

RESUMEN EJECUTIVO

REGIONAL ELENAS: IMPULSAR EL COMERCIO ELECTRÓNICO SOCIAL PARA EMPRENDEDORAS DE BAJOS INGRESOS (RG-Q0097)

En América Latina y el Caribe, casi 40% de las mujeres trabajadoras están empleadas en comercios, restaurantes, hoteles y el servicio doméstico, que constituyen el segmento más afectado, con los empleos más vulnerables a la crisis económica desencadenada por la pandemia de COVID-19¹. Las trabajadoras de la región de América Latina y el Caribe estaban más expuestas que los trabajadores a perder el empleo al comienzo de la pandemia. En la actualidad, más de 24 millones de mujeres han perdido el empleo. Lo que es peor, las mujeres tardan más que los hombres en reincorporarse al mercado laboral, y 59% de las mujeres que integran la fuerza laboral trabajan en el sector informal. Por todas estas razones, es de prever que las mujeres tiendan más a ser “emprendedoras por necesidad”.

El uso de Internet y la penetración del comercio electrónico han aumentado con rapidez en América Latina y el Caribe en los últimos años, y se prevé que la región presentará las tasas más elevadas de crecimiento de la penetración del comercio electrónico en los próximos años.

Además, alrededor de 11 millones de mujeres de América Latina y el Caribe realizan ventas por catálogo para obtener ingresos adicionales. Esta industria, aunque es popular en las zonas rurales y las poblaciones de bajos y medianos ingresos de la región, además de ser un motor de la actividad empresarial femenina, es anticuada e ineficiente. Las vendedoras deben usar un catálogo impreso, asumir el riesgo de inventario, entregar pedidos y cobrar facturas. Asimismo, la penetración del comercio electrónico en esas zonas y poblaciones es baja debido a la desconfianza en los nuevos canales digitales y a la falta de opciones para los pagos, los aspectos logísticos y los productos que se ofrecen a estos consumidores.

[Elenas](#) se creó en 2018 como plataforma de comercio electrónico social con el fin de ofrecer a millones de emprendedoras de la región los medios necesarios para crear sus propias tiendas en línea. Elenas conecta la confianza y la importancia cultural del modelo de ventas directas con la eficiencia y la tecnología del comercio electrónico. La empresa, orientada al mercado de productos para el estilo de vida —de US\$22.000 millones—, que combina el comercio electrónico y las ventas directas, alcanzó una tasa de captación de +4,5%² y US\$10 millones en ingresos anuales recurrentes, que representan un crecimiento de 10 veces en comparación con 2020, cuando Elenas inició sus actividades en Colombia, donde tiene más de 40.000 vendedoras activas. Con el financiamiento de la serie A del primer trimestre de 2021 ha extendido sus operaciones a México, donde ahora tiene 10.000 vendedoras activas y ha alcanzado un volumen bruto de mercadería anualizado (ventas) de US\$12 millones en un plazo de seis meses.

¹ BID 2020.

² Comisiones que cobran terceros vendedores o proveedores de servicios (por ejemplo, los proveedores de servicios de pagos, como PayPal) y los mercados en línea (por ejemplo, Amazon o eBay) sobre sus transacciones.

Elenas provee las herramientas, los productos y el apoyo operacional que las mujeres que aspiran a ser empresarias necesitan para poner en marcha sus tiendas en línea e impulsar su crecimiento. Estas emprendedoras usan la aplicación Elenas para crear su cartera de productos y darla a conocer por medio de su red social. Pueden ponerle nombre a sus tiendas, usar un logotipo y catálogos personalizados, y dar a conocer los catálogos de sus tiendas virtuales o los productos individualmente por medio de distintos canales de las redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram, etc.). Las vendedoras tienen acceso a existencias e información sobre los productos y plena transparencia en lo que se refiere a los saldos y los pagos por medio de la plataforma. Por último, en la plataforma tienen las herramientas necesarias para administrar su empresa, como material didáctico, incentivos continuos especialmente para ellas y recomendaciones personalizadas. En promedio, las emprendedoras que usan Elenas pueden aumentar sus ingresos mensuales hasta el 300%.

La compañía está cerrando su ronda de serie B, de US\$19,2 millones, encabezada por [DILA](#), un fondo privado de inversiones en capital constituido en México (en calidad de principal inversionista de la serie B), a la cual el principal inversionista aportará US\$2,5 millones. BID Lab tiene previsto realizar una inversión de hasta US\$2 millones en la compañía, con lo cual tendrá alrededor del 2,38% de su propiedad.