# RADIOGRAFÍA DEL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO® 2024

EDICIÓN BAJA CALIFORNIA

Un estudio de: asem Emprendedores de México ASELA

Con el apoyo de: BAJA CALIFORNIA Gobierno del Estado | ECONOMÍA Secretaría de Economía e Innovación | Con el corazón por delante | Instituto Estatal del Emprendimiento de Baja California | Startups Baja

## SECCIÓN 1 · PERFIL DE LAS Y LOS EMPRENDEDORES (FUNDADORES) Y SUS MOTIVACIONES

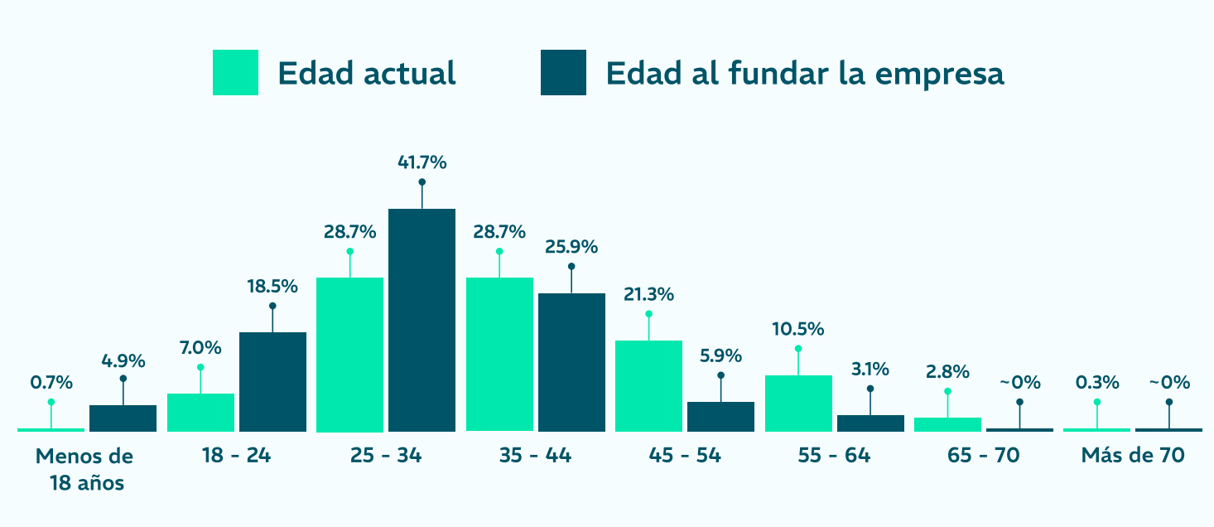
Respuesta única

### GÉNERO DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

| Masculino | Femenino | Otros |
|---|---|---|
| 50.4% | 48.6% | 1.0% |

Respuesta única

### EDAD
(años)



| | Edad actual | Edad al fundar la empresa |
|---|---|---|
| Menos de 18 años | 0.7% | 4.9% |
| 18 - 24 | 7.0% | 18.5% |
| 25 - 34 | 28.7% | 41.7% |
| 35 - 44 | 28.7% | 25.9% |
| 45 - 54 | 21.3% | 5.9% |
| 55 - 64 | 10.5% | 3.1% |
| 65 - 70 | 2.8% | ~0% |
| Más de 70 | 0.3% | ~0% |
| Promedio | 40.5 años | 31.8 años |

*~0% representa que en el estudio no se identificaron datos de la opción, pero eso no significa que no existan empresas con esa condición o característica

Respuesta múltiple

### COMUNIDADES O GRUPOS MINORITARIOS CON LOS QUE SE IDENTIFICAN

**15%** de las empresas en Baja California, han sido fundadas por personas que se identifican con alguna comunidad o grupo minoritario

| No pertenece a ningún grupo minoritario | LGBTIQ+ | Neurodiversidad | Discapacidad | Migrantes | Pueblos indígenas u originarios | Comunidad afrodescendiente |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 84.6% | 5.9% | 4.5% | 2.8% | 2.8% | 1.4% | 1.0% |

