



GOBIERNO DE
MÉXICO

ECONOMÍA
SECRETARÍA DE ECONOMÍA



giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Las Nuevas Empresarias con Negocios en Internet



NENIS

Secretaría de Economía

Subsecretaría de Comercio Exterior
Unidad de Inteligencia Económica Global

El presente informe fue desarrollado bajo la coordinación de la Secretaría de Economía y el proyecto "Inclusión Social para una recuperación sostenible post-COVID (PISOIGUAL)" de la Cooperación Técnica Alemana – GIZ México, financiada por el Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo de Alemania (BMZ).

Los contenidos técnicos de este documento fueron desarrollados con el apoyo de Initiatives for Sustainable Development (ISD).

Primera versión, agosto 2024.

“Las Nuevas Empresarias con Negocios en Internet”

Esta publicación es de dominio público. Se autoriza su reproducción total o parcial. Si bien no es necesaria la autorización para reproducir este material, la cita debe ser: Secretaría de Economía, Subsecretaría de Comercio Exterior. Las Nuevas Empresarias con Negocios en Internet, Ciudad de México, agosto 2024.

Para obtener copias de este informe, escriba a:
mipymes@economia.gob.mx

Esta publicación también está disponible en el sitio web MIPYMESMX de la Secretaría de Economía en:
<https://www.gob.mx/se/>
<https://mipymes.economia.gob.mx/>

Todas las URL de esta publicación fueron consultadas por última vez el 30 de junio de 2024.

Las Nuevas Empresarias con Negocios en Internet

Un acercamiento al nuevo perfil de
las mipymes mexicanas lideradas por
mujeres en la era digital

**SECRETARÍA DE ECONOMÍA
COOPERACIÓN TÉCNICA ALEMANA (GIZ MÉXICO)**

Antes de comenzar, es necesario aclarar que este documento se escribe en tercera persona femenina del plural, es decir, desde "ellas", sin embargo, contempla a todas nosotras, ya que somos quienes, en la actualidad, también escribimos la historia.

ÍNDICE



Introducción	8
---------------------------	---

01 Las mujeres, ejemplo de resiliencia y lucha	10
---	----

1.1 ¿Quiénes son las Nenis en México?	10
---	----

1.2 Las Nenis como fuerza laboral en México	19
---	----

1.3 Condiciones laborales e ingresos de las Nenis en el país	21
--	----

02 Modelo de negocio de las Nenis	24
--	----

2.1 Metodología de análisis	24
-----------------------------------	----

2.2 Segmento y relación con los clientes	26
--	----

2.3 Canales de venta y distribución	26
---	----

2.4 Recursos determinantes	27
----------------------------------	----

2.5 Actividades que realizan	27
------------------------------------	----

2.6 Fuentes de ingresos y medios de pago	28
--	----

2.7 Costos	29
------------------	----

Documento interactivo

Interactúa con el índice para navegar por el documento. Haz clic en el encabezado de cada página para volver al índice.



03	Principales ventajas y retos que enfrentan las Nenis	30
	3.1 Ventajas y retos del modelo de negocios las Nenis	30
	3.2 Acciones coordinadas entre el Gobierno de México y los gobiernos estatales	33
	Conclusiones, retos y reflexiones	36
	Glosario	38
	Anexos	40
	Anexo 1. Listado de programas y políticas públicas	40

INTRODUCCIÓN



La pandemia por COVID-19 aceleró los procesos de digitalización, la población mundial se ha volcado gradualmente a realizar sus actividades económicas, personales, profesionales y sociales por medio del uso de las tecnologías de la información y comunicaciones (TICs), detonando el comercio electrónico como un fenómeno con crecimiento exponencial a nivel mundial, pasando de los 3351 mil millones de dólares en ventas en línea al menudeo durante 2019 a 5784 mil millones de dólares en 2023.¹ Tanto la era digital, como la pandemia, han sido la combinación perfecta para que las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) mexicanas hayan expandido su participación en el comercio digital, donde hoy por hoy, seis de cada diez de ellas vende por Internet.²

En México y en el mundo, se observó que, ante la pérdida de empleos y el confinamiento por la pandemia, las dinámicas comerciales tomaron un cauce distinto al tradicional en respuesta a la necesidad de generar ingresos y satisfacer las necesidades básicas de las familias.

Estas nuevas dinámicas tuvieron en la implementación de tecnologías digitales un factor preponderante, lo cual se vio reflejado en las tasas de crecimiento de ventas de equipos de cómputo, como las laptops y periféricos, que durante 2020 tuvieron una tasa de más del 50 % y los dispositivos de red de más del 80 %, ³ provocado por el uso de la computadora en las clases en línea (72 %), la comunicación con familiares y/o amigos (62 %), teletrabajo o administración de negocio propio (51%) y entretenimiento (47 %).⁴

La iniciativa de conformar nuevos negocios se convirtió en una solución a los problemas financieros que muchas familias enfrentaron y, una de cada cuatro trabajadoras independientes en México la aprovecharon. La mayoría de ellas emprendieron en actividades como el comercio, desarrollado desde sus hogares y a través de un dispositivo electrónico, generando negocios digitales con potencial productivo y en constante crecimiento.⁵

Si bien, las mujeres han creado y participado en negocios, en este contexto sentaron las bases para un **modelo de negocios disruptivo, cimentado en el uso de herramientas de comercio electrónico basadas en redes sociales**. Lo anterior, obliga a que la formulación de políticas públicas, además de estar diseñadas con perspectiva de género, se adecuen a las nuevas necesidades de las dinámicas comerciales, particularmente, en el intercambio de bienes y servicios.

¹ Statista (2024), Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2027.

Recuperado de: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>

² Asociación Mexicana de Ventas Online (2021). Estudio sobre venta online en pymes 2021.

Recuperado de <https://www.amvo.org.mx/estudios/estudio-sobre-venta-online-en-pymes-2021/>

³ Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales A.C.. Recuperado de <https://antad.net/se-dispara-compra-de-computadoras/>

⁴ MICROSOFT. Recuperado de <https://news.microsoft.com/es-xl/mexicanos-buscan-computadoras-con-capacidad-de-procesamiento-potencia-y-velocidad-para-actividades-remotas/>

⁵ IMCO. (2021). La puerta de la formalidad: una oportunidad para el emprendimiento femenino. Recuperado de <https://imco.org.mx/>

Las mujeres comenzaron a usar las redes sociales y plataformas digitales como una herramienta para vender productos de distinta naturaleza y obtener ingresos, con la flexibilidad necesaria para gestionar de mejor manera su tiempo, dadas sus mayores cargas en la realización de tareas del hogar que aún imponen ciertos arreglos sociales, hoy en día obsoletos.

En 2020, comenzó a resonar popularmente el término de **“Nenis”**,⁶ para hacer referencia a las mujeres que adoptaron esta modalidad de negocios, haciendo alusión inicial al término usado por ellas para referirse con amabilidad hacia sus clientas, aunque el uso inicial de este calificativo tuvo una connotación despectiva con la intención de minimizar el esfuerzo de estas empresarias digitales. Sin embargo, fueron las propias mujeres quienes han reivindicado el concepto,⁷ asociándolo al **término “Nuevas Empresarias con Negocios en Internet”**. El crédito de esta nueva concepción lo tiene cada una de ellas, de nosotras.

Para los fines del presente documento, entenderemos como Nenis a todas aquellas mujeres en el país que ofrecen, venden y/o distribuyen productos o servicios a través de redes sociales, como su principal actividad para generar ingresos de forma independiente y sin contar necesariamente con un establecimiento físico.

Las Nenis enfrentan desafíos propios de las empresas lideradas por mujeres, entre los que destacan factores socioculturales (estereotipos y normas culturales sobre roles de género), factores internos (poca autoconfianza, bajo desarrollo de habilidades empresariales y poca inclinación por asumir riesgos para aprovechar oportunidades económicas), exclusión financiera (dificultad para acceder al financiamiento por una limitada posesión de activos), bajo acceso a redes de negocios, entre otras.⁸

Hoy por hoy, es impostergable poner a las Nenis en el centro de todo diseño y ejecución de políticas públicas, a través de las cuales se acerquen las herramientas digitales, económicas, institucionales y comerciales, en un marco de análisis que profundice y catapulte a esta población, su actividad económica y potencial como entes socioeconómicos fundamentales del país.

El objetivo de este estudio es visibilizar la relevancia de las Nenis en la economía de México. Es un primer acercamiento a su perfil sociodemográfico y económico para entender sus características, sus retos y necesidades de atención, y así generar ideas de política pública a fin de promover su consolidación como empresarias.

⁶ García, A. K. (2021, 25 de febrero). Las Nenis: autoempleo y comercio digital durante la pandemia [en línea]. El Economista Sección Empresas. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/>

⁷ CONDUSEF (2021, 1 de mayo). Ya está aquí la economía Neni [en línea]. Revista Proteja su Dinero. Recuperado de: <https://revista.condusef.gob.mx/2021/05/ya-esta-aqui-la-economia-neni/>

⁸ Con base en el análisis presentado por Carranza, E., Dhakal, C., & Love, I. (2018). Female entrepreneurs: How and why are they different?. Banco Mundial, Washington, DC. Recuperado de: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/400121542883319809/pdf/Female-Entrepreneurs-How-and-Why-are-They-Different.pdf>



01

LAS MUJERES, EJEMPLO DE RESILIENCIA Y LUCHA

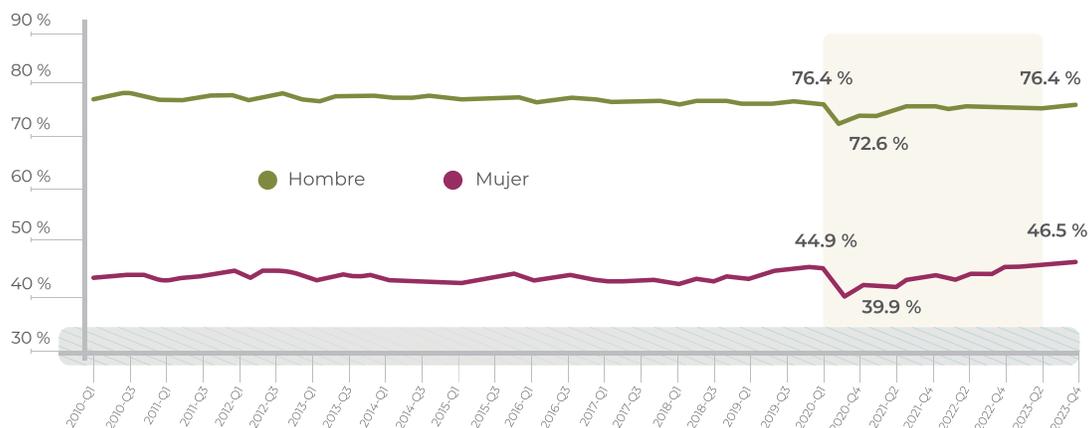
1.1 ¿Quiénes son las Nenis en México?

De acuerdo con datos del INEGI del 2022, en México hay 93 millones de personas usuarias de servicios de internet, de las cuales el 52 % son mujeres.

A su vez, en los últimos años, la participación de las mujeres en la economía mexicana ha crecido gradualmente tras el impacto de la pandemia por COVID-19. En este sentido, entre el primer trimestre de 2020 y el cuarto

trimestre de 2023 la participación laboral de las mujeres creció en 1.6 puntos porcentuales, pese a haber experimentado una caída de 5 puntos porcentuales al tercer trimestre de 2020, asociado con el impacto de la pandemia (ver Figura 1). Sin embargo, aún más de la mitad de las mujeres se encuentra fuera de la fuerza laboral y la brecha de género se mantiene alrededor de 30 puntos porcentuales.

