



Estudio Diagnóstico de Estado de Situación en la Empresarialidad Femenina En Guatemala

Marzo 2026

Estado de Situación en la Empresarialidad Femenina en Guatemala

Resumen Ejecutivo

El presente estudio ofrece un análisis profundo y multidimensional del estado de la empresarialidad femenina en Guatemala, basado en la Encuesta Nacional de la Empresarialidad Femenina, aplicada a 268 mujeres que cumplen criterios de elegibilidad.

El objetivo central fue caracterizar las condiciones, capacidades y desafíos que enfrentan las empresarias en el país, así como cuantificar su desempeño a través del Índice de Empresarialidad Femenina (IEF).

Los resultados muestran un ecosistema empresarial liderado por mujeres que combina fortalezas estructurales, como la adopción tecnológica, la innovación y el liderazgo activo, con brechas persistentes, entre ellas el acceso limitado a financiamiento, desigualdades en impacto económico y barreras derivadas del entorno sociocultural.

Las mujeres empresarias encuestadas son diversas en edad, sectores y tamaño de empresa, pero comparten características clave: Una proporción importante opera en sectores como comercio, servicios profesionales y manufactura ligera. La mayoría dirige negocios formales o en proceso de formalización, con varios años de operación acumulada. El nivel educativo tiende a ser medio y alto, y destacan por una fuerte motivación emprendedora y vocación de impacto comunitario.

La construcción de un indicador busca trazar un punto de partida a la evolución de la empresarialidad femenina en Guatemala. El estudio confirma que la empresarialidad femenina en Guatemala tiene bases sólidas, capacidades modernas y liderazgo robusto, pero enfrenta limitaciones sistémicas que impiden su pleno desarrollo.

Palabras clave: Guatemala, Empresarialidad, Liderazgo Femenino, brechas, inclusión, CGELM, Empresas Lideradas por mujeres, Índice de Empresarialidad Femenina, IEF

DIAGNÓSTICO DE ESTADO DE SITUACIÓN EN LA EMPRESARIALIDAD FEMENINA EN GUATEMALA
Comité Guatemalteco de Empresas Lideradas por Mujeres (CGELM), 2026

Empresarialidad Femenina:

Un Compromiso con el Legado, el Liderazgo y el Futuro de Guatemala

Estimadas amigas, colegas y miembros de la Junta Directiva:

Con profunda convicción y desde mi rol como empresaria guatemalteca, me dirijo a ustedes con el propósito de abrir un espacio de reflexión colectiva en torno a un tema que no solo me es cercano, sino que considero urgente y transformador: la **empresarialidad femenina** y el impacto profundo que las mujeres empresarias y líderes ejercen sobre el sistema empresarial de nuestro país. Este no es simplemente un tema de inclusión o de estadísticas: es una conversación sobre el tipo de Guatemala que queremos construir, sobre las estructuras que debemos transformar y sobre las voces que, por demasiado tiempo, han sido silenciadas o invisibilizadas en los espacios de decisión.

Mi nombre es **María José Nichols**, y esta iniciativa nace también de una historia profundamente personal. Soy hija, nieta y bisnieta de mujeres que, antes que yo, demostraron con su vida y su trabajo que el liderazgo femenino no es una aspiración reciente, sino una herencia que se transmite de generación en generación. Mi bisabuela abrió caminos en un tiempo en que hacerlo requería de una valentía extraordinaria. Mi abuela construyó sobre esos cimientos con determinación y visión. Mi madre me enseñó, con el ejemplo, que emprender no es solo un acto económico, sino un acto de fe en el propio potencial y en el de quienes nos rodean.

Honar ese legado no es solo un ejercicio de memoria o gratitud. Es asumir una responsabilidad activa: la de ser, para las generaciones que vienen detrás de nosotras, lo que ellas fueron para mí. Cada una de nosotras carga con el eco de las mujeres que nos precedieron y, al mismo tiempo, tiene el poder de ser el eco que resuena en quienes aún están formando su camino. Es desde esa convicción que hoy escribo estas palabras.

Guatemala necesita con urgencia reconocer y amplificar el aporte que las mujeres hacen al ecosistema empresarial. Las mujeres que lideran empresas, que emprenden desde la adversidad, que innovan desde los márgenes y que abren mercados donde antes no los había, son agentes de cambio cuya influencia trasciende lo meramente económico. Su liderazgo transforma familias, comunidades, culturas organizacionales y, en última instancia, la narrativa del país. Sin embargo, este impacto sigue siendo sistemáticamente subvalorado, poco documentado y escasamente celebrado. Cambiar esa realidad es, precisamente, parte de nuestra misión.

La publicación de este primer estudio de empresarialidad femenina representa una **contribución desde esta Junta Directiva al país**: una declaración de que visibilizar el impacto de las mujeres en el ecosistema empresarial de Guatemala es una tarea que nos corresponde asumir con determinación y con hechos concretos. No basta con reconocer el problema en el discurso; es necesario traducir ese reconocimiento en

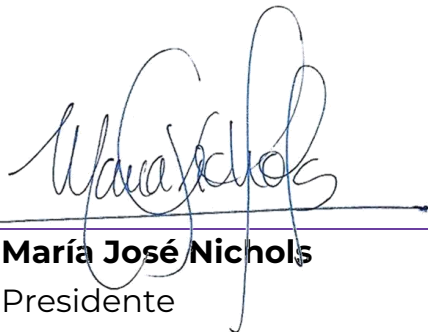
políticas, en programas, en alianzas y en espacios reales de poder compartido. Desde esta junta, asumimos esa tarea como propia.

Es por ello que, desde nuestro Comité, asumimos el compromiso de impulsar acciones congruentes con nuestro propósito central: **impulsar y visibilizar el liderazgo femenino en el ecosistema empresarial de Guatemala para transformar vidas y a nuestro país.** Este propósito no es una declaración vacía ni un enunciado de buenas intenciones. Es la brújula que orienta cada acción, cada conversación y cada decisión que tomamos en este espacio. Implica crear plataformas donde las voces de las líderes empresariales sean escuchadas, documentar y difundir sus historias, generar datos que sustenten la toma de decisiones y construir redes de apoyo que potencien el crecimiento sostenible de las mujeres en el mundo empresarial.

El liderazgo femenino no es un favor que se concede ni un espacio que se cede por generosidad. Es un derecho que se ejerce, una contribución que enriquece y un motor de transformación que ninguna sociedad puede darse el lujo de desperdiciar. Guatemala, con su enorme diversidad y su vasto potencial humano, tiene en sus mujeres empresarias una de sus mayores fortalezas. Reconocerlo y actuar en consecuencia es, a la vez, un imperativo ético y una decisión estratégica.

Invito a cada una de ustedes a sumarse a este esfuerzo con la misma pasión con la que nuestras predecesoras construyeron el camino que hoy transitamos. Que nuestra generación sea recordada como aquella que no solo aprovechó las oportunidades que le fueron abiertas, sino que se dedicó, con entrega y visión, a abrirlas para las que vienen. El momento de actuar es ahora, y el escenario es Guatemala.

Con respeto, compromiso y gratitud por el legado que nos precede,



María José Nichols

Presidente

Comité Guatemalteco de Empresas Lideradas por Mujeres

INDICE

Introducción	5
PRIMERA SECCIÓN	6
Datos de Guatemala	7
Estructura Demográfica	8
SEGUNDA SECCIÓN	12
Emprendimiento y Empresarialidad	13
Emprendimiento en Guatemala	14
TERCERA SECCIÓN	18
Estado de Empresarialidad Femenina en Guatemala	18
Encuesta de mapeo de empresarialidad femenina	18
Características Generales de la Encuesta.....	18
Objetivo General	19
Módulos de la Encuesta	20
Resultados del estudio	21
Perfil General de las mujeres del estudio	22
Análisis de Dimensión 1: Acceso	23
Análisis de Dimensión 2: Desarrollo	23
Análisis de Dimensión 3: Impacto.....	24
Análisis de Dimensión 4: Liderazgo.....	25
CUARTA SECCIÓN	28
Índice de Empresarialidad Femenina	28
Dimensión de Acceso	28
Dimensión de Desarrollo.....	28
Dimensión de Impacto	29
Dimensión de Liderazgo	29
Interpretación del Índice de Empresarialidad Femenina	29
Interpretación transversal del IEF y oportunidades	30
Voces del Sector	31
Metodología Aplicada	32
Anexos	32

Autoría del Diagnóstico: Este documento ha sido elaborado por miembros del Comité Guatemalteco de Empresas Lideradas por mujeres, suscrito a Cámara de Industria de Guatemala, en colaboración con las empresas de los miembros de junta directiva del comité.

Coordinación del Estudio: Junta Directiva del Comité de Miembros del Comité Guatemalteco de Empresas Lideradas por Mujeres, conformado por Maria José Nichols, presidente; Marolen Martínez, vicepresidente; Mariana Zavattieri, secretaria; Viviana Valderrama, Tesorera; Jennifer Medina, Vocal I; Elizabeth Suarez, Vocal II; Claudia Cifuentes, Vocal III.

Equipo coordinador: Comité de Investigación de CGELM liderado por Claudia Cifuentes, vocal III, directora regional de ESI School of Management y Fundadora del ecosistema de liderazgo femenino Acción Mujer+ en Guatemala.

Equipo de Edición y Revisión: Viviana Valderrama, economista y Marolen Martínez, periodista.

Diseño Editorial: Aporte del equipo de Diseño de ESI School of Management.

