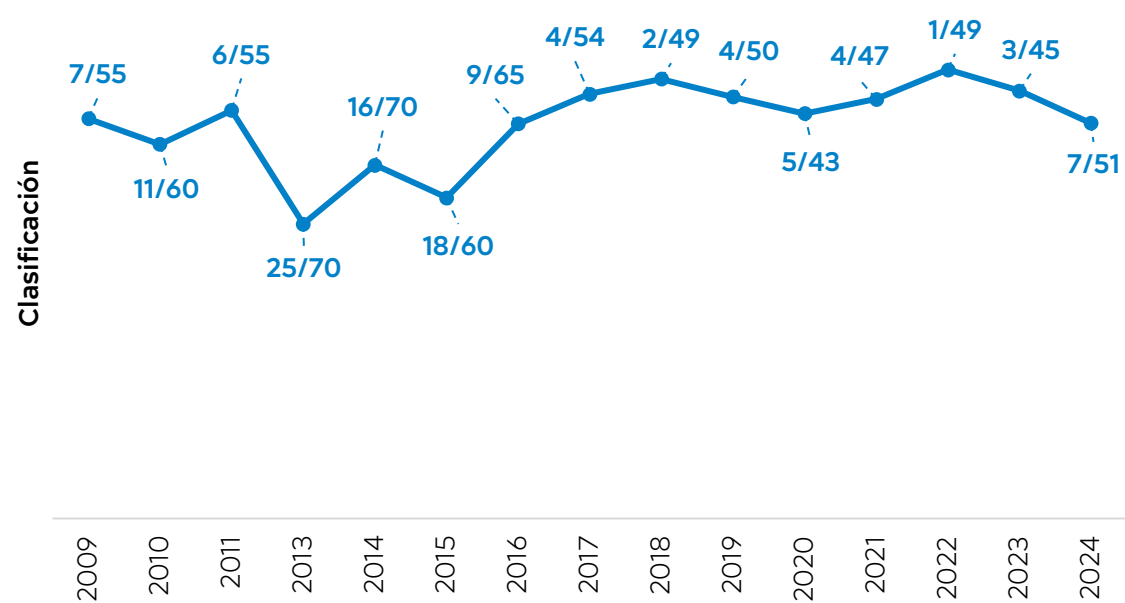


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

b) Clasificación de la TEA y de los Emprendimientos Establecidos

En el año 2024, Guatemala fue el séptimo país con la Tasa Femenina de **Emprendimiento Temprano** más alta, de un total de 51 países. La TEA de Guatemala empeoró cuatro posiciones respecto al 2023. La clasificación del país en 2024 es la más baja en los últimos ocho años (2017-2024).

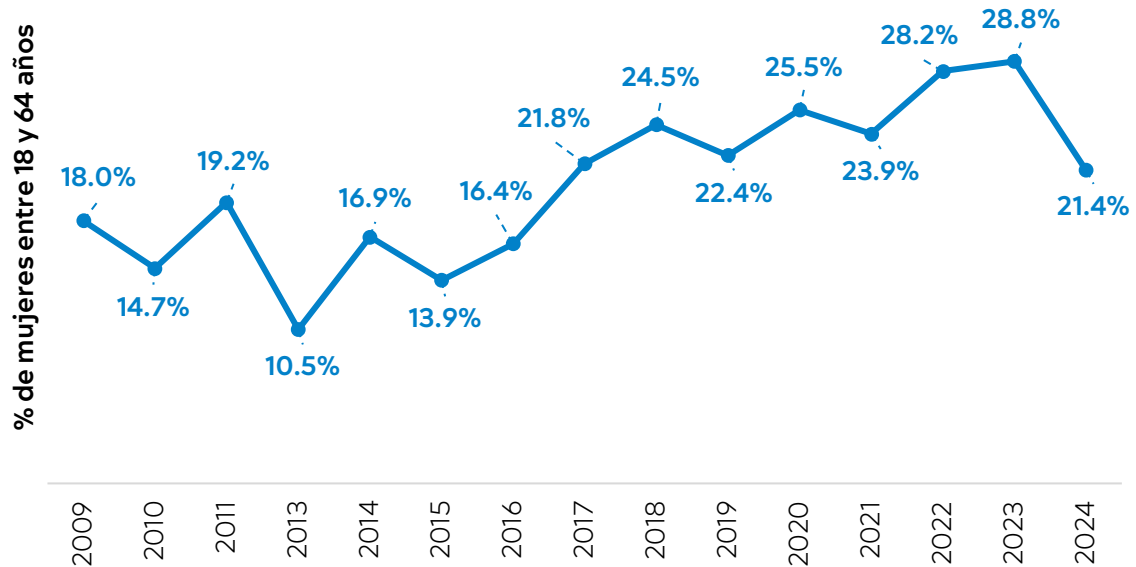
Gráfica 2.3: Clasificación de Guatemala en la TEA Femenina



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009 a 2024.

La TEA Femenina pasó de 28.8% en 2023 a 21.4% en 2024. Ver Gráfica 2.4. En el año 2013 se registró la TEA Femenina más baja de todo el periodo en que se ha medido en Guatemala (10.5%). En ese año también se registró la peor posición de la TEA Femenina del país a nivel mundial (25/70). Por otra parte, en el año 2023 se registró la TEA Femenina más alta en Guatemala (28.8%), y en el año 2022 el país ocupó la primera posición de la TEA Femenina en la clasificación mundial.

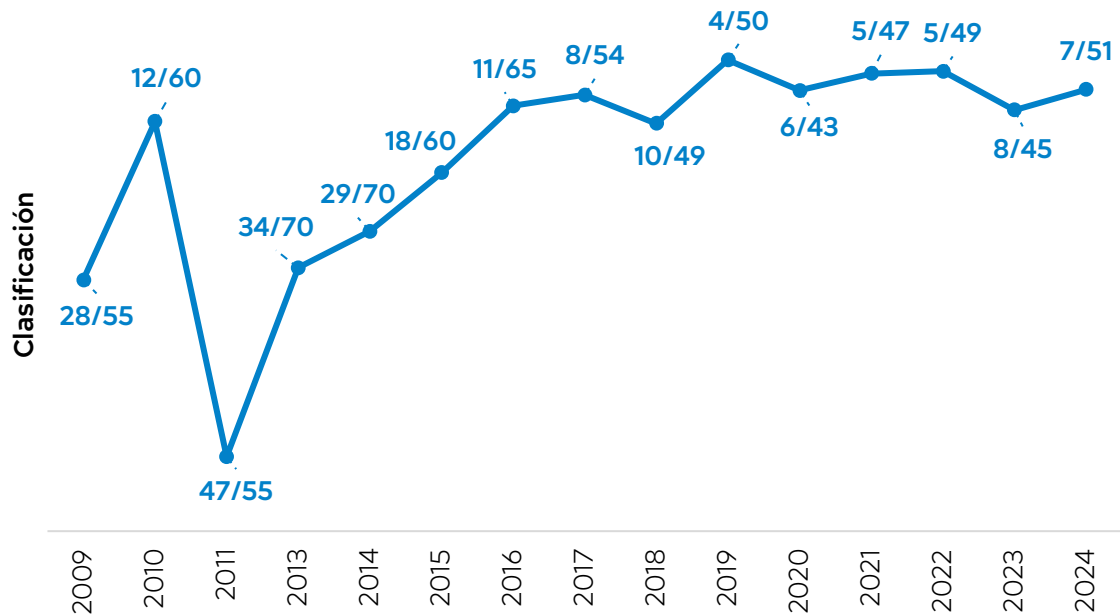
Gráfica 2.4: Tasa Femenina de Emprendimiento Temprano en Guatemala



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009 a 2024.

En el año 2024, Guatemala también fue el séptimo país con la Tasa Femenina de **Emprendimientos Establecidos** más alta, de un total de 51 países. La Tasa Femenina de Emprendimientos Establecidos de Guatemala mejoró una posición respecto al 2023.

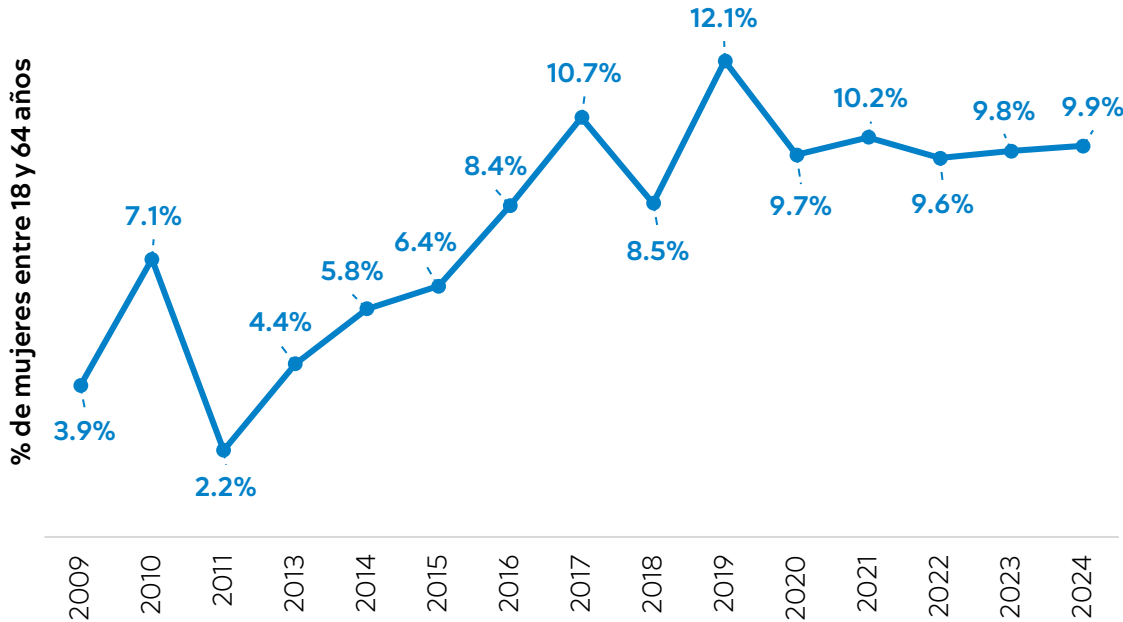
Gráfica 2.5: Clasificación de Guatemala en Tasa Femenina de Emprendimientos Establecidos



Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009 a 2024.

La Tasa Femenina de Emprendimientos Establecidos fue de 9.9% en el año 2024, similar a la del año anterior (9.8%). Ver Gráfica 2.6. En el año 2011 se registró la Tasa Femenina de Emprendimientos Establecidos más baja de todo el periodo en que se ha medido en Guatemala (2.2%). En ese año también se registró la peor posición de la Tasa Femenina de Emprendimientos Establecidos del país a nivel mundial (47/55). Por otra parte, en el año 2019 se registró la Tasa Femenina de Emprendimientos Establecidos más alta en Guatemala (12.1%). En ese año también se registró la mejor posición de la Tasa Femenina de Emprendimientos Establecidos del país a nivel mundial (4/50).