Figura 1. Población Económicamente Activa en México, tasa de participación laboral por sexo (%)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). Período sombreado en gris representa la duración de la pandemia COVID-19

LAS NUEVAS EMPRESARIAS CON NEGOCIOS EN INTERNET

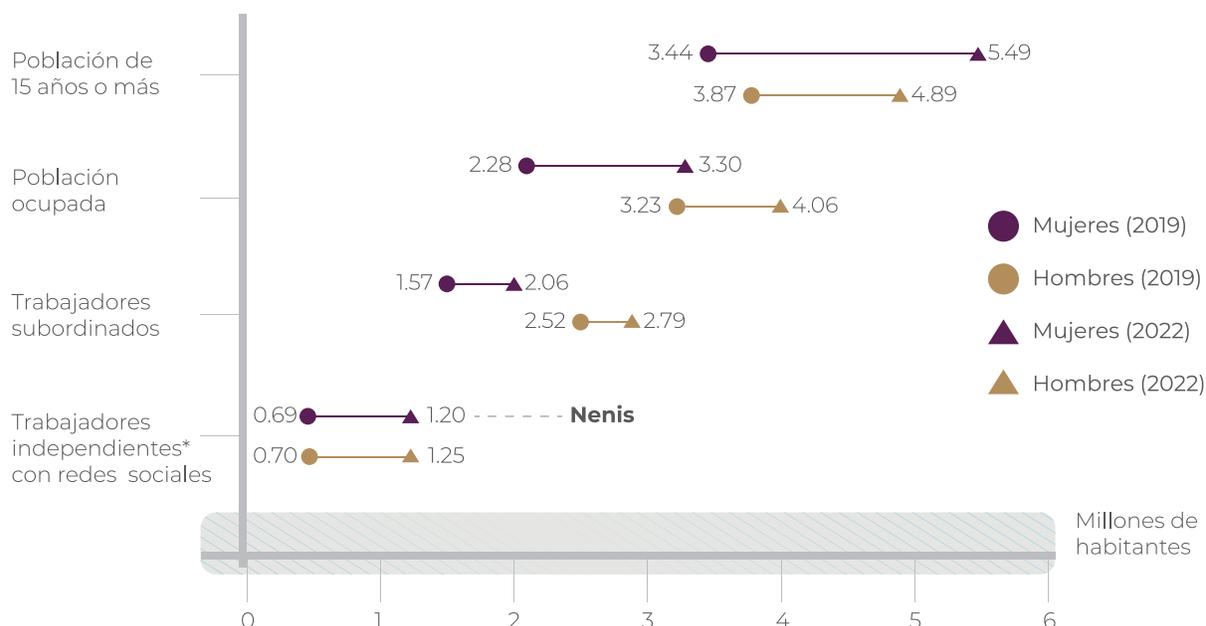
En un estudio publicado por el Banco Mundial, se estima que, si se cerraran las brechas de género en el empleo, el PIB per cápita de los países a largo plazo se incrementaría en un 20 % en promedio (Pennings, 2022),⁹ lo cual refleja que incentivar una mayor participación laboral de las mujeres puede generar mejores oportunidades de crecimiento económico para nuestro país.

Por otro lado, de acuerdo con el Censo Económico 2019, existen 4.7 millones de mipymes, de las cuales 1.6 millones (34 %) son lideradas por mujeres, lo cual refleja que aún existe camino por recorrer para alcanzar la equidad entre mujeres y hombres en materia de liderazgo empresarial.

En este contexto, muchas mujeres siguen encontrando modalidades innovadoras para incursionar en la actividad productiva y generar fuentes de ingreso para sí mismas y sus hogares. Tal es el caso de las Nenis, quienes aprovecharon los beneficios de las TICs para generar un nuevo perfil de negocios.

De acuerdo con la ENDUTIH, se estima que 5.5 millones de mujeres de 15 años o más vendían por internet en 2022, cifra 60 % mayor en comparación con el año 2019 (antes de la pandemia). Este crecimiento representa un giro a los patrones de uso de comercio electrónico, dado que ahora hay más mujeres que hombres vendiendo por internet (ver Figura 2).

Figura 2. Número de personas que vendieron por internet en 2022, por condición de empleo (millones)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH).
*Se considera como trabajadores independientes a las personas empleadoras y trabajadoras por cuenta propia.

⁹ Pennings, S. (2022). A Gender Employment Gap Index (GEGI): A Simple Measure of the Economic Gains from Closing Gender Employment Gaps, with an Application to the Pacific Islands. Policy Research Working Paper 2022. Development Research. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/10986/37062>

**LAS NUEVAS EMPRESARIAS
CON NEGOCIOS EN INTERNET**

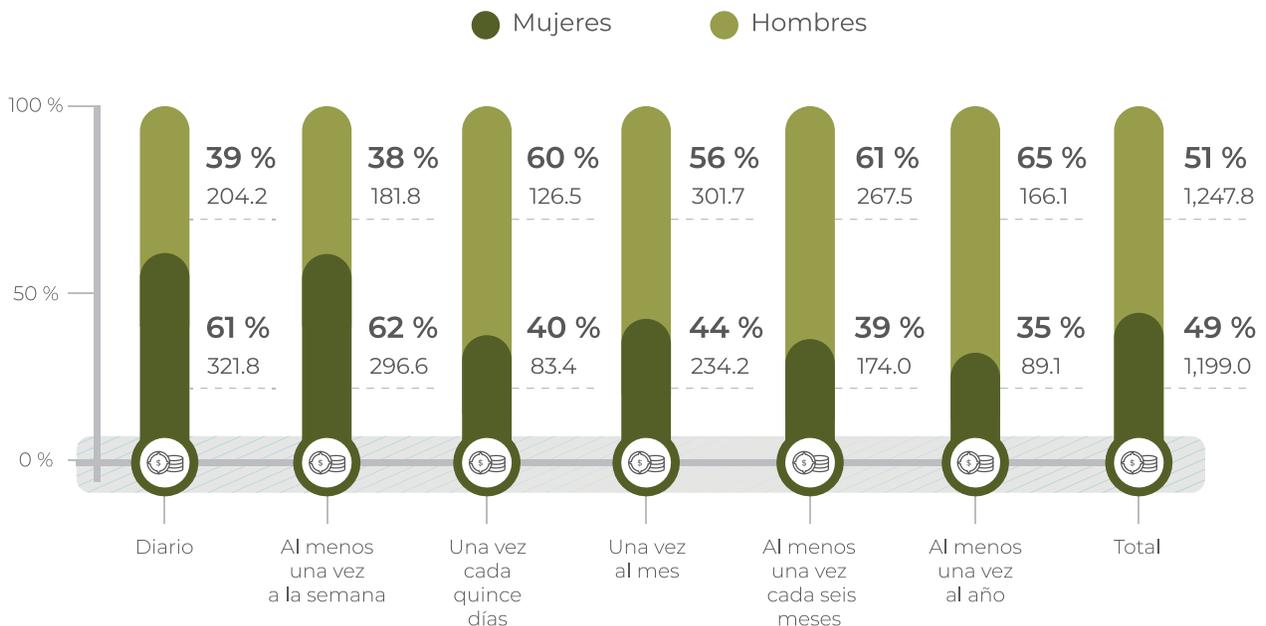
Así, con base en la definición de las Nenis, que identificamos anteriormente, podemos agruparlas como **mujeres de 15 años o más que venden por internet, mediante redes sociales, como su actividad principal de generación de ingresos**. En este sentido, se estima que en 2022 existían 1.2 millones de Nenis, cifra superior a las 690 mil mujeres que llevaron a cabo esta actividad en el año 2019.

Sin embargo, 1.25 millones de hombres mexicanos también son trabajadores independientes con ventas en línea y redes sociales, tal como las Nenis. Empero, el elemento que distingue a las Nenis sobre sus contrapartes masculinas, es que

ellas tienden a vender con mayor frecuencia a través de canales electrónicos, tal como se aprecia en la Figura 3, la cual muestra que éstas venden diaria o semanalmente.

Mayoritariamente, **las Nenis son mujeres de entre 20 y 54 años de edad**. El 91 % de ellas habitan en zonas urbanas, superando por 10 puntos porcentuales al promedio de los trabajadores independientes, lo cual pone de relieve que la actividad de estas empresarias digitales requiere llevarse a cabo en zonas con mayor concentración de población y acceso a infraestructura de conectividad.

Figura 3. Comparación de frecuencia de ventas en línea, Nenis y hombres con las mismas características (miles de personas y porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2022.

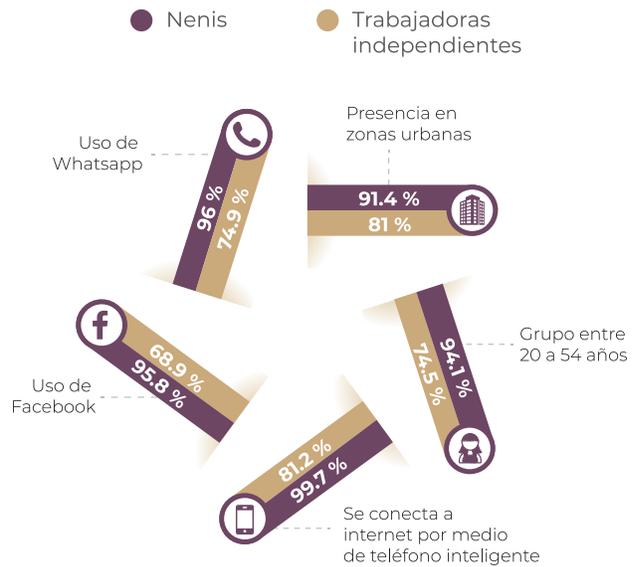
LAS NUEVAS EMPRESARIAS
CON NEGOCIOS EN INTERNET

Por otro lado, prácticamente todas las Nenis (99.7 %) tienen un teléfono inteligente (*smartphone*) mediante el cual pueden acceder a internet. Ellas usan, principalmente, Facebook y WhatsApp para realizar y/o concretar sus ventas y algunas aprovechan otras redes como Instagram, Messenger y Youtube (ver Figura 4).

Las Nenis también se distinguen por ser mujeres que poseen niveles altos de escolaridad. En este sentido, 72 % de las Nenis cuentan con estudios de educación media o superior en adelante, superando a las trabajadoras independientes en general (51 %), así como de las mujeres fuera de la actividad económica por dedicación a los cuidados del hogar (37 %).

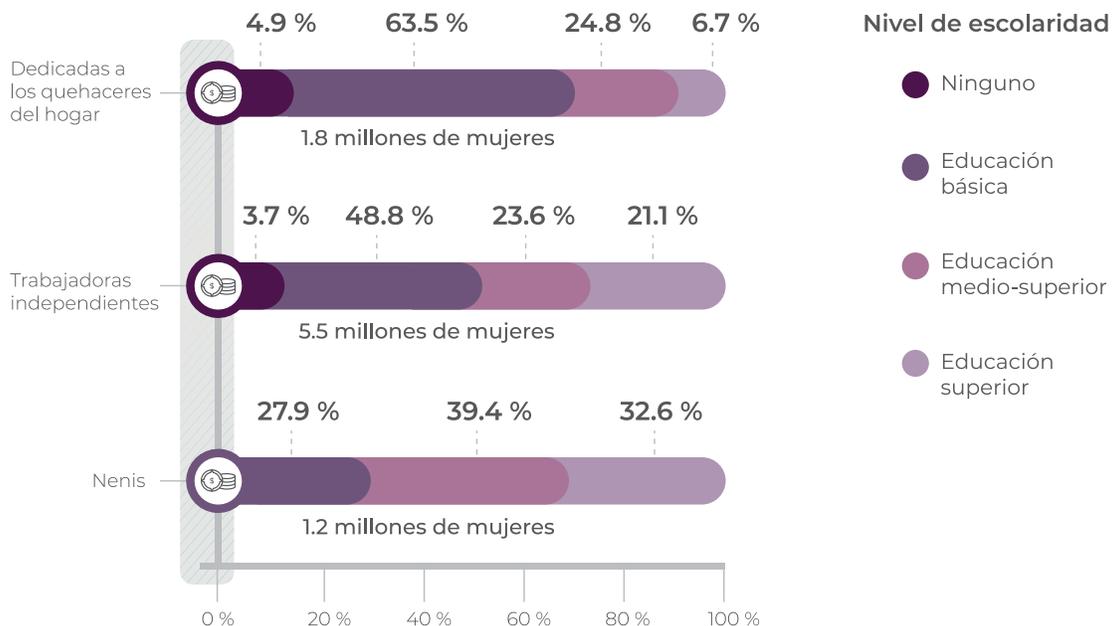
Este rasgo permite a las Nenis contar con mayor facilidad relativa para adoptar el comercio digital (ver Figura 5).