DIAGNÓSTICO DE ESTADO DE SITUACIÓN DE EMPRESARIALIDAD FEMENINA EN GUATEMALA

Comité Guatemalteco de Empresas Lideradas por Mujeres (CGELM), 2026

AGRADECIMIENTOS

La realización de esta investigación se ha realizado bajo la iniciativa del Comité Guatemalteco de Empresas lideradas por mujeres con el apoyo financiero de sus afiliadas y los aportes de los miembros de junta directiva. El comité reconoce el genuino interés de mujeres empresarias, que compartieron experiencias, el esfuerzo de Cámara de Industria de Guatemala y CACIF mujer por ser aliados de difusión y que hicieron posible la realización de este estudio, además de otros movimientos de liderazgo femenino, entre ellos la Revista Mujer de Negocios bajo el liderazgo de Marolen Martínez y el ecosistema de liderazgo Acción Mujer liderado por Claudia Cifuentes.

Así mismo, mujeres empresarias ampliamente reconocidas en Guatemala, con conocimiento del contexto empresarial femenino contribuyeron de forma independiente a compartir, por lo que reconocemos las voces de Elizabeth Suárez Alarcón, directora general, de la Corporación Acerera centroamericana, S.A. y presidente de la Asociación Centroamericana de Fabricantes de Acero y Derivados de, Maria José Nichols directora de Abitare GT y presidente de CACIF joven, Jennifer Medina Castañeda de Cintora, fundadora de Cintora Textiles, Mariana Zavattieri, fundadora de UP Relaciones Públicas, Viviana Valderrama, representante de Chispuditos.

Introducción

El Estado de Situación de Empresarialidad Femenina en Guatemala liderado por el Comité Guatemalteco de Empresas Lideradas por mujeres (CGELM), presenta los hallazgos de la investigación realizada en Guatemala, sobre las condiciones de la empresarialidad femenina, desde cuatro dimensiones que influyen en la empresarialidad.

- Dimensión 1: acceso, desde las perspectivas de financiamiento, redes, información y formación.
- Dimensión 2: desarrollo, analizando la capacidad de consolidación y crecimiento en empresas lideradas por mujeres.
- Dimensión 3: impacto, evaluando la contribución económica y social generada por mujeres en posición de liderazgo.
- Dimensión 4: liderazgo, presencia de mujeres en roles dentro y fuera de sus propias empresas, así como la influencia en políticas públicas y liderazgo en cadenas de valor.

Esta investigación se realizó entre los meses de noviembre 2025 y enero 2026, como una iniciativa del CGELM y su junta directiva. Un estudio que busca ubicar un estado de situación que sirva para identificar datos clave para impulsar la competitividad, productividad y el desarrollo económico de las mujeres en Guatemala. A través de mejor acceso, desarrollo, impacto y liderazgo de las dimensiones evaluadas.

Para este estudio, se analizaron fuentes alternas de información como bases de datos en línea, vinculantes a la temática, estadísticas e informes de ONU Mujeres con información relacionada a Guatemala y Centroamérica, Instituto Nacional de Estadística (INE), Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Monitor Global de Emprendimiento, Informes del Ministerio de Economía de Guatemala. A su vez se realizaron entrevistas con representantes del sector de mujeres empresarias.

En la primera sección se analizan datos socio demográficos de la mujer guatemalteca. En la segunda sección se describe la actividad empresarial del país, así como su importancia para el desarrollo de Guatemala, de forma global el estado de situación de las mujeres en la empresarialidad y sus diferencias con los ecosistemas de emprendimiento retos que enfrenta y desafíos comunes. En la tercera sección se muestran los resultados del estudio realizado. En la cuarta sección se presenta la interpretación y establecimiento de indicador de empresarialidad femenina. En la quinta sección se explica la metodología aplicada.

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

DIAGNÓSTICO DE ESTADO DE SITUACIÓN EN LA EMPRESARIALIDAD FEMENINA EN GUATEMALA
Comité Guatemalteco de Empresas Lideradas por Mujeres (CGELM), 2026



PRIMERA SECCIÓN

Datos de Guatemala

Ubicado en el extremo septentrional del llamado triángulo norte de América Central, Guatemala es un país de 108,889 km², habitado por 18.1 millones de personas (proyección 2025)¹, de las cuales aproximadamente 9.6 millones (51.5%) son mujeres. La población guatemalteca se mantiene joven, con una edad media de 28.1 años (ligeramente superior a la década pasada, pero aún por debajo de la media latinoamericana de 31.2)². La población crece alrededor de 1.5%³ por año, una tasa que, aunque muestra una tendencia a la baja por el descenso en la fecundidad, sigue siendo alta comparada con el 0.9% de Latinoamérica y el 1.1% a nivel mundial. La composición étnica es mayoritariamente mestiza/ladina (56%), con una importante presencia Maya (41.7%) y otros grupos minoritarios como Xinka y Garífuna.

Con un ingreso per cápita estimado en US\$6,808.8⁴, el país se clasifica en el grupo de “ingreso medio alto”. Sin embargo, la distribución del ingreso sigue siendo desigual; según los datos de la ENCOVI 2023 (con vigencia en 2025), el 56.0% de los guatemaltecos vive en condiciones de pobreza, mostrando una mejora marginal frente al 59.3% histórico. La desigualdad en el ingreso persiste con un coeficiente Gini de 45.2.

La escasez de empleos de calidad y la baja inversión en capital humano mantienen la informalidad laboral en niveles críticos, situándose entre el 68% y el 70% de la población económicamente activa, lo que perpetúa el ciclo de vulnerabilidad económica en el país.

Esta inequidad se evidencia en temas de género, sin embargo, se observan mejoras. El país obtuvo una calificación de 0.70, ubicándose en la posición 81 de 146 países en el Índice Global de Brecha de Género 2024-2025⁵, específicamente en el subíndice de participación y oportunidades económicas, lo que representa una mejora en puntaje pero una persistencia en la brecha estructural. Otra medición de desigualdad de género es la que realiza el PNUD como parte de su Índice de Desarrollo Humano.

¹ Instituto Nacional de Estadística (INE): Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (ENCOVI 2023) y Boletín Estadístico de la Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos (ENEIC 2024-2025)

² CEPAL: Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe.

³ Banco Mundial / FMI: Macro Poverty Outlook y bases de datos de PIB per cápita (octubre 2024/2025).

⁴ BANGUAT (Banco de Guatemala): Informe de Política Monetaria y Proyecciones Macroeconómicas 2024-2025.

⁵ World Economic Forum: Informe mundial sobre la brecha de género 2025

Para 2025, el valor estimado del Índice de Desigualdad de Género (IDG) para Guatemala es de 0.468, ubicando al país en el lugar 119 de 193 países (basado en el Informe de Desarrollo Humano 2023/2024 y tendencias 2025).

Este índice mide la pérdida de desarrollo humano debido a la desigualdad en tres dimensiones críticas: salud reproductiva (con una tasa de mortalidad materna de 95 por cada 100,000 nacidos vivos y una alta tasa de fecundidad adolescente); empoderamiento (donde la representación de mujeres en el Congreso aumentó al 19.4% tras las elecciones de 2023, y se observa una brecha persistente en educación secundaria); y actividad económica, donde la participación de las mujeres en el mercado laboral formal se sitúa apenas cerca del 38%, frente al 85% de los hombres.

Guatemala se ha caracterizado por ser un país con migración irregular, cuyo principal destino son los Estados Unidos, de manera que el fenómeno de la migración afecta a la población femenina guatemalteca, debido a la desintegración familiar, cuando un hombre emigra, la mujer absorbe una mayor carga de trabajo y las familias se endeudan.

Sin embargo, los últimos acontecimientos globales debido a deportaciones golpean económicamente a aquellas familias que han sido víctimas de este tipo de inmigraciones.

Al 2025 Guatemala se encuentra en el puesto 96 de 190 países que conforman en ranking Doing Business, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.

Estructura Demográfica

Adicionalmente, en Guatemala, la pirámide poblacional o demográfica, se ha convertido progresivamente en una especie de cúpula, lo que es reconocido como el llamado “bono demográfico”, que implica que por un tiempo limitado, la población en edad productiva, supera el número a la población económicamente dependiente, como se muestra en la Figura 1.

Esto tiene influencia en la población femenina que se mantiene superior sobre la población masculina con un 51.5%.