Gráfica 2.6: Tasa Femenina de Emprendimientos Establecidos en Guatemala



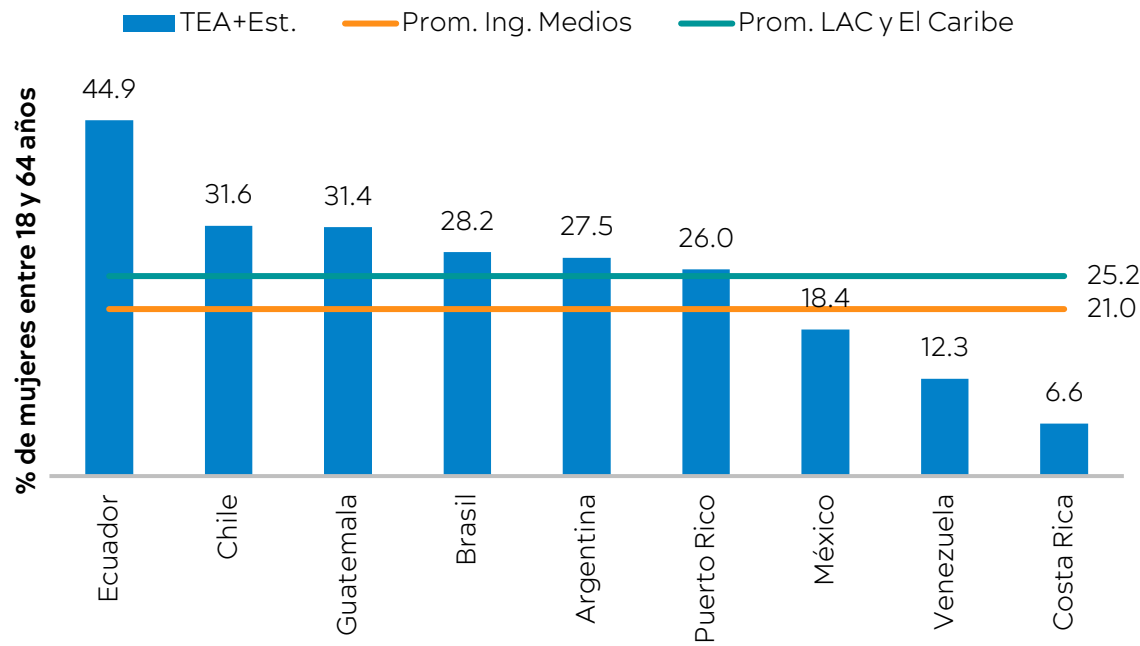
Fuente: Encuestas a la Población Adulta, 2009 a 2024.

c) Emprendimiento Total de Mujeres en países de Latinoamérica

Al agrupar los emprendimientos tempranos con los emprendimientos establecidos (TEA + Establecidos), se obtiene el nivel de **Emprendimiento Total** de mujeres. En los países de ingresos medios, categoría a la que pertenece Guatemala, el 21% de su población femenina adulta (18-64 años) está desarrollando algún emprendimiento. En países de Latinoamérica y El Caribe, la proporción es superior (25.2%); y, en Guatemala es 31.4%; siendo el tercer país con el mayor nivel de emprendimiento total de mujeres en la región de Latinoamérica y El Caribe, y el quinto a nivel mundial.¹

¹ Por arriba de Guatemala se encuentra Ecuador (44.9%); Arabia Saudita (37.7%); Tailandia (32.8%); y, Chile (31.6%).

Gráfica 2.7: Emprendimiento Total de Mujeres (TEA + Establecidos) en Latinoamérica



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

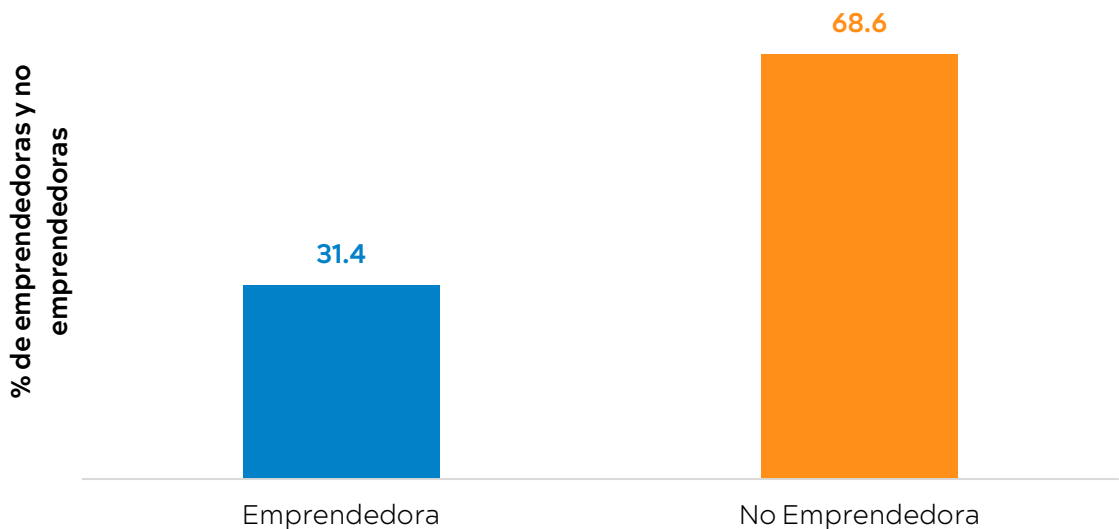
CAPÍTULO 3. CARACTERÍSTICAS DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS

A continuación, se presentan cinco características que describen a la mujer emprendedora: presencia del emprendimiento; edad; educación; importancia del emprendimiento en la economía del hogar; y, motivaciones para emprender. Lo que se concluye es que en Guatemala: el 31.4% de todas las mujeres son emprendedoras; la tasa más alta de emprendimiento de mujeres se registra en el grupo de edad entre 35 y 44 años (34.4%); una de cada dos emprendedoras (47.3%) cuentan con al menos diversificado completo y las tasas más altas de emprendimiento de mujeres se encuentran entre las que tienen título universitario (41.6%). Por último, una de cada tres emprendedoras (32.6%) aporta la mayoría de los ingresos del hogar; y, nueve de cada diez mujeres (93.1%) emprendió debido a la escasez de empleo; aunque esta suele ser la motivación de ocho de cada diez mujeres en los países de Latinoamérica y en los países de ingresos bajos y medios.

1. Presencia del emprendimiento: 3 de cada 10 mujeres son emprendedoras.

Como se mencionó anteriormente, la definición de “emprendedor” comprende a las personas que se encuentran en las etapas de emprendimiento temprano (TEA) y emprendimientos establecidos. Bajo esta definición, en Guatemala, el 31.4% de las mujeres entrevistadas son emprendedoras, lo que equivale a 1.65 millones de mujeres en todo el país. Ver Tabla 1.

Gráfica 3.1: Presencia del emprendimiento en mujeres



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

El desglose de la cantidad de mujeres por etapa de emprendimiento se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1: Porcentaje de la población femenina por fase de emprendimiento y estimación del número de emprendedoras

Fase de Emprendimiento	Porcentaje de la Población Femenina
Emprendedores Nacientes	11.8%
Emprendedores Nuevos	9.6%
TEA (Nacientes + Nuevos)	21.4%
Establecidos	9.9%
Total (TEA + Establecidos)	31.4%
Fase de Emprendimiento	Estimación de Cantidad de Emprendedoras
Emprendedores Nacientes	621,814
Emprendedores Nuevos	506,998
TEA (Nacientes + Nuevos)	1,128,811
Establecidos	524,645
Total (TEA + Establecidos)	1,653,457

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

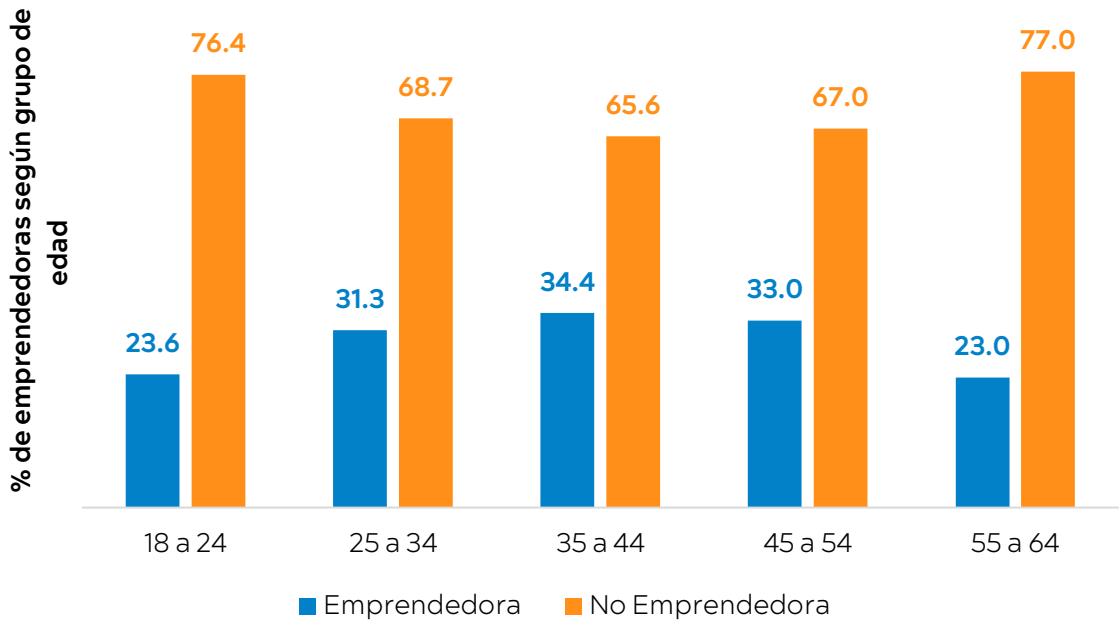
En la tabla anterior se observa que, del total de emprendedoras, 1.13 millones se encuentran en las etapas de emprendimiento temprano y alrededor de 525 mil son emprendedoras establecidas, es decir, que tienen negocios con más de tres años y medio de estar generando ingresos.

2. Edad: 1 de cada 2 mujeres emprendedoras tiene entre 18 y 34 años.

Alrededor de la mitad de las emprendedoras tiene entre 18 y 34 años (49%); aunque de todas las mujeres entrevistadas, el 52% se encuentra en ese rango de edad. Es decir, las emprendedoras son jóvenes porque la población femenina lo es.

Si se analiza cada grupo de edad como el 100% de la categoría, se encuentra que, en los rangos de edad entre los 18 a 24 años y entre los 55 a 64 años, alrededor del 23% de las mujeres guatemaltecas son emprendedoras; mientras que, en el resto de los grupos de edad, la proporción de emprendedoras supera el 30%.