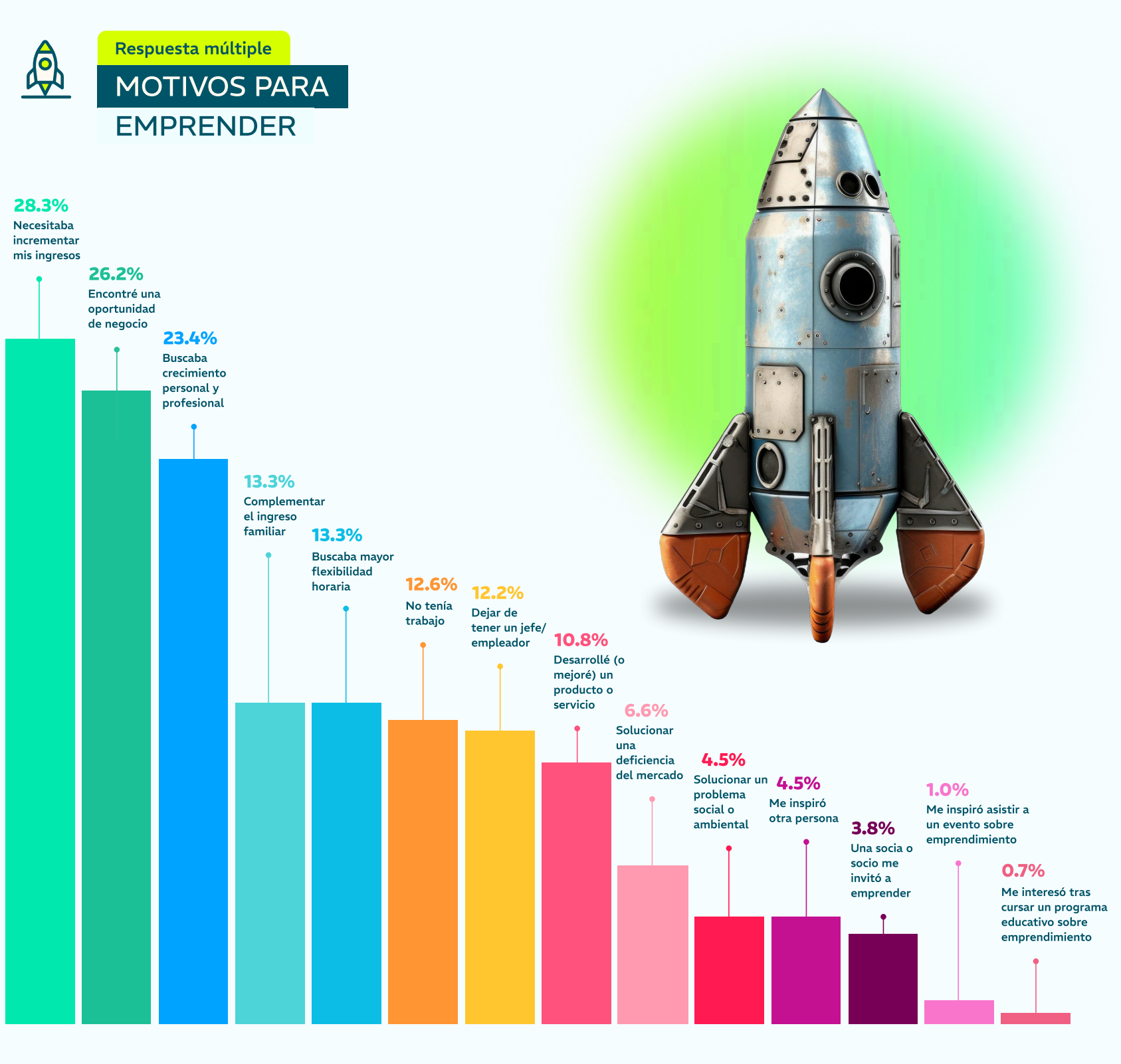
Respuesta única

### EDUCACIÓN

| Pública | Privada | Ninguna |
|---|---|---|
| 63.3% | 35.3% | 1.4% |

Respuesta múltiple

### MOTIVOS PARA EMPRENDER



Respuesta única

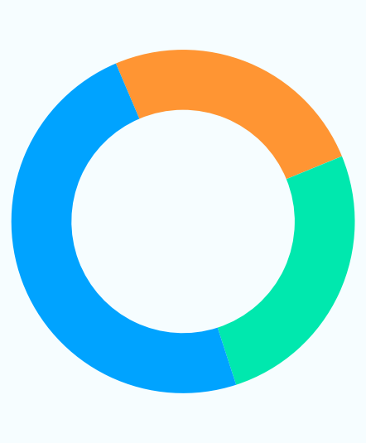
### CANTIDAD DE EMPRESAS FUNDADAS

**31%** de las y los emprendedores han fundado más de una empresa

| | |
|---|---|
| 1 empresa | 86.0% |
| 2 empresas | 7.3% |
| 3 empresas | 3.5% |
| Más de 3 empresas | 3.2% |

Respuesta única

### IMPORTANCIA DE LA EMPRESA COMO FUENTE DE INGRESOS



| | |
|---|---|
| ● Es la principal fuente de ingresos | 48.6% |
| ● Es la segunda fuente de ingresos | 26.2% |
| ● Es un ingreso extra | 25.2% |

## SECCIÓN 2 · PERFIL DE LAS EMPRESAS

### 2.1 CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

Respuesta única

### CANTIDAD DE PERSONAS QUE FUNDARON LA EMPRESA

| 1 persona | 2 personas | 3 personas | 4 personas | 5 o más personas |
|---|---|---|---|---|
| 38.9% | 40.4% | 11.2% | 5.3% | 4.2% |

Promedio: 2 personas

Respuesta única

### SECTORES DE ACTIVIDAD ECONÓMICA

| | |
|---|---|
| Comercio al por menor | 22.8% |
| Gastronomía | 15.5% |
| Consultoría | 11.6% |
| Comercio al mayoreo | 7.1% |
| Eventos y servicios culturales/deportivos/recreativos/arte/entretenimiento | 5.6% |
| Servicios de cuidado personal/servicios de belleza | 4.9% |
| Salud/farmacéutica | 4.2% |
| Marketing | 4.2% |
| Servicios de reparación y mantenimiento | 3.1% |
| Manufactura | 3.1% |
| Construcción | 3.1% |
| Educación | 3.1% |
| Agro-ganadero/pesca | 2.8% |
| Transporte | 2.4% |
| Informática | 2.4% |
| Turismo | 1.4% |
| Servicios financieros | 1.4% |
| Servicios inmobiliarios | 0.7% |
| Información y medios de comunicación | 0.3% |
| Servicios de manejo de residuos y desechos/servicios de remediación | 0.3% |