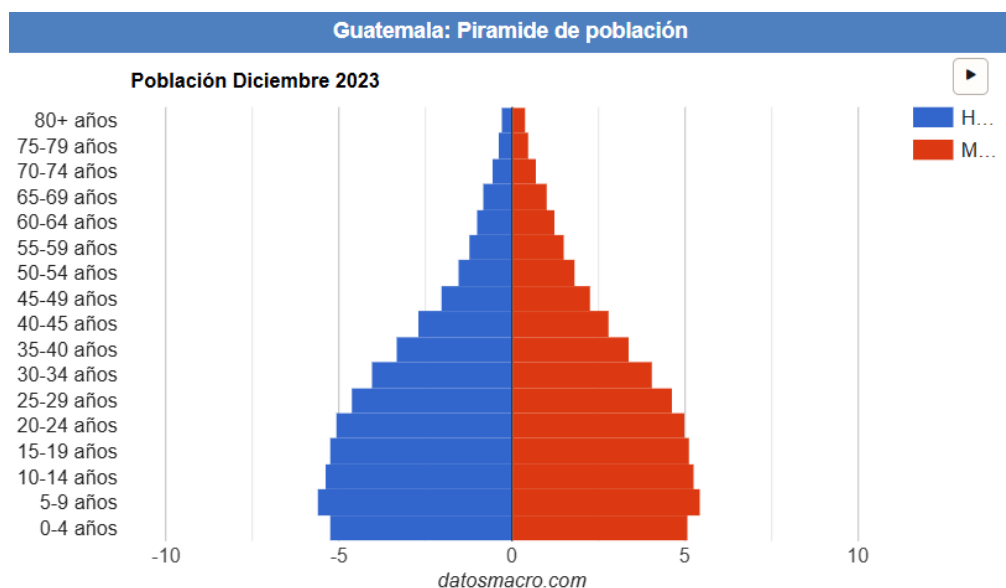


Figura 1 Pirámide poblacional de Guatemala al 2023⁶

Ante estos cambios poblacionales, la mujer cambia su rol dentro de la familia, redefiniendo su relación en torno al empleo, alcance de metas e intereses personales. Con los cambios observados, se impulsa el “empoderamiento”, en donde se observan comportamientos en cuanto a la: decisión de casarse, cohabitar con su pareja, o casarse a edades más avanzadas; los niveles de fertilidad decrecientes por decisión propia; mayor número de mujeres entrando a la fuerza laboral; mujeres con hijos retornando a la fuerza laboral en períodos cada vez más cortos, y en general, un aumento en su rol como cabeza o jefe de familia⁷.

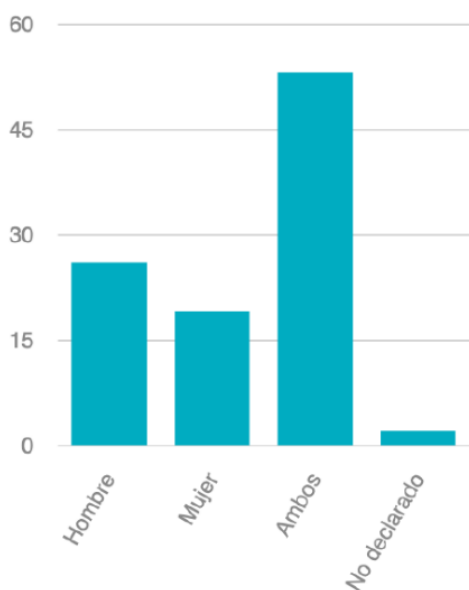
Los matrimonios en Guatemala mostraron una tendencia al aumento tras la pandemia, con 68,766 uniones inscritas de enero a septiembre de 2024, promediando más de 7,600 bodas mensuales. Aunque 2024 registró un descenso anual general respecto a 2021-2023, la cifra superó las 59,780 bodas del mismo periodo en 2023.

Paralelamente, los divorcios también han ido en aumento, superando los 11,800 casos en 2024⁸. Esto es importante ya que la jefatura del hogar guatemalteco también evoluciona al ritmo de este dinamismo.

⁶ <https://datosmacro.expansion.com/demografia/estructura-poblacion/guatemala>

⁷ Catapultando el Poder Financiero de la Mujer: el caso de negocios para instituciones financieras en América Latina. Proyecto Ecobanking, CLACDS INCAE. 2018.

⁸ [Renap. Registro Nacional de las personas](#)



Fuente: INE, 2018. XII Censo Nacional de Población y VII de Vivienda

Las decisiones del hogar, tal como se muestra en la Figura 2. Según el INE (2018), en más de la mitad de los hogares, las decisiones las toman ambos cónyuges. En otro 19% de ellos, es la mujer quien toma las decisiones, todo lo cual indica que las guatemaltecas han ganado poder e influencia en las decisiones de las familias.

Por otra parte, las familias en Guatemala se han reducido significativamente en tamaño, alcanzando en 2024 la natalidad más baja de la última década. Datos del INE indican una caída de nacimientos comparado con 2014, con un promedio de hijos por mujer que pasó de 3.8 a 2.2 en la última década, registrándose 299.256 nacimientos, evidenciando un descenso sostenido en la última década.

Figura 2 - Censo Nacional de Población INE - 2018

Esta caída de nacimientos se debe a tres factores principales acorde a especialistas de Unicef Guatemala⁹; la urbanización acelerada, en donde Guatemala pasó a tener cerca del 30% de su población en zonas urbanas, en donde se estima que a mayor urbanización, menor número de nacimientos; Mayor acceso a educación y salud sexual reproductiva y Migración Internacional, la salida considerable de guatemaltecos al extranjero (principalmente hombres) disminuye la posibilidad de formar pareja y tener hijos, lo que impacta las cifras de nacimientos.

Todo esto evidencia, al menos en parte, un rol en evolución progresiva en la independencia de las mujeres. Sin embargo el hombre, en la sociedad guatemalteca sigue manteniendo el liderazgo y su rol, de esta cuenta, se revisó el índice de masculinidad/feminidad (IMF) de Hofstede y se encontró que, con respecto a la “distancia de poder”, definido como la medida en que los miembros menos poderosos de las instituciones y organizaciones dentro de un país esperan y aceptan que el poder se distribuya de manera desigual, Guatemala tiene una puntuación de 95¹⁰. Esto denota que aun cuando las condiciones están modificándose, para las mujeres podría ser más difícil en convertirse en jefas de hogar, tomar decisiones

⁹ [Guatemala registra la mayor caída de nacimientos en una década: Prensa Libre](#)

¹⁰ The culture Factor. [IMF Hofstede](#)

financieras sobre el hogar, si por años la estructura social de las familias ha sido mayoritariamente liderada por hombres.

EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARIALIDAD

SEGUNDA SECCIÓN

Emprendimiento y Empresarialidad

La región latinoamericana se distingue por mostrar una marcada inclinación hacia el emprendimiento, como lo muestra año con año el reporte de emprendimiento global de GEM, sin embargo, en este informe buscamos datos de empresarialidad, y para estos efectos se establecerán los conceptos que definen y diferencian al Emprendimiento y la Empresarialidad, mediante sus definiciones clave, emprender y empresaria¹¹.

Definición de Emprender: El emprendimiento se define como el proceso de crear nuevas empresas para ofrecer productos o servicios innovadores, gestionando al mismo tiempo una considerable incertidumbre y riesgo financiero. Implica optimizar los recursos de producción para mejorar la vida de los clientes, generar riqueza y añadir valor social.

Definición de Empresaria: Persona que invierte y que organiza y gestiona medios materiales, humanos y tecnológicos con el propósito de ofrecer a la sociedad bienes o servicios, obteniendo a cambio un rendimiento económico.

Según el diccionario de la Real Academia Española, el empresario es el “titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa” y el emprendedor el que “emprende, con resolución, acciones o empresas innovadoras”. En otras palabras, un emprendedor/a impulsa una idea nueva, detecta una oportunidad y asume riesgos personales para convertirla en un proyecto viable. Un empresario/a gestiona una organización ya en marcha, optimiza recursos y lidera equipos para sostener la rentabilidad y crecer a largo plazo.

Pasar de emprendedoras a empresarias es crucial para las mujeres, ya que permite escalar negocios desde el autoempleo hacia empresas sostenibles, generando mayor impacto económico, empleo y equidad de género. Este cambio estructural fomenta la independencia financiera, el desarrollo profesional y permite superar barreras de crecimiento, transformando ideas iniciales en organizaciones sólidas.

El impacto económico, así como el empoderamiento y la escalabilidad es una visión importante que el traslado de emprender a empresarialidad brinda, lo que requiere de motivación, sororidad y redes para las mujeres. Sin embargo, al abordar esta temática es importante reconocer el tamaño de las empresas actuales en Guatemala, fundamental

¹¹ Diccionario de Real Academia Española

para comprender la diversidad del tejido empresarial a nivel global. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), utiliza como criterio el número de empleados para distinguir entre microempresas, pequeñas, medianas empresas y grandes empresas.

Se denominan microempresas si tienen menos de 10 trabajadores, pequeñas entre 10 y 49 trabajadores, medianas empresas entre 50 y 250 empleados y grandes empresas cuando cuentan con más de 250 trabajadores (OCDE, 2024).

En América Latina no existe una categorización empresarial única y válida para todo el conjunto de países. Cada nación ha definido su propio clasificador utilizando variables como número de trabajadores, ventas anuales, activos totales, inversión y combinaciones entre algunas de ellas. Además, existen países que ostentan dos clasificaciones, dependiendo de sus fines, ya sea para cuestiones legales, de apoyo financiero, estadísticos, de exportación, entre otros (Díaz y Pérez, 2021).

La clasificación en Guatemala se sustenta en el Acuerdo Gubernativo 211-2015 donde clasifica a las empresas que se determinan según tamaño de las empresas por el número de trabajadores y las ventas anuales las que se expresan en salarios mínimos de actividades no agrícolas.

En Guatemala, desde 2015, una pequeña empresa se define como aquellas que cuentan con entre 11 y 80 trabajadores, con ventas anuales de entre 191 a 3,700 salarios mínimos no agrícolas. Según el salario mínimo a 2023, esto sería entre Q 601,612.20 y Q 11,714,940.

Las medianas empresas emplean entre 81 y 200 personas. En cuanto al volumen de facturación, este sería entre 3,701 y 15,420 salarios mínimos no agrícolas, lo cuál sería en 2023 a un rango entre Q 11,718,106.20 y Q 48,822,804.