Gráfica 3.2: Emprendedoras y no emprendedoras por grupo de edad



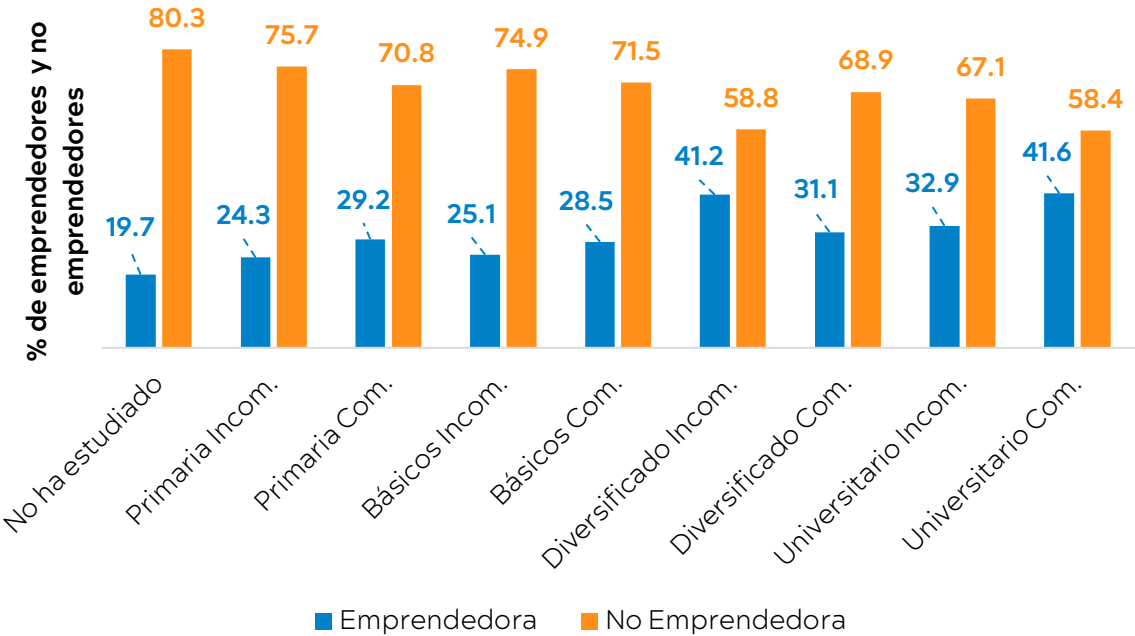
Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

3. Educación formal: 1 de cada 2 mujeres emprendedoras cuenta al menos con diversificado completo.

Cuatro de cada diez mujeres encuestadas (43%) contaba al menos con diversificado completo; mientras que, entre las mujeres emprendedoras, una de cada dos (47%) contaba al menos con diversificado completo.

Para analizar la relación entre emprendimiento y educación formal se convirtió cada uno de los niveles educativos en categorías que suman 100% para identificar la proporción de mujeres que emprenden según el nivel educativo. En los resultados de 2024 se encuentra que la participación de las mujeres emprendedoras en cada categoría oscila entre el 19.7% y 41.6%. En el grupo de mujeres que no han estudiado se encuentra la menor proporción de emprendedoras (19.7%); mientras que en el grupo de mujeres que terminaron la universidad se encuentra la mayor proporción de emprendedoras (41.6%).

Gráfica 3.3: Emprendimiento de mujeres según el nivel educativo



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

4. Ingresos del hogar: 1 de cada 3 mujeres emprendedoras aporta la mayoría de los ingresos del hogar.

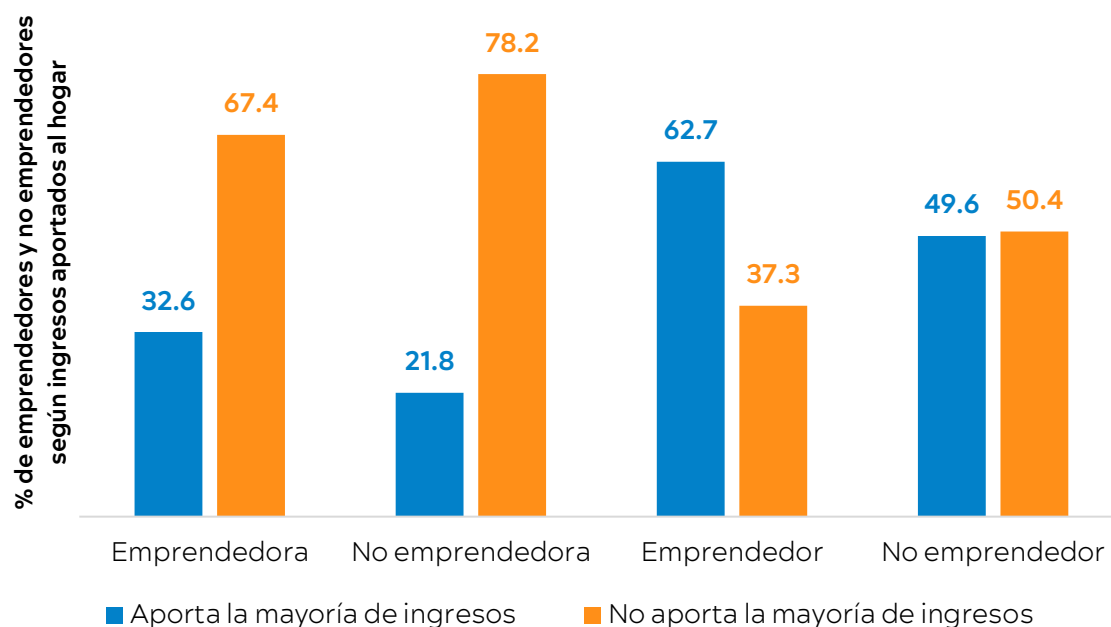
Emprender un negocio, más que una moda o un pasatiempo, responde a la necesidad de generar ingresos para el hogar. Una de cada cuatro (25%) mujeres y uno de cada dos (55.3%) hombres entrevistados indicaron que aportaban la mayoría de los ingresos del hogar al que pertenecen.

Al separar los datos de mujeres y hombres en emprendedores(as) y no emprendedores(as) se encuentra que:

- El 33% de las mujeres emprendedoras entrevistadas aporta la mayoría de los ingresos del hogar; mientras que, de las no emprendedoras, el 22% aporta la mayoría de los ingresos del hogar.
- El 63% de los hombres emprendedores entrevistados aporta la mayoría de los ingresos del hogar; mientras que, de los no emprendedores, el 50% aporta la mayoría de los ingresos del hogar.

Los datos anteriores muestran que los emprendedores (hombres y mujeres) aportan en mayor proporción la mayoría de los ingresos del hogar; lo cual visibiliza la importancia que tienen los ingresos que generan para el sostenimiento de sus hogares.

Gráfica 3.4: ¿Usted aporta la mayoría de los ingresos del hogar?

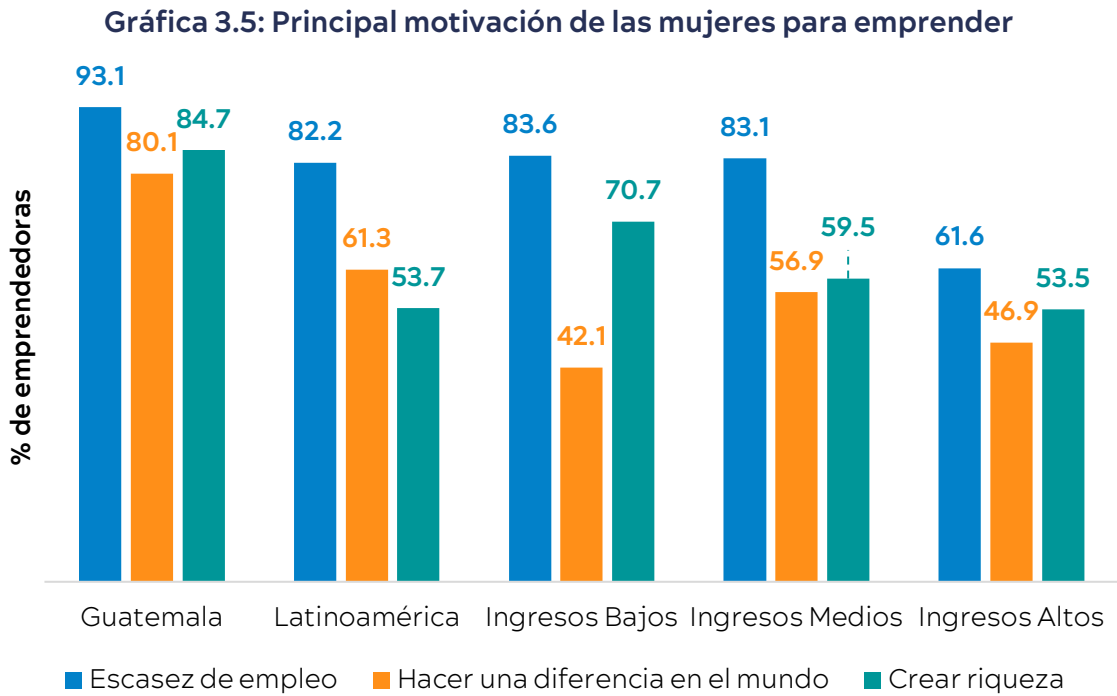


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

5. Motivaciones: 9 de cada 10 mujeres emprendió debido a la escasez de empleo.

Como se vio en la gráfica anterior, emprender un negocio es una fuente importante de ingresos para los hogares. Cuando se les pregunta a las emprendedoras su principal motivación para emprender, el 93.1% indicó que era para sobrevivir debido a la escasez de empleo.

Esto no es exclusivo de las mujeres guatemaltecas. Ese también fue el principal motivo para emprender para las mujeres de los países de Latinoamérica y El Caribe (82.2%); y, para las mujeres de los países de ingresos bajos (83.6%) y medios (83.1%). Aunque solo seis de cada diez (61.6%) mujeres en los países de ingresos altos señalaron esta razón, de igual manera, suele ser la razón más frecuente para emprender.



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2023.

CAPÍTULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LOS NEGOCIOS

En este capítulo se describen cinco características de los negocios de las mujeres emprendedoras: inversión inicial; actividad económica; generación de empleo; expectativas de generación de empleo; ubicación de los clientes; y, formalización de los negocios. Lo que se concluye es que, tres de cada cuatro negocios de mujeres (76.4%) inician con una inversión inicial de Q.10 mil o menos. Esta inversión, en el 65% de los casos es con fondos propios de la emprendedora. Ocho de cada diez emprendimientos de mujeres están orientados al sector de consumo (78.6%) y uno de cada tres (33.1%) genera al menos un empleo. Además, nueve de cada diez emprendedoras (89.6%) tienen la esperanza de generar al menos un empleo en los próximos cinco años. Los negocios de las mujeres emprendedoras principalmente atienden a clientes en mercados locales: ocho de cada diez (84.7%) atiende a clientes en su comunidad, pueblo o aldea. Por último, siete de cada diez (73.4%) emprendimientos de mujeres opera de manera informal.