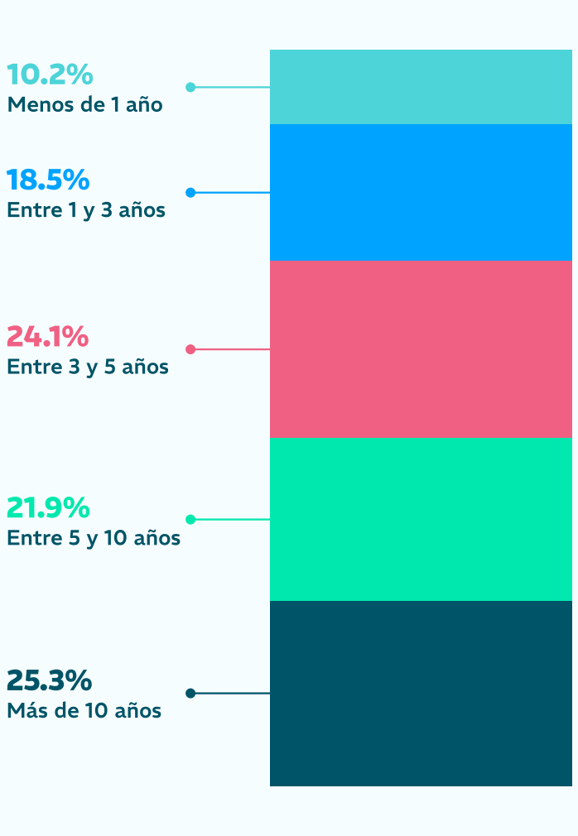
Respuesta única

### COLABORADORES
(número de colaboradores)

| | |
|---|---|
| 1 | 23.9% |
| 2 a 5 | 57.0% |
| 6 a 10 | 9.8% |
| 11 a 30 | 4.9% |
| 31 a 50 | 1.7% |
| 51 a 100 | 2.4% |
| Más de 100 | 0.3% |

Respuesta única

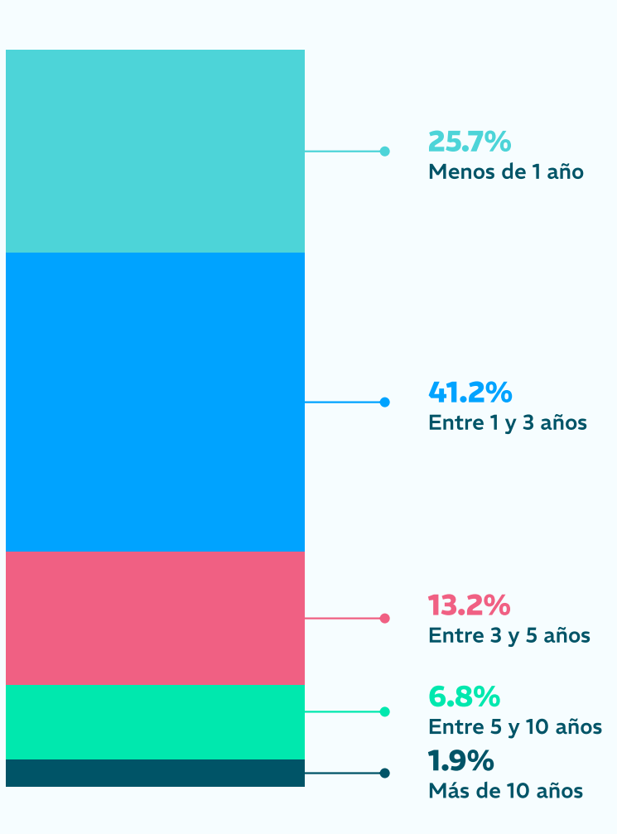
### TIEMPO EN OPERACIÓN



Promedio: 5.6 años

Respuesta única

### TIEMPO PARA SER RENTABLE



Promedio: 2.1 años

**11.2%** Aún no es rentable

Respuesta única

### EMPRESA FAMILIAR

| Sí | No |
|---|---|
| 56% | 44% |

Respuesta única

**Generaciones de la empresa familiar**

| | |
|---|---|
| Una generación (la actual) | 89.5% |
| Dos generaciones | 8.1% |
| Tres generaciones | 1.8% |
| Cuatro o más generaciones | 0.6% |

Respuesta única

### FIGURA LEGAL

| Persona Moral | No tiene | Persona Física |
|---|---|---|
| 18.2% | 21.7% | 60.1% |

Respuesta única

**Razones para no tener figura legal**

| | |
|---|---|
| Aún no tenemos el nivel de ventas deseado para formalizar el negocio | 66.1% |
| Altos costos de la constitución legal | 18.6% |
| No sabemos cómo constituir una empresa jurídicamente | 5.1% |
| No conocemos los beneficios/no lo vemos necesario | 3.4% |
| No queremos pagar impuestos | 3.4% |
| Altos costos de servicios contables | 3.4% |

### 2.2 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

Respuesta múltiple

### FUENTES DE CAPITAL
(Inversión)

| | |
|---|---|
| Recursos de las y los socios | 88.2% |
| Recursos de familiares o amistades | 26.5% |
| Ventas/utilidades generadas por la empresa | 23.9% |
| Recursos públicos/Programas gubernamentales | 4.4% |
| Inversionistas ángeles | 1.8% |
| Recursos públicos/Fondos de banca de desarrollo | 1.5% |
| Fondos de inversión/Capital de riesgo | 1.1% |
| Becas o premios de instituciones públicas o privadas | 1.1% |
| Fondeo colectivo fintech (*crowdfunding*) | 0.4% |

Respuesta múltiple

### FUENTES DE PRÉSTAMOS Y CRÉDITO

| | |
|---|---|
| Recursos de las y los socios | 45.4% |
| Bancos | 16.9% |
| Recursos de familiares o amistades | 15.8% |
| Financieras no bancarias/fintech/Sofomes, Sofipos, etc. | 7.7% |
| Recursos públicos/Programas gubernamentales | 6.0% |
| Proveedores | 5.3% |
| Fondos de inversión/Capital de riesgo | 1.1% |
| Recursos públicos/Fondos de banca de desarrollo | 1.1% |
| No ha obtenido préstamos/créditos | 37.0% |

Respuesta múltiple

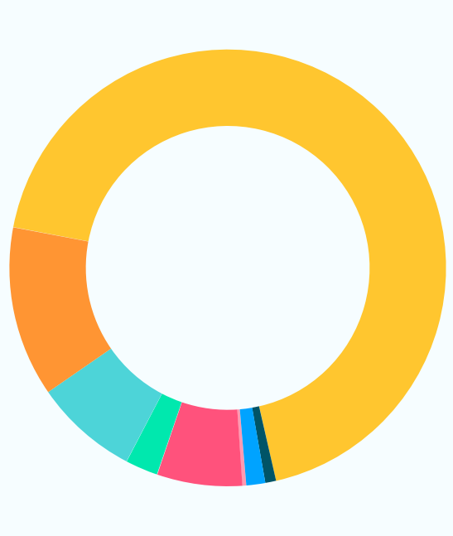
**Razones para no obtener préstamos o crédito**

| | |
|---|---|
| No se solicitaron/nunca lo requerimos | 81.0% |
| Nos solicitaban un mejor historial crediticio | 7.6% |
| Nos solicitaban comprobar mayores ingresos | 4.8% |
| No cumplíamos con toda la documentación requerida | 4.8% |
| Nos solicitaban una propiedad en garantía | 3.8% |
| Nos solicitaban un mayor tiempo en operación | 3.8% |
| No sabe | 1.9% |