Emprendimiento en Guatemala

El Monitor Global de Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés, Global Entrepreneurship Monitor) es el esfuerzo de investigación sobre emprendimiento más grande y de mayor trayectoria a nivel mundial, que en el ciclo 2024/2025 cumplió veintiséis años de realizarse. El GEM mide la actividad emprendedora en cada país, identifica los principales factores que la explican, caracteriza el contexto institucional y cultural dentro del cual ocurre y compara estos resultados entre los países que participan en el estudio. En

el ciclo 2024/2025 participaron 51 países en la medición de la actividad emprendedora y 56 países en la medición de las percepciones de expertos sobre el entorno para emprender¹².

Guatemala posee la sexta Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA) más alta del mundo (23.7%) y la segunda Tasa de Emprendimiento Total (TEA +Establecidos) de Latinoamérica y El Caribe (37.9%). Tres de las cuatro fases del proceso emprendedor (emprendimiento potencial 46.4%; emprendimiento temprano 23.7%; y, emprendimiento establecido 14.2%) son superiores en Guatemala que en Latinoamérica y que en las tres categorías de países según su nivel de ingresos.

Respecto a las percepciones hacia el emprendimiento, comparado con la región latinoamericana y con los países agrupados según niveles de ingreso, en Guatemala se tiene la mayor proporción de personas que considera el emprendimiento como una buena opción para generar ingresos, el nivel de reconocimiento social de los emprendedores se encuentra en un punto medio entre el nivel observado en países de ingresos bajos y medios, y el reconocimiento de los emprendedores en los medios de comunicación es el más bajo en comparación con las otras categorías mencionadas.

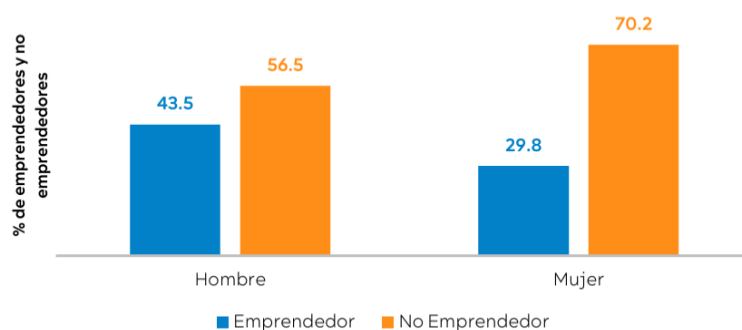
En relación con las actitudes hacia el emprendimiento, Guatemala tiene un comportamiento superior al de los países de la región latinoamericana y a las tres categorías de países según su nivel de ingresos en cuanto a las oportunidades de negocio percibidas, y a la percepción de poseer los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para aprovecharlas. En cuanto al temor al fracaso como principal razón para no aprovechar la oportunidad de negocio identificada, Guatemala tiene una tasa inferior a la de las tres categorías de países según su nivel de ingresos, pero superior al promedio latinoamericano.

Respecto a la actividad económica, los emprendimientos en etapas tempranas en Guatemala tienen una mayor proporción en el sector de consumo que los países de Latinoamérica y de las tres categorías de países según su nivel de ingresos. La proporción de emprendimientos establecidos en el sector de consumo en Guatemala es inferior que en países de Latinoamérica y similar a la de los países de ingresos bajos.

Para 2024-2025 según el Monitor Global de Emprendimiento¹³, se hace notar que 4 de cada 10 emprendedores son mujeres y a su vez 1 de cada 2 emprendedores tiene entre 18 y 34 años.

¹² Monitor Global de Emprendimiento (GEM) Guatemala: Reporte Nacional 2024/2025. Facultad de Ciencias Económicas Universidad Francisco Marroquín Centro de Emprendimiento Kirzner.

¹³ Monitor Global de Emprendimiento (GEM) Guatemala: Reporte Nacional 2024/2025. Facultad de Ciencias



Fuente: Encuesta a la Población Adulta, 2024.

Figura 3 | Comparación entre la presencia del emprendimiento en hombres y mujeres - GEM Guatemala

Importante de esta visión emprendedora cuántos emprendimientos proyectan ser empresas formales, sin embargo el informe GEM registra que 6 de cada 10 emprendedores opera informalmente. Este es un fenómeno multicausal, que representa una restricción para que los negocios puedan crecer y tener más alcance.

Operar en la informalidad les impide a los emprendedores convertirse en proveedores de otras empresas que sí son formales; tener un historial crediticio con el cuál ser sujetos de crédito; y, atender mercados fuera del territorio nacional; entre otros. La informalidad es mayor en los emprendimientos en fases tempranas (66.9%). A medida que los negocios superan los 3.5 años de operación la tasa de informalidad se reduce (46.4%).

ESTADO DE LA EMPRESARIALIDAD EN GUATEMALA



DIAGNÓSTICO DE ESTADO DE SITUACIÓN EN LA EMPRESARIALIDAD FEMENINA EN GUATEMALA
Comité Guatemalteco de Empresas Lideradas por Mujeres (CGELM), 2026

TERCERA SECCIÓN

Estado de Empresarialidad Femenina en Guatemala

Según el Banco Mundial, en Guatemala existen 40,409 pequeñas y medianas empresas formalmente registradas con el Ministerio de Economía, de las cuales 6,579 (16.28%) son lideradas por mujeres. Se considera que este número es una pequeña fracción del total de MIPYMES y PYMES lideradas por mujeres ya que no todas las empresas formales se inscriben en el Ministerio de Economía y también porque la alta tasa de informalidad impide el registro con el Ministerio. El mismo Banco Mundial estima que hay más de 300,000 microempresas operando en el país, de las cuales 130,000 (40%) son lideradas por mujeres.

El informe “Las mujeres en la gestión empresarial en América Central”¹⁴, publicado por la Oficina de Actividades para los Empleadores de la OIT señala que “El papel de las mujeres como propietarias de empresas es fundamental desde un punto de vista económico y social, puesto que generan nuevas oportunidades de negocio y empleo, contribuyen a los ingresos y reinvierten en sus familias y comunidades”.

Por otra parte, también es relevante conocer de aquellas mujeres que sin ser propietarias lideran en puestos gerenciales y directivos, con un perfil inclusivo, que impulsa la equidad. Acorde a los datos del Banco Mundial¹⁵ en su medición de alcance de ODS, en Guatemala únicamente el 18% de las empresas son lideradas por mujeres.

Encuesta de mapeo de empresarialidad femenina

Características Generales de la Encuesta

- I. Tipo de estudio: Cuantitativo, descriptivo, exploratorio.
- II. Instrumento: Encuesta estructurada digital (Google Forms).
- III. Aplicación: Autoadministrada.
- IV. Cobertura: Nacional (con concentración en departamento de Guatemala).
- V. Muestra efectiva: 279 respuestas con 268 casos válidos.
- VI. Unidad de análisis: Mujeres empresarias o líderes de empresas formalmente constituidas.
- VII. Marco temporal: 3 meses (noviembre 2025 – enero 2026).
- VIII. Liderazgo institucional: CGELM Guatemala.

¹⁴ [Organización Internacional del Trabajo, 2019. Las Mujeres en la Gestión Empresarial.](#)

¹⁵ [SDG Goals – Banco Mundial](#)

Objetivo General

Generar una línea base diagnóstica del estado actual de la empresariedad femenina en Guatemala, mediante la construcción preliminar del *Índice de Empresariedad Femenina* (IEF-GT), que permita identificar brechas estructurales, oportunidades estratégicas y áreas prioritarias de intervención económica, institucional y tecnológica.

Objetivos Específicos

- Medir el nivel de acceso de mujeres empresarias a financiamiento, redes, formación y tecnología.
- Evaluar el grado de desarrollo empresarial en términos de formalización, digitalización y crecimiento.
- Identificar el impacto económico y social generado por empresas lideradas por mujeres.
- Analizar el nivel de liderazgo e incidencia institucional de mujeres empresarias.
- Detectar brechas estructurales en financiamiento, transformación digital y representación gremial.
- Generar insumos técnicos para la creación del Comité Nacional de Mujeres Empresarias.
- Establecer una línea base para futuras mediciones comparativas.

Diseño Estadístico

Tipo Muestra:

- Muestra no probabilística por conveniencia y redes institucionales.
- Distribución concentrada principalmente en área metropolitana.

Nivel de análisis:

- Estadística descriptiva: Frecuencias, porcentajes y cruces bivariados.
- Análisis exploratorio de relaciones, acorde a dimensiones de acceso, desarrollo, impacto y liderazgo.

Representatividad

- No pretende inferencia nacional probabilística.
- Busca una línea base exploratoria con capacidad de identificar tendencias consistentes.

Construcción del Índice (IEF-GT)

- Normalización de variables en escala 0-1
- Promedio por dimensión: Acceso, Desarrollo, Impacto y Liderazgo
- Índice compuesto simple (promedio de las 4 dimensiones)

Módulos de la Encuesta

Módulo 1: Perfil Empresarial

Objetivo: Caracterizar la muestra

Incluye:

- Edad
- Departamento
- Nivel educativo
- Sector económico
- Tamaño empresarial
- Antigüedad
- Empleo generado

Módulo 2: Acceso

Objetivo: Medir condiciones de entrada y soporte al ecosistema empresarial.

Incluye:

- Acceso a financiamiento
- Participación en redes
- Formación empresarial
- Barreras estructurales
- Acceso a tecnología

Módulo 3: Desarrollo

Objetivo: Evaluar consolidación y madurez empresarial.