1. Inversión inicial: 3 de cada 4 emprendimientos de mujeres inician con Q.10 mil o menos.

El 59.4% de los emprendimientos iniciaron con una inversión de Q.10 mil o menos. En el caso de los emprendimientos de mujeres, tres de cada cuatro (76.4%) iniciaron con Q.10 mil o menos; mientras que uno de cada dos (46.0%) emprendimientos de hombres iniciaron con ese monto.

Tabla 2: Inversión al iniciar el negocio

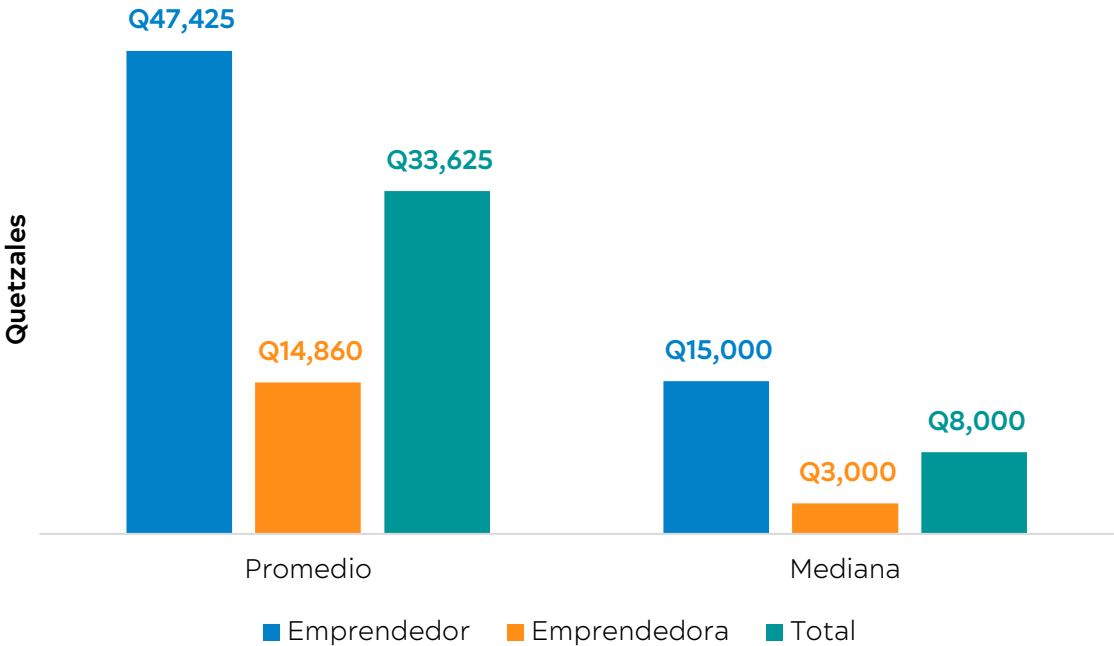
Rangos de inversión inicial	Hombre	Mujer	Total
Menos de Q1,000	5.6	27.9	15.4
Entre Q1,001 y Q5,000	23.8	31.9	27.3
Entre Q5,001 y Q10,000	16.6	16.6	16.6
Entre Q10,001 y Q25,000	19.7	10.7	15.7
Entre Q25,000 y Q50,000	18.2	5.8	12.8
Entre Q50,000 y Q100,000	8.9	5.9	7.6
Más de Q100,000	7.2	1.2	4.5

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

La escala de los negocios de mujeres suele ser bastante menor que la de los hombres:

- El promedio de inversión inicial en los negocios de los hombres (Q47,400) es 3.2 veces el promedio de inversión inicial en los negocios de las mujeres (Q14,900).
- La mitad de los negocios de los hombres iniciaron con una inversión de Q15,000 o más; mientras que la mitad de los negocios de las mujeres iniciaron con una inversión de Q3,000 o más. La mediana de la inversión inicial en los negocios de los hombres es cinco veces la mediana de la inversión inicial en los negocios de las mujeres.

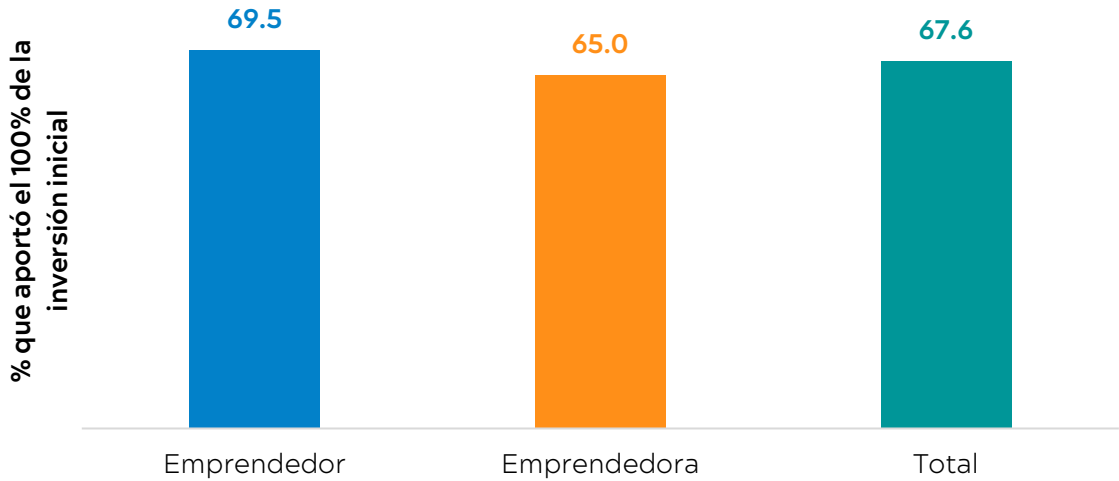
Gráfica 4.1: Promedio y mediana de la inversión inicial de los emprendimientos



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Otro dato interesante para mencionar, y que se puede relacionar con la Tabla 2 y la Gráfica 4.1 es el que se muestra en la Gráfica 4.2: el 65.0% de los emprendimientos de mujeres son financiados exclusivamente con fondos propios.

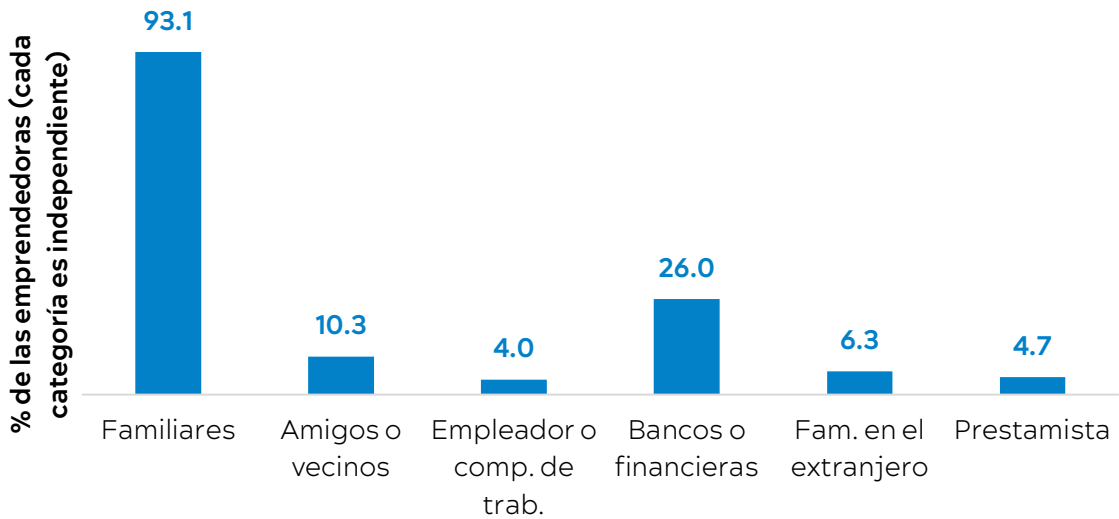
Gráfica 4.2: Emprendimientos que se financiaron con fondos propios



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Por otra parte, la Gráfica 4.3 muestra que, del total de mujeres emprendedoras que no aportó la totalidad con fondos propios, el 93% obtuvo los recursos por medio de sus familiares. La segunda fuente de financiamiento más mencionada por las emprendedoras fueron los préstamos con bancos o financieras: el 26% de los emprendimientos de mujeres se financiaron por medio de esa vía.

Gráfica 4.3: Origen del financiamiento que no fue con fondos propios (emprendimientos de mujeres)

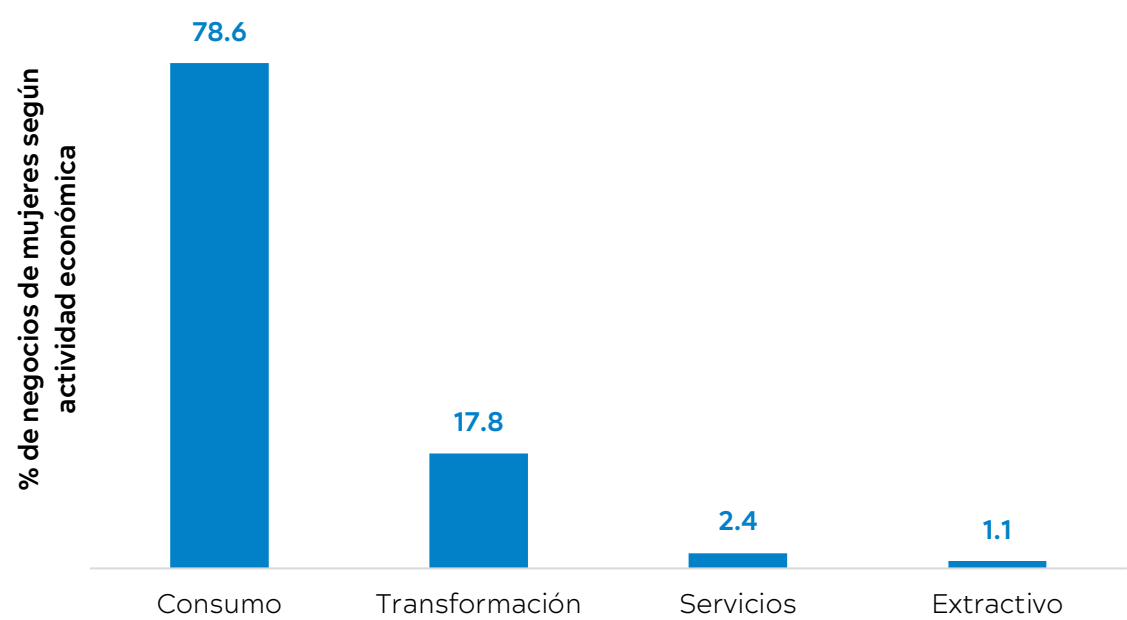


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

2. Actividad económica: 8 de cada 10 emprendimientos de mujeres está orientado al consumo.

El 79% de los emprendimientos de mujeres están orientados a actividades consumo y el 18% está en actividades de transformación. Los negocios orientados al consumo incluyen ventas al detalle como: ventas de comida; tiendas de barrio; ventas de ropa; farmacias; salones de belleza; y, tortillerías, entre otros (ver Tabla 3).