### 2.3 PERFIL COMERCIAL

Respuesta única

### FACTURACIÓN ANUAL
(en millones de pesos)



| | |
|---|---|
| Menos de $500 mil pesos | 68.3% |
| Entre $500,000 y $1 millón | 12.6% |
| De$1.01 a $4 millones | 7.7% |
| De $4.01 a $7 millones | 2.4% |
| De $7.01 a $35 millones | 6.3% |
| De $35.01 a $50 millones | 0.3% |
| De $50.01 a $100 millones | 1.4% |
| Más de $100 millones | 1.0% |

Respuesta única

### LO QUE OFRECE LA EMPRESA

| | |
|---|---|
| Servicios | 39.8% |
| Productos | 39.2% |
| Ambos | 21.0% |

Respuesta múltiple

### CANALES PRESENCIALES DE VENTA

**88%** de las empresas en Baja California venden por canales presenciales

| | |
|---|---|
| Local comercial (propio o arrendado) | 40.4% |
| Servicio a domicilio | 31.6% |
| En casa | 23.9% |
| Eventos/ferias/exposiciones/bazares | 21.4% |
| Reuniones en lugares externos (restaurantes, parques, etc.) | 17.2% |
| Mostrador de terceros | 8.1% |

Respuesta única

### EMPRESAS EXPORTADORAS

**13%** de las empresas en Baja California venden sus productos/servicios a otros países

| Sí | No |
|---|---|
| 12.6% | 87.4% |

Respuesta múltiple

### MEDIOS DE PAGO OFRECIDOS

| | |
|---|---|
| Transferencia electrónica | 83.5% |
| Efectivo | 80.3% |
| Depósito bancario | 48.9% |
| Terminal física para tarjeta de crédito/débito | 21.5% |
| Línea de pago referenciado | 10.6% |
| Orden de pago/pago a distancia | 8.5% |
| Código QR | 7.0% |
| Billetera electrónica/wallet | 5.3% |
| Marketplace | 2.8% |
| Sistema de cobros en sitio web | 2.5% |
| Tarjetas de prepago/regalo | 2.1% |
| Criptomonedas | 2.1% |
| Plataforma de gestión de eventos y venta e boletos | 0.7% |
| Vales de despensa | 0.4% |

Respuesta única

### MERCADO OBJETIVO

| Consumidor final (B2C) | Otras empresas (B2B) | Gobierno (B2G) |
|---|---|---|
| 72.4% | 27.3% | 0.3% |

Respuesta única

**Ventas a grandes empresas**

| | |
|---|---|
| Sí | 42.3% |
| No, nunca lo hemos intentado pero sí nos interesa | 20.5% |
| No, pero sí lo hemos intentado | 19.2% |
| No, no son nuestro mercado objetivo y no planeamos venderles en un futuro | 9.0% |
| No sé | 9.0% |

Respuesta múltiple

**Dificultades para vender a grandes empresas**

| | |
|---|---|
| Los plazos de pago eran muy largos | 40.0% |
| Nuestro precio era más alto que el de otros proveedores | 33.3% |
| No logramos contactar a la persona tomadora de decisiones | 26.7% |
| No estuvimos de acuerdo con alguna cláusula del contrato | 26.7% |
| Falta de requerimientos legales/fiscales/financieros | 20.0% |
| No podíamos cumplir con el volumen de productos/servicios requeridos | 6.7% |
| Los plazos de contratación eran muy largos/complicados | 6.7% |

Respuesta única

### PAGOS ATRASADOS

**20%** de las empresas **tienen atrasados pagos de facturas** por parte de sus clientes

*Aumenta a 41% entre las empresas B2B*

Respuesta única

**Pagos atrasados como porcentaje del total de ventas**

| | |
|---|---|
| 1 a 30% de las ventas | 75.8% |
| Entre 31 y 50% de las ventas | 12.1% |
| Entre 51 y 80% de las ventas | 6.9% |
| Entre 81 y 99% de las ventas | 1.8% |
| 100% de las ventas | 3.4% |

Promedio: 25.3%

**La infografía sobre la Radiografía del Emprendimiento en México® 2024, Edición Baja California, es una obra de la ASEM - Asociación de Emprendedores de México** (https://asem.mx/). Se encuentra sujeta a una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-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:** 286 encuestas online a emprendedores (fundadores de MIPYMES y grandes empresas) que residen en Baja California. El trabajo de campo se realizó del 28 de mayo al 12 de agosto de 2024. Los resultados tienen un nivel de confianza del 95% con un margen de error de 5.79%.