Incluye:

- Formalización
- Nivel de digitalización

- Uso de herramientas digitales
- Áreas de impacto tecnológico
- Necesidades de crecimiento

Módulo 4: Impacto

Objetivo: Medir contribución económica y social.

Incluye:

- Facturación estimada
- Exportación
- Innovación
- Propósito social o ambiental
- Empleo generado

Módulo 5: Liderazgo

Objetivo: Medir influencia institucional y capacidad de incidencia.

Incluye:

- Rol en toma de decisiones
- Participación gremial
- Incidencia en políticas públicas
- Influencia sobre otras mujeres
- Representación femenina interna
- Interés en comité nacional

Resultados del estudio

La interpretación de los datos se basa en los resultados de 268 casos elegibles, con muestra no probabilística y sesgo metropolitano; los hallazgos no son inferencia nacional, pero sí una línea base robusta para detectar tendencias y orientar decisiones de programas empresariales e incidencia en estructuras que favorezcan el crecimiento de la empresarialidad femenina.

Perfil General de las mujeres del estudio

1. **Rangos de Edad:** El 14% de las encuestadas se encuentran en el rango de 18 a 33 años, el 68.1% en el rango de edades de 34 a 54 años, 17.9% corresponden a edades comprendidas de 55 a más, lo que evidencia una fuerte concentración en la edad media de las mujeres empresarias guatemaltecas.
2. **Departamento en el que residen:** En cuanto al departamento donde las mujeres residen el 85.7% de las mujeres que respondieron la encuesta residen en ciudad de Guatemala, 5.7% residen en Quetzaltenango, 3.2% en Sacatepéquez, mientras el 5.4% se divide en los distintos departamentos de Guatemala.
3. **Nivel educativo:** El nivel educativo indicado por las encuestadas se ubica en 9.1% Educación Media (Diversificado), 10.8% en nivel técnico (universidad no concluida), 36.9% con grado de Licenciatura, 35.5% nivel de posgrado, 7.7% con Maestría.
4. **Estado de empresa que dirigen las mujeres:** 86.4% indicaron que dirigen una empresa formalmente constituida y registrada (personería jurídica, inscripción tributaria u otro registro legal), 8.6% en proceso de formalización y 5% no opera con una empresa formalmente constituida.
5. **Sector económico en que operan las empresas:** 57.7% Servicios, 22.2 % comercio, 10.8% manufactura, 4.7% Agroindustria, 2.8% Tecnología, 1.8% turismo.
6. **Tamaño de la empresa:** 63.1% corresponde a microempresas (1 a 10 empleados), 23.7% corresponde a pequeña empresa (11 a 80 empleados), 4.7% a mediana empresa (81 a 200 empleados) y 8.6% a gran empresa (mayor a 200 empleados).
7. **Años de operación de la empresa:** 19.7% indican poseer una empresa con operaciones menor a 2 años, 21.9% con operaciones entre 2 a 5 años, 19.4% con operaciones entre 6 y 10 años, 39.1% con operaciones mayores a 10 años.
8. **Rol dentro de la empresa:** 62% indica ser Fundadora y CEO, 15.8% Socia con participación, 8.6% directora ejecutiva sin ser socia, 13.6% reportan posiciones de liderazgo y toma de decisión dentro de la empresa.

Análisis de Dimensión 1: Acceso

La dimensión de acceso explora las condiciones y barreras que enfrentan las mujeres empresarias para obtener financiamiento, conectarse con redes de apoyo, acceder a capacitación y aprovechar tecnologías. Esta dimensión indaga sobre los principales cuellos de botella estructurales, tales como, trámites, sesgos de género y carga de cuidados, que determinan las posibilidades de crecimiento y formal participación económica.

1. **Acceso al financiamiento:** Solo 38% de las mujeres encuestadas reporta haber accedido a crédito formal (33.3% con banca tradicional y 4.3% con cooperativas/microfinancieras), mientras que 61.9% no ha accedido (23.1% “no he accedido” y 38.8% “no lo he solicitado”). Esto sugiere barreras de información, costo o garantías y un espacio para programas de preparación financiera y puente al crédito.
2. **Redes de Apoyo:** El 50.5% reporta no pertenecer a ninguna red de apoyo o colaboración, mientras que el 49.5% sí reporta pertenecer.
3. **Formación y capacitación formal:** 48% reporta haber recibido formación general no específica en empresarialidad femenina, 31.9% reporta haber recibido formación específica con orientación de género para mujeres empresarias, 20.1% reporta no haber recibido ningún tipo de formación.
4. **Barreras Principales:** Las mujeres encuestadas destacan prejuicios/estigmas de género, carga de cuidados/conciliación y trámites/burocracia, seguidas de acceso a financiamiento, redes/mentoría y falta de formación, un mapa claro para intervenciones combinadas (normativa, servicios de desarrollo empresarial y corresponsabilidad de cuidados).
5. **Acceso a tecnologías:** Las mujeres encuestadas reportan acceso a tecnologías básicas, computadoras, conexión a internet estable y uso de redes sociales, mientras que el uso de herramientas especializadas de gestión (contabilidad, ventas, etc.) sistemas de gestión (CRM, ERP o IA) y plataformas de comercio electrónico es menor.

Análisis de Dimensión 2: Desarrollo

La dimensión de desarrollo analiza el funcionamiento interno de las empresas lideradas por mujeres: su nivel de madurez digital, innovación y necesidades para escalar. Permite

comprender cómo operan, qué capacidades ya existen y qué apoyos concretos, alianzas, financiamiento, formación, son necesarios para consolidar y fortalecer sus modelos de negocio.

1. **Nivel de digitalización de la empresa:** 25.1% indican poseer un nivel bajo de digitalización, 47.3% indican poseer un nivel medio, mientras un 27.6% un nivel alto.
2. **Herramientas digitales utilizadas en la empresa:** Las herramientas de colaboración y comunicación interna predominan, seguidas por plataformas orientadas al marketing digital, contabilidad y administración, encontrándose en menor porcentaje las plataformas de comercio electrónico como pasarelas de pago y automatizaciones, encontrando un número menor que indica que no posee ninguna herramienta digital para su empresa.
3. **Áreas de la empresa en donde las empresarias indican que acceder a herramientas digitales tiene mayor impacto:** Los resultados identifican que las áreas de Marketing y Ventas, Servicio al Cliente, Finanzas y Contabilidad y Recursos Humanos presentan mayor impacto por utilizar herramientas digitales para sus empresas.
4. **Necesidades que las empresarias identifican para fortalecer el desarrollo de sus empresas:** Se solicitó identificar 3 de sus mayores necesidades, identificando de mayor a menor, la necesidad de más Alianzas Comerciales, Financiamiento, Formación técnica o empresarial, Mejores políticas públicas, y Asesoría legal/fiscal.

Análisis de Dimensión 3: Impacto

La dimensión de impacto mide la contribución económica y social de estas empresas, desde la generación de empleo hasta la implementación de iniciativas con propósito y apertura a mercados internacionales. Muestra cómo el liderazgo femenino impulsa actividad productiva, innovación y crecimiento regional, incluso en contextos de recursos limitados.

1. **Nivel de Facturación:** 30.5% reportan facturación menor a Q100 mil, 20.4% reporta facturación entre Q100 mil a Q500 mil, 10.4% reporta facturación entre Q500 mil y Q1 millón, 20.4% reporta facturación mayor a Q1 millón, mientras que un 18.3% no accedió a responder la pregunta.

2. **Exportación de Servicios:** 29.7% reporta exportar productos o servicios provenientes de su actividad empresarial, mientras el 70.3% no exporta, del cual 31.9% no reporta exportación de productos y servicios, pero se muestra interesada en realizarlo, mientras el 38.4% no exporta, ni encuentra interés en hacerlo.
3. **Innovación:** 72% de las mujeres empresarias respondieron haber innovado recientemente en su oferta de productos y servicios, mientras un 28% indicó no haberlo hecho.
4. **Actividades empresariales con propósito social, ambiental o comunitario:** 68.5% indicó sí desarrollar actividades o tener iniciativas con propósito social, ambiental o comunitario dentro de su operación, mientras el 31.5% indicó no poseer.
5. **Empleos creados por su empresa desde la fundación:** 48.4% indican haber creado entre 1 a 5 empleos, 14.7% indican haber creado entre 6 a 15 empleos y 36.9% indican haber creado más de 15 empleos.

Análisis de Dimensión 4: Liderazgo

La dimensión de liderazgo retrata el rol estratégico de las mujeres en la toma de decisiones, su influencia en otras mujeres, su participación en gremios y espacios de incidencia, y la presencia femenina dentro de sus propias organizaciones. Esta dimensión evidencia la fuerza del liderazgo femenino como motor de cambio, así como las brechas que aún persisten para ampliar su voz y representación.

1. **Rol en la toma de decisiones estratégicas de su empresa:** 83.9% indican ser parte de la toma de decisiones clave, 14.3% participa parcialmente en las decisiones clave, mientras un 1.8% indica no participar en las decisiones estratégicas de su empresa.
2. **Participación en gremios, asociaciones o cámaras empresariales:** 53.4% participa, mientras un 46.6% no participa en gremios, asociaciones o cámaras empresariales.