Gráfica 4.4: Emprendimientos de mujeres según actividad económica



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Tabla 3: Tipo de negocios en cada actividad económica

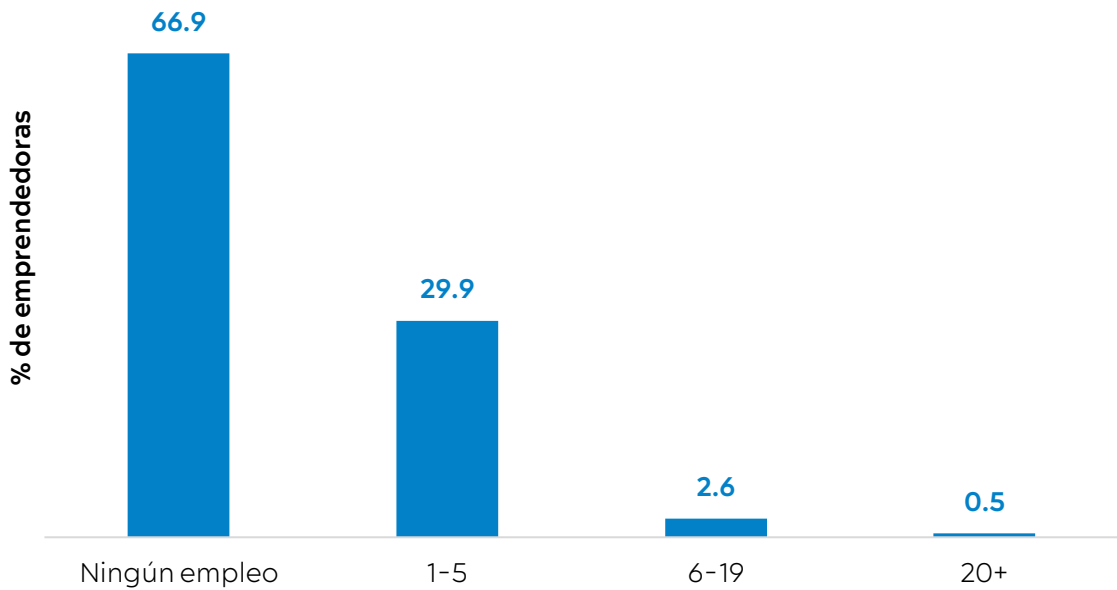
Clasificación	Negocios considerados
Orientado al Consumo	Venta de comida, venta de ropa, tienda, venta por catálogo, salón de belleza, tortillería, farmacia, zapatería.
Transformación	Sastrería, panadería, carpintería, artesanías.
Servicios para Empresas	Servicios contables, servicios jurídicos, alquiler de mobiliario.
Extractivo	Cultivos, granja de animales, venta de flores.

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

3. Generación de empleo: 1 de cada 3 emprendimientos de mujeres genera al menos un empleo.

Uno de cada tres emprendimientos de mujeres (33.1%) genera al menos un empleo. El 90% de los emprendimientos de mujeres que generan empleo, están en el rango de 1 a 5 empleos generados. Generar más de cinco empleos es la excepción.

Gráfica 4.5: Empleos generados por las mujeres emprendedoras

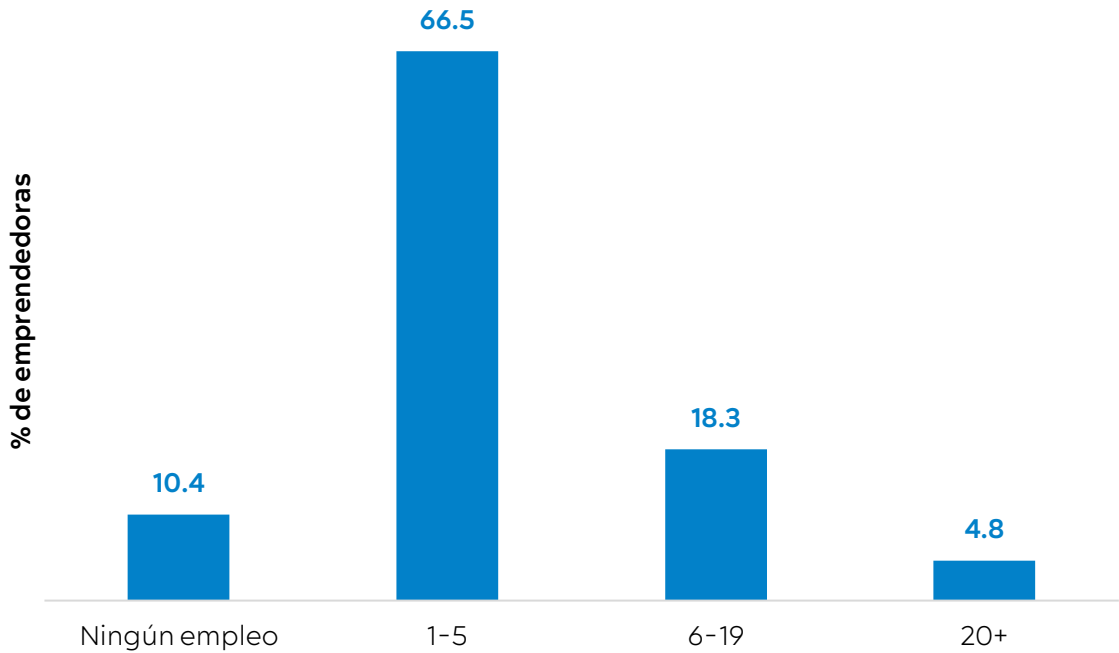


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

4. Expectativas de generación de empleo: 9 de cada 10 mujeres emprendedoras espera generar al menos un empleo en los próximos 5 años.

El 90% de las emprendedoras tiene la expectativa de generar por lo menos un empleo adicional en los próximos cinco años. El 74% de las emprendedoras que esperan generar al menos un empleo, está en el rango de 1 a 5 empleos generados.

Gráfica 4.6: Expectativas de generación de empleo dentro de cinco años (emprendimientos de mujeres)



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

5. Ubicación de los clientes: 8 de cada 10 mujeres emprendedoras atiende en su mayoría a clientes de su comunidad o municipio.

El 75.6% de los emprendedores atiende en su mayoría a clientes de mercados locales cercanos: su comunidad o el municipio. Así lo es en el 84.7% de los emprendimientos de las mujeres y en el 68.6% de los emprendimientos de los hombres. En la muestra tomada en el año 2024, no se reportaron emprendimientos en donde la mayoría de los clientes fueran extranjeros.

Tabla 4: Ubicación de la mayoría de los clientes de los emprendedores

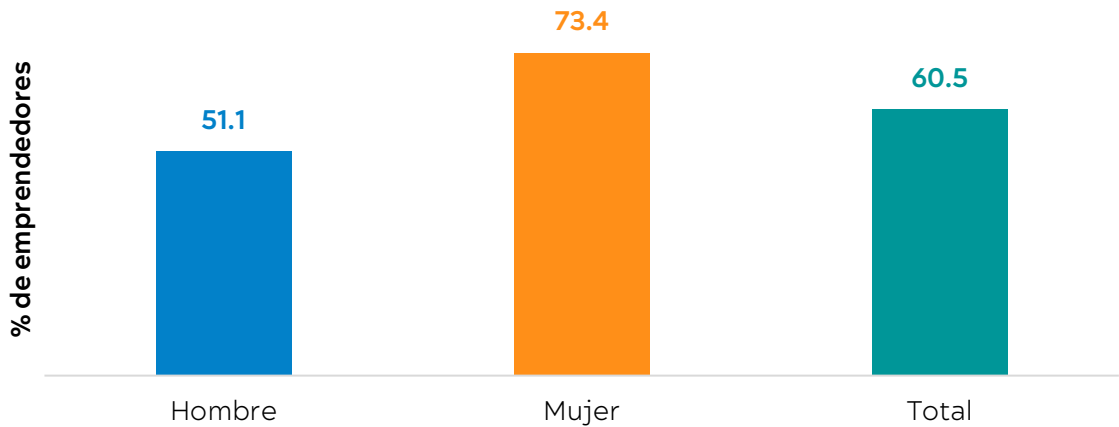
¿En dónde se ubican la mayoría de sus clientes?	Hombre	Mujer	Total
En mi comunidad, pueblo, aldea	35.8	59.8	46.2
En mi municipio	32.9	24.9	29.4
En otro municipio de mi departamento	6.1	4.5	5.4
En mi departamento	8.0	3.9	6.2
En otro departamento	7.7	2.0	5.2
En toda Guatemala	9.6	4.9	7.6
En otros países	0.0	0.0	0.0

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

6. Registro del negocio: 7 de cada 10 mujeres emprendedoras opera informalmente.

El 61% de los negocios en Guatemala opera sin registrarse. La informalidad es mayor en los emprendimientos de mujeres (73%) que en los emprendimientos de hombres (51%).

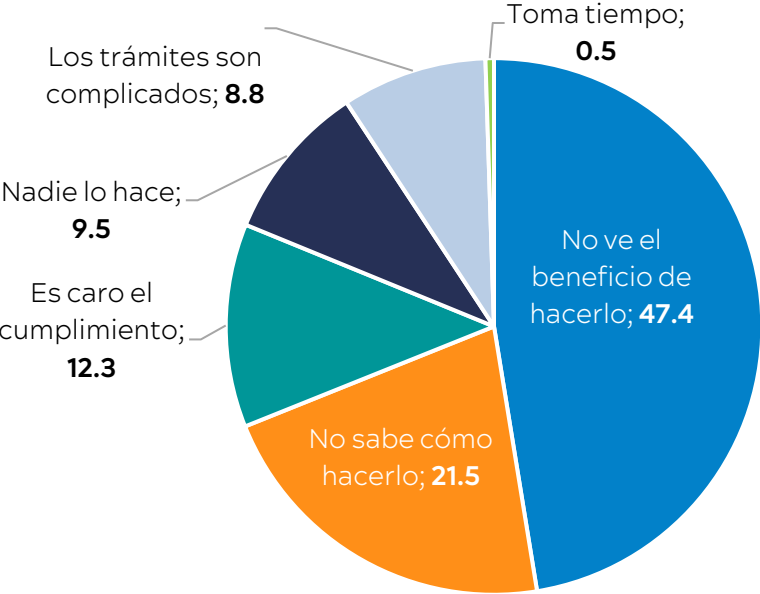
Gráfica 4.7: Informalidad de los negocios



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

La mitad (47%) de las mujeres emprendedoras indicó no registrar sus negocios porque no ven el beneficio de hacerlo; una de cada cinco (22%) dijo que no sabía cómo hacer los trámites; y, una de cada diez (12%) considera que es caro operar formalmente.

Gráfica 4.8: Razones de la informalidad en los negocios de mujeres



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

La información anterior muestra que para que las mujeres emprendedoras registren sus negocios, es necesario simplificar los procesos; reducir los costos de registro; y, materializar los beneficios de formalizarlos.