Consulta el informe

# RADIOGRAFÍA DEL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO® 2024

EDICIÓN BAJA CALIFORNIA

Un estudio de: asem Emprendedores de México ASELA     Con el apoyo de: Baja California Gobierno del Estado | Economía Secretaría de Economía e Innovación | Con el corazón por delante | Instituto Estatal del Emprendimiento de Baja California | Startups Baja

## 2.4 PRÁCTICAS EMPRESARIALES DIVERSAS

Respuesta única

### EMPRESAS DE BASE CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA*

*Invierten y/o desarrollan: patentes, robótica, software/hardware, innovación médica, etc

**11%** de las empresas en Baja California, invierten y/o desarrollan: patentes, robótica, software/hardware, innovación médica, entre otros

| Sí | No |
|---|---|
| 10.8% | 89.2% |

Respuesta múltiple

### USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA)

**47%** de las empresas utilizan IA en procesos clave de su gestión

Las empresas aplican la IA en:

| % | Uso |
|---|---|
| 56.0% | Diseño gráfico, comunicación, publicidad y marketing |
| 26.1% | Atención a clientes |
| 21.6% | Redacción de contenido editorial |
| 18.7% | Análisis de datos |
| 17.2% | Consultas, investigación e información |
| 15.7% | Gestión administrativa |
| 11.2% | Diseño de sitios web |
| 11.2% | Automatización y/u optimización de procesos |
| 9.0% | Proyección de costos y ventas |
| 7.5% | Desarrollo de productos, herramientas y servicios |
| 3.0% | Machine learning |
| 3.0% | Desarrollo de aplicaciones móviles (Apps) |
| 3.0% | Asistente de compras |

Respuesta múltiple

### PRÁCTICAS DE IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL

| Sí | No |
|---|---|
| 39.2% | 60.8% |

| Práctica | % |
|---|---|
| Contratación inclusiva (de personas con discapacidad, personas adultas mayores, etc.) | 48.2% |
| Los productos/servicios tienen como objetivo proteger/remediar el medio ambiente o combatir el cambio climático | 38.4% |
| Un porcentaje de los ingresos se dona a causas sociales/ambientales | 33.0% |

Respuesta múltiple

### PRÁCTICAS DE ECONOMÍA SOLIDARIA

| Sí | No |
|---|---|
| 43.0% | 57.0% |

| Práctica | % |
|---|---|
| Las decisiones estratégicas son tomadas por todos los trabajadores | 55.3% |
| La empresa fortalece a sus proveedores (les capacitan, les ayudan a formalizarse, etc.) | 26.0% |
| La propiedad de la empresa está distribuida entre todos los trabajadores | 25.2% |
| Los productos/servicios se producen y/o se ofrecen en comunidades con mayor marginación (sin acceso a agua, sin acceso a internet, etc.) | 10.6% |

## 2.5 VENTAS EN LÍNEA

Respuesta única

### VENTAS EN LÍNEA

| Sí | No |
|---|---|
| 43.0% | 57.0% |

Respuesta única

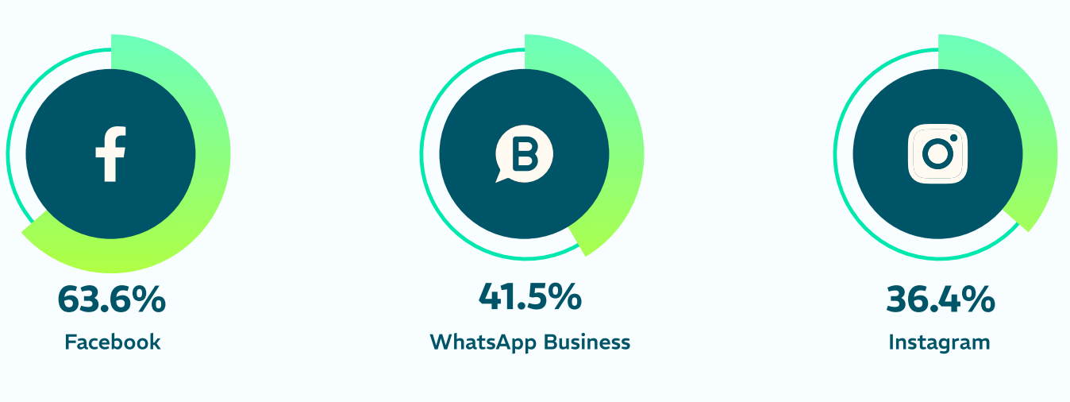
#### Motivos para no vender en línea

| Motivo | % |
|---|---|
| No lo consideramos necesario/ No forma parte del modelo de negocios | 41.1% |
| Aún no vendemos en línea, pero ya estamos por hacerlo | 22.7% |
| No sabemos cómo hacerlo | 17.8% |
| No tenemos el personal para hacerlo | 11.0% |
| Es muy costoso | 3.7% |
| No tenemos el tiempo para hacerlo | 3.7% |

Respuesta múltiple

#### Canales de ventas en línea*

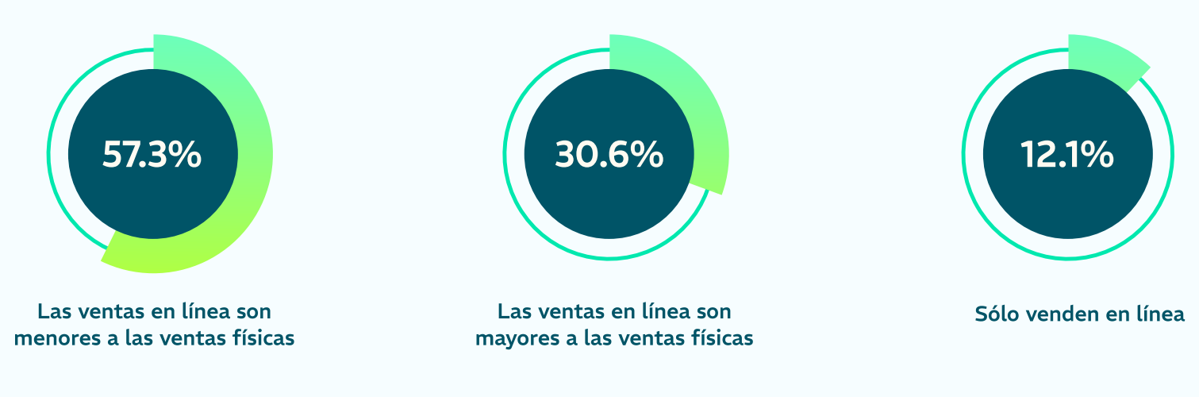
*Los datos hacen referencia al 43% de empresas con ventas en línea, no al total de las empresas en Baja California



| Canal | % |
|---|---|
| WhatsApp Messenger personal | 35.6% |
| Sitio web propio/ tienda online propia | 33.1% |
| Marketplace | 18.6% |
| Aplicación móvil propia | 7.6% |
| LinkedIn | 5.1% |
| TikTok Business | 3.4% |
| Tienda en línea con soluciones estandarizadas | 3.4% |
| Telegram | 2.5% |
| TikTok (personal) | 1.7% |
| Plataforma de gestión de eventos y venta de boletos | 1.7% |
| Marketplace de tiendas departamentales | 0.8% |