Figura 4. Rasgos sociodemográficos y patrones de uso de redes sociales de las Nenis vs las trabajadoras independientes (porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2022.

Figura 5. Escolaridad de las Nenis vs. distintos grupos de mujeres (porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2022.

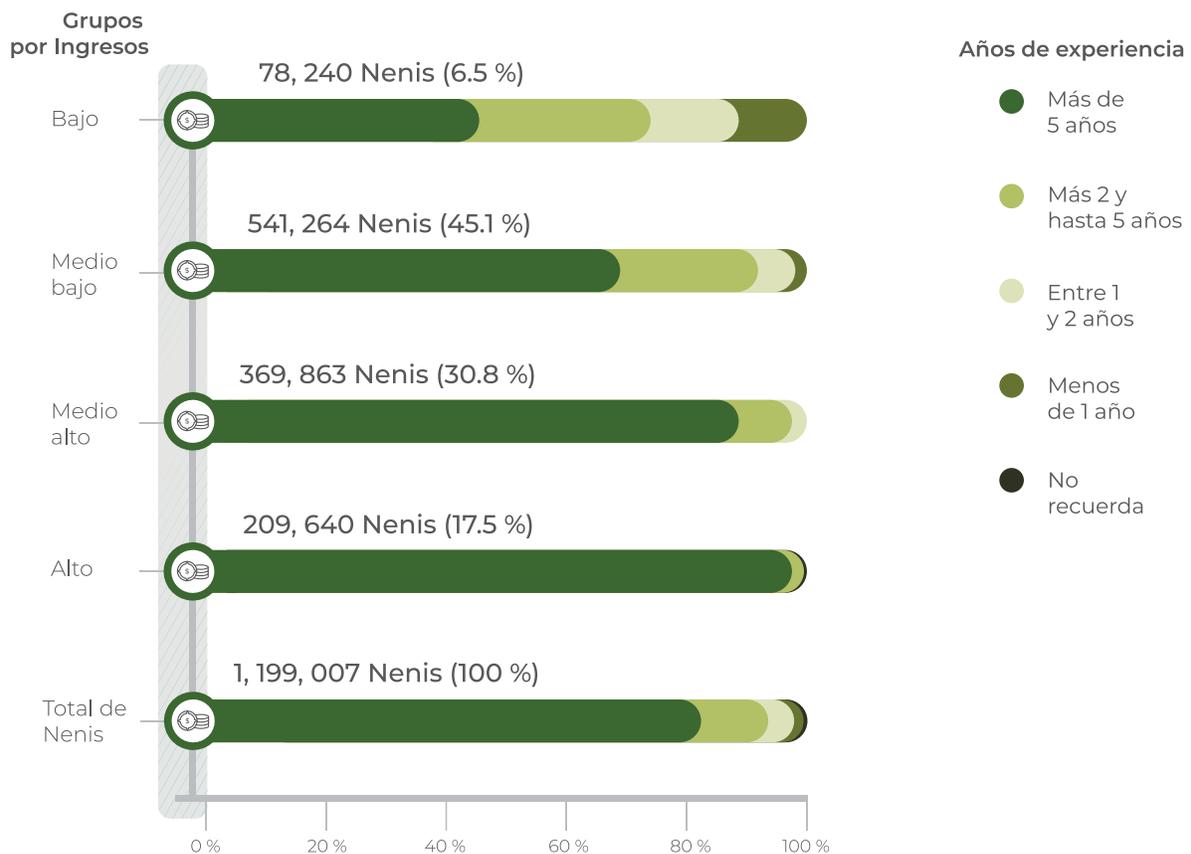
**LAS NUEVAS EMPRESARIAS
CON NEGOCIOS EN INTERNET**

Para comprender el surgimiento de las Nenis, es sumamente importante resaltar la falta de oportunidades laborales acordes al último grado de estudios obtenido y/o a las necesidades específicas de mujeres con obligaciones de generar ingresos para contribuir con la economía de sus hogares, dando como resultado que este sector es la cuarta parte de los negocios de las trabajadoras independientes en México.

A su vez, tres de cada cuatro Nenis se ubican en el grupo de ingresos medios: el 45.1% en medios bajos y el 30.8% en el de ingresos medios altos.

Asimismo, por lo general cuentan con más de cinco años de experiencia en el uso del internet, aunque existen patrones distintos al analizar a las Nenis por sus grupos de ingresos, donde más de la mitad de aquellas que se encuentran en el grupo de ingresos bajos tienen cinco años o menos de experiencia, lo cual puede sugerir que enfrentan mayores retos al incursionar en el comercio digital (ver Figura 6).

Figura 6. Nenis por grupos de ingresos y experiencia en el uso de internet (porcentaje)

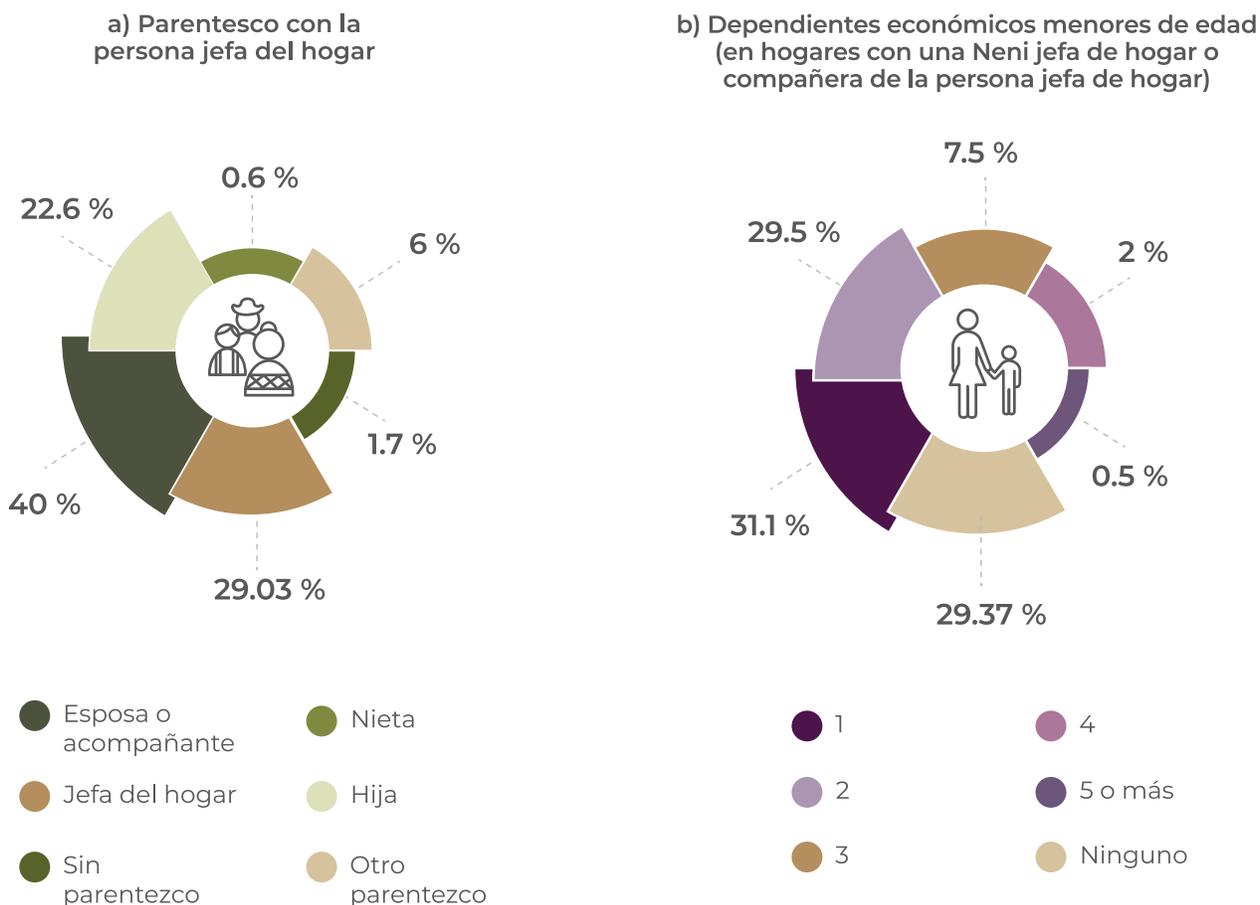


Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2022.

Por otra parte, un factor relevante detrás de la incursión de un número creciente de mujeres en la economía Neni es la necesidad de generar ingresos para garantizar el sustento de sus hogares, por medio de una actividad flexible que reduzca las barreras para su inclusión en la actividad económica. Así, de acuerdo con las

estadísticas analizadas, al menos siete de cada diez de ellas tienen la responsabilidad de generar ingresos como jefas de hogar o compañeras de la persona jefa de hogar. Dentro de este último grupo, siete de cada diez empresarias tienen bajo su cargo al menos un dependiente económico menor de edad (ver Figura 7).

Figura 7. Número y porcentaje de Nenis por su rol en el hogar y dependientes económicos bajo su cargo



Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2022.

LAS NUEVAS EMPRESARIAS CON NEGOCIOS EN INTERNET

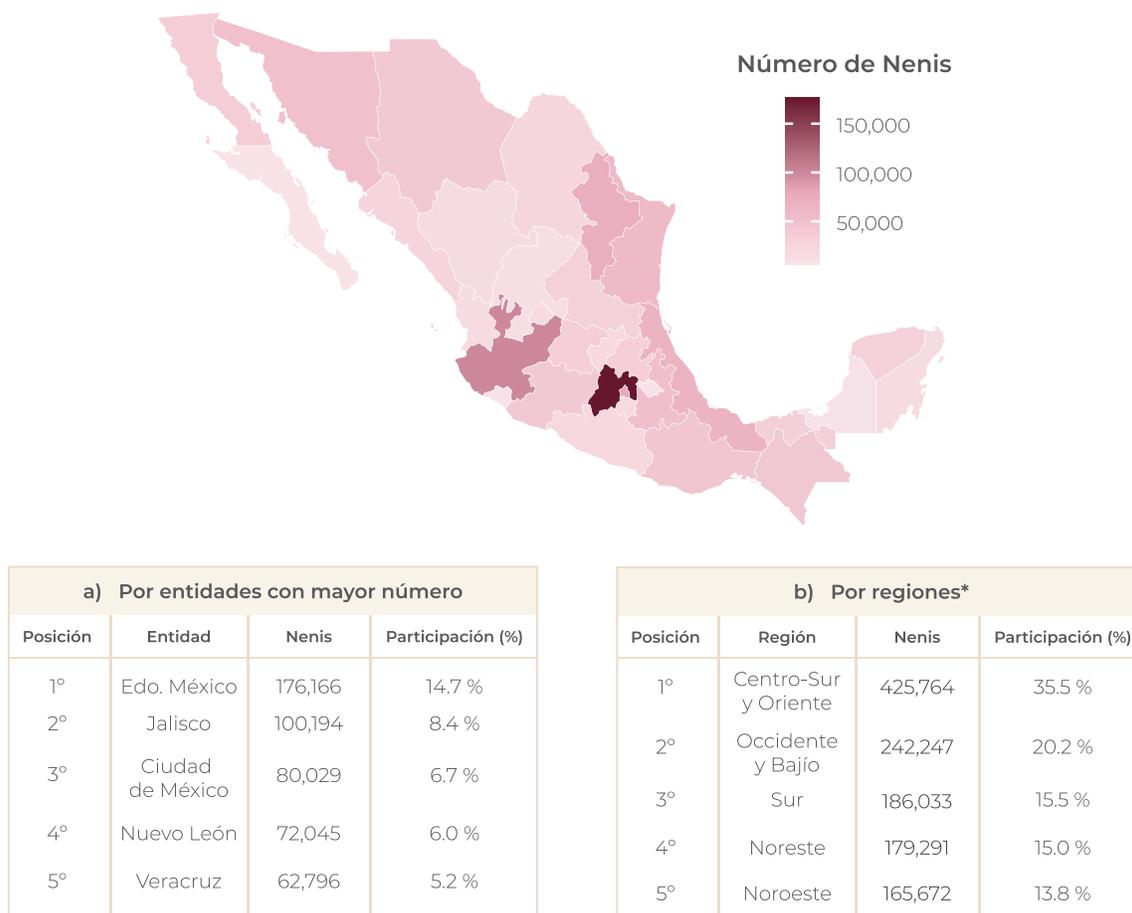
Estos resultados sugieren:

- En primer lugar, que el modelo de negocio de las Nenis está influenciado por la necesidad que tienen estas empresarias de brindar una fuente de ingresos para sus hogares.
- En segundo término, que aún las mujeres enfrentan desafíos específicos en la gestión del tiempo de trabajo y de cuidado del hogar, ante los estereotipos y normas sociales que aún imperan y limitan su participación económica.

Por lo cual, la actividad de las Nenis les brinda una solución flexible ante estos retos.

Las Nenis tienen presencia en todo el país, destaca el Estado de México como la entidad en la que se encuentra la mayoría de ellas (15 %), seguida de Jalisco (8 %), Ciudad de México (7 %), Nuevo León (6 %) y Veracruz (5 %). En estas cinco entidades en conjunto se ubican al menos dos de cada cinco Nenis. Por otro lado, estas empresarias se encuentran mayoritariamente en las regiones Centro-Sur y Oriente (35.5 %) y Occidente-Bajío (20.2 %), aunque en el resto de las regiones también hay una presencia importante de ellas (ver Figura 8).

Figura 8. Número total de Nenis por entidad federativa



Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2022 y las regiones de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2021, incluyendo a la Ciudad de México dentro de la Región Centro-Sur y Oriente.

Cabe mencionar que, no solo es determinante para la actividad productiva de las Nenis ubicarse en zonas urbanas para el desarrollo de sus actividades, tal como se observó en la Figura 4, sino que también tienen mayor presencia en localidades del país con alto desarrollo socioeconómico y disponibilidad de infraestructura, tales como electricidad, telefonía móvil e Internet.

En este sentido, 89 % de las Nenis se concentran en municipios de bajo o muy bajo rezago social, caracterizados por una mayor presencia de población y menores proporciones de carencias sociales, lo que se traduce en un mercado atractivo para sus actividades (ver Tabla 1). En tanto, solo el 4.3 % de las Nenis se ubica en municipios de rezago social alto (2.4 %) o muy alto (1.9 %).¹⁰

Tal como se muestra en la Figura 9, la distribución regional de las Nenis se modifica cuando se analizan como proporción del total de trabajadoras independientes. Al respecto,

en el Norte del país, el 30 % de las mujeres con algún negocio podría ser considerado como Neni. En contraste, los porcentajes son menores en la región Sur del país.

Es de observar, que la región Sur debe continuar como zona prioritaria de atención, ya que si bien los factores socioeconómicos distan del resto del país, los proyectos de desarrollo del Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec y de la construcción del Tren Maya están posicionando a la región como un foco de atracción de inversiones en México, generando una economía cada vez más dinámica y pujante en sus respectivos entornos y fortaleciendo a las mipymes que se localizan en la zona. Esto genera nuevas oportunidades para fomentar la participación económica de las mujeres en la región hacia mercados cada vez más amplios por medio del comercio digital y los efectos del fenómeno de la relocalización, también conocido como *nearshoring*.

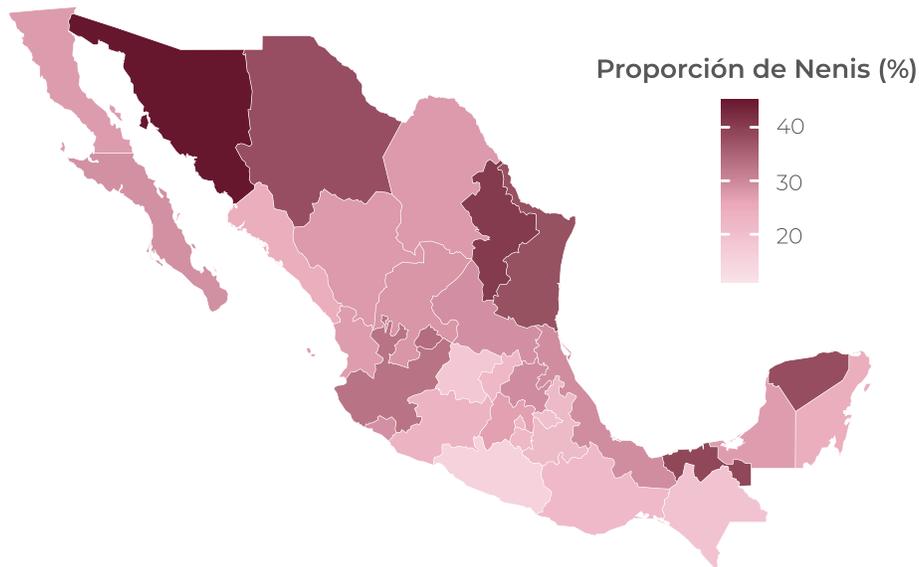
Tabla 1. Distribución de las Nenis por grupos de municipios, de acuerdo con su grado de rezago social

Grupos de municipios por grado de rezago social	% Nenis
Muy bajo	67.0 %
Bajo	21.6 %
Medio	6.9 %
Alto	2.4 %
Muy alto	1.9 %

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) al segundo trimestre de 2023 y tomando como referencia la agrupación de municipios por grado de rezago social 2020 de CONEVAL.

¹⁰ Medido de acuerdo con el Índice de Rezago Social del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL).

Figura 9. Nenis como porcentaje del total de trabajadoras independientes, por entidad federativa



a) Por entidades con mayor número		
Posición	Entidad	Nenis
1°	Sonora	41.2 %
2°	Nuevo León	36.5 %
3°	Tabasco	34.7 %
4°	Yucatán	33.8 %
5°	Chihuahua	33.5 %

b) Por regiones		
Posición	Región	Nenis
1°	Noreste	30.8 %
2°	Noroeste	27.8 %
3°	Occidente y Bajío	21.0 %
4°	Centro-Sur y Oriente	20.0 %
5°	Sur	17.9 %

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2022, y las regiones de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2021, incluyendo a la Ciudad de México dentro de la Región Centro-Sur y Oriente.

1.2 Las Nenis como fuerza laboral en México

Las mujeres en México aún enfrentan una serie de barreras que les impiden sumarse a la economía remunerada. Mientras que la tasa de participación económica de los hombres es de 76 %, la de las mujeres es de 46 %. Una de las principales razones que explica esta diferencia es la persistencia de roles de género tradicionales, que traen como resultado una sobrecarga del trabajo no remunerado de las mujeres, al ser ellas las principales encargadas de los quehaceres domésticos. En ese sentido, las mujeres mexicanas ejecutan 2.6 veces más tareas de cuidados que el sexo opuesto.¹¹

Sin embargo, en base a perseverancia, resiliencia y lucha, las mujeres mexicanas han roto barreras que paso a paso las posicionan en el lugar de la historia que hoy les pertenece.

Las Nenis representan un grupo de mujeres que contribuyen a superar la brecha de género en materia de participación en la actividad económica, así como en el acceso, uso o impacto de las tecnologías de información, al satisfacer demandas del mercado en la era digital con sus propios negocios y como trabajadoras independientes. Con ello, están creando sus propias condiciones laborales y desafiando el *status quo* que las mantuvo al margen de su independencia económica.

Siguiendo a Quezada e Hindrichs,¹² ha sido tal el impacto del uso de las redes sociales para fines de compra y venta de productos y servicios en

México que, desde 2016, una de las plataformas de redes sociales más utilizadas lanzó el servicio de Marketplace en el país como respuesta a las más de 450 millones de personas que utilizaban esta red para compra-venta.

Las Nenis también suelen usar los servicios de internet con mayor frecuencia que el promedio de trabajadoras independientes, tal como se muestra en el panel A de la Figura 10. A su vez, como se puede observar en el panel B de la misma figura, una mayor proporción de las Nenis posee conocimientos sobre herramientas informáticas de oficina, donde más de un 90 % de ellas domina las competencias más básicas, tal como en envío y recepción de correo electrónico, descargar contenido de Internet, manejar directorios y crear archivos de texto.

Tomando en cuenta estos datos, es posible afirmar que las Nenis son, en promedio, mujeres que han superado la brecha digital.¹³ Sin embargo, esta brecha afecta aún más a las mujeres que a los hombres, así como a las personas que viven en zonas rurales.¹⁴ Por eso, las Nenis cuentan con las competencias mínimas para desempeñar sus actividades económicas, en un contexto que exige la transformación digital como herramienta para fortalecer sus negocios y ser más competitivas.

¹¹ Calculado con datos de la Encuesta Nacional de Uso del Tiempo (ENUT) 2019.

