

RADIOGRAFÍA DEL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO® 2025

Un estudio de: **asem** Asociación de Emprendedores de México

Con el apoyo de: **EY** Shape the future with confidence

SECCIÓN 1. PERFIL DE LAS Y LOS EMPRENDEDORES



Género de las personas encuestadas



Edad actual y Edad al fundar la empresa (años)

Edad al fundar la empresa: Promedio 31.8 años
Edad actual: Promedio 41.7 años



Comunidades o grupos migratorios con los que se identifican Respuesta múltiple¹

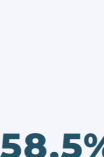
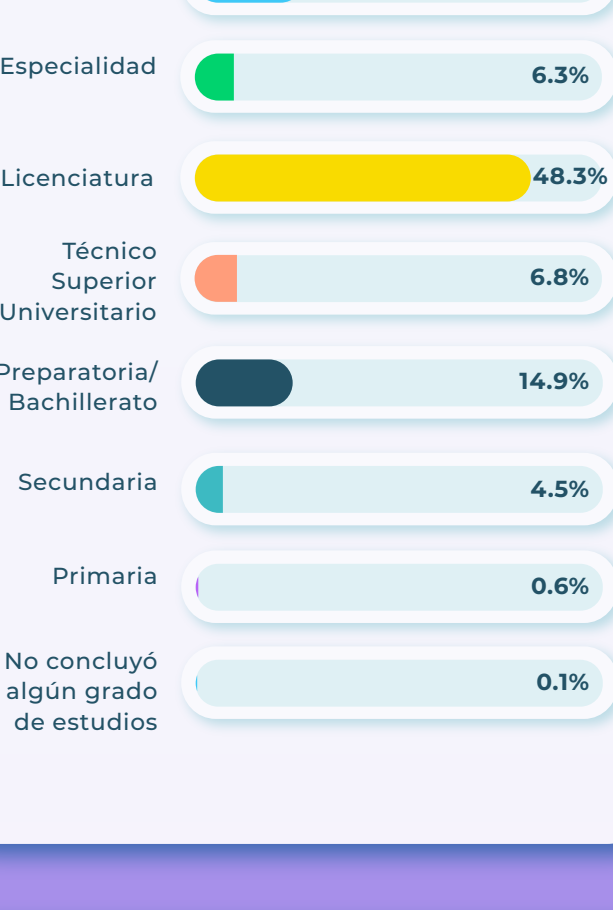
21% de las empresas han sido fundadas por personas que se identifican con alguna comunidad o grupo minoritario



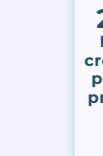
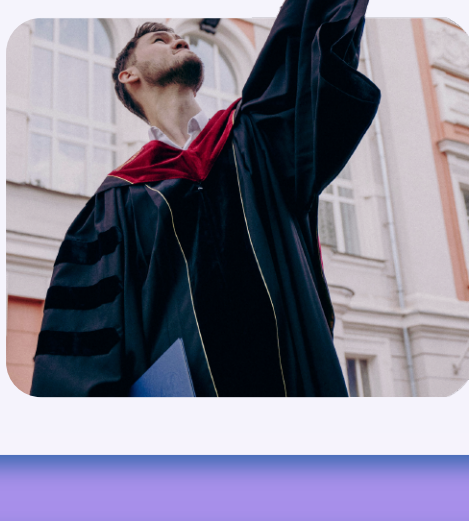
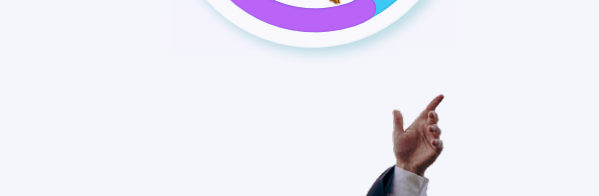
¹Preguntas donde se permitió seleccionar más de una respuesta, y los porcentajes pueden superar el 100%.