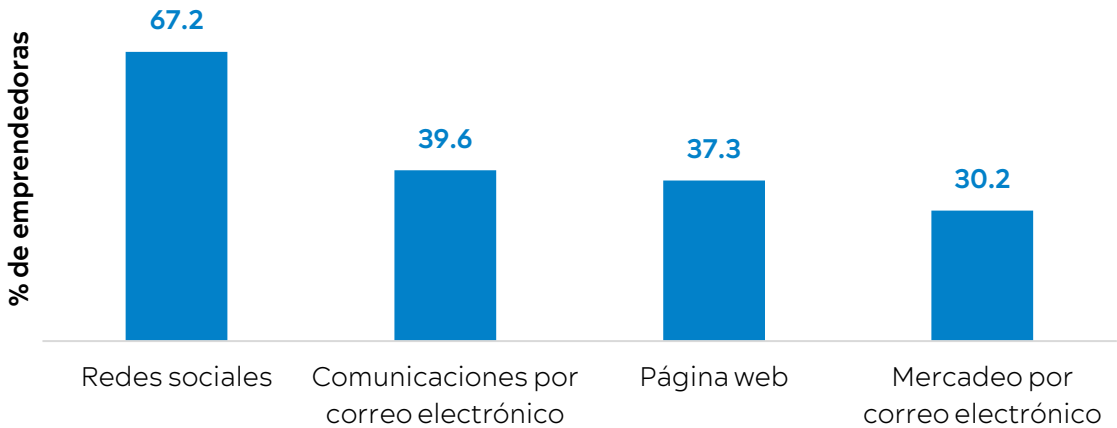
CAPÍTULO 5. USO DE TECNOLOGÍA EN LOS EMPRENDIMIENTOS DE MUJERES

En este capítulo se describe el uso actual de herramientas de mercadeo digital por parte de los negocios de mujeres, así como la expectativa de uso que las emprendedoras tienen de herramientas de Inteligencia Artificial en los próximos tres años. Lo que se concluye es que, dos de cada tres (67.2%) mujeres emprendedoras usa las redes sociales en sus operaciones comerciales diarias; cuatro de cada diez (39.6%) usa correo electrónico para comunicarse con sus empleados o con sus clientes; similar proporción (37.3%) tiene página web; y, tres de cada diez (30.2%) realiza mercadeo por correo electrónico. Por otra parte, cuatro de cada diez (38.8%) mujeres emprendedoras considera que la IA será muy importante en la implementación de su estrategia de negocios en los próximos tres años. Esta expectativa es mayor en mujeres jóvenes de entre 18 y 24 años (48.8%); y entre las que tienen título universitario (59.5%). Las expectativas son mayores en negocios en el sector extractivo (42.9%).

1. Uso de recursos tecnológicos: 2 de cada 3 mujeres emprendedoras usa las redes sociales para sus operaciones comerciales.

El 67.2% de las mujeres emprendedoras indicó que las redes sociales son un recurso muy importante en sus operaciones comerciales diarias. Otros recursos tecnológicos que las emprendedoras consideran muy importantes en las operaciones comerciales de sus negocios son: comunicarse por correo electrónico con sus empleados o con sus clientes (39.6%); tener una página web del negocio (37.3%); y, realizar mercadeo por correo electrónico (30.2%).

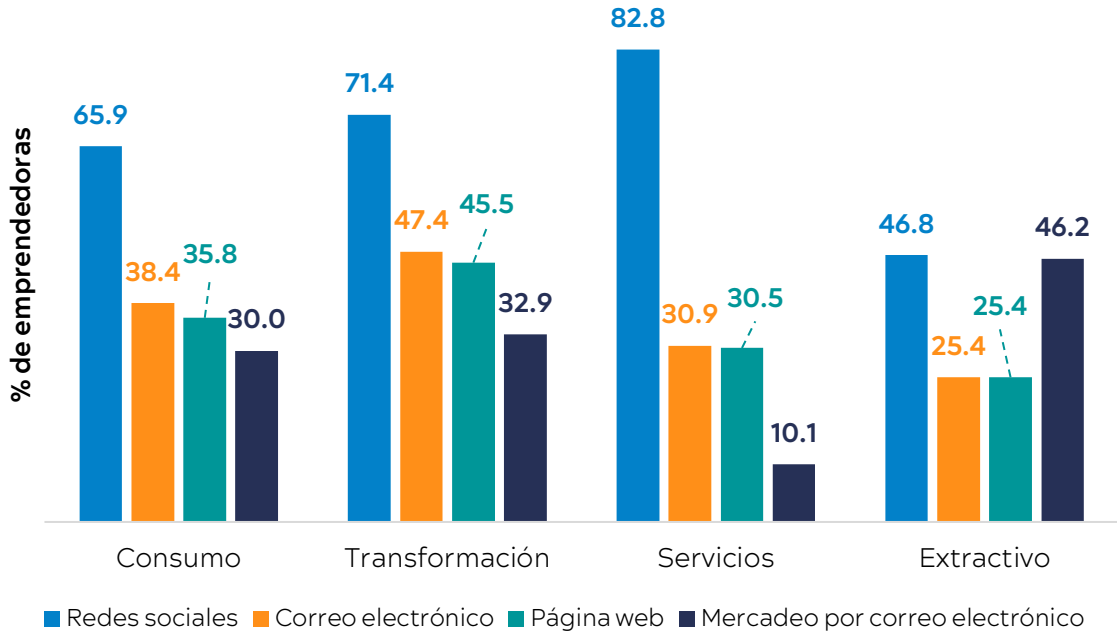
Gráfica 5.1: Uso de herramientas de mercadeo digital en los negocios de mujeres



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Las redes sociales son más usadas por los negocios de mujeres en el sector servicios (82.8%); el correo electrónico (47.4%) y las páginas web (45.5%) presentan un mayor uso en los negocios en el sector transformación; y, el uso de mercadeo por correo electrónico es mayor en los negocios en el sector extractivo (46.2%).

Gráfica 5.2: Uso de herramientas de mercadeo digital en los negocios de mujeres según actividad económica

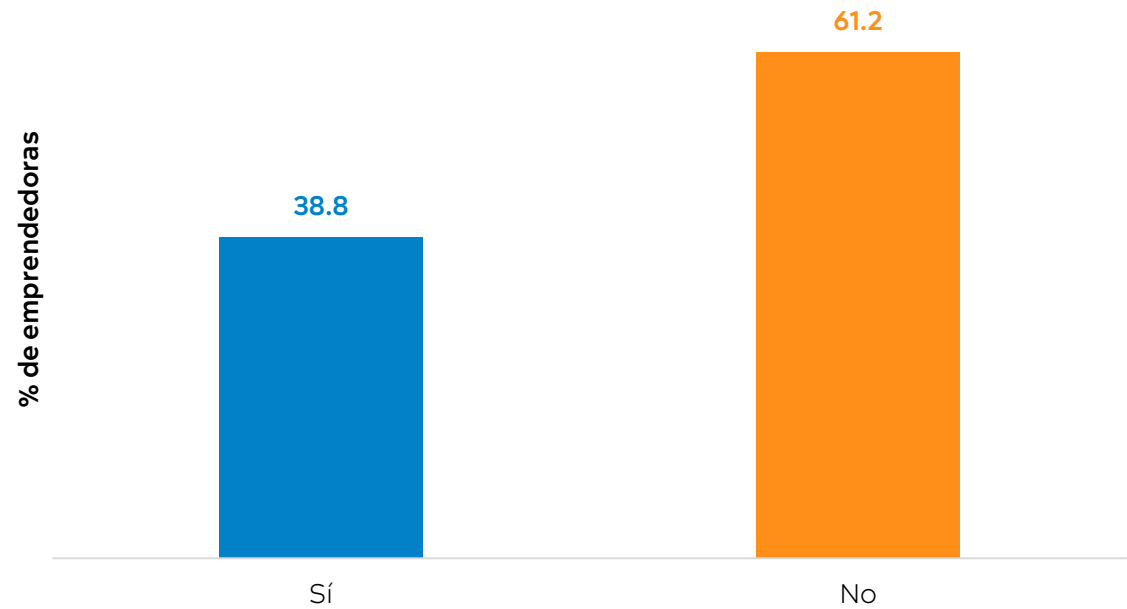


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

2. Expectativa de uso de herramientas de IA: 4 de cada 10 mujeres emprendedoras espera usarlas.

El 38.8% de las emprendedoras considera que la Inteligencia Artificial será muy importante en la implementación de su estrategia de negocios en los próximos tres años.

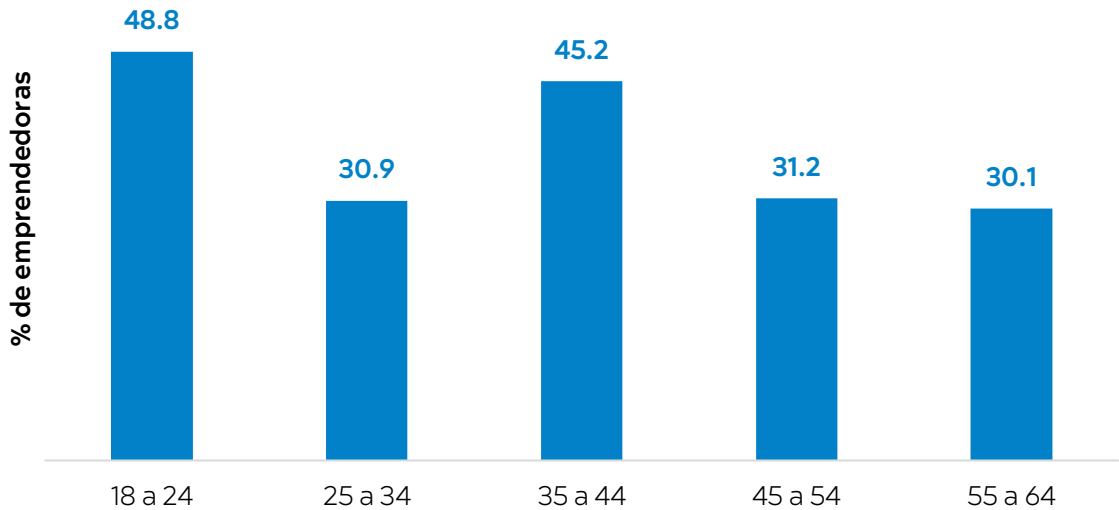
Gráfica 5.2: Expectativas de uso de IA en los negocios de mujeres



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

La expectativa de uso de herramientas de IA en los negocios de mujeres se mantiene entre 30% y 49% en todos los grupos de edad, siendo las mujeres jóvenes en el rango de 18 a 24 años las que tienen una mayor expectativa de uso (49%).