¹² Quezada Díaz, B., & Hindrichs, I. (2022). La Economía Neni. Tekoporá. Revista Latinoamericana De Humanidades Ambientales Y Estudios Territoriales. ISSN 2697-2719, 4(1). Recuperado de <https://doi.org/10.36225/tekopora.v4i1.131>

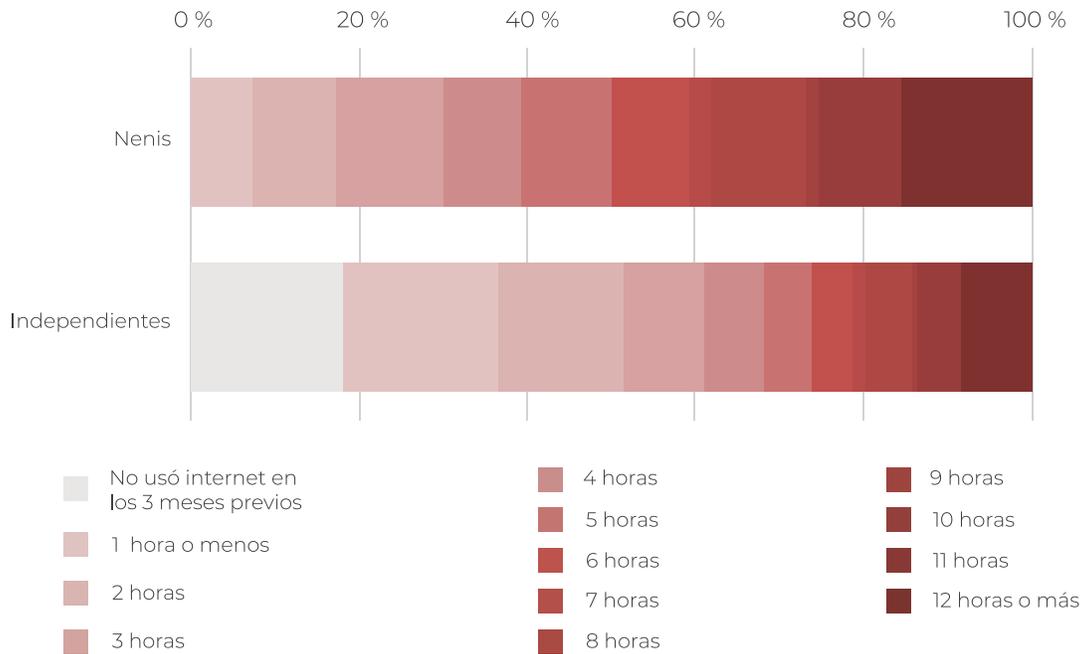
¹³ Entendida como la desigualdad en el acceso, uso o impacto de las tecnologías de la información y la comunicación de acuerdo con: Cruz Roja. (s.f.). Qué es la brecha digital y cómo evitar que provoque desigualdad. Recuperado de <https://www2.cruzroja.es/>

¹⁴ Inmujeres. (2021). La brecha digital de género ¿Una expresión más de desigualdad? Desigualdad en cifras, núm. 4. Recuperado de <http://cedoc.inmujeres.gob.mx/>

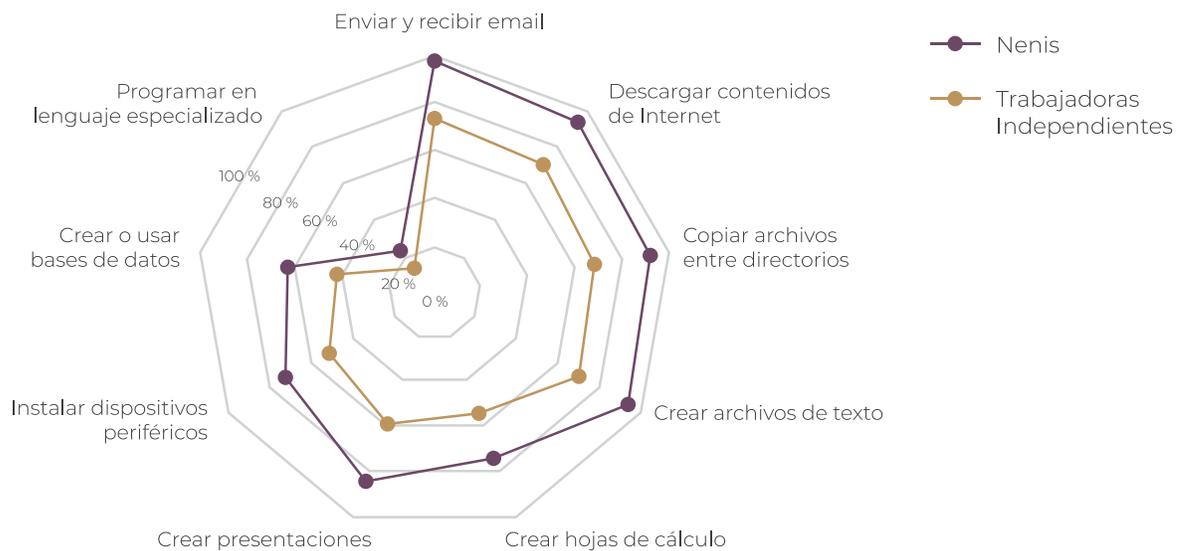


Figura 10. Frecuencia de uso de internet al día y competencias digitales
Nenis y trabajadoras independientes

a) Proporciones por frecuencia de uso de internet al día



b) Proporción que posee competencias digitales, por tipo de competencia



1.3 Condiciones laborales e ingresos de las Nenis en el país

Sabemos que las Nenis:¹⁵



80 %

Operan en su mayoría sin algún tipo de registros legales básicos ante alguna instancia pública.



Ganan, en promedio,
\$5 mil 500 pesos al mes

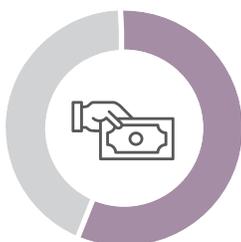


52 %

Venden por Internet diario o al menos una vez a la semana.



Trabajan, en promedio,
54 horas a la semana



56 %

Reciben dinero diario o cada semana

¹⁵ Este perfil se construyó con datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del segundo trimestre de 2023 y se reportan solo las categorías con mayor frecuencia de las variables analizadas. La proporción de empresarias que venden diario o al menos una vez a la semana se obtuvo de la ENDUTIH 2022. Asimismo, se tomó como base la definición propuesta para este estudio y los hallazgos del análisis de los datos de la ENDUTIH 2022.

¿Sabías que...?



En 2023 las Nenis mexicanas generaron un ingreso total de **80.2 miles de millones de pesos**, esto equivale a un 9 % de los ingresos por la venta al menudeo de bienes y servicios a través redes sociales.



Las Nenis benefician a **4.9 millones de personas** que viven en sus hogares.

El ingreso mensual promedio de las Nenis varía a nivel estatal y regional (ver Figura 11).

En ese sentido, el ingreso promedio mensual de las Nenis es mayor en los estados de la región Noroeste del país, mientras que los estados del Sur tienden a exhibir los menores ingresos, lo cual se asocia con que en estas regiones este modelo de negocio presenta un desarrollo incipiente. **Con estos datos, también podemos inferir que, anualmente, las Nenis en conjunto generan un ingreso aproximado de 80.2 miles de millones de pesos, es decir el 9 % del total de los ingresos obtenidos por la venta al menudeo de bienes y servicios a través redes sociales.**¹⁶

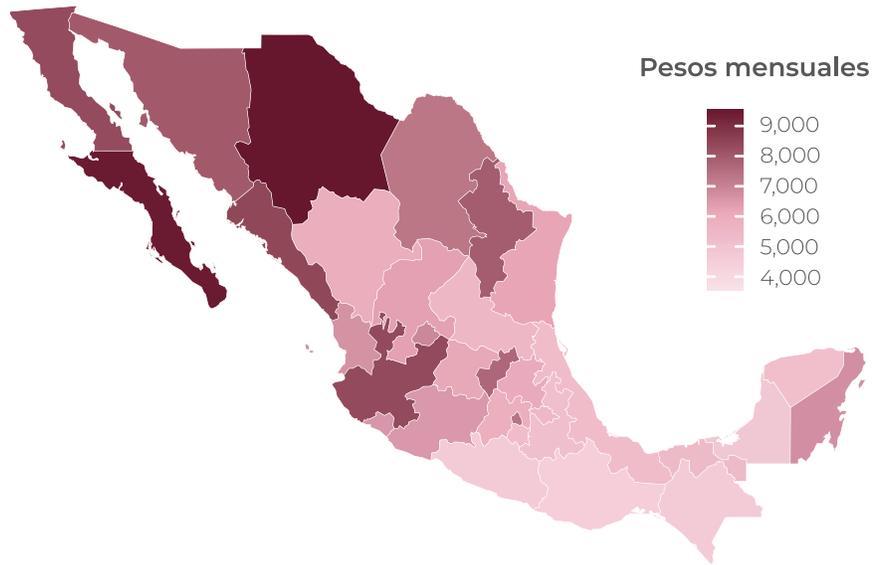
Es importante observar que entre más se apropian de herramientas que fortalezcan su negocio, las Nenis pueden tener mayores ingresos económicos. Lo anterior se debe a que generan mayor certeza, confianza y opciones al cliente para realizar una compra por Internet.

La profesionalización en sus negocios les permite superar algunos retos, así como tener mayor independencia y empoderamiento en las diversas áreas de su vida.

Cabe señalar que, en tanto las Nenis ofrecen más servicios de pago, entrega y factura a sus clientes, también tienden a construir un perfil financiero que les permite acceder a productos financieros, seguridad social y nuevos mercados.

¹⁶ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Encuesta Anual del Comercio 2021. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/programas/eac/2013/#tabulados>

Figura 11. Ingreso promedio mensual de Nenis digitales, por entidad federativa



a) Por entidades con mayor ingreso promedio			
Posición	Entidad	Pesos al mes	Brecha
1°	Chihuahua	9,503	0.0 %
2°	Baja California Sur	9,479	0.3 %
3°	Sinaloa	8,249	13.2 %
4°	Jalisco	8,179	13.9 %
5°	Baja California	8,153	14.2 %
6°	Sonora	7,743	18.5 %

a) Por regiones			
Posición	Entidad	Pesos al mes	Brecha
1°	Sur	7,946	0.0 %
2°	Occidente y Bajío	6,720	15.4 %
3°	Noreste	6,486	18.4 %
4°	Centro-Sur y Oriente	5,073	36.2 %
5°	Noroeste	4,062	48.9 %

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del segundo trimestre de 2023 y las regiones de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2021, incluyendo a la Ciudad de México dentro de la Región.

Nota: Para aproximar a las Nenis, se consideraron a las trabajadoras independientes entre 20-54 años con educación media superior y superior, que ejercen sus actividades económicas sin establecimiento (pudiendo tener al menos un local u oficina).



02

MODELO DE NEGOCIO DE LAS NENIS

2.1 Metodología de análisis

Para fortalecer la visión sobre las Nenis, se realizaron diferentes entrevistas a expertas que se desenvuelven en el sector público y privado, así como a grupos conformados por Nenis de diversas localidades del país para que, con sus voces, experiencias y reflexiones sobre este modelo de negocios, humanizaran las estadísticas e ilustraran fragmentos de realidad indispensables para realizar un análisis integral.

De acuerdo con las expertas entrevistadas, estas empresarias comercializan una amplia gama de productos y servicios a través de redes sociales, los cuales tienen una alta demanda en el mercado y están alineados a las tendencias de consumo actuales. La presencia activa de las Nenis en redes sociales les permite identificar estas tendencias y mantenerse a la vanguardia.

En los siguientes apartados, se presentarán los rasgos principales del modelo de negocios de las Nenis que fueron identificados a partir de entrevistas y de grupos de enfoque.



Cuadro 1. Ficha técnica de las entrevistas

Para profundizar en el modelo de negocio, la operación diaria y las motivaciones de las Nenis, se aplicaron dos tipos de técnicas de investigación cualitativa en las que participaron 40 mujeres radicadas en ocho estados de la República Mexicana.

La primera técnica consistió en la realización de 14 entrevistas a profundidad con dos tipos de guiones estructurados, uno dirigido a siete expertas y líderes de organizaciones empresariales del sector público y privado; y uno dirigido a siete Nenis de la Ciudad de México (CDMX), Querétaro, Coahuila, Veracruz y Yucatán.

La segunda técnica complementó el análisis con la creación de cuatro grupos de enfoque en formato virtual en los que participaron 26 Nenis pertenecientes a las regiones Centro, Occidente, Sur y Bajío del país. Cabe resaltar que para esta segunda investigación se buscó incluir entidades con alta representatividad de Nenis en general, así como la disponibilidad de agenda de estas empresarias, dadas sus importantes restricciones de tiempo.

Así, tal como se muestra en la Tabla A, la sección cualitativa de este estudio contó con las voces de 40 participantes: 33 Nenis de ocho estados de la República Mexicana y siete expertas y líderes empresarias del sector público y privado.