Respuesta única

### VENTAS EN LÍNEA VS. VENTAS FÍSICAS



Respuesta única

### DINÁMICA DE VENTAS EN LÍNEA

**59%** de las empresas no lograron aumentar sus ventas en línea respecto al año anterior

Respuesta múltiple

#### Dificultades para vender en línea

| Dificultad | % |
|---|---|
| Aumentar la difusión de los productos/servicios | 51.2% |
| Encontrar nuevas plataformas de venta | 34.7% |
| Garantizar una buena atención al cliente | 27.3% |
| Garantizar la disponibilidad de productos/servicios | 23.1% |
| Los altos costos de los medios de pago (comisiones, tarifas, etc.) | 12.4% |
| Ampliar la zona de entrega | 10.7% |
| Mejorar la logística de entrega propia | 9.9% |
| Los altos costos de las plataformas de venta | 9.1% |
| Los altos costos de la logística de cambios y devoluciones | 5.0% |
| Contratar una empresa de logística | 5.0% |

## 2.6 PROCESOS DIGITALES

Respuesta múltiple

### HERRAMIENTAS Y SERVICIOS DIGITALES UTILIZADOS*

*Los porcentajes hacen referencia al 59% de empresas que utilizan alguna herramienta o servicio digital de las mencionadas.

| Herramienta | % |
|---|---|
| Almacenamiento en la nube | 60.4% |
| Software de diseño | 54.4% |
| Antivirus | 40.2% |
| Hosting/ Almacenamiento de sitios web | 29.6% |
| Software contable | 27.8% |
| VPN para proteger la conexión en Internet | 23.1% |
| Email marketing | 20.1% |
| Software de administración de proyectos | 16.0% |
| CRM para gestionar la interacción con clientes | 15.4% |
| ERP para administrar la empresa | 12.9% |
| Software para gestionar inventarios | 8.9% |
| Contratos inteligentes | 5.3% |
| HRIS para gestión del personal | 2.4% |
| Gestión de gobierno corporativo | 0.6% |

Respuesta única

### EMPRESAS NO DIGITALIZADAS

**41%** de las empresas no utilizan herramientas o servicios digitales para la gestión empresarial

Respuesta múltiple

#### Motivos para no usar herramientas digitales

| Motivo | % |
|---|---|
| No lo consideramos necesario | 36.5% |
| No sabíamos de su existencia | 25.2% |
| No sabemos qué beneficios obtendremos al usarlas | 17.4% |
| Altos precios | 14.8% |
| Conocemos varias pero no sabemos cuál elegir | 10.4% |
| Son difíciles de usar | 6.1% |
| Temor a exponer la información de la empresa | 2.6% |
| Son difíciles de interconectar con otros sistemas de la empresa | 0.9% |

## SECCIÓN 3 · ÉXITOS Y FRACASOS

Respuesta múltiple

### ASPECTOS A MEJORAR EN LAS EMPRESAS

| % | Aspecto |
|---|---|
| 52.6% | Estrategia de ventas y fidelización de clientes |
| 44.6% | Comunicación, marketing y publicidad |
| 15.8% | Administración, control de presupuestos y cálculo de costos y precios |
| 10.2% | Planificación estratégica y medición de objetivos |
| 10.2% | El perfil crediticio para acceso a financiamiento |
| 8.8% | Digitalización, transformación digital |
| 8.1% | Conocimiento y cumplimiento de obligaciones fiscales y laborales |
| 7.4% | Capacidad de producción y operación (aumentar el volumen de los bienes/servicios) |
| 5.6% | Gestión contable, cálculo y provisión de impuestos |
| 4.6% | Contratación de más personal/ equipo de trabajo |
| 3.9% | Logística, almacenamiento y envío de productos |
| 3.2% | Análisis e interpretación de estados financieros |
| 1.4% | El proceso de reclutamiento, selección y gestión de talento |
| 1.1% | Relación entre los/as socios/as |
| 1.1% | Gobierno corporativo |