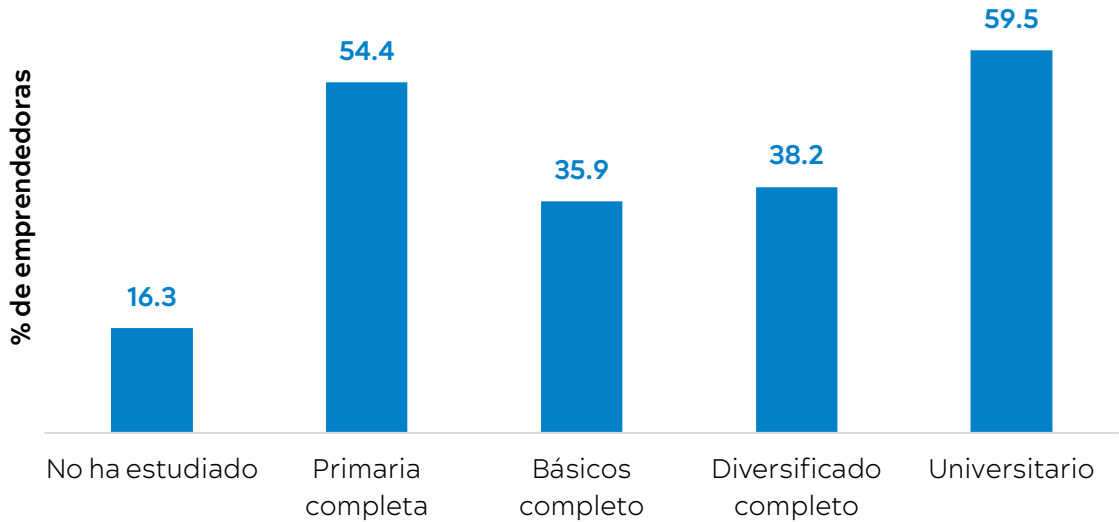
Gráfica 5.3: Expectativas de uso de IA en los negocios de mujeres según edad



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

La expectativa es menor en los negocios de emprendedoras que no han estudiado (16.3%), que entre las que cuentan con estudios universitarios (59.5%).

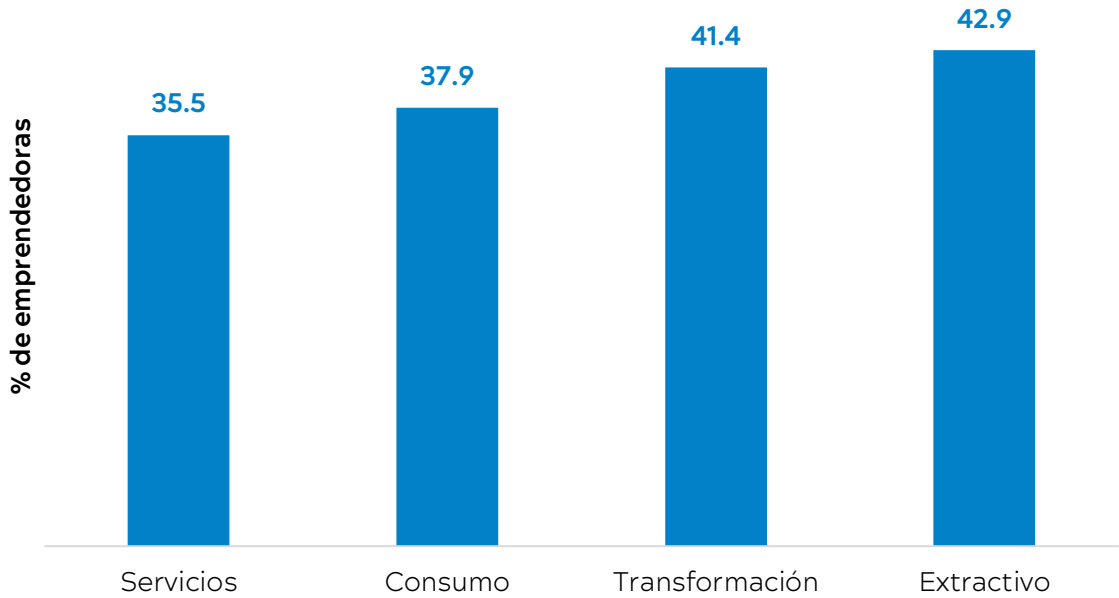
Gráfica 5.4: Expectativas de uso de IA en los negocios de mujeres según nivel educativo



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

No existe mucha variabilidad en la expectativa de uso de herramientas de Inteligencia Artificial en los negocios de las mujeres según la actividad económica. La expectativa es ligeramente mayor en negocios del sector transformación (41.4%) y extractivo (42.9%).

Gráfica 5.5: Expectativas de uso de IA en los negocios de mujeres según actividad económica



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

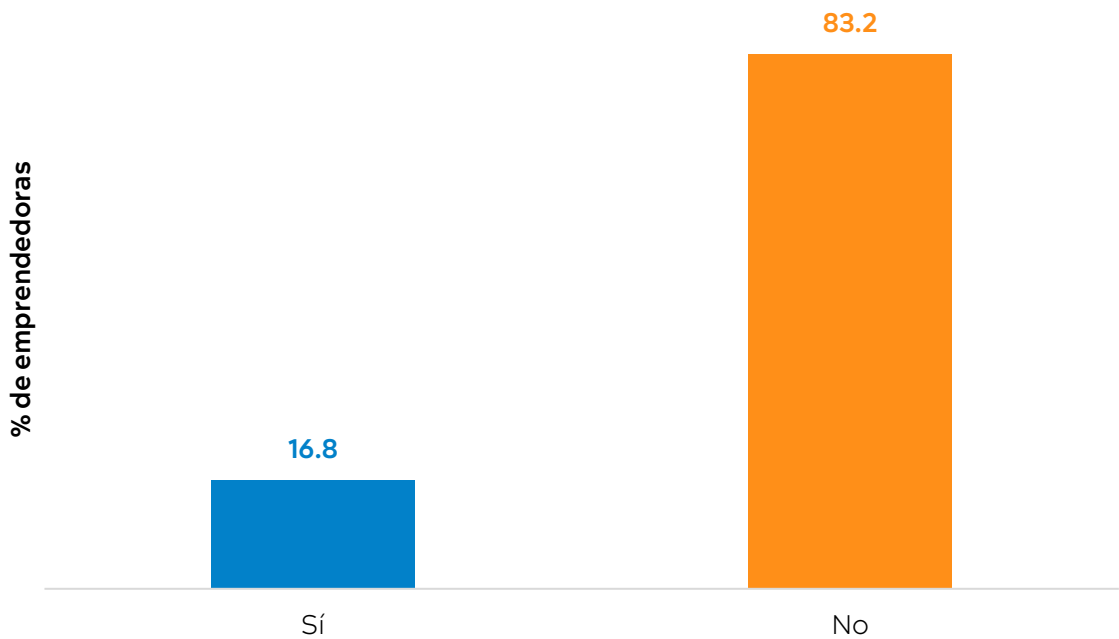
CAPÍTULO 6. EL ENTORNO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

a) Victimización y costo del delito

Antes de presentar la información recopilada en la Encuesta Nacional de Expertos respecto a la percepción que diversos expertos tienen sobre el apoyo al emprendimiento femenino en Guatemala, es importante resaltar los costos que la delincuencia impone a las mujeres emprendedoras.

A nivel de país, según la información recopiada con la encuesta del GEM (APS), para el año 2024, un 16.8% de las mujeres emprendedoras fueron víctima de al menos un delito en los últimos 12 meses.²

Gráfica 6.1: Victimización de las mujeres emprendedoras

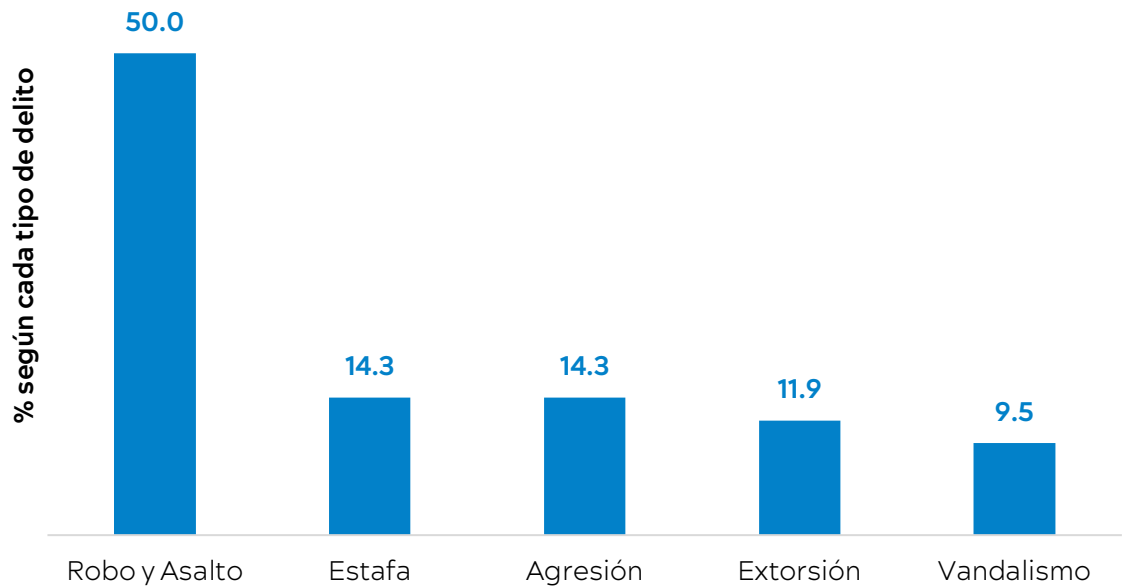


Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

² La victimización de mujeres no emprendedoras fue 15.9%; una cifra muy parecida a la victimización de mujeres emprendedoras.

Del total de los delitos por los que las mujeres emprendedoras fueron víctimas, la mitad corresponde a robos y asaltos; mientras que las estafas y las agresiones (14.3%) son los siguientes delitos más cometidos.

Gráfica 6.2: Delitos más frecuentes por los que las mujeres emprendedoras son víctimas



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Las mujeres emprendedoras enfrentan mayores costos que sus contrapartes no emprendedoras debido a la delincuencia: en promedio, a una mujer emprendedora (Q21,109) le cuesta siete veces más ser víctima que a una mujer no emprendedora (Q2,932). La Tabla 5 muestra que la mitad de las mujeres emprendedoras tienen costos de al menos Q4,500 al ser víctimas de la delincuencia; mientras que la mitad de los no emprendedores tienen costos de al menos Q1,000.

Tabla 5: Costo de los delitos para las mujeres

Categoría	Costo promedio de los delitos	Mediana del costo de los delitos
Emprendedora	Q21,109	Q4,500
No emprendedora	Q2,932	Q1,000

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

b) Encuesta Nacional a Expertos – Apoyo al emprendimiento femenino

La Encuesta Nacional a Expertos (NES, por sus siglas en inglés, *National Expert Survey*) es el instrumento utilizado para conocer la percepción que los expertos en materia de emprendimiento tienen sobre el ambiente en el que se desarrolla la actividad emprendedora. La encuesta registra opiniones sobre si es fácil o difícil hacer nuevos negocios en Guatemala y sobre si consideran propicio el ambiente de emprendimiento en el país.