Tabla A. Participantes de la sección cualitativa del estudio			
Técnica	Actividad de las personas entrevistadas	Estados / Sectores representados	Número de participantes
Entrevistas a profundidad	Nuevas Empresarias con Negocios en Internet	Ciudad de México	7
		Querétaro	
		Coahuila	
		Veracruz	
		Yucatán	
	Expertas y líderes de organizaciones empresariales	Sector público Sector privado	7
Grupos de enfoque	Nuevas Empresarias con Negocios en Internet	Ciudad de México	26
		Estado de México	
		Michoacán	
		Guerrero	
		Querétaro	
		Total	40





2.2 Segmento y relación con los clientes

- ▶ Sus clientes generalmente son mujeres que comparten sus mismas características, con quienes conectan mejor.
- ▶ Para mantener y expandir su base de clientes, las Nenis recurren a modificar o adaptar su oferta, según cambios en tendencias y hábitos de compra y, en el caso de quienes comercializan con creaciones propias, ofrecen la oportunidad de personalizar los artículos a gusto de quien les compra.
- ▶ La relación que construyen con sus clientes tiende a ser principalmente de consumidor a consumidor, a través de las redes sociales y con una atención personalizada que busca crear confianza, comodidad y cercanía.
- ▶ Es común que las Nenis soliciten un anticipo para cerrar la venta, con el fin de minimizar el riesgo de la transacción.



2.3 Canales de venta y distribución

- ▶ El principal canal de venta suelen ser las redes sociales, en particular Facebook, Instagram y WhatsApp, lo cual coincide en gran medida con lo identificado en el análisis de las estadísticas públicas (ver Figura 4).
- ▶ Promueven sus productos o servicios haciendo uso de imágenes y videos que publican, tanto en sus propios perfiles como en grupos de compra-venta.
- ▶ Llegan a emplear servicios de publicidad en Facebook o en Instagram, para llegar a un público más amplio.
- ▶ Colaboran con personas que poseen un número considerable de seguidores en redes sociales, a fin de incrementar su alcance.
- ▶ Otros canales de importancia para las Nenis son los bazares y la recomendación de boca en boca, tanto de su clientela habitual como de otras Nenis, quienes al comentar en sus publicaciones contribuyen a tener mayores interacciones, creando un ecosistema colaborativo.
- ▶ En grupos de compra-venta en redes sociales se identificó que el trueque de mercancías es un método usado ocasionalmente para cubrir necesidades inmediatas, en algunos casos de productos usados o de “segunda mano”.
- ▶ Entregan sus productos a domicilio o en puntos intermedios, personalmente o a través de personas allegadas. No obstante, también pueden emplear servicios de paquetería, aunque en algunos casos, se traslada este costo al cliente.





2.4 Recursos determinantes

- ▶ El teléfono inteligente es la principal herramienta de trabajo de las Nenis.¹⁷ Con este tipo de dispositivo gestionan sus redes sociales, se comunican con sus clientes, capturan y editan fotografías y videos.
- ▶ Algunas Nenis se apoyan de programas de hojas de cálculo, para llevar el control de sus inventarios, así como herramientas digitales para diseñar catálogos.
- ▶ El suministro estable de servicios de telefonía móvil, luz e internet es indispensable para realizar sus actividades, lo cual es congruente con su mayor presencia en zonas urbanas y de bajo rezago social.
- ▶ En algunos casos, pueden contar con conocimientos en temas de marketing digital, adquiridos con anterioridad o de manera autodidacta desde el inicio de su actividad empresarial.
- ▶ Sin embargo, la mayoría de las entrevistadas coincidieron en que sus habilidades digitales aún pueden ampliarse, a fin de aprovechar herramientas más sofisticadas, dado que aún suelen elaborar manualmente sus publicaciones en redes sociales y sus registros de ingresos, gastos e inventarios.



2.5 Actividades que realizan

- ▶ La mayoría de las Nenis trabajan por su cuenta y ejecutan todas las tareas del negocio, tanto aquellas relacionadas con la producción, control de inventarios y logística de distribución, así como tareas de promoción en redes sociales, atención al cliente y registros de ingresos y gastos.
- ▶ El éxito relativo del modelo de negocio reposa en gran medida en cómo las herramientas de comunicación y comercio digital les permiten ejercer todas estas tareas de una manera flexible, mitigando el desbalance entre su vida laboral y el tiempo que dedican al cuidado de sus hogares.
- ▶ En algunos casos, las Nenis emprenden en pareja, con familiares o personas asociadas, opción que les permite repartir tareas específicas, como subir contenido a las redes o hacer entregas, aunque estas personas no participen activamente en la gestión del negocio.

¹⁷ Todas las entrevistadas y participantes en los grupos de enfoque consideraron el teléfono inteligente como el dispositivo más relevante para su actividad.





2.6 Fuentes de ingresos y medios de pago

- ▶ La principal fuente de ingresos de las Nenis proviene de la venta de productos o servicios a través de redes sociales o eventos como bazares, los cuales fueron mencionados como una fuente de exposición y ventas atractiva.
- ▶ Los principales medios de pagos identificados fueron el efectivo y las transferencias electrónicas, mientras que los pagos con tarjeta fueron mencionados en segundo orden de importancia, lo cual sugiere que la adopción de pagos digitales aún no se encuentra a la par de la naturaleza digital de su actividad comercial.
- ▶ Por su parte, de acuerdo con la ENDUTIH 2022, se identifica que un 58 % de las Nenis realiza pagos por Internet, siendo los medios de pago más utilizados por ellas, la tarjeta de débito (44 %) y las transferencias bancarias (39 %) (ver Tabla 3). Esto nos da una aproximación del potencial que existe para ampliar sus niveles de bancarización digital.
- ▶ Las Nenis entrevistadas señalaron que para definir sus precios se basan en la comparación, ya sea con los que ofrecen otras Nenis, o con las marcas a las que les compran, de manera que sus productos o servicios se mantengan competitivos.

Tabla 2. Uso de medios de pago por Internet de las Nenis

Uso de medios de pago	Nenis	Uso de medios de pago	Nenis
Pagos realizados por Internet en los últimos 12 meses	57.2 %	Medio de pago utilizado	
Por bienes o servicios personales	42.0 %	Tarjeta de débito	44.0 %
Por bienes o servicios para el hogar	34.9 %	Transferencias bancarias	38.8 %
Por servicios bancarios o financieros	29.9 %	Tarjeta de crédito	17.1 %
Por servicios educativos	11.7 %	Agregadores de pago (Paypal, Mercado Pago, etc.)	12.4 %
Por servicios o trámites de gobierno	9.5 %	Cobro digital - CoDi	3.0 %
Por otros conceptos	0.1 %	Tarjeta de regalo o vale de prepago en línea	2.6 %
		Otro medio	0.5 %

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2022.





2.7 Costos

Por la naturaleza del modelo de negocio, los principales costos se concentran en los siguientes:

- ▶ Adquisición de materias primas o existencias para comercializar
- ▶ Insumos para el empaque y embalaje
- ▶ Servicios de telefonía móvil, internet y electricidad
- ▶ Publicidad en redes sociales
- ▶ Cuota para participar en bazares
- ▶ Comisiones a terceros para importar mercancía (principalmente en la zona fronteriza, pero evitan hacerlo de forma directa, porque consideran que los trámites son complejos y costosos)
- ▶ Obligaciones fiscales





03

PRINCIPALES VENTAJAS Y RETOS QUE ENFRENTAN LAS NENIS

3.1 Ventajas y retos del modelo de negocios las Nenis

El modelo de negocio implementado por las Nenis permite la flexibilidad necesaria para ejecutar diferentes actividades ante el desbalance que enfrentan las mujeres empresarias en cuanto a la asignación de tiempo para el cuidado de sus hogares. Destaca también por el potencial que tienen para establecer conexiones más cercanas con sus clientes y generar fidelidad. Además, entre ellas forman redes de apoyo y trabajan de forma colaborativa, por ejemplo, al compartir buenas prácticas y recomendarse entre sus clientes.

Al tratarse de un modelo de negocio de base digital, las Nenis operan sin tener un establecimiento fijo. Las redes sociales les permiten llegar a personas más allá de su círculo familiar o de amistades, aunque sea dentro de su comunidad o la ciudad en donde viven, así como identificar patrones de mercado para mejorar su oferta comercial.

Este modelo no requiere una inversión importante en capital físico (bienes inmuebles o mobiliario), lo cual permite la entrada de empresarias a un bajo costo. Sin embargo, ello expone a las Nenis a una gran competencia, por lo cual es recomendable que diversifiquen y ofrezcan una propuesta de valor atractiva para sus clientes.

En muchos casos, las Nenis ejecutan todas las actividades relacionadas con la promoción y comercialización de sus productos, lo cual consume prácticamente todo su tiempo, debiendo dejar de lado en ocasiones las tareas administrativas necesarias como por ejemplo, llevar un registro escrito de sus ingresos y gastos. A su vez, la continuidad de sus negocios queda sujeta a cambios en sus condiciones de vida personales (como la llegada de nuevos hijos, cuidado de familiares o conseguir un empleo de tiempo completo).



LAS NUEVAS EMPRESARIAS CON NEGOCIOS EN INTERNET

Como hemos visto anteriormente, pese a que las Nenis suelen contar con un nivel más alto de escolaridad y de alfabetización digital, en comparación con otro tipo de trabajadoras independientes, aún reconocen que requieren desarrollar habilidades empresariales y digitales, así como de educación financiera, con los que podrían organizar mejor sus negocios e implementar herramientas clave para fortalecerlos.

La mayoría de las Nenis participantes en las entrevistas y grupos de trabajo mencionaron que tiene el deseo de que su negocio crezca, pero pocas reportaron trabajar activamente para lograrlo.

En parte, esto se asocia con cierto temor de que el negocio no funcione a una escala mayor, a la falta de tiempo e incentivos (por ejemplo, porque no son el pilar económico del hogar).

Como ha quedado reflejado en este estudio, ocho de cada diez Nenis no cuentan con registros legales básicos ante instituciones públicas. Las empresarias entrevistadas mencionaron como razones para no hacerlo, el considerar que sus negocios son muy pequeños, la preocupación de que sus ingresos se reduzcan al pagar impuestos, el desconocimiento sobre los trámites necesarios y el temor de que el negocio no funcione a una mayor escala.

Las ventajas que ofrece el modelo de negocios de las Nenis, en conjunto con políticas de apoyo en materia de inclusión institucional y financiera, así como el desarrollo de habilidades empresariales y digitales, puede colocar a este grupo de empresarias en una posición favorable para aprovechar las oportunidades del crecimiento que ha tenido el comercio digital en México en los últimos años, tanto en el total de personas compradoras como en la frecuencia con que compran por Internet (ver Figura 12).

Tabla 3. Porcentaje de Nenis y trabajadoras independientes que usa el Internet para fines educativos

En los últimos tres meses ha utilizado el Internet para...	Nenis	Trabajadoras independientes
Tomar tutoriales sobre temas de interés (a través de Youtube u otras plataformas o aplicaciones)	89.3 %	59.4 %
Realizar capacitación para el trabajo	38.7 %	20.2 %
Tomar cursos para complementar la educación	35.6 %	18.9 %

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2022.



En ese sentido, las Nenis pueden capitalizar esta tendencia y ofrecer sus productos y servicios. Incluso podrían aprovechar las grandes plataformas de comercio digital para llegar a un mercado mayor, pero eso requiere tener un negocio consolidado y con mayores inventarios capaces de responder a la demanda, así como sofisticar sus canales de distribución y en general, atreverse a ser parte de otros mercados, incluso fuera del país.

Ante este escenario, es importante identificar las herramientas que el Gobierno de México ha desarrollado para impulsar el modelo de negocio de las Nenis.