3. **Participación en procesos de incidencia o política pública:** 84.6% indica no haber participado, mientras un 15.4% indica haber participado en procesos de incidencia o política pública.
4. **Liderazgo e influencia en otras mujeres:** 50.9% de las mujeres empresarias indican que su liderazgo ha tenido influencia en otras mujeres, 41.9% indican que en alguna medida y 7.2% indican poca o ninguna influencia en otras mujeres.
5. **Plazas ocupadas por mujeres en la empresa que dirige:** 9.3% indican que ninguna mujer ocupa plazas, 43.7% indican que entre 1 a 25% de su planilla, 19% indican que entre 26 a 50% de su planilla y 28% indican que más del 50% de puestos de su empresa es ocupado por mujeres.

INDICE DE EMPRESARIALIDAD FEMENINA



DIAGNÓSTICO DE ESTADO DE SITUACIÓN EN LA EMPRESARIALIDAD FEMENINA EN GUATEMALA
Comité Guatemalteco de Empresas Lideradas por Mujeres (CGELM), 2026

CUARTA SECCIÓN

Índice de Empresarialidad Femenina

Dimensión de Acceso

La dimensión de Acceso muestra que las empresarias enfrentan una combinación estructural de barreras financieras, institucionales y sociales. El **puntaje promedio de 57.33** indica un acceso moderado, pero con fuertes desigualdades internas.

La mitad participa en redes de apoyo, lo que sugiere un ecosistema creciente de acompañamiento empresarial, pero aún insuficiente para compensar la falta de financiamiento: 62% no ha accedido a crédito reciente o nunca lo ha solicitado, lo que refleja tanto restricciones de oferta como desconfianza o desconocimiento por parte de las usuarias.

Las barreras autorreportadas, prejuicios de género, carga de cuidados y burocracia, constituyen el núcleo de los obstáculos y coinciden con las mayores penalizaciones en esta dimensión. Este patrón señala que, aunque las mujeres han logrado insertarse en la formalidad y en redes profesionales, siguen operando en un entorno que limita la igualdad de condiciones para crecer.

Dimensión de Desarrollo

En la dimensión de Desarrollo, con un puntaje promedio de 61.99, es la dimensión más fuerte del índice. La mayoría de las empresas está formalizada, tiene niveles medios o altos de digitalización y usa activamente herramientas tecnológicas vinculadas a gestión, colaboración, marketing y comercio electrónico. Además, el 73.5% innovó recientemente, lo que evidencia dinamismo y capacidad adaptativa.

Sin embargo, los niveles de facturación siguen concentrados en tramos bajos y medios, lo que indica que las capacidades no siempre se traducen en escalamiento. La combinación de experiencia (40% operan hace más de 10 años) con adopción tecnológica señala un ecosistema con potencial de crecimiento, pero cuyo desempeño económico todavía depende de mejoras en acceso a mercados, financiamiento y productividad.

Dimensión de Impacto

Con un promedio de 49.63, Impacto es la dimensión más débil del índice, revelando disparidad entre capacidades y resultados económicos. Si bien las empresas generan más de 16,000 empleos directos y casi 69,000 indirectos, la mediana de empleos directos es solo 5, lo que muestra que un pequeño grupo de empresas grandes empuja la media hacia arriba. Además, aunque un 31% exporta, otro 30% “está interesada”, lo que evidencia una ventana de oportunidad no explotada. La mayor parte de empresas crea entre 1 y 5 empleos desde su fundación, lo que es valioso pero modesto, y solo 38% supera los 15 empleos creados. Por otro lado, el 68.7% incorpora iniciativas con propósito social o ambiental, lo que demuestra una orientación fuerte hacia impacto no financiero, un atributo distintivo del liderazgo femenino.

En conjunto, esta dimensión demuestra que el ecosistema es activo pero heterogéneo, y que el crecimiento sostenido está limitado por brechas de acceso a capital y mercados.

Dimensión de Liderazgo

El puntaje promedio de 57.66 evidencia un liderazgo femenino sólido pero aún restringido en su influencia estructural. La mayoría ejerce roles estratégicos: 84% toma decisiones clave, y el 62% es Fundadora o CEO, lo que subraya autonomía empresarial. Además, un 51% reporta que su liderazgo influye “mucho” en otras mujeres, mostrando una capacidad multiplicadora significativa.

Sin embargo, la incidencia en política pública es limitada (solo 15.7% ha participado), lo que reduce su peso en reformas y decisiones que afectan directamente el clima de negocios. La composición interna de liderazgo femenino muestra avances, pero aún un 43% tiene solo 1–25% de mujeres en posiciones directivas, lo que sugiere persistencia de techos de participación incluso dentro de sus propias organizaciones. En síntesis, existe un liderazgo altamente operativo y motivacional, pero con menor proyección institucional y colectiva.

Interpretación del Índice de Empresarialidad Femenina

El Índice de Empresarialidad Femenina (promedio general 56.65) que se observa en la Tabla 1, retrata un ecosistema maduro en capacidades, limitado en acceso, desigual en impacto y valioso en liderazgo. La evidencia revela que las mujeres empresarias en Guatemala ya

cruzaron las barreras iniciales de formalización, adopción tecnológica y consolidación operativa, pero que su crecimiento se ve restringido por factores externos estructurales: financiamiento insuficiente, carga de cuidados no resuelta, brechas regulatorias y persistentes sesgos de género. Estos factores explican por qué una base sólida en Desarrollo y Liderazgo no se convierte en mayores resultados económicos.

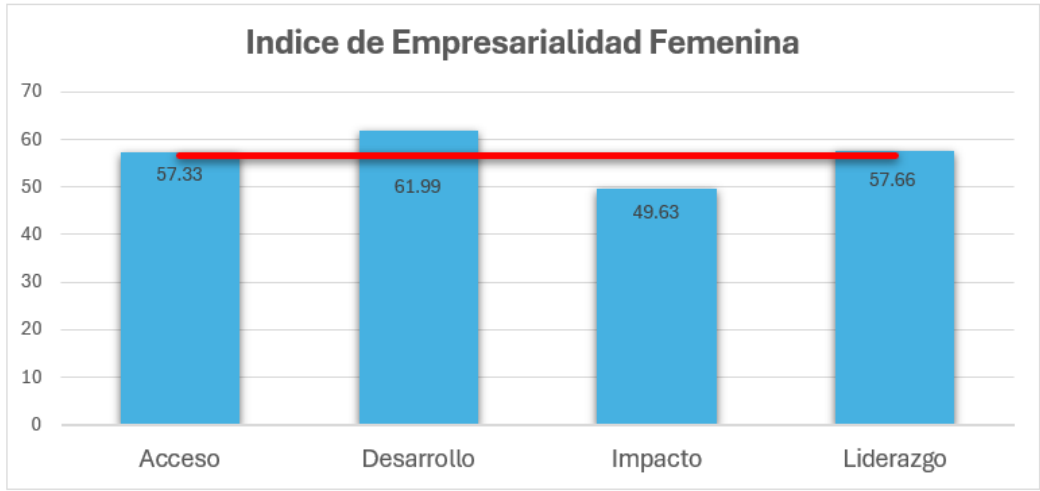


Tabla 1 Indicador de Empresarialidad Femenina, Fuente: Elaboración Propia

Interpretación transversal del IEF y oportunidades

- Factores identificados:** Existe una triada identificada por las mujeres del estudio que denota cuellos de botella: burocracia, cuidados y sesgos de género se combinan con financiamiento y redes como frenos de crecimiento. Por lo que abrir posibilidades para hacer intervenciones integradas (simplificación regulatoria, garantías, mayor acceso financiero, mentoría y networking, servicios de cuidado) pueden generar impacto sistémico.
- Ruta de escalamiento:** el nivel medio de digitalización, la alta tasa de innovación y la demanda por alianzas/comercialización sugieren que programas de aceleración orientados a ventas, especialización de sectores y exportación, junto con upskilling en gestión financiera y cumplimiento, tendrían retornos visibles.
- Enfoque territorial:** la muestra está altamente concentrada en el departamento de Guatemala (86.9%); conviene expandir a departamentos con dinámica productiva relevante para observar brechas y oportunidades locales (por ejemplo agroindustria y manufactura).

Voces del Sector

Más allá de los indicadores cuantitativos, este estudio incorpora la perspectiva directa de mujeres empresarias que operan activamente en Guatemala. Sus testimonios no son opiniones aisladas; son señales del sistema. Reflejan las tensiones entre talento y estructura, visión y financiamiento, crecimiento y regulación.

Las siguientes citas sintetizan experiencias concretas sobre acceso a capital, profesionalización empresarial, redes estratégicas y condiciones de competitividad. Estas voces permiten comprender no solo qué está ocurriendo, sino por qué ocurre, y aportan insumos clave para diseñar propuestas de política pública, fortalecimiento institucional y programas de apoyo con impacto real.

Estas voces aportan el factor cualitativo en un entorno donde la empresarialidad femenina crece, pero no siempre escala al ritmo de su potencial.

“El acceso a financiamiento flexible sigue siendo limitado para empresas lideradas por mujeres. Sin capital adecuado, la estrategia se vuelve aspiracional en lugar de ejecutable.”

Jennifer Elena Medina Castañeda de Cintora – Empresaria Guatemalteca

“La gestión financiera sólida y la internacionalización son determinantes para competir; sin educación empresarial estratégica es difícil sostener crecimiento en un entorno complejo.”

Elizabeth Suárez Alarcón – Empresaria Guatemalteca

“Sostener una empresa en Guatemala implica tomar decisiones duras frente a estructuras de costos crecientes y un ecosistema financiero lento y costoso. Sin educación financiera y políticas públicas más ágiles, la competitividad femenina avanza con freno de mano.”