La encuesta se realiza a 36 personas, agrupadas en 6 subgrupos de 4 integrantes cada uno, los cuales son catalogados como expertos en aspectos que influyen sobre el entorno para hacer negocios o son emprendedores. En la selección de los 36 encuestados, se toman en cuenta que por lo menos un encuestado en cada subgrupo sea emprendedor, y que los encuestados tengan experiencia en el sector público y privado.

A través de la NES se sondea el contexto institucional en el que se desarrolla la actividad emprendedora y cuáles aspectos influyen en las condiciones para emprender. La encuesta recoge información cualitativa que se transforma en información cuantitativa para su análisis. Se sugiere al lector tener presente el origen cualitativo de la información de esta sección al momento de interpretar el análisis cuantitativo que se realiza.

La principal información recopilada por la NES se clasifica en nueve categorías en la que los expertos evalúan en una escala de 0 a 10 un total de 63 ítems. Calificaciones cercanas a 0 indican que el aspecto evaluado se percibe como poco favorable para los negocios y valores cercanos a 10 reflejan que el aspecto evaluado se percibe como muy favorable. Esta información fue analizada en el capítulo 3 del [Informe Nacional del GEM 2024/2025](#).

En este documento se exploran las respuestas dadas por los expertos a un grupo adicional de ocho ítems clasificados en cuatro categorías, con los que se evalúa el apoyo que recibe el emprendimiento femenino en Guatemala. Los datos que se muestran en este capítulo representan el promedio de las calificaciones asignadas por los 36 expertos, en cada uno de los ítems que fueron sometidos a su consideración. Los primeros cuatro ítems están planteados en forma positiva, por lo que una nota más cercana a 10 denota una percepción positiva; mientras que los otros cuatro ítems están planteados en forma negativa, por lo que una nota más cercana a 10 denota una percepción negativa.

1. Servicios de apoyo a mujeres: baja disponibilidad y poca asequibilidad.

Lo que trata de responder esta categoría es la disponibilidad y asequibilidad de servicios de apoyo (cuidado de niños, servicios en el hogar, programas después de la escuela, cuidado de personas mayores, entre otros) para que las mujeres puedan seguir dirigiendo sus negocios incluso después de haber iniciado una familia.

Los expertos encuestados perciben que hay poca disponibilidad de servicios de apoyo (3.2/10); y, que éstos no son asequibles (3.1/10).

2. Motivación emprendedora: la cultura no alienta el emprendimiento femenino.

En esta categoría se evalúa si las regulaciones y estímulos para el emprendimiento son tan favorables que las mujeres prefieren convertirse en emprendedoras en lugar de convertirse en empleadas públicas o privadas; y si la cultura nacional alienta a mujeres y hombres por igual en cuanto a trabajar por cuenta propia o a iniciar un nuevo negocio.

En opinión de los expertos, las mujeres prefieren convertirse en empleadas que ser emprendedoras (2.7/10). De igual manera perciben que la cultura nacional no alienta el emprendimiento en hombres y mujeres por igual (3.6/10).

3. Acceso a mercados: se percibe cierta desventaja para las mujeres.

Esta categoría indaga si los mercados son usualmente más accesibles para los emprendedores hombres que para las mujeres; y si las contrataciones o licitaciones públicas son usualmente más accesibles para los emprendedores hombres que para las mujeres.

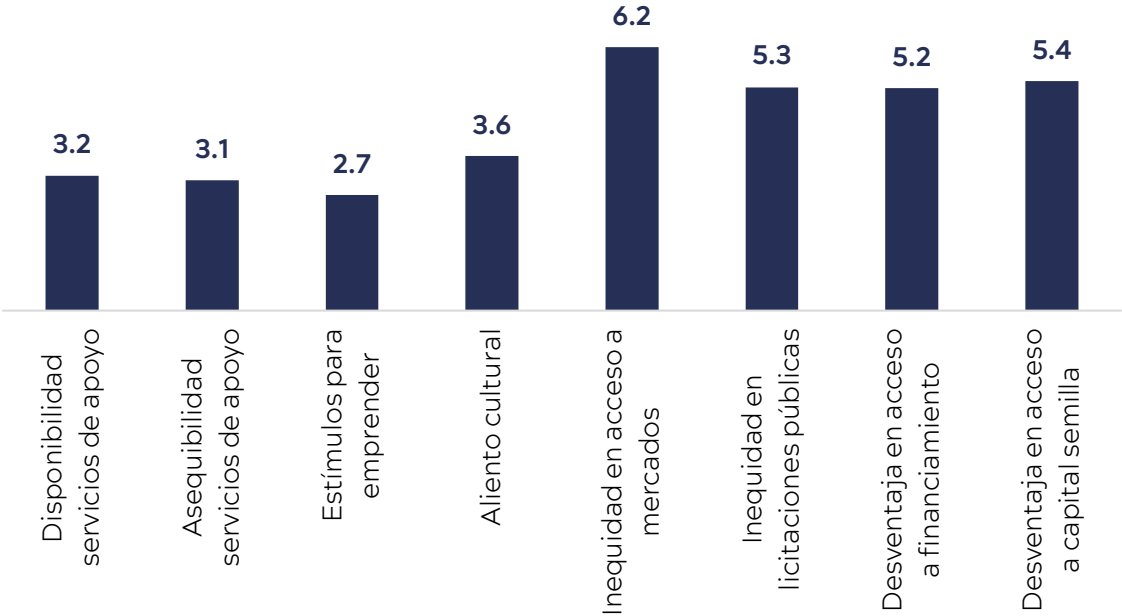
Los expertos consideran que sí hay cierta desventaja para las mujeres en cuanto al acceso a mercados (6.2/10); no así en cuanto a las contrataciones o licitaciones públicas (5.3/10).

4. Acceso a financiamiento: no se percibe que las mujeres estén en desventaja.

En esta categoría se evalúa si el acceso a financiamiento de cualquier tipo de fuente financiera es usualmente más fácil para los emprendedores hombres que para las mujeres. Asimismo, se indaga de forma específica si obtener capital semilla (de cualquier tipo de fuente financiera) es usualmente más fácil para los emprendedores hombres que para las mujeres.

La evaluación que le dieron los expertos a estos dos ítems es cercana a 5; por lo que no se percibe que las mujeres estén en desventaja respecto a los hombres en cuanto al acceso a financiamiento. Es decir, las restricciones de acceso al financiamiento se perciben igual para hombres y mujeres.

Gráfica 6.3: Puntuación por categoría evaluada en la NES en cuanto apoyo al emprendimiento femenino



Fuente: Encuesta Nacional a Expertos, 2024.

CONCLUSIONES

Este reporte aporta valiosa información respecto a las tasas de emprendimiento de mujeres en Guatemala; así como las características de las emprendedoras y de sus negocios. De los indicadores presentados se puede resaltar que:

- **Las actitudes ante el emprendimiento son positivas en las mujeres guatemaltecas:** El 71% de las mujeres guatemaltecas indicó que había identificado alguna oportunidad de negocio; y, el 74% dijo que pensaba tener los conocimientos, las habilidades y la experiencia necesarios para aprovecharlas. Estas cifras ubican al país en el séptimo lugar de 51 países evaluados.
- **Guatemala posee la tercera tasa de emprendimiento femenino de Latinoamérica y la quinta a nivel mundial:** Aproximadamente tres de cada diez mujeres adultas (31%) están involucradas en un emprendimiento. El promedio de los países latinoamericanos incluidos en el estudio es 25%.
- **Casi la totalidad de mujeres emprendió debido a la escasez de empleo:** El 93% de las mujeres emprendedoras indicó que la principal razón para emprender era la escasez de empleo. Esta cifra ubica al país en el tercer lugar de 45 países evaluados.
- **La mayoría de los emprendimientos de mujeres son de pequeña escala y atienden mercados locales:** El 79% de los negocios de mujeres están en el sector de consumo, el cual suele ser de baja escala y poco alcance geográfico. La mitad de los emprendimientos de mujeres inició con una inversión de Q3,000 o menos; y el 76% inició con Q10,000 o menos. Además, el 85% de las mujeres emprendedoras indicó que la mayoría de sus clientes se ubican en su comunidad o municipio.
- **La inversión inicial de los negocios de mujeres se realiza con fondos propios:** El 65% de las mujeres emprendedoras indicó que toda la inversión inicial de su negocio fue realizada con fondos propios. Del restante 35%; el 93% indicó que también recibió financiamiento de sus familiares; y, el 26% obtuvo un préstamo con un banco.
- **Uno de cada tres negocios de mujeres genera al menos un empleo:** El 33% de los negocios de mujeres genera al menos un empleo; de los cuales el 90% genera entre uno y cinco empleos.

- **Los emprendimientos de mujeres son más informales que los de los hombres:** El 51% de los negocios de los hombres y el 73% de los negocios de mujeres no están registrados formalmente. Las razones del por qué no se registran no difieren entre hombres y mujeres: alrededor de la mitad indican que no se registran porque no ven el beneficio de hacerlo.
- **Las redes sociales son muy importantes en las operaciones comerciales de los negocios de las mujeres y existe cierta expectativa de uso de Inteligencia Artificial:** El 67% de las emprendedoras indicó que las redes sociales son un recurso muy importante en sus operaciones comerciales diarias. Por otra parte, solo el 39% de las emprendedoras considera que la Inteligencia Artificial será muy importante en la implementación de su estrategia de negocios en los próximos tres años. Existe una más alta expectativa entre las mujeres jóvenes de 18 a 24 años (49%); en las mujeres con estudios universitarios (60%); y, en las que tienen negocios en el sector extractivo (43%).
- **La inseguridad es más costosa para las mujeres emprendedoras que para sus contrapartes no emprendedoras:** Aunque las tasas de victimización son muy similares entre mujeres emprendedoras (16.8%) y no emprendedoras (15.9%); en promedio, a una mujer emprendedora (Q21 mil) le cuesta siete veces más ser víctima que a una mujer no emprendedora (Q2,900).

El presente informe muestra que, si bien, las tasas de emprendimiento de mujeres en Guatemala están entre las cinco más altas a nivel mundial, éstas enfrentan múltiples desafíos para salir adelante. Los negocios de las mujeres están concentrados en el comercio, y su escala es pequeña y de corto alcance. Las inversiones son bajas, y los costos operativos de hacer frente a la delincuencia son muy altos en comparación con los de las mujeres no emprendedoras. Aun así, el uso de tecnología constituye una oportunidad para activar el potencial de los negocios, algo que ya se ha estado empezando a hacer en el país, aunque el uso de las tecnologías más recientes aún es incipiente.

Promover el desarrollo económico y la prosperidad requiere resolver los problemas que más aquejan a las mujeres emprendedoras, especialmente lo relacionado al acceso a financiamiento; a la formación de capacidades; y, a reducir los costos del delito.



La misión de la Universidad Francisco Marroquín es *la enseñanza y difusión de los principios éticos, jurídicos y económicos de una sociedad de personas libres y responsables.*

Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Francisco Marroquín
Calle Manuel F. Ayau (6 Calle final), zona 10
Guatemala, Guatemala 01010

Teléfono (+502) 2338-7723
gem@ufm.edu
gem.ufm.edu