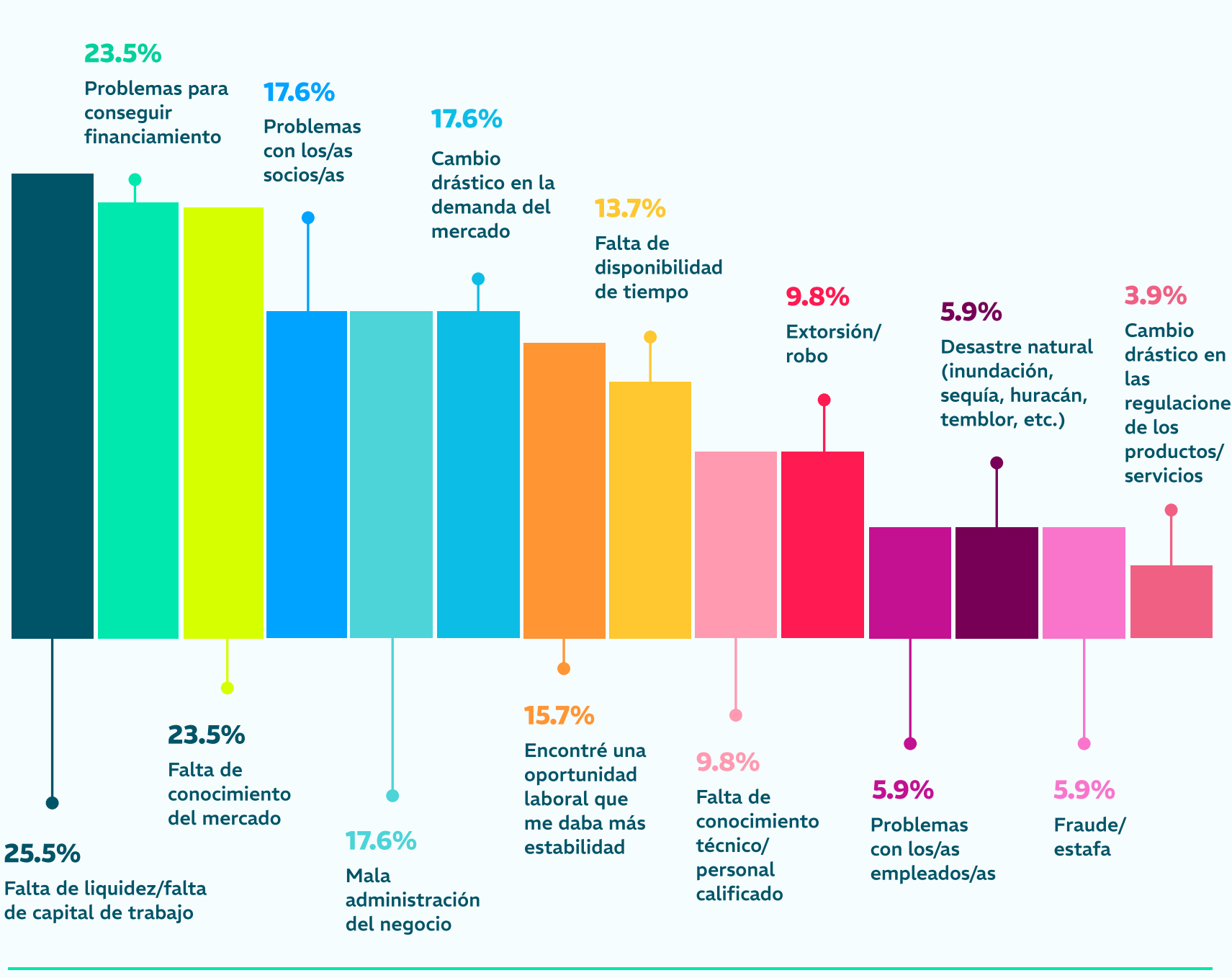
Respuesta única

### EXPERIENCIA CON EMPRESAS QUE NO FUNCIONARON

**18%** de las y los emprendedores han tenido alguna empresa que cerró

Respuesta múltiple

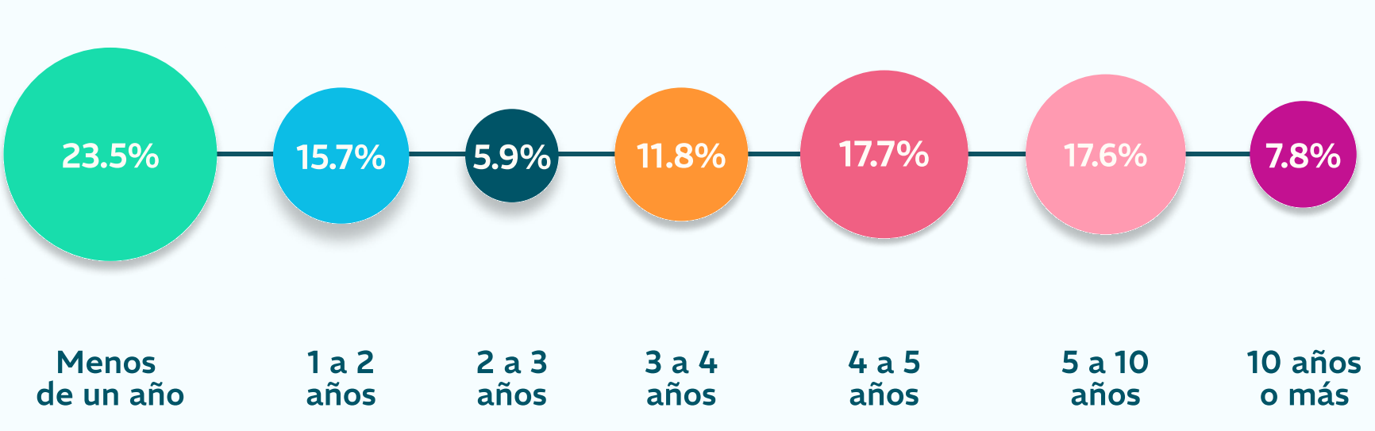
### MOTIVOS DE FRACASO



Respuesta única

### TIEMPO ANTES DEL CIERRE

**57%** de las empresas cerraron durante sus primeros cuatro años



| Promedio | 4 años |
|---|---|

Respuesta única

### SALIDA COMERCIAL

**6%** de las y los emprendedores han fundado alguna empresa que vendieron ("exit" comercial)

## SECCIÓN 4 · PERCEPCIÓN PAÍS Y POLÍTICAS PÚBLICAS

Respuesta única

### EVALUACIÓN DE CONDICIONES PARA EMPRENDER Y HACER NEGOCIOS

En una escala de 1 al 5, Baja California obtuvo una calificación promedio de: **2.9** en las condiciones para emprender y hacer negocios