Marolen Johanna Martínez Colindres – Empresaria Guatemalteca

“El ecosistema aún no es flexible en sus criterios y eso limita el crecimiento. Las redes profesionales sí funcionan como soporte real, pero necesitamos políticas públicas que entiendan el ciclo de crecimiento empresarial.”

María José Nichols – Empresaria Guatemalteca

Anexos

ANEXO I METODOLOGÍA APLICADA

Para construir el Índice de Empresarialidad Femenina (IEF), se siguieron tres pasos:

1. Identificación de las dimensiones clave

Agrupamos las preguntas de la encuesta en cuatro dimensiones esenciales de la empresarialidad femenina:

1. Acceso: oportunidades y barreras en financiamiento, redes, capacitación y entorno institucional.
2. Desarrollo: capacidades internas de la empresa, digitalización, innovación y madurez operativa.
3. Impacto: generación de empleo, propósito social y apertura a mercados (exportación).
4. Liderazgo: rol estratégico, toma de decisiones, participación gremial y capacidad de influencia.

2. Creación de indicadores dentro de cada dimensión

Cada dimensión se compuso de varios indicadores basados en preguntas de la encuesta.

1. Acceso incluye financiamiento, redes, capacitación y barreras.
2. Desarrollo incluye digitalización, herramientas, innovación, facturación y años de operación.
3. Impacto incluye empleo, empleos creados, exportación y propósito social.
4. Liderazgo incluye toma de decisiones, gremios, influencia y % de mujeres en liderazgo.

A cada respuesta se le asignó un puntaje entre 0 y 100, donde 100 significa un desempeño óptimo (por ejemplo, “sí exporta”, “nivel de digitalización alto”, “toma decisiones clave”) y 0 indica ausencia del atributo (no financiamiento, no incidencia, bajos niveles de liderazgo, etc.).

3. Cálculo del puntaje por dimensión

Para mantener la transparencia, se utilizó una regla simple y equitativa: Cada indicador dentro de una dimensión tiene la misma ponderación.

Esto significa que si una dimensión tiene 4 indicadores, cada uno aporta 25%; si tiene 5, cada uno aporta 20%. El puntaje final de la dimensión es simplemente el promedio de sus indicadores. Este método evita juicios subjetivos o sesgos de valoración y garantiza comparabilidad entre personas y entre dimensiones.

4. Cálculo del índice total

Una vez obtenidos los puntajes de las cuatro dimensiones, el Índice Total se obtiene así:

IEF Total = promedio simple de las cuatro dimensiones (Acceso, Desarrollo, Impacto y Liderazgo). Cada dimensión pesa 25% del índice total.

Se utiliza un promedio simple debido a que todas las dimensiones reflejan aspectos igualmente importantes para desarrollar la empresariedad con enfoque de género. No hay evidencia técnica para justificar un peso mayor para una dimensión sobre las demás.

ANEXO II

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Acceso

Conjunto de oportunidades, recursos y condiciones que permiten a una mujer empresaria obtener financiamiento, ingresar a redes de apoyo, acceder a capacitación y enfrentar menos barreras institucionales y socioculturales.

Acceso a financiamiento

Capacidad de una empresaria para obtener crédito formal o servicios financieros de bancos, cooperativas o entidades de microfinanzas destinados al crecimiento de su negocio.

Barreras

Obstáculos que limitan o dificultan el desarrollo empresarial. Incluyen prejuicios de género, carga de cuidados no remunerados, burocracia, falta de redes, falta de formación y restricciones de financiamiento.

Carga de cuidados

Tiempo y esfuerzo que las mujeres dedican a actividades de cuidado de personas o del hogar, lo cual limita su disponibilidad para formación, redes, innovación y crecimiento empresarial.

Capacitación

Acciones formativas o educativas dirigidas a fortalecer competencias técnicas o estratégicas del negocio. En el estudio se distingue entre capacitación general y programas específicos para mujeres empresarias.

Digitalización

Nivel de integración de tecnologías digitales en los procesos del negocio, incluyendo herramientas de administración, comunicación interna, marketing y comercio electrónico.

Dimensión del índice

Cada una de las cuatro áreas que componen el IEF: Acceso, Desarrollo, Impacto y Liderazgo, evaluadas mediante indicadores específicos.

Empleos directos

Número de personas que trabajan de manera formal y permanente dentro de la empresa, contratadas directamente por la emprendedora.

Empleos indirectos

Personas que trabajan en actividades relacionadas al negocio, pero sin vínculo contractual directo (proveedores, distribuidores, colaboradores externos, etc.).

Empleos creados

Cantidad de puestos de trabajo generados por la empresa desde su fundación, como indicador de impacto económico.

Empresa formal

Negocio registrado legalmente ante las autoridades tributarias u otras instancias regulatorias, con cumplimiento de normativas administrativas.

Exportación

Actividad de venta de productos o servicios hacia mercados internacionales. Puede ser actual ("Sí exporta") o potencial ("No exporta, pero le interesa").

Herramientas digitales

Conjunto de plataformas, softwares o aplicaciones utilizadas para mejorar la gestión del negocio. En el estudio incluyen herramientas de contabilidad, colaboración, marketing digital y e-commerce.

Impacto

Dimensión del IEF que mide el resultado económico y social del negocio: generación de empleo, creación de puestos desde el inicio, exportación y presencia de iniciativas con propósito.

Índice de Empresarialidad Femenina (IEF)

Medición compuesta que evalúa el estado del ecosistema de empresarias mediante cuatro dimensiones (Acceso, Desarrollo, Impacto, Liderazgo). Se expresa en una escala de 0 a 100.

Incidencia

Participación de las empresarias en procesos de política pública, mesas de diálogo, gremios o espacios donde pueden influir en regulaciones, normas o decisiones colectivas.

Innovación

Aplicación de cambios recientes en productos, servicios, procesos o modelos de negocio que aportan valor al mercado.

Liderazgo

Dimensión del IEF que evalúa el rol estratégico de la empresaria dentro de su organización, su participación en redes y gremios, su influencia sobre otras mujeres y su aportación a espacios de decisión.

Nivel de digitalización

Autoevaluación del grado de adopción digital del negocio en tres niveles: alto, medio o bajo.

Ponderación

Valor asignado a cada indicador dentro de una dimensión del índice. En el estudio se utiliza ponderación equitativa, donde todos los indicadores tienen el mismo peso.

Propósito

Acciones o iniciativas con impacto social, ambiental o comunitario incorporadas dentro del modelo de negocio.

Redes de apoyo

Organizaciones, colectivos, cámaras, gremios o comunidades empresariales que brindan acompañamiento, mentoría, asesoría o contactos estratégicos para el emprendimiento.

Sector económico

Área de actividad en la que opera la empresa (comercio, servicios, manufactura, educación, tecnología, etc.).

Toma de decisiones

Grado de participación de la empresaria en decisiones estratégicas del negocio. Puede ser total, parcial o inexistente.

% de mujeres en liderazgo

Proporción de mujeres que ocupan cargos directivos dentro de la empresa; indicador clave en la dimensión de Liderazgo.

ANEXO III

INSTRUMENTO DE MEDICIÓN (ENCUESTA)

Encuesta Nacional de la Empresarialidad Femenina en Guatemala

Estudio liderado por CGELM Guatemala – Comité Guatemalteco de Empresas Lideradas por Mujeres, suscrito a la Cámara de Industria de Guatemala.

Bienvenida a esta encuesta nacional que busca visibilizar, medir y fortalecer el rol de las mujeres en el ecosistema empresarial guatemalteco.

Desde CGELM Guatemala, estamos impulsando el desarrollo de un Índice de Empresarialidad Femenina (IEF-GT) que nos permitirá entender mejor dónde estamos, qué barreras enfrentamos y cómo podemos avanzar juntas hacia una Guatemala con más mujeres liderando el crecimiento económico, la innovación y la transformación social.

Nos preguntamos ¿Y si tu voz pudiera abrir camino para que más mujeres lideren, decidan y transformen el mundo? Participar en esta encuesta es un acto de poder: el tuyo. Porque cuando una habla, todas avanzamos. Nos inspiramos en el querer y el poder de otras mujeres, y juntas nos impulsamos a alcanzar | nuestros sueños. La voz de la mujer guatemalteca es fuerte, decidida, y sabe que todo lo que se propone... ¡lo puede lograr!

Tus respuestas serán **confidenciales** y fundamentales para construir políticas, alianzas y programas que respondan a las verdaderas necesidades de las empresarias guatemaltecas.

- Tiempo estimado de respuesta: 7 a 10 minutos
- Tu voz cuenta. Tu empresa también transforma.

En agradecimiento a tu tiempo:

- Al completar la encuesta, puedes optar a recibir una copia de los resultados del informe. Además, las primeras personas en llenar la encuesta podrán optar a obtener una invitación de cortesía a la charla sobre empresarialidad femenina desarrollada por el CGELM.

* Indica que la pregunta es obligatoria



Importante

1. Antes de continuar, **confirma** si cumples con los siguientes criterios de participación (**confirmación** requerida para completar la encuesta, debes **cumplir** los criterios para continuar):

1. Soy Mujer.
2. Soy empresaria o líder de una empresa.
3. La empresa está formalmente constituida y registrada (con personería jurídica, inscripción tributaria u otro registro legal).
4. La empresa está operando actualmente.

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí, cumplo con todos los criterios Salta a la pregunta 2
- ☐ No, no cumplo con todos los criterios Salta a la sección 3 (Gracias por tu interés en participar)

Gracias por tu interés en participar

💡 Gracias por tu interés. Sin embargo, esta encuesta está dirigida exclusivamente a empresarias o líderes de empresas completamente constituidas y activas.

Recuerda llenar toda la información requerida.
Tus respuestas ayudarán a construir el Índice de Empresarialidad
Femenina (IEF-GT).

2. 1. ¿En qué rango de edad se encuentra? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ 18 a 24
- ☐ 25 a 34
- ☐ 34 a 44
- ☐ 45 a 54
- ☐ 55 a más

3. 2. Departamento donde reside *

☒ ~~Durand~~

Marca solo un óvalo.

- ☐ Alta Verapaz
- ☐ Baja Verapaz
- ☐ Chimaltenango
- ☐ Chiquimula
- ☐ El Progreso
- ☐ Escuintla
- ☐ Guatemala
- ☐ Huehuetenango
- ☐ Izabal
- ☐ Jalapa
- ☐ Jutiapa
- ☐ Petén
- ☐ Quetzaltenango
- ☐ Quiché
- ☐ Retalhuleu
- ☐ Sacatepéquez
- ☐ San Marcos
- ☐ Santa Rosa
- ☐ Sololá
- ☐ Suchitepéquez
- ☐ Totonicapán
- ☐ Zacapa

4. 3. Nivel educativo alcanzado: *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Primaria
- ☐ Secundaria
- ☐ Diversificado
- ☐ Técnico
- ☐ Licenciatura
- ☐ Postgrado
- ☐ Otro:
-

5. 4. ¿Cómo, por favor, ¿Posee actualmente o dirige una empresa formalmente registrada? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
- ☐ No, pero tengo una en proceso
- ☐ No

6. 5. ¿En qué sector económico opera su empresa? *

☒ Diversificado

Marca solo un óvalo.

- ☐ Comercio
- ☐ Servicios
- ☐ Tecnología
- ☐ Manufactura
- ☐ Agroindustria
- ☐ Turismo

7. 6. Tamaño de empresa: *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Micro - (1 a 10 empleados)
- ☐ Pequeña - (11 a 80 empleados)
- ☐ Mediana - (81 a 200 empleados)
- ☐ Grande - (mayor a 200 empleados)

8. 7. Años de operación de su empresa *

Marque solo un óvalo.

- ☐ Menos de 2 años
- ☐ 2 a 5 años
- ☐ 6 a 10 años
- ☐ Más de 10 años

9. 8. Rol dentro de la empresa: *

Marque solo un óvalo.

- ☐ Fundadora y CEO
- ☐ Socia con participación activa
- ☐ Directora Ejecutiva sin ser socia
- ☐ Otro:
—

10. 9. Cantidad de empleos Directos generados actualmente *

11. 10. Cantidad de empleos Indirectos generados actualmente *

Dimensión I: Acceso

Analizamos el entorno de entrada al ecosistema empresarial: acceso a ~~financiamiento~~ financiamiento, redes, información, formación y tecnología.

12. 11. ¿Ha accedido a ~~financiamiento~~ financiamiento formal en los últimos 3 años? *

Marque solo un óvalo.

- ☐ Sí, con banco tradicional
- ☐ Sí, con cooperativa o microfinanciación
- ☐ No ha accedido
- ☐ No lo ha solicitado

13. 12. ¿Forma parte de redes de apoyo o colaboración para mujeres empresarias (e), mentorías, networking, aceleradoras, comunidades digitales, incubadoras) *

Marque solo un óvalo.

- ☐ Sí
- ☐ No

14. 13. ¿Ha recibido capacitación o formación empresarial en los últimos 2 años? *

Marque solo un óvalo.

- ☐ Sí, ~~específica~~ para mujeres empresarias
- ☐ Sí, pero general
- ☐ No

15. 14. Principales barreras enfrentadas como mujer empresaria (seleccione hasta 3): *

Seleccione todas las que correspondan.

- ☐ Acceso a ~~financiamiento~~
- ☐ Trámites y Burocracia
- ☐ Acceso a redes/ Mentoría
- ☐ Carga familiar / Conciliación
- ☐ Prejuicios o estigmas de género
- ☐ Falta de formación
- ☐ Otro: _____

16. 15. Acceso a tecnologías en su empresa (marque aquellas con las que cuenta actualmente): *

Seleccione todas las que correspondan.

- ☐ Computadora y conexión estable a Internet
- ☐ Herramientas de gestión (contabilidad, ventas, etc.)
- ☐ Redes sociales
- ☐ Sistemas avanzados (CRM, ERP, IA)
- ☐ Plataformas de comercio electrónico (~~e-commerce~~)
- ☐ No contamos con tecnologías

Dimensión 2: Desarrollo

Analizamos la capacidad de consolidación y crecimiento de las empresas lideradas por mujeres: ventas, empleo, digitalización, formalización.

17. 16. Estado legal de su empresa *

Marque solo un óvalo.

- ☐ Formalizada
- ☐ En proceso de formalización
- ☐ No registrada

18. 17. Nivel de digitalización de su empresa (integración de tecnologías digitales y su relación con las operaciones, procesos y estrategias) *

Marque solo un óvalo.

- ☐ Bajo
- ☐ Medio
- ☐ Alto

19. 18. Herramientas digitales utilizadas (marque todas las que apliquen): *

Seleccione todas las que correspondan.

- ☐ Contabilidad y Administración
- ☐ Comunicación Interna / Colaboración (Zoom, Trello, ~~WhatsApp~~, etc.)
- ☐ Marketing Digital (Meta ~~Ads~~, email marketing, etc.)
- ☐ Comercio electrónico (pasarelas de pago, automatizaciones, etc.)
- ☐ Ninguna

20. 19. De utilizar herramientas digitales, ~~identifique~~ ~~identifique~~ las áreas donde la tecnología ha tenido mayor impacto: *

Seleccione todas las que correspondan.

- ☐ Marketing y ventas
- ☐ Servicio al cliente
- ☐ Finanzas / Contabilidad
- ☐ RRHH / Talento

☐ Otro: _____

21. 20. Necesidades actuales para crecer su empresa (marque hasta 3): *

Seleccione todas las que correspondan.

- ☐ Financiamiento
- ☐ Asesoría legal/~~fiscal~~
- ☐ Alianzas Comerciales
- ☐ Formación técnica o empresarial
- ☐ Mejores políticas públicas

Dimensión 3: Impacto

Analizamos la contribución económica y social: generación de empleo, innovación, sostenibilidad, encadenamientos productivos.

22. 21. Nivel de facturación anual estimada: *

Marque solo un óvalo.

- ☐ Menor a Q100 mil
- ☐ Q100,000 a Q500,000
- ☐ Q500,000 a Q1 ~~millón~~
- ☐ Mayor a Q1 ~~millón~~
- ☐ ~~Prefero~~ no responder

23. 22. ¿Exporta productos o servicios? *

Marque solo un óvalo.

- ☐ Sí
- ☐ No, pero me interesa
- ☐ No

24. 23. ¿Ha innovado recientemente en su oferta de productos o servicios? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
☐ No

25. 24. ¿Su empresa desarrolla actividades o tiene iniciativas con propósito social, ambiental o comunitario dentro de su operación? *

▲ Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
☐ No

26. 25. ¿Cuántos empleos ha creado su empresa desde su fundación? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Entre 1 y 5
☐ Entre 6 y 15
☐ Más de 15 empleos

Dimensión 4: Liderazgo

Analizamos la presencia de mujeres en roles de liderazgo dentro y fuera de su empresa: participación gremial, influencia en políticas públicas, liderazgo en cadenas de valor.

27. 26. ¿Qué rol tiene usted en la toma de decisiones estratégicas? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Toma decisiones clave
☐ Participa parcialmente
☐ No participa

28. 27. ¿Participa en gremios, asociaciones o cámaras empresariales? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
☐ No

29. 28. ¿Ha tenido participación en procesos de incidencia o política pública? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
☐ No

30. 29. ¿Considera que su liderazgo ha influido en otras mujeres? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Mucho
- ☐ Algo
- ☐ Poco o nada

31. 30. Porcentaje de mujeres en puestos de liderazgo en su empresa: *

Marca solo un óvalo.

- ☐ 0%
- ☐ 1 - 25%
- ☐ 26 - 50%
- ☐ Más del 50%

32. 31. ¿Le gustaría recibir una copia del informe final? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
- ☐ No

33. Si su respuesta es afirmativa indique su correo electrónico

Gracias por tu tiempo

Recuerda que tus respuestas serán confidenciales y fundamentales para construir políticas, alianzas y programas que respondan a las verdaderas necesidades de las empresarias guatemaltecas.

En agradecimiento a tu tiempo:

- Ahora que has completado la encuesta podrás ser una de las mujeres en tener una invitación de cortesía a la charla taller sobre empresariedad femenina desarrollada por el CGELM.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formulario

Copyright Marzo 2026. CGELM, a través de su comité autorizan a utilizar parcial o totalmente esta investigación con fines educativos, siempre y cuando ambas organizaciones reciban los respectivos créditos.



DIAGNÓSTICO DE ESTADO DE SITUACIÓN EN LA EMPRESARIALIDAD FEMENINA EN GUATEMALA
Comité Guatemalteco de Empresas Lideradas por Mujeres (CGELM), 2026