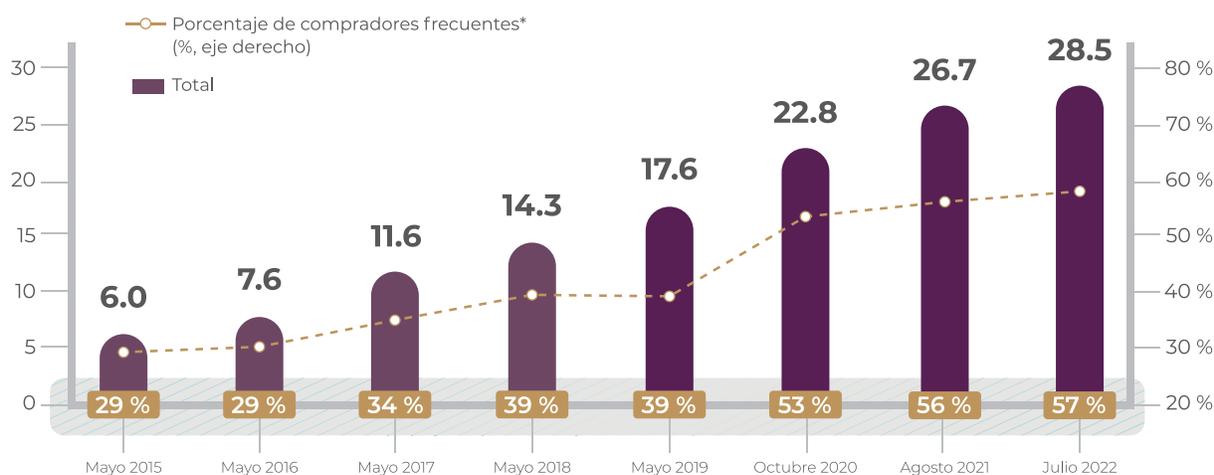
Por ejemplo, en términos de su inclusión institucional, las Nenis tienen la oportunidad de aprovechar el incentivo que representa el Régimen Simplificado de Confianza (RESICO), un esquema que ofrece tasas de Impuesto sobre la Renta entre 1 % y 2.5 %, según el nivel de ingresos, a quienes ganan menos de 3.5 millones de pesos al año.

Aunque este régimen no permite deducciones, tiene tasas 10 veces más bajas que las aplicadas para personas físicas con actividad empresarial (con una tasa efectiva de 25.4 % durante 2020).¹⁸

En paralelo, dada su naturaleza digital, las Nenis se encuentran expuestas al mismo tipo de delitos cibernéticos que afectan a las empresas que participan en el comercio digital (tales como la suplantación de identidad o el robo de información, entre otros). Por lo cual, es necesario fomentar también el desarrollo de capacidades en materia de ciberseguridad.

Estas iniciativas, y muchas otras, podrían influir de manera positiva en sus posibilidades de acceder a los recursos necesarios para fortalecer sus negocios, siendo uno de los primeros pasos, que se asuman como mipymes, así como reconocer su importancia y potencial de crecimiento.

Figura 12. Número de personas que hicieron compras por Internet y porcentaje de compradores frecuentes



Fuente: Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2015-2022 y cálculos propios.

*Nota: se define como compradores frecuentes a aquellas personas que compraron por Internet con frecuencia diaria, semanal, quincenal o al menos una vez al mes.

¹⁸SAT (s.f.). Régimen Simplificado de Confianza. <http://omawww.sat.gob.mx/RegimenSimplificadodeConfianza/Paginas/index.html>

3.2 Acciones coordinadas entre el Gobierno de México y los gobiernos estatales

El Gobierno de México, en conjunto con gobiernos estatales, promueve diversas iniciativas y acciones que pueden ajustarse a las necesidades de las Nenis, registradas en el presente informe. Para identificar estas iniciativas, se llevó a cabo un ejercicio de compilación con base en una serie de criterios, tales como:

- Alcance: programas a nivel federal y local en las entidades federativas del país con alta proporción de Nenis (Ciudad de México, Coahuila, Estado de México, Jalisco, Michoacán, Puebla, Veracruz y Yucatán)
- Población objetivo: mujeres empresarias y mipymes en general
- Dependencias promotoras: programas impulsados por la Secretaría de Economía, Secretarías de Economía y/o Desarrollo Económico estatales, instancias locales de apoyo a mujeres y personas empresarias
- Vigencia: iniciativas activas durante el año 2023, cuya convocatoria y requisitos estuvieran disponibles públicamente
- Requisitos solicitados: que se apegan a las características sociodemográficas y económicas de las Nenis

Como resultado, se identificó y revisó una colección de 65 programas e iniciativas,¹⁹ la mayoría de ellos son impulsados por los gobiernos de los estados (78 %), así también se encontraron programas de bancos de desarrollo (9 %), gobiernos municipales (8 %), dependencias federales (3 %) y organismos públicos descentralizados (2 %).

La Figura 13 resume las características principales de la selección de programas e iniciativas gubernamentales analizadas: alcance, población a la que van dirigidos, tipo de apoyo que ofrecen, si tienen un enfoque de género, si realizan un tipo de seguimiento de resultados, y si solicitan contar con el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) o un tiempo mínimo de operación.

En este sentido, 21 de los 65 programas identificados (32 %) tienen un claro enfoque de género, de los cuales nueve atienden la inclusión financiera a través del otorgamiento de créditos y 11 contribuyen a la educación financiera mediante capacitaciones y un programa que aborda la brecha digital.

Es indispensable que toda la oferta de capacitación, formación y acompañamiento disponible sea de conocimiento de las Nenis y personas que deseen incursionar en el comercio digital, ya que, la tendencia se dirige hacia la digitalización de manera exponencial, y es nuestro deber asegurarnos de acercar todas las herramientas que les permitan posicionarse en un mercado global.

Sobre ello, durante las entrevistas, las Nenis mencionaron la necesidad de perfeccionar sus habilidades y conocimientos para explotar mejor el entorno digital, destaca la plataforma MIPYMES MX (mipymesmx.gob.mx) como principal iniciativa desarrollada por la Secretaría de Economía para poner a disposición de las mipymes mexicanas, y de las Nenis en particular, un programa de capacitaciones virtuales gratuitas para el fortalecimiento de sus habilidades digitales.

¹⁹ Cabe aclarar que, este fue un ejercicio exploratorio y que su objetivo no fue el de realizar un análisis exhaustivo de todos los programas disponibles. La lista de programas identificados puede ser consultada en el Anexo 1 del presente informe.

Figura 13. Programas e iniciativas gubernamentales para el apoyo del emprendimiento y desarrollo empresarial

ALCANCE

65 programas

- 9 Federales (14 %)
- 15 Jalisco (23 %)
- 12 Yucatán (18 %)

En el resto de las entidades:

- 7 CDMX (11 %)
- 2 Coahuila (3 %)
- 3 Estado de México (5 %)
- 4 Michoacán (6 %)
- 9 Puebla (14 %)
- 4 Veracruz (6 %)



POBLACIÓN OBJETIVO

- 21 (32 %) Mujeres
- 15 (23 %) Población que busca crear o consolidar un negocio
- 17 (26 %) Mipymes¹
- 12 (18 %) Empresas y personas que buscan crear o consolidar un negocio

¹ Negocios ya establecidos

Las entidades resaltadas en guinda son entidades incluidas en la revisión de programas.

TIPO DE APOYO

- 25 (38 %) Apoyo económico¹
- 21 (32 %) Capacitación
- 18 (28 %) Capacitación y apoyo económico²
- 3 (5 %) Otro³

¹ De los 43 programas que otorgan apoyos económicos: 24 ofrecen créditos, 17 subsidios y 2 premios monetarios.
² Donación de tabletas electrónicas, precio preferencial, asesoría y vinculación.

BRECHA ATENDIDA

21 (32 %) programas con enfoque de género, que atiende las siguientes brechas:

- 10 Educación financiera
- 9 Inclusión financiera
- 1 Brecha digital

SEGUIMIENTO DE RESULTADOS

- 1 (2 %) Acompañamiento¹
- 13 (20 %) Comprobación de uso de recursos²
- 4 (6 %) Acompañamiento y comprobación de uso de recursos³
- 47 (72 %) Ninguno

¹ Asesoría continua desde el inicio hasta la terminación del programa.
² Verificación del uso de los apoyos otorgados.
³ Acompañamiento y comprobación de recursos.

REQUISITOS

- ▶ 56 (35 %) de los programas analizados requieren contar con registro ante el SAT.
- ▶ Solo 18 % de las Nenis operan en la formalidad (con base en datos de la ENOE).
- ▶ 83 % (52) de los programas no solicita un tiempo mínimo de operación.
- ▶ El 5 % y el 11 % requieren de 3-11 meses y más de 1 año, respectivamente.

Fuente: Elaboración propia



CONCLUSIONES, RETOS Y REFLEXIONES



Las Nenis son la expresión de un nuevo modelo de negocios que se distingue por su flexibilidad, que permite que cada una de estas empresarias lo adapten a sus circunstancias de vida y posibilidades. También es un modelo instintivo, basado en la experiencia práctica y sustentado en conocimientos adquiridos, que se desarrolla sin seguir un proceso formal de planeación.

A su vez, como un segmento de creciente importancia dentro del sector de trabajo independiente, las Nenis contribuyen con la reducción de la brecha de género en la participación económica, tomando en cuenta que las mujeres que son propietarias de empresas tienden a contratar a más mujeres y generar empleos más estables.²⁰

Por lo general, las Nenis son mujeres de 20 a 54 años que venden de manera independiente y sin un establecimiento, pero tienen un mayor nivel de alfabetización digital que el resto de trabajadoras independientes, por eso aprovechan las redes sociales para conectar con sus clientes potenciales.

A pesar de que el Internet les permite llegar a mercados más amplios, las Nenis operan localmente, para que sus precios no pierdan competitividad frente a otros negocios, aunque a la par, existen diversos programas gubernamentales que ofrecen herramientas y acciones que les permiten profesionalizarse para alcanzar nuevos y más amplios mercados.

La mayoría de las Nenis entrevistadas o que participaron en los grupos de enfoque, desean que sus negocios crezcan, por lo que es necesario promover e impulsar políticas públicas, a fin de que puedan beneficiarse de aquellas herramientas que se ofrecen para la creación y fortalecimiento de sus mipymes.

Aunque las Nenis ya han dado un paso importante al desarrollar un modelo de negocio que rompe estereotipos, se identifican algunos retos, principalmente:

- La falta de tiempo para trabajar más en el negocio, pues, ejecutan una serie de actividades no remuneradas de cuidado y hogar, que ocupan la mayor parte de su día
- Falta de incentivos, por ejemplo, al no ser el pilar económico de su hogar
- Miedo a emprender con mayores obligaciones

²⁰ De acuerdo con un reporte del INEGI en 2021, Las mujeres propietarias de negocios en México contratan aproximadamente dos mujeres remuneradas por cada hombre. Asimismo, el 86.1% del personal en empresas con una mujer como propietaria permanece empleado todo el año. Fuente: INEGI (5 de marzo de 2021) Comunicado de Prensa No 170/21 Estadísticas a propósito del Día Internacional de la Mujer (8 de marzo). Recuperado de: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/mujer2021_Nal.pdf

- Carencia de habilidades empresariales y educación financiera
- Falta de habilidades que les permitan incrementar la transición digital de sus negocios.

Hoy existe una amplia oferta de herramientas y plataformas de comercio digital que ofrecen los beneficios de utilizar otro tipo de formas de pago, facturas o mecanismos de envío.

Los resultados plasmados en este documento también serán base para articular la Política de Impulso de Mipymes que implementa la Secretaría de Economía con perspectiva de género, para que más mujeres se incorporen a la economía digital, con negocios que sean cada vez más sólidos y productivos. Esto, a su vez, permitirá cerrar las brechas que hoy existen entre hombres y mujeres en el mercado laboral y económico.

Las Nenis representan un nuevo perfil de empresarias capaces de transformar cualquier realidad en beneficio de ellas mismas y de sus hogares. Desde el Gobierno de México es nuestro compromiso ofrecer las herramientas y elementos que permitan igualar las condiciones de todas las personas para crear y fortalecer sus mipymes hasta alcanzar la autonomía social y económica, generando así bienestar y prosperidad compartida.