(1=Malo, 5=Excelente)

| | Calificación promedio | Excelente | Muy bueno | Bueno | Regular | Malo |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Promoción y aceptación de la cultura emprendedora | 3.14 | 17.1% | 23.1% | 31.1% | 14.0% | 14.7% |
| Facilidad para entrar en el mercado | 3.12 | 14.4% | 21.3% | 59% | 15.4% | 11.5% |
| Acceso a herramientas tecnológicas para el desarrollo de la empresa | 3.06 | 15.4% | 19.9% | 35.0% | 15.0% | 14.7% |
| Acceso a personal calificado a contratar | 3.03 | 12.6% | 22.4% | 36.4% | 12.6% | 16.0% |
| Acceso a preparación o educación para emprender | 3.01 | 14.0% | 24.5% | 26.2% | 18.9% | 16.4% |
| Facilidad para realizar trámites | 2.78 | 12.6% | 16.4% | 28.0% | 22.0% | 21.0% |
| Calidad de la infraestructura física y los servicios públicos | 2.74 | 11.2% | 14.3% | 32.2% | 22.4% | 19.9% |
| Acceso a programas de desarrollo empresarial | 2.70 | 9.1% | 18.2% | 29.0% | 21.3% | 22.4% |
| Acceso a fuentes de financiamiento (deuda o capital) | 2.64 | 9.8% | 13.6% | 32.9% | 18.2% | 25.5% |
| Cobertura de seguridad pública | 2.42 | 9.4% | 9.1% | 26.2% | 24.8% | 30.5% |

*Se solicitó evaluar las condiciones (públicas y privadas) en la entidad donde factura la empresa

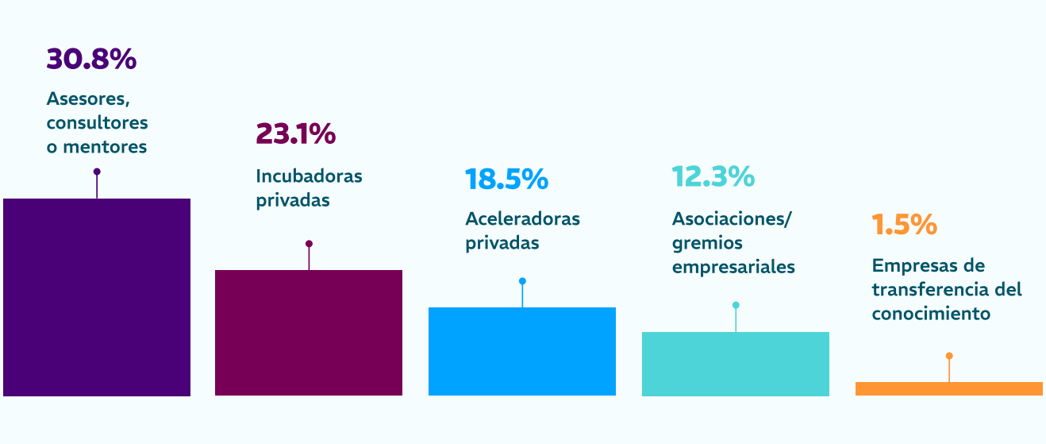
Respuesta única

### INSTITUCIONES QUE APOYAN A LAS EMPRESAS

**77%** de las empresas no ha recibido apoyo de instituciones públicas o privadas

Respuesta múltiple

### APOYO DE INSTITUCIONES PRIVADAS



Respuesta única

### APOYO DE INSTITUCIONES PÚBLICAS

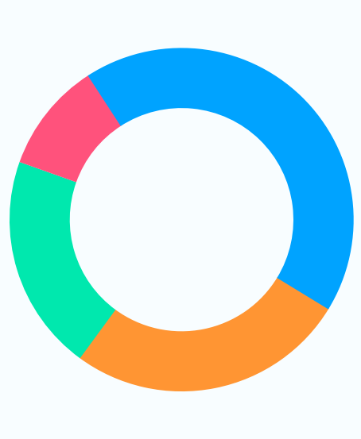
**59%** de las y los emprendedores solicitaron algún apoyo gubernamental **y no lo recibieron**

**43%** de las empresas en Baja California han solicitado algún apoyo gubernamental, **no lo recibieron**

**57%** Solicitaron y SÍ recibieron apoyo

Respuesta múltiple

#### Apoyos recibidos



| Apoyo | % |
|---|---|
| Gobierno estatal | 42.9% |
| Gobierno municipal | 26.5% |
| Gobierno federal | 20.4% |
| Centros de investigación/ instituciones de educación superior | 10.2% |

Respuesta única

### CONOCIMIENTO DE PROGRAMAS PÚBLICOS

**55%** de las y los emprendedores **no conocen** programas públicos de apoyo empresarial

Respuesta múltiple

### INICIATIVAS GUBERNAMENTALES PRIORITARIAS

| % | Iniciativa |
|---|---|
| 52.1% | Simplificar trámites burocráticos para la gestión empresarial |
| 27.1% | Esquema flexible para el pago de impuestos empresariales |
| 24.6% | Programas de transferencias monetarias a fondo perdido o créditos blandos para empresas |
| 21.1% | Promover el pago a proveedores en plazos justos* |
| 19.7% | Constituir cualquier sociedad mercantil y realizar actos corporativos en línea y sin costo |
| 19% | Iniciativas para dar mayor reconocimiento a la cultura emprendedora en la sociedad |
| 16.2% | Programas de fortalecimiento de capacidades de gestión empresarial |
| 15.1% | Incentivar inversión en emprendimiento de alto impacto (empresas con altas tasas de crecimiento acelerado) |
| 13% | Esquema flexible para el pago de cuotas obrero-patronales |
| 9.9% | Programas públicos que recompensen a las empresas que combaten el cambio climático |
| 8.8% | Implementar plataformas para aprovechamiento del nearshoring |

*Promover el pago a proveedores en plazos justos aumenta a 26.7% entre las empresas con más de tres años en operación

La infografía sobre la Radiografía del Emprendimiento en México® 2024, Edición Baja California, es una obra de la ASEM - Asociación de Emprendedores de México (https://asem.mx/). Se encuentra sujeta a una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-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: 286 encuestas online a emprendedores (fundadores de MIPYMES y grandes empresas) que residen en Baja California. El trabajo de campo se realizó del 28 de mayo al 12 de agosto de 2024. Los resultados tienen un nivel de confianza del 95% con un margen de error de 5.79%.

cc BY NC ND

Consulta el informe