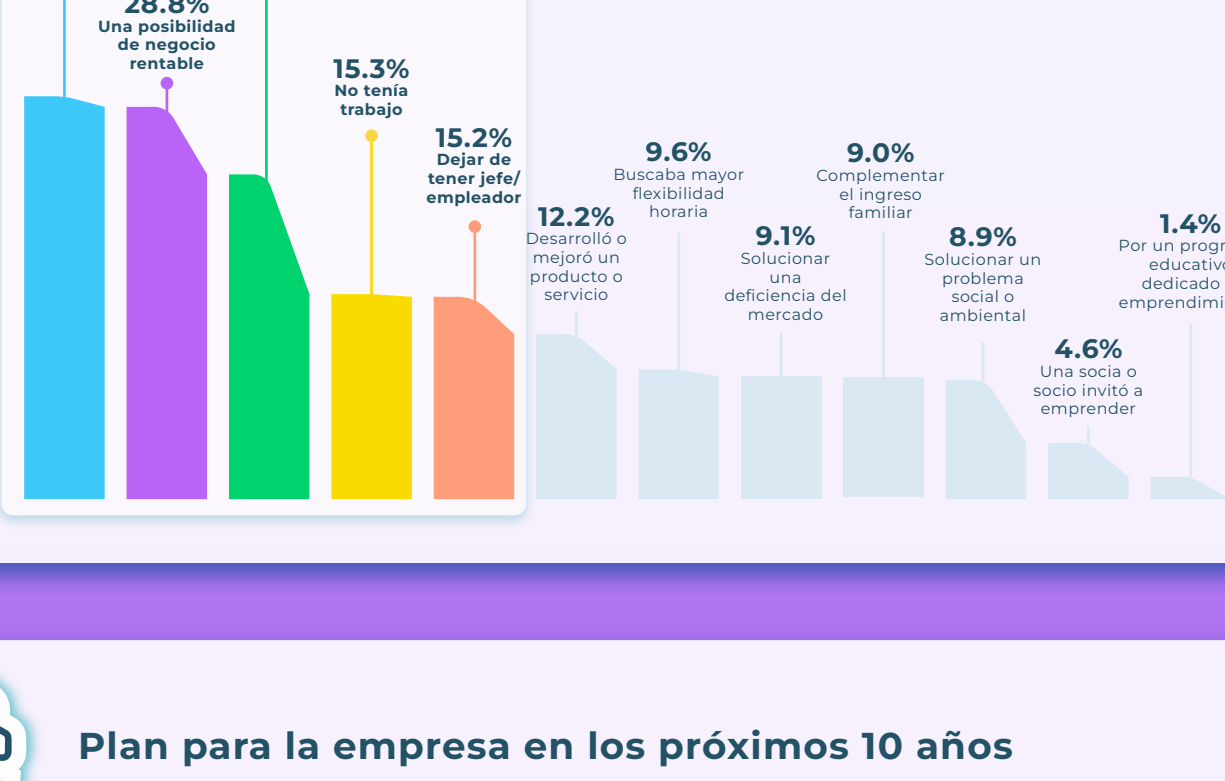
Nivel educativo



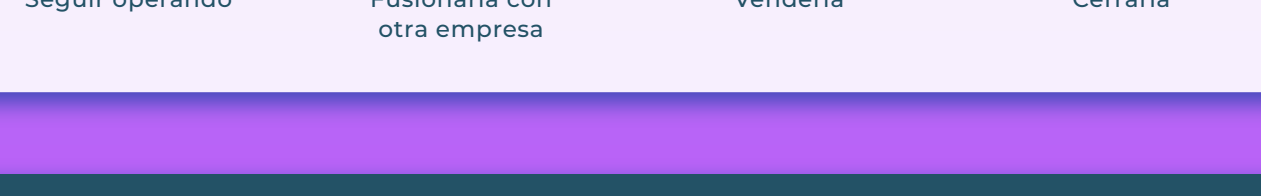
Tipo de institución del último nivel educativo cursado



Motivos para emprender Respuesta múltiple

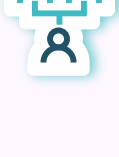


Plan para la empresa en los próximos 10 años

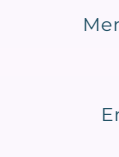


SECCIÓN 2. PERFIL DE LAS EMPRESAS

2.1 CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA



51% son empresas familiares



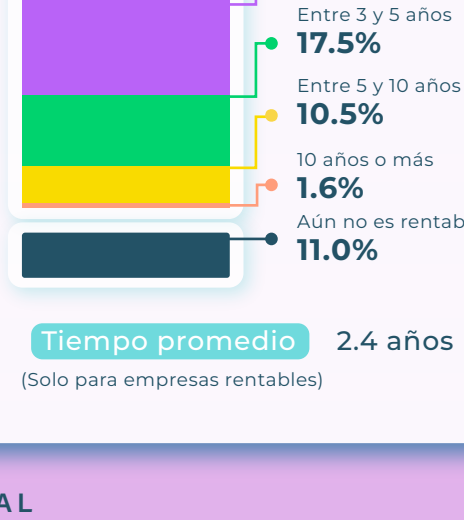
Tiempo en operación



Tiempo promedio: 6.3 años



Tiempo para ser rentable

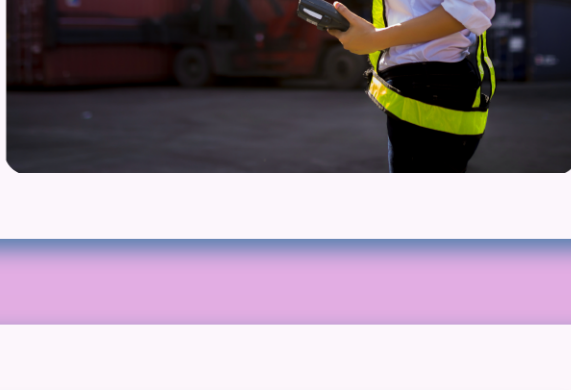
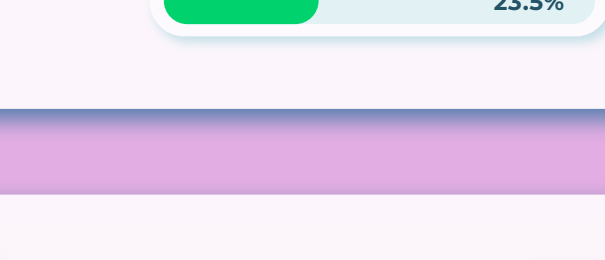


Tiempo promedio: 2.4 años (Solo para empresas rentables)

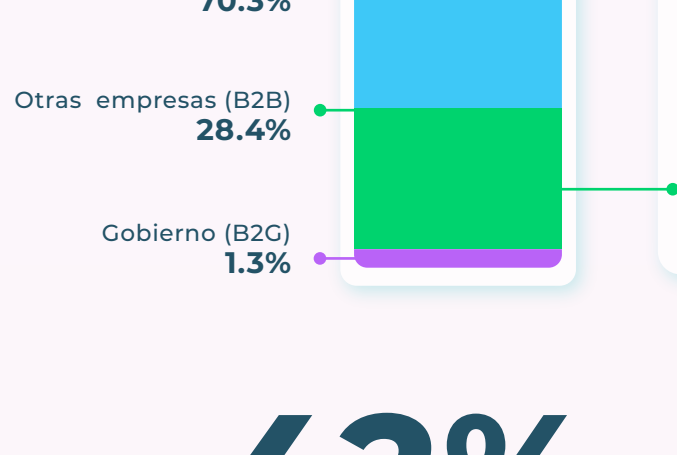
2.2 PERFIL COMERCIAL



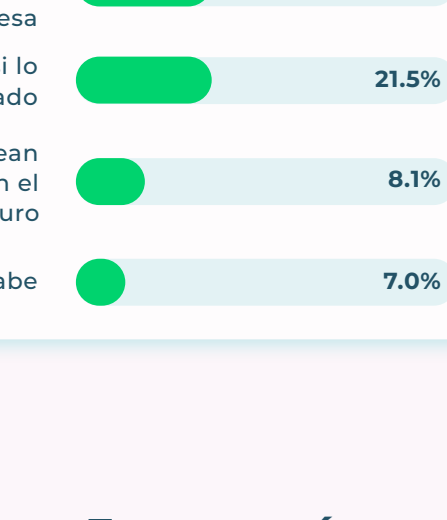
Lo que ofrece la empresa



Mercado objetivo principal



Venta a grandes empresas



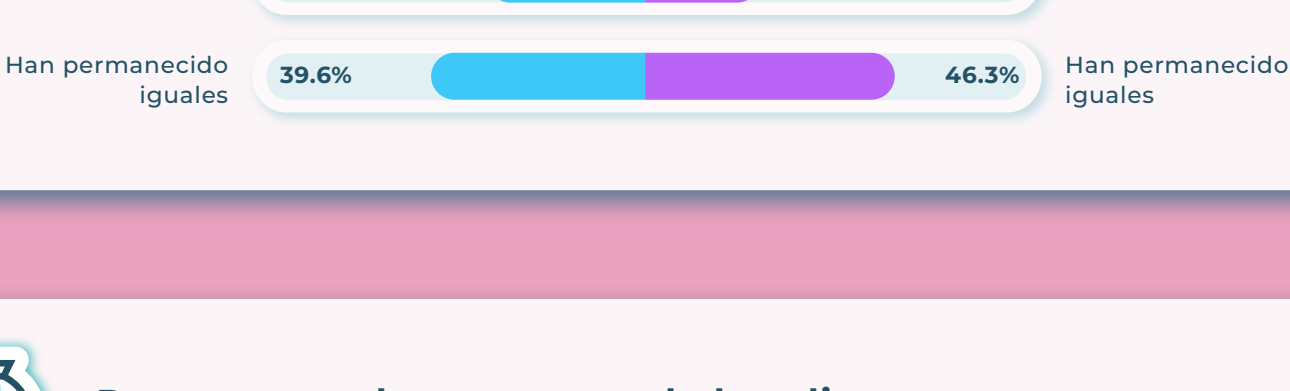
42% de las empresas B2B son proveedoras de grandes empresas

Hay 7 veces más empresas exportadoras

87% usa herramientas digitales



Dinámica de las exportaciones en 2025



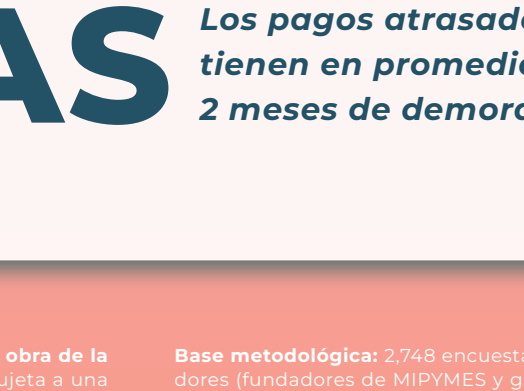
Pagos atrasados por parte de los clientes

28% de las empresas tienen pagos de facturas atrasados por parte de sus clientes²

²Aumenta a 42% entre las empresas B2B



Días de atraso en los pagos de los clientes



62 DÍAS Los pagos atrasados tienen en promedio 2 meses de demora

RADIOGRAFÍA DEL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO® 2025

Un estudio de: **ASEM** Asociación de Emprendedores de México

Con el apoyo de: **EY** Shape the future with confidence

SECCIÓN 3. VENTAS EN LÍNEA



Ventas en línea

Si

45.9%

No

54.1%

Canales de ventas en línea³

Respuesta múltiple



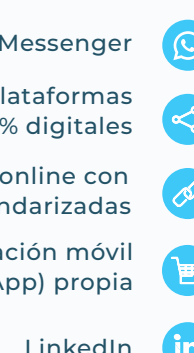
64.4%

WhatsApp Business



57.2%

Facebook



36.2%

Sitio web propio/
Tienda online propia



Instagram

35.7%



WhatsApp Messenger

27.8%



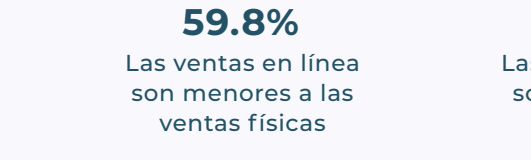
Marketplace / Plataformas
100% digitales

23.1%



Tienda online con
soluciones estandarizadas

10.7%



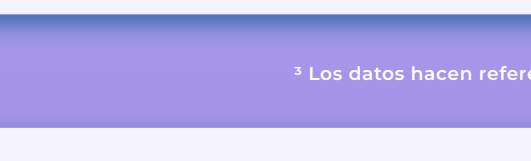
Aplicación móvil
(App) propia

8.8%



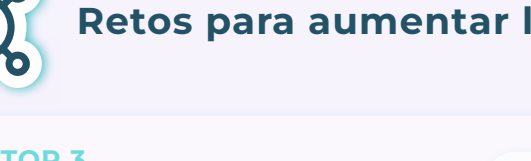
LinkedIn

7.9%



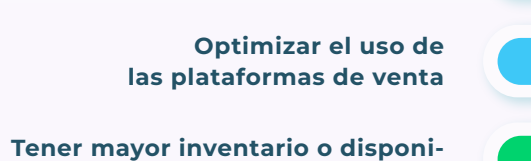
Tiktok Business

7.0%



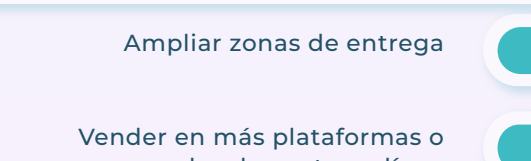
Tiktok personal

5.8%



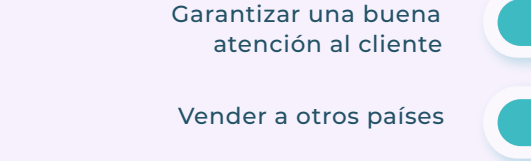
Marketplace de tiendas
departamentales

4.2%



Telegram

2.6%



Plataforma de gestión de
eventos y venta de boletos

2.5%

Motivos para no vender en línea



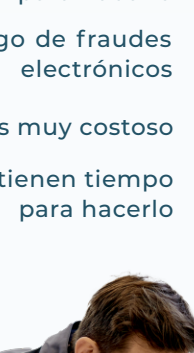
38.7%

No lo consideran necesario



25.6%

Aún no venden en línea pero están por hacerlo



16.3%

No saben como hacerlo

No tienen el personal para hacerlo

10.2%

Riesgo de fraudes electrónicos

3.8%

Es muy costoso

3.1%

No tienen tiempo para hacerlo

2.6%

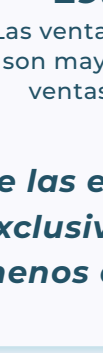


Venta en línea vs ventas físicas



59.8%

Las ventas en línea son menores a las ventas físicas



29.4%

Las ventas en línea son mayores a las ventas físicas



10.5%

Sólo venden en línea

46% de las empresas que operan exclusivamente por internet tienen menos de 2 años en funcionamiento

³ Los datos hacen referencia al 45.9% de empresas con ventas en línea, no al total de las empresas del país



Retos para aumentar las ventas en línea

Respuesta múltiple

TOP 3

Mejorar la visibilidad a través de publicidad en línea

38.4%

Optimizar el uso de las plataformas de venta

25.2%

Tener mayor inventario o disponibilidad de los productos/servicios

21.9%

Ampliar zonas de entrega

20.3%

Vender en más plataformas o canales de venta en línea

17.9%

Garantizar una buena atención al cliente

13.4%

Vender a otros países

9.0%

Ofrecer mayor diversidad de productos

9.0%

Reducir costos de envío

8.5%

Mejorar los productos que ofrecemos

7.5%

Reducir costos logísticos

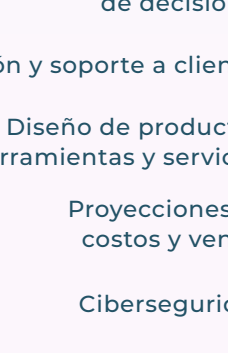
6.2%

⁴ Los porcentajes hacen referencia al 45.5% de empresas que no usan IA



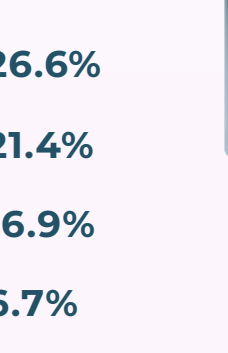
Usos de la Inteligencia Artificial (IA)

Respuesta múltiple



43.5%

Diseño gráfico



38.5%

Difusión de productos/servicios



36.4%

Diseño y/o gestión de sitios web

Análisis de datos

34.4%

Prospección de clientes

29.1%

Planeación estratégica/toma de decisiones

26.6%

Atención y soporte a clientes

26.6%

Diseño de productos, herramientas y servicios

21.4%

Proyecciones de costos y ventas

16.9%

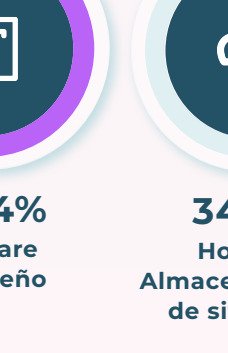
Ciberseguridad

6.7%



Herramientas y servicios digitales utilizados

Respuesta múltiple



65.4%

Software de diseño



34.0%

Hosting/
Almacenamiento de sitios web



25.4%

CRM para gestionar la interacción con clientes



24.4%

Software contable



23.4%

Email marketing

Software de administración de proyectos

17.9%

ERP para administrar la empresa

15.0%

Contratos inteligentes

10.0%

Software para gestionar inventarios

8.0%

HRIS para gestión del personal

1.6%

Gestión de gobierno corporativo

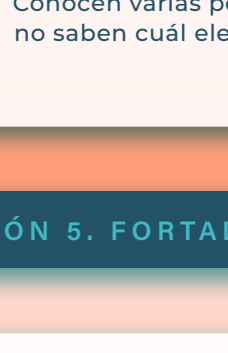
1.5%

⁵ Más allá de las redes sociales digitales, el software ofimático, las videollamadas y el almacenamiento en la nube



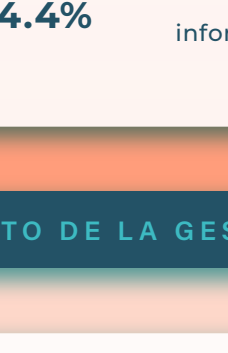
Motivos para no usar herramientas digitales

Respuesta múltiple



35.7%

No lo consideran necesario



29.9%

No saben de su existencia



22.6%

No identifican sus beneficios

Altos costos

18.8%

Conocen varias pero no saben cuál elegir

14.4%

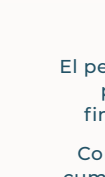
Son difíciles de usar

8.6%

Temor a exponer la información de la empresa

6.2%

SECCIÓN 5. FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN Y APOYOS RECIBIDOS



Aspectos a mejorar en las empresas

Respuesta múltiple

TOP 5

Estrategia de ventas y fidelización de clientes

54.0%

Comunicación, marketing y publicidad

41.7%

Gestión de ventas en línea

14.1%

Capacidad de producción y operación

13.5%

Administración, control de presupuestos y cálculo de costos y precios

13.4%

Planificación estratégica y medición de objetivos

11.5%

Digitalización, transformación digital

9.2%

El perfil crediticio para acceso a financiamiento

9.0%

Conocimiento y cumplimiento de obligaciones fiscales y laborales

5.5%

Gestión contable, cálculo y provisión de impuestos

4.9%

Logística, almacenamiento y envío de productos

4.3%

Gestión de contratos, permisos y otros aspectos legales

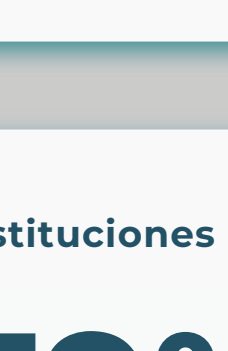
4.0%

Análisis e interpretación de estados financieros

2.6%

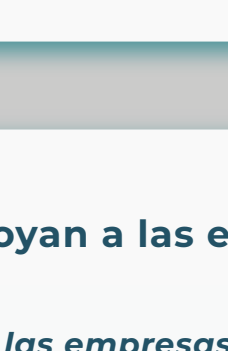
Mejora en la estrategia de ventas

Respuesta múltiple



51.5%

Prospección de clientes



31.3%

Fidelización de clientes



27.8%

Penetración de nuevos nichos de mercado

Diversificación de canales de venta

25.7%

Digitalización y/o automatización de procesos de ventas

20.6%

Definición del público objetivo

20.2%

Plan de descuentos y/o promociones

7.8%

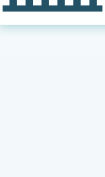
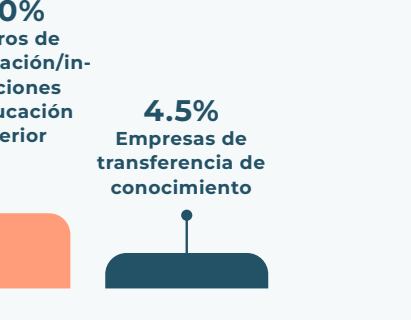
Servicio postventa

6.2%



Instituciones que apoyan a las empresas

79% de las empresas no ha recibido apoyo de instituciones públicas ni privadas



Apoyo de instituciones privadas⁶

Respuesta múltiple

41.8%

Asesores, consultores o mentores

22.4%

Asociaciones/Cremlins empresariales

16.7%

Incubadoras

12.4%

Aceleradoras

11.0%

Centros de investigación/instituciones de educación superior

4.5%

Empresas de transferencia de conocimiento

⁶ Los porcentajes hacen referencia al 20.7% de empresas que han recibido algún tipo de apoyo



Apoyo de instituciones públicas

¿Recibieron el apoyo solicitado?

Si

49.1%

No

50.9%



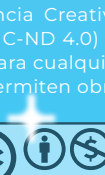
Respuesta múltiple

27.8% De Gobierno Estatal

21.4% De Gobierno Federal

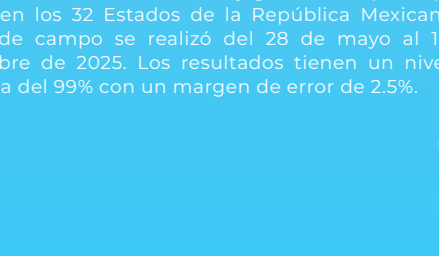
17.1% De Gobierno Municipal o Alcaldía

51% de las y los emprendedores que solicitaron algún apoyo gubernamental NO lo recibieron



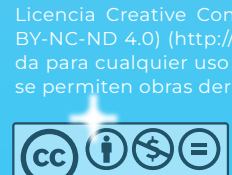
Conocimiento de programas públicos

71% de las y los emprendedores no conocen programas públicos de apoyo empresarial



CONSULTA EL INFORME AQUÍ

TAMBIÉN DISPONIBLE EN AUDIO



La Infografía de la Radiografía del Emprendimiento en México® 2025 es una obra de la ASEM - Asociación de Emprendedores de México (asem.mx). Se encuentra sujeta a una Licencia Creative Commons Attribution-NoCommercial-SinDerivadas 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>) y puede ser reproducida para cualquier uso no comercial otorgando el reconocimiento respectivo a la ASEM. No se permiten obras derivadas.

Base metodológica: 2,748 encuestas online a emprendedores (fundadores de MIPYMES y grandes empresas) que residen en los 32 Estados de la República Mexicana. El trabajo de campo se realizó del 28 de mayo al 12 de septiembre de 2025. Los resultados tienen un nivel de confianza del 95% con un margen de error de 2.5%.