Las Nenis hoy son un referente de resiliencia, representan la base de un tejido de empresarias que lograron romper con esquemas tradicionales de comercio y que han logrado sentar los cimientos de nuevos modelos de economía familiar, que no solo se limitan a iniciar un negocio y buscar alternativas para alcanzar un bienestar, sino también tomar el mando de su independencia económica.

En el contexto de “el momento mexicano”, las Nenis son parte del motor de nuestra economía y serán pieza fundamental de la historia y grandeza de México, un país que busca ***no dejar a nadie atrás, no dejar a nadie fuera.***

GLOSARIO



Autonomía económica: Capacidad de las mujeres de acceder y controlar recursos como los ingresos propios, activos, recursos productivos, financieros, tecnológicos y el tiempo.

Brecha digital: Desigualdad en el acceso, uso o impacto de las tecnologías de la información y la comunicación.

Comercio digital: Modelo de negocio basado en la compra, venta y comercialización de productos y servicios a través de medios digitales (páginas web, redes sociales, entre otros).

Economía circular: Sistema de aprovechamiento de recursos donde se considera la reducción de los elementos: disminuir la producción al mínimo indispensable y cuando sea necesario hacer uso del producto, por lo que se deben reutilizar los elementos que, por sus propiedades, no pueden volver al medio ambiente.

Inclusión Financiera: Acceso de las personas a productos y servicios financieros para administrar su dinero y mejorar su calidad de vida.

Neni: Mujer que vende productos o servicios a través de redes sociales para generar ingresos de forma independiente y sin contar con un establecimiento físico. También se entiende como un acrónimo para las Nuevas Empresarias con Negocios en Internet.

Tecnologías de la información y comunicación: Conjunto diverso de herramientas y recursos tecnológicos que incluyen computadoras, el Internet (páginas Web, blogs y correo electrónico), tecnologías de transmisión pública en vivo (radio, televisión, y emisión vía Internet), tecnologías de difusión grabadas (podcasts, reproductores de audio y de video, y dispositivos de almacenamientos) y telefonía (fija o móvil, satelital, conferencias vía video o programas de transmisión de imagen y sonido vía Internet, etc.).

Teléfono inteligente: Dispositivo móvil que ofrece servicios avanzados de comunicaciones (acceso a internet y correo electrónico), así como servicios

de agenda y organizador personal con un mayor grado de conectividad que un teléfono móvil convencional. En la ENDUTIH se le denomina celular inteligente, pero en este documento se utiliza el término teléfono por ser utilizado de manera más convencional.

Trabajadora independiente: Mujeres en el mercado laboral que están autoempleadas, ya sea porque trabajan por cuenta propia o como empleadoras.

Trabajadoras ocupadas: Todas las mujeres que están económicamente activas y tienen un empleo.

Transferencia electrónica: Servicio que ofrecen los bancos a sus clientes para que, con cargo a sus cuentas de depósito, puedan instruir pagos electrónicos a otras cuentas bancarias. Las cuentas pueden estar dentro del mismo banco o en bancos distintos.



ANEXOS



Anexo 1. Listado de programas y políticas públicas

Levantamiento de información elaborado con base en una búsqueda de información en plataformas web de las dependencias federales y estatales durante los meses de octubre y noviembre de 2023, en base a los siguientes criterios:



Alcance: programas a nivel federal y local en estados del país con alta proporción de Nenis (Ciudad de México, Coahuila, Estado de México, Jalisco, Michoacán, Puebla, Veracruz y Yucatán);



Población objetivo: mujeres empresarias y mipymes en general;



Dependencias promotoras: programas impulsados por la Secretaría de Economía, Secretarías de Economía y/o Desarrollo Económico estatales, instancias estatales de apoyo a mujeres y personas empresarias;



Vigencia: iniciativas activas durante el año 2023 cuya convocatoria y requisitos estuvieran disponibles públicamente; y



Requisitos solicitados que se apegan a las características socio-demográficas y económicas de las Nenis.

Cabe mencionar que, este listado surge de los términos de búsqueda antes mencionados y no se trata de un listado exhaustivo.

No.	Nombre del programa	Dependencia gubernamental promotora
1	MujerES Bancomext	Bancomext
2	Proyecto Minerva	Condusef
3	Programas de Financiamiento FOJAL	Fondo de Jalisco de Fomento Empresarial (FOJAL) Gobierno de Jalisco
4	Yo, mujer FOJAL	Fondo de Jalisco de Fomento Empresarial (FOJAL) Gobierno de Jalisco
5	Financiamiento para Mujeres Empresarias	Fondo para el Desarrollo Social de la Ciudad de México (FONDESOS), Gobierno de la Ciudad de México
6	Financiamiento para el Emprendedor	Fondo para el Desarrollo Social de la Ciudad de México (FONDESOS), Gobierno de la Ciudad de México
7	Financiamiento para el Autoempleo en Zonas de Alta y muy Alta Marginación, para la Reactivación Económica de la Ciudad de México	Fondo para el Desarrollo Social de la Ciudad de México (FONDESOS), Gobierno de la Ciudad de México
8	Microcréditos para Mujeres Emprendedoras	Fondo para el Desarrollo Social de la Ciudad de México (FONDESOS), Gobierno de la Ciudad de México
9	Microcréditos para Activas Productivas de Autoempleo	Fondo para el Desarrollo Social de la Ciudad de México (FONDESOS), Gobierno de la Ciudad de México
10	Financiamiento para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa	Fondo para el Desarrollo Social de la Ciudad de México (FONDESOS), Gobierno de la Ciudad de México
11	Capacitación en materia empresarial	Fondo para el Desarrollo Social de la Ciudad de México (FONDESOS), Gobierno de la Ciudad de México
12	Mujer productiva	Gobierno de Guadalajara (Jalisco)
13	Programa Emprende Guadalajara	Gobierno de Guadalajara (Jalisco)
14	Capacitación en formación empresarial	Gobierno de Guadalajara (Jalisco)
15	Apoyo para la integración de expedientes de crédito en programas estatales	Gobierno de Puebla
16	Tu crédito peso a peso	Gobierno de Puebla
17	Programa Hecho a Mano por Mujeres en San Pedro Tlaquepaque (Hecho con amor)	Gobierno de Tlaquepaque (Jalisco)
18	Talento e Innovación para Mujeres Empresarias Modalidad Time Emprende	Gobierno de Zapopan (Jalisco)
19	Concurso Emprendedor ICATMI 2023	Instituto de Capacitación para el Trabajo del Estado de Michoacán (ICATMI), Gobierno del Estado de Michoacán
20	Salario rosa por el emprendimiento	Instituto Mexiquense del Emprendedor, Gobierno del Estado de México
21	Sistema estatal de incubadoras	Instituto Mexiquense del Emprendedor, Gobierno del Estado de México
22	Evaluación de proyectos	Instituto Mexiquense del Emprendedor, Gobierno del Estado de México

No.	Nombre del programa	Dependencia gubernamental promotora
23	Microyuc Emprendedores	Instituto Yucateco de Emprendedores (IYEM), Gobierno del Estado de Yucatán
24	Digitaliza tu negocio	Instituto Yucateco de Emprendedores (IYEM), Gobierno del Estado de Yucatán
25	Emprendiendo desde Cero	Instituto Yucateco de Emprendedores (IYEM), Gobierno del Estado de Yucatán
26	Incubación de proyectos	Instituto Yucateco de Emprendedores (IYEM), Gobierno del Estado de Yucatán
27	Mi asesor IYEM	Instituto Yucateco de Emprendedores (IYEM), Gobierno del Estado de Yucatán
28	Garantía preferente	Nacional Financiera S. N. C.
29	Financiamiento Empresarial	Nacional Financiera S. N. C.
30	Impulso NAFIN + Estados	Nacional Financiera S. N. C.
31	Capacitación y asistencia técnica	Nacional Financiera S. N. C.
32	Mujeres empresarias	Nacional Financiera S. N. C.
33	Emprendimiento y Desarrollo Empresarial	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO), Gobierno de Jalisco
34	Desarrollo Empresarial Comercio Interno	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO), Gobierno de Jalisco
35	Jalisco Crece Comercio Interno	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO), Gobierno de Jalisco
36	Jalisco Crece Cadenas de Proveduría	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO), Gobierno de Jalisco
37	Proyectos Estratégicos y Transversales para el Desarrollo Económico	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO), Gobierno de Jalisco
38	Premio Jalisco al Emprendimiento 2023	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO), Gobierno de Jalisco
39	Programa "Impulso a la Digitalización de MIPYMES Veracruzanas": Dispositivo de Cobro Digital para el Uso de Mipymes Veracruzanas	Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario (SEDECOP), Gobierno de Veracruz
40	Programa "Impulso al Comercio"	Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario (SEDECOP), Gobierno de Veracruz
41	Programa "Impulso Productivo"	Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario (SEDECOP), Gobierno de Veracruz
42	Programa "Listos para Comercializar"	Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario (SEDECOP), Gobierno de Veracruz
43	Mujeres_ Fuerza del Sureste	Secretaría de Economía
44	MIPYMESMX	Secretaría de Economía
45	MiPyME4.0	Secretaría de Economía, Gobierno de Coahuila

No.	Nombre del programa	Dependencia gubernamental promotora
46	Reto Actinver	Secretaría de Economía, Gobierno de Coahuila
47	Programa De Emprendimiento Digital Para Mujeres	Secretaría de Economía, Gobierno de Puebla
48	Crece envíos	Secretaría de Economía, Gobierno de Puebla
49	MujerExportaMX	Secretaría de Economía, UDP e Inmujeres
50	Asesoría a mujeres: Apoyo y Vinculación a la Mujer Empresaria	Secretaría de Fomento Económico y Trabajo (SEFOET), Gobierno del Estado de Yucatán
51	MICRO YUC EMPRESARIAL	Secretaría de Fomento Económico y Trabajo (SEFOET), Gobierno del Estado de Yucatán
52	MICRO YUC MUJERES	Secretaría de Fomento Económico y Trabajo (SEFOET), Gobierno del Estado de Yucatán
53	Fuerza Mujeres	Secretaría de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres, Gobierno de Jalisco
54	Empresarias de Alto Impacto	Secretaría de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres, Gobierno de Jalisco
55	Promoción de la autonomía y el empoderamiento de las mujeres en Yucatán	Secretaría de las Mujeres, Gobierno del Estado de Yucatán
56	Soy mi Propia Jefa	Secretaría de las Mujeres, Gobierno del Estado de Yucatán
57	Capacitación a grupos productivos	Secretaría de las Mujeres, Gobierno del Estado de Yucatán
58	Capacitación a Emprendimientos Sociales y Sociedades Cooperativas	Secretaría de Trabajo, Gobierno de Puebla
59	Capacitación para el Empleo	Secretaría de Trabajo, Gobierno de Puebla
60	Constitución de Sociedades Cooperativas	Secretaría de Trabajo, Gobierno de Puebla
61	Proyectos Productivos	Secretaría de Trabajo, Gobierno de Puebla
62	Equipamiento para Profesionistas	Secretaría de Trabajo, Gobierno de Puebla
63	Fuerza Mujer	SíFinancia Michoacán, Gobierno del Estado de Michoacán
64	Programa de Financiamiento para el Desarrollo Productivo de Michoacán, esquema Microcrédito	SíFinancia Michoacán, Gobierno del Estado de Michoacán
65	Programa de Financiamiento para el Desarrollo Productivo de Michoacán, esquema MIPYME	SíFinancia Michoacán, Gobierno del Estado de Michoacán







**GOBIERNO DE
MÉXICO**

ECONOMÍA
SECRETARÍA DE ECONOMÍA



giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH