



**BUAP**

**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA**

---

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y  
MEDIANAS EMPRESAS**

**EDUCACIÓN FINANCIERA CON ENFOQUE DE  
ECONOMÍA SOCIAL DIRIJIDO A MUJERES  
EMPREDEDORAS DEL MUNICIPIO DE PUEBLA**

**TESIS**

**PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRA EN GESTIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y  
MEDIANAS EMPRESAS**

**PRESENTA  
LUCILA LEYVA CORTÉS  
No. CVU CONACYT 1275432**

**DIRECTOR DE TESIS  
DR. JOSÉ MAURO LARIOS SÁNCHEZ  
DIRECTOR**

**PUEBLA, PUE**

**08 JULIO, 2025**

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	2
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN APLICADA.....	2
Problema de Investigación.....	2
Pregunta general de Investigación.....	4
Preguntas específicas.....	4
<b>Premisas de la Investigación</b> .....	4
<b>Hipótesis de la Investigación</b> .....	4
Objetivos de la Investigación .....	5
General.....	5
Particulares.....	5
Justificación de la Investigación.....	5
Alcances y Limitaciones.....	6
CAPÍTULO 1. MARCO CONTEXTUAL.....	7
1.1 Introducción.....	7
1.2 La mujer poblana.....	9
1.3 La mujer emprendedora poblana.....	10
1.4 Programas de gobierno para la mujer.....	12
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	15
2.1 Introducción.....	15
2.2 Estado del arte.....	15
2.3 Fundamento teórico.....	18
2.3.1 Teoría del Just in time.....	18
2.3.2 Teoría de la penta hélice.....	19
2.3.3 Teoría de la calidad.....	20
2.3.4 Teoría de la economía social .....	21
2.3.5 Teoría del emprendimiento .....	22
2.3.6 Teoría de la economía feminista .....	23
2.4 Conceptos y Definiciones.....	23
2.4.1 Educación Financiera.....	24
2.4.2 Enfoque social .....	25
2.4.3 Economía Social .....	26
2.4.4 Tipos de Emprendimiento .....	26

2.4.5 Emprendedor y Empresario .....	28
2.4.6 Emprendedoras .....	29
CAPITULO 3. MARCO METODOLÓGICO.....	30
3.1 Introducción.....	30
3.2 Paradigmas en el emprendimiento feminista.....	30
3.2.1 Paradigma Fenomenológico .....	32
3.2.2 Paradigma Funcionalista.....	32
3.2.3 Paradigma Positivista.....	32
3.2.4 Paradigma de la economía social .....	33
3.3 Metodología aplicada.....	34
3.3.1 Observación participante .....	34
3.3.2 Historias de vida .....	35
3.3.3 Tipo de investigación .....	35
3.6.4 Tipo de método .....	37
3.6.5 Técnicas.....	37
3.6.6 Instrumentos .....	38
CAPÍTULO 4. ANÁLISIS Y RESULTADOS.....	46
4.1 Introducción.....	46
4.2 Resultados Cualitativos.....	47
4.3 Análisis Cualitativo.....	91
4.4 Resultados Cuantitativos.....	93
4.5 Análisis estadístico descriptivo.....	103
CONCLUSIONES.....	107
RECOMENDACIONES.....	110
PROPUESTA.....	110
REFERENCIAS.....	114
ANEXOS.....	123
Anexo 1: Tabla de Operacionalización de las variables.....	123
Anexo 2: Guía práctica para emprendedoras .....	125
Anexo 3: Folleto Taller “Aprende y emprende” .....	127

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se desarrolla en el marco de la Maestría en Gestión de las Pequeñas y Medianas Empresas de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. El estudio se centra en la educación financiera con un enfoque de economía social, dirigido a mujeres emprendedoras del municipio de Puebla. Este trabajo tiene como objetivo principal proponer una metodología que permita a las mujeres emprendedoras mejorar sus competencias financieras y, por ende, incrementar la sostenibilidad y éxito de sus negocios.

La investigación adopta un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos, con una mayor inclinación hacia el análisis cualitativo. A través de la observación y el descubrimiento de fenómenos, se busca ampliar el conocimiento sobre las dinámicas que afectan a las mujeres emprendedoras en Puebla. En el ámbito cuantitativo, se pretende medir y evaluar el impacto de la educación financiera en los emprendimientos liderados por mujeres, mediante un diagnóstico situacional que permita evaluar su comportamiento en el sector empresarial.

El estudio se estructura en varios capítulos que abordan desde el contexto y marco teórico hasta los fundamentos metodológicos y análisis de resultados. Se espera que los hallazgos de esta investigación proporcionen alternativas y estrategias que contribuyan al crecimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas dirigidas por mujeres en el municipio de Puebla.

Para ello se elaborarán 100 encuestas y también 10 entrevistas dado que la población a investigar es infinita. Finalmente se muestran algunos resultados del avance en el trabajo de campo y las conclusiones que inciden en lo que se pretende esperar de la futura investigación.

## PROYECTO DE INVESTIGACIÓN APLICADA

### Problema de Investigación

En las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el empoderamiento de las mujeres (ONU-Mujeres), se ha intentado alcanzar una vinculación con los medios de sostenibilidad y de vida, lo que les permite atender a sus familias, ser económicamente independientes y resilientes ante los cambios climáticos, sin embargo, las labores y cuidados del hogar son concebidas como trabajo no remunerado.

A decir del trabajo no remunerado del tema en turno; la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), señala que existe una brecha de género en el trabajo remunerado y no remunerado, lo que significa que éstas desarrollan actividades dentro de la vida personal y privada sin pago alguno.

En América latina los países que pertenecen a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), muestran una discrepancia en comparación con los países de desarrollo, dado a que la medición de indicadores considera factores más sociales (educación y salud), que económicos.

En México, la columna vertebral que sostiene la economía del país la constituye las micro, pequeñas, y medianas empresas. Según el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI. 2022), existen 4,1 millones de pequeñas y medianas empresas, que representan un 95.4 %; de las cuales 3.6 son pequeñas, y 0.8 son medianas. Lo que significa que estas contribuyen al 52 % del PIB. Sin embargo, estas cuentan con un alto porcentaje de quiebra en los primeros cinco años de actividad. (Aguilar y Recaman, 2015); (Ledesma, 2018).

De acuerdo con datos emitidos por la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX. 2022), apenas el 37% de las pequeñas y medianas empresas en el país, pertenecen a mujeres que se han enfrentado a la dificultad de mantener un nivel equiparable con el trabajo y las responsabilidades familiares,

siendo este un factor de quiebre aunado a la falta de conocimiento del mercado, falta de capital de trabajo y a la mala o nula educación financiera.

La educación financiera en México aún cuenta con una escasa inclusión social, debido a la desigualdad y altos niveles de endeudamiento por parte de los ciudadanos y esto reduce altamente los niveles de bienestar social y económico en el país.

Retomando al Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI, 2022), las mujeres en México aún son minoría: el 37% de emprendedores en México son mujeres, es decir, lideran únicamente tres o cuatro de cada diez pymes que hay en el país. Por lo que respecta a la edad que tienen las emprendedoras en el país, el 49% tienen entre 18 y 34 años, y el 41% entre 35 y 54 años.

Así mismo, es importante destacar que según la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresa (AMMJE, 2021) el 71%, son únicas dueñas de su propio negocio, y de éstas el 81% ofrecen productos principalmente enfocados al comercio, restaurantes y servicios diversos.

Uno de los motivos principales en este sector, consiste en que la mayoría intenta satisfacer sus necesidades económico-familiares, como alimentación, vivienda, y educación, por mencionar algunos. (Camarena, 2018)

Las empresarias poblanas se han concretado en el sector de comercio y servicios, las cuales explican que han decidido incorporarse a las actividades empresariales bajo los supuestos de una pérdida laboral, bajos salarios y debilitamiento de los sindicatos. (González y Sánchez, 2021)

## **Pregunta general de Investigación**

¿Cómo influye la educación financiera en el emprendimiento de las mujeres del municipio de Puebla?

## **Preguntas específicas**

¿Cuál es el impacto que existe en la brecha de género en el emprendimiento del municipio de Puebla?

¿Cómo contribuye el estudio teórico en el tema de la educación financiera y el emprendimiento de las mujeres del municipio de Puebla?

## **Premisas de la Investigación**

Tomando en cuenta que la presente investigación es de corte cualitativo, se presentan dos premisas principales que guiarán la metodología; estas consisten en:

- Los emprendimientos dirigidos por mujeres en el municipio de Puebla impactan de manera positiva en la economía social y familiar. Y, por otra parte;
- La falta de educación financiera y la presencia del trabajo no remunerado, así como la nula gestión administrativa, son las principales causas de quiebra de este sector.

## **Hipótesis de la Investigación**

A partir de las premisas antes mencionadas, se consideran las siguientes tres hipótesis que coadyuvan a atender las preguntas de investigación:

1. La falta de tiempo de las mujeres dedicadas al ámbito empresarial ocasiona que sus empresas tengan una duración de vida menor de cinco años.

2. La falta de capital económico de las mujeres empresarias del municipio de Puebla, provoca que los recursos financieros sean limitados para invertir

3. La falta de una adecuada planeación de las mujeres empresarias del municipio de Puebla, conduce al cierre definitivo de sus empresas sin motivación de continuar en dicho sector.

## **Objetivos de la Investigación**

### **General**

Analizar el impacto de los emprendimientos dirigidos por mujeres y su educación financiera en el municipio de Puebla, a través de un diagnóstico situacional protocolario, que permita evaluar el estado que guarda en el sector empresarial.

### **Particulares**

- Objetivo particular 1. Identificar conceptos asociados a la educación financiera de las emprendedoras de pequeñas y medianas empresas en el municipio de Puebla.
- Objetivo particular 2. Elaborar una revisión teórica que permita identificar el marco paradigmático y metodológico en el tema de las mujeres emprendedoras.
- Objetivo particular 3. Diagnosticar los principales motivos que enfrentan en la toma de decisiones para emprender una pequeña o mediana empresa en el municipio de Puebla.
- Objetivo particular 4. Proponer un diseño metodológico, que permita contribuir al desarrollo y ejecución posterior del trabajo de campo con relación a los temas de mujeres y emprendimiento.

## **Justificación de la Investigación**

A continuación, se presentan tres razones fundamentales que justifican la presente investigación:

La primera consiste en que los emprendimientos de las mujeres muestran una brecha de desigualdades, debido a que estas realizan más horas de trabajo no remunerado (hogar); debido al mayor tiempo de dedicación en el hogar existe un descuido constante de la empresa a cargo; aunado a una falta de conocimientos enfocados a la educación financiera (ahorro, crédito, presupuesto, inversión, intereses, rendimiento e ingresos), y gestión administrativa (planeación, organización, dirección y control).

Palacios-Duarte, Saavedra & Cortés, 2020; Comparan en su estudio el rendimiento de los ingresos de emprendedores hombres y mujeres en México, y determinan los factores que impulsan el emprendimiento femenino. Y uno de sus hallazgos principales, es que las empresas lideradas por mujeres tienen menores rendimientos que las lideradas por hombres, y las mujeres suelen emprender por necesidad más que por oportunidad.

Es por ello que es relevante estudiar el tema de los emprendimientos dirigidos por mujeres en el municipio de Puebla; dado que se busca cerrar las barreras a las que se enfrentan, y buscar alternativas óptimas que les permitan empoderarse, traducidos en el desarrollo y crecimiento de las pymes.

Otra relevancia, radica en que se pretende promover estrategias de gestión administrativa y financiera que coadyuben a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MPYMES), de mujeres empresarias.

### **Alcances y Limitaciones**

Dado que la presente investigación será de tipo mixta, los alcances en lo cualitativo serán descriptivos y explicativos y en lo cuantitativo será exploratorio.

Contribuyendo así al campo de conocimiento científico, que pretende sumar alternativas para el desarrollo y crecimiento de las pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres. Y aunque también explora el papel que tiene el

estado en este fenómeno, no pretende desarrollar alguna política pública encaminada a este tema.

También se podrá describir y analizar la historia de vida de mujeres emprendedoras de Puebla, a través de la entrevista a profundidad, con la intención de lograr niveles de entendimiento que ayuden reforzar la parte exploratoria en la que a través de la encuesta se proporcionen los datos cuantitativos que la sostienen.

La investigación cualitativa, se basó en la interpretación subjetiva de los datos, lo que puede limitar la investigación con ciertos sesgos y resultados no generalizables. Y una de sus limitantes fue hacer coincidir los horarios disponibles de las entrevistadas, con los horarios del canal de difusión.

La investigación cuantitativa puede no capturar la experiencia subjetiva y emocional de las encuestadas, lo que puede limitar la comprensión de sus necesidades y desafíos. Y una de sus limitaciones fue que a pesar de que se compartió el formulario vía virtual, muchas mujeres no contaban con el tiempo disponible para contestarlo o temían que tuviera consecuencias fiscales para sus negocios, ya que muchas se encuentran en la informalidad.

Es por ello que la investigación aborda ambos tipos, para tener una mejor claridad sobre el tema.

## **CAPÍTULO 1. MARCO CONTEXTUAL**

### **1.1 Introducción**

La presente investigación, se desarrolla en el municipio de Puebla, con el propósito de identificar el impacto de la educación financiera en la participación de las mujeres en la economía, mediante micro, pequeñas y medianas empresas.

Puebla cuenta con una superficie de 34,306 km<sup>2</sup>. Es una de las 32 entidades federativas de México que se localiza al centro-oriente del país.

Figura 1. Mapa de la ubicación de Puebla en México



Fuente: Secretaría de Gobierno del Estado de Puebla

Según datos del Censo de Población y Vivienda (2022), realizado por el INEGI, la entidad cuenta con un total de 5, 779,829 habitantes, conformados por 3, 011,290 mujeres (52.1%) y 2, 768,539 hombres (47.9%).

El informe Doing Business 2015, elaborado por el Banco Mundial y la Corporación Financiera Internacional, posicionó a Puebla en el lugar número 11 dentro de las ciudades mexicanas evaluadas por su entorno favorable para emprender actividades empresariales.

Por su parte, cifras del INEGI del año 2023 indican que existen 333,957 micro, pequeñas y medianas empresas (MPYMES) operando en el estado. Entre las principales ramas económicas de Puebla destacan el comercio, la industria manufacturera, el sector agrícola, la construcción y los servicios. De acuerdo con información publicada por el Gobierno de México (2016), las industrias consideradas estratégicas para la región incluyen la automotriz y la de autopartes.

Tomando en cuenta las estadísticas del país, si sólo el 37% de éstas pertenece a mujeres (INEGI, 2022); para la presente investigación se estudiarán solo 190, 355 MPYMES, que son las del municipio de Puebla, dirigidas por mujeres.

Esto con el fin de buscar sus principales retos a la hora de emprender, sus principales desafíos ya con el negocio en marcha y el como influye de esta manera la educación financiera de las poblanas.

Coadyuvar al crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas, dirigidas por mujeres, requiere la atención de elementos relacionados como el empoderamiento económico de las mujeres, el reconocimiento de desigualdades estructurales y la necesidad de políticas públicas que protejan y promuevan la igualdad de oportunidades para las mujeres.

Algunas autoras como González Marín (2008), han hecho promoción a la igualdad de género destacando cómo el feminismo ha pasado de ser un movimiento académico, a una respuesta radical a las debilidades del mismo feminismo. Marina & de la Válgoma (2000) dicen que "La lucha por la igualdad de género sigue enfrentando desafíos significativos."

Gómez Suárez & Miano Borusso (2006), mencionan cómo en Oaxaca, las tehuanas son reconocidas por su independencia, fortaleza y liderazgo en el comercio y la vida comunitaria

Lagarde (2012), enfatiza la necesidad de políticas públicas y legislaciones que protejan a las mujeres y garanticen su acceso a la justicia.

## **1.2 La mujer poblana**

A través de la historia, la mujer siempre ha tenido un papel fundamental para su desarrollo; sin embargo, algunas de sus responsabilidades como la maternidad y/o en las labores del hogar, han hecho que sus aportaciones a la sociedad no siempre sean tan reconocidas.

Sin embargo y ante ello; se mencionan a continuación, tres mujeres poblanas y sus contribuciones, para contextualizar su relevancia:

1. María del Carmen Serdán Alatraste fue una mujer poblana y la primera guerrera que empuñaba las armas y disparaba las primeras balas de la

Revolución Mexicana en 1910. Sin embargo, hasta hoy no ha sido suficientemente analizada (CNDH, 2018).

2. Carmen Caballero Camarillo de Cortés fue una activista política que no solo logró el voto femenino en México decretado el 17 de octubre de 1953, sino que también fue precursora de sus derechos cívicos (Reyes, 2024).
3. Olimpia Coral Melo Cruz, impulsora de entornos digitales seguros y libres de violencia hacia mujeres y niñas, además de ser la creadora del Frente Nacional para la Sororidad, una organización colectiva enfocada en brindar respaldo y acompañamiento a personas afectadas por agresiones en plataformas digitales (Velazco, 2024).

Sin embargo, y aunque actualmente se vea más presencia de la mujer en Puebla; según el Consejo Estatal de Población del Gobierno de Puebla (2023); hoy existen 3,252, 416 niñas y mujeres de entre 3-30 años de las cuales solo 935,741 asisten a la escuela. Lo cual no representa ni al 50% del total.

### **1.3 La mujer emprendedora poblana**

El estado de Puebla a destacado ha nivel nacional por empresas como “Chiles la morena”, “Italpasta”, “Chipileta”, “Leche Tamariz” y “Peñafoel”. Sin embargo dichas empresas no han estado al mandó de mujeres (Rodríguez, 2023).

Pero como se ha mencionado con anterioridad, la mujer poblana ha fungido un papel muy importante en la historia; y no la excluye del ámbito empresarial, en Puebla, algunas de las empresarias más destacadas son:

- Pilar Minutti Stefanoni quien creó y fundó Topolino; ella lo inició a la edad de 13 años con una nevera afuera de su casa para ayudar a su familia en 1988.
- Concepción Madrid quien fundó a pastelerías “La zarza”, ella tomó la decisión de trabajar para ayudar a su esposo horneando pasteles en casa en 1991.

La equidad de género en el acceso a recursos y oportunidades sigue siendo una lucha constante. Es esencial que se implementen políticas que promuevan la inclusión y el empoderamiento económico de las mujeres empresarias en Puebla (Moreno, 2023).

### **En comparación con otros estados de México**

Según Paz Calderón y Espinosa Espíndola (2019), en su estudio sobre emprendimiento femenino en México, las mujeres emprenden principalmente por necesidad, enfrentando obstáculos como desempleo, precariedad laboral y falta de acceso a financiamiento. Esto coincide con lo observado en Puebla, donde las mujeres también enfrentan barreras estructurales como la doble jornada (trabajo y cuidados), escasa educación financiera y falta de capital.

Además, el estudio de Palacios-Duarte (2025), muestra que las mujeres jefas de hogar deben esforzarse casi tres veces más que los hombres para cubrir los gastos familiares, lo que refuerza la motivación económica detrás del emprendimiento femenino. En Puebla, muchas mujeres emprenden para sostener a sus familias, especialmente en sectores como comercio y servicios.

### **En comparación con otros Países de América Latina**

El análisis de Saavedra García (2022), sobre emprendimiento femenino en Latinoamérica revela que la mayoría de las mujeres emprenden por necesidad, no por oportunidad, así como, existe un fuerte temor al fracaso que limita su crecimiento.

Aunque por otro lado, la innovación y el uso de tecnología aumentaron durante la pandemia y sus emprendimientos predominan en el sector de servicios.

Estos hallazgos reflejan patrones similares a los de Puebla, donde las mujeres también se concentran en sectores tradicionales y enfrentan limitaciones estructurales.

## 1.4 Programas de gobierno para la mujer

Algunos de los programas en apoyo a los emprendimientos dirigidos por mujeres en la ciudad de Puebla actualmente son:

- El apoyo a mujeres emprendedoras con capacitación para el trabajo que ofrece el H. Ayuntamiento de Puebla, 2021-2024.

En este programa se ofrecen más de 67 cursos de profesionalización para el autoempleo, se imparten de manera gratuita y proporcionan una constancia de acreditación. Esta iniciativa busca fomentar la participación de las mujeres en la vida social y económica, así como su inserción al mercado laboral.

Liliana Ortiz Pérez, Presidenta Honoraria del Sistema Municipal DIF, señaló que esta iniciativa tendrá un impacto significativo al responder a una de las principales necesidades de las mujeres en Puebla: el fortalecimiento de su autonomía económica (Ayuntamiento de Puebla, 2023). En la capital del estado, más de 90 mil mujeres se desempeñan como trabajadoras independientes, según cifras del INEGI (2022). Mediante los talleres de formación profesional, se busca impulsar su crecimiento personal y brindarles herramientas para alcanzar un desarrollo integral. Entre las áreas laborales en las que podrán capacitarse se incluyen la carpintería, la pintura sobre cerámica, la producción de artículos de higiene, productos de limpieza, jabones cosméticos, bisutería, globoflexia y la elaboración de velas aromáticas, entre otras opciones.

- Por su parte la Secretaría para la Igualdad Sustantiva de Género (2023), está impartiendo el Curso de Educación financiera con perspectiva de género II. En el, aborda las herramientas más importantes y necesarias para las Mujeres Poblanas Emprendedoras, ya que menciona que, el emprendimiento femenino tiene un impacto muy positivo en la economía, al contribuir al crecimiento económico y generación de empleo en el municipio de Puebla.

Algunos de los temas que expone este curso son: la inteligencia emocional, el cómo tolerar a las personas y frustraciones laborales, así como el aumentar la capacidad de trabajar en equipo y algunos conceptos, como lo son la negociación y la resiliencia ante el fracaso y la importancia de crear proyectos visionarios que alcancen la profunda monetización para generar entonces un impacto social.

- La Secretaría de Trabajo del Gobierno de Puebla también impulsa programas de apoyo mediante la creación de modelos productivos enfocados en el sector social de la economía. Estas iniciativas fortalecen mecanismos que promueven la participación activa de las mujeres, reconociendo su papel fundamental en el aumento de la productividad estatal, la generación de riqueza y el fortalecimiento financiero de cooperativas y proyectos asociativos.

Este esquema de apoyo tiene como propósito promover el modelo cooperativista entre mujeres emprendedoras mediante procesos de formación orientados al desarrollo de habilidades laborales que incrementen sus posibilidades de éxito. La iniciativa se fundamenta en principios de solidaridad, asociatividad y compromiso comunitario, buscando fortalecer capacidades para la inclusión productiva y financiera, así como posicionar a la economía social como una alternativa viable para un empleo justo, autogestionado y sustentable.

El programa cuenta con cobertura en los 217 municipios del Estado de Puebla y está dirigido a mujeres mayores de 18 años que residan en la entidad, especialmente aquellas en situación de subocupación, búsqueda activa de empleo, ocupadas de manera independiente o interesadas en adquirir herramientas para el autoempleo. Se prioriza la atención a mujeres que enfrentan barreras para integrarse al mercado laboral, como jóvenes, madres solteras, mujeres con discapacidad, adultas mayores, indígenas, afrodescendientes, migrantes, refugiadas, preliberadas y habitantes de comunidades con altos niveles de marginación o carencias sociales.

Dentro del catálogo de capacitaciones para las mujeres, se encuentran cursos de: Corte y Peinado de Cabello, Pastelería y Dulces finos, Colocación de Pestañas, Elaboración de Jabones Artesanales, Elaboración de Postres, Aplicación de Uñas, Inglés, Francés, Alemán, entre otros. En los que se sugiere se ofrezca la parte de negocio.

- Otro tipo de apoyos que existen actualmente son los económicos para mujeres emprendedoras a través de programas como: el Apoyo Productivo a la Mujer Poblana y el programa de microcréditos (Gobierno de Puebla, 2024).

El apoyo productivo a la mujer, detalla que el apoyo financiero varía según las necesidades y características de cada beneficiaria y no se especifica un monto fijo ni la frecuencia exacta de los apoyos.

El programa de microcréditos, tiene el objetivo de proporcionar apoyo financiero a mujeres emprendedoras para fomentar el desarrollo de sus negocios, en el microcrédito individual se otorgan de \$10,000.00 a \$15,000.00 pesos y en el microcrédito comunal se dividen tres etapas: en la primera etapa se otorgan \$6,000.00 pesos, en la segunda etapa \$8,000.00 y en la tercera etapa \$11,000.00 pesos.

Los requisitos en ambos programas incluyen una Identificación oficial vigente, comprobante de domicilio, carta de Adhesión al Programa: Firmar la carta ante BANCA AFIRME, S.A., Carta de Manifestación: Firmar la carta ante BANCA AFIRME, S.A., Comprobante de domicilio vigente: Con máximo 3 meses de antigüedad y especificar la antigüedad del negocio: tener mínimo 1 año de antigüedad para un local bien establecido y seis meses en el caso de microcréditos comunales.

- El programa Banca de la Mujer, lanzado por el Gobierno de Puebla (2025), busca impulsar el emprendimiento femenino mediante microcréditos, capacitación y asesoría especializada. Este programa ofrece dos tipos de créditos:

Microcréditos individuales: Dirigidos a mujeres con pequeños negocios o emprendedoras con negocios formales. Los montos van de 35 mil a 60 mil pesos, con tasas fijas anuales del 10% y 11.5%, y plazos de 12 a 18 meses.

Créditos MIPYME: Diseñados para mujeres empresarias con al menos dos años de operación fiscal. Los montos van desde 500 mil hasta 5 millones de pesos, con tasas de interés del 14.75% y plazos de hasta 60 meses.

Ambos tipos de crédito incluyen capacitación y asesoría para que las beneficiarias puedan gestionar estratégicamente los recursos financieros disponibles

Sin embargo, la difusión de estos programas es carente, ya que no cuenta con una publicidad extensa. Se recomendaría a las áreas de comunicación de estas dependencias creen vínculos para su difusión, incluso en universidades, proveedores.

## **CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Introducción**

En el siguiente apartado, se presenta el estado del arte, o bien, investigaciones previas reacionadas al tema de investigación, así como tres dimensiones teóricas, la primera va enfocada a las corrientes teóricas que permean en el tema de la administración científica, así como del emprendimiento. Por otra parte, se muestran los fundamentos teóricos (paradigmas), que clarifican la consecución de la investigación para el posterior trabajo de campo. Por lo tanto, y dado que el tema de la educación financiera con perspectiva de género se ha apoyado de la administración científica, se presentan a continuación algunas de las teorías de la administración clásica que han servido de base para el desarrollo de la presente investigación.

### **2.2 Estado del arte**

Diversas investigaciones con participación en la economía, han constatado los problemas financieros a los que se enfrentan las mujeres al momento de emprender.

Algunos de estos mencionan que aunque la mujer mexicana como empresaria, ha conseguido autonomía por avances en materia tanto escolar, como laboral; estos progresos se han visto afectados por los modelos tradicionales de vida familiar, conyugal y parental. En otras palabras, a pesar de la visible presencia de la mujer en la economía, aún existen disparidades y rezagos sociales, económicos y culturales que persisten en amplios sectores de la población mexicana (Rojas, 2016).

Tal es la investigación de los desafíos que mencionan las autoras Goyal y Yadav (2014), en cuanto al emprendimiento femenino, en donde sostienen que las mujeres emprendedoras están contribuyendo cada vez más al crecimiento económico de sus respectivos países. Pero, al mismo tiempo, encaran retos de mayor magnitud en comparación con los de sus contrapartes masculinas.

Por otra parte, Barhate y Patgaonkar (2012), postulan que existen factores socioculturales y de estatus en las mujeres que constituyen otro importante obstáculo para su perfeccionamiento como emprendedoras, así como el dominio característico que ejerce el varón sobre la mujer y la falta de confianza en sí mismas.

Aunque por cada cien micro, pequeñas y medianas empresas; 37 pertenecen a mujeres, pero en el mercado informal se encuentran más del 56% de estos establecimientos dirigidos por mujeres (INEGI, 2022).

En diversos contextos de economías en desarrollo, es común que los hombres asuman el rol exclusivo de tomadores de decisiones dentro del hogar, delegando a sus esposas la responsabilidad principal de la crianza de los hijos. Las mujeres tienden a estar vinculadas culturalmente con tareas relacionadas al cuidado

familiar, al mantenimiento del hogar y a la atención de los menores (Sánchez-Vargas, Herrera-Merino y Perrotini-Hernández, 2015).

Estudios señalan que, en comparación con sus parejas y otros miembros del hogar, ellas suelen dedicar más tiempo al trabajo doméstico, el cual suele repartirse de manera desigual (Martínez-Salgado y Rojas, 2016). En muchos casos, las mujeres casadas son vistas como una extensión de la figura masculina, y su condición dentro del núcleo familiar depende en gran medida de la postura del esposo y del número de hijos que conforman la familia.

Otras investigaciones han evidenciado que, al momento de iniciar un emprendimiento, las mujeres enfrentan mayores niveles de temor que los hombres, siendo el miedo a agresiones sexuales uno de los factores más mencionados para evitar participar en actividades empresariales (Altamonova, Murillo y Mosquera, 2015). Asimismo, los elevados índices de violencia de género y los casos frecuentes de acoso sexual contribuyen a que muchos hombres justifiquen dinámicas de control dentro del hogar, generando inseguridad y malestar emocional entre las mujeres (Narendran, 2012).

Estas condiciones impactan negativamente en su capacidad para establecer un equilibrio entre el desarrollo profesional y la vida personal (Gilbert, 1997), especialmente durante el proceso de formación emprendedora. Además, las responsabilidades impuestas a mujeres en situación de dependencia, junto con las limitadas oportunidades de acceso a recursos económicos y sociales, dificultan que puedan ahorrar, capacitarse y consolidar sus iniciativas. Esto frena también el despliegue de su potencial creativo en el ámbito empresarial (Mwobobia, 2012).

A pesar de los múltiples desafíos estructurales, a partir de la segunda mitad del siglo XX, las mujeres han incrementado significativamente su participación en el ámbito empresarial, ocupando espacios que tradicionalmente eran exclusivos para los hombres. Rodríguez-González (2013) sostiene que los retos enfrentados por las emprendedoras no difieren sustancialmente de aquellos que encaran los hombres; no obstante, el obstáculo más persistente para ellas es lograr que su

labor sea tomada con seriedad. La incursión femenina en el emprendimiento está condicionada por diversos factores que operan como barreras estructurales.

Entre los más destacados se encuentran el control ejercido por figuras masculinas, la carencia de seguridad económica y respaldo familiar, la falta de confianza personal, las responsabilidades domésticas, el temor ante situaciones de violencia sexual, el acoso, y la sobrecarga de tareas asignadas a las mujeres en el entorno familiar. Todos estos elementos limitan sus oportunidades de desarrollarse como agentes autónomos dentro del ecosistema empresarial.

Pese a los múltiples obstáculos que enfrentan, el estudio de Torsten Kollind (2015) revela que el emprendimiento en América Latina ha crecido en un 24%, tanto en hombres como en mujeres, superando el promedio mundial, que apenas alcanzó el 15%. No obstante, en el caso de México, la representación femenina en cargos de alta dirección continúa siendo limitada.

Las mujeres ocupan únicamente el 31% de estos puestos, mientras que su presencia en juntas directivas varía entre el 7% y el 10%. Además, solo el 2% de las mujeres mexicanas son empresarias, en contraste con el 6% de los hombres (OCDE, 2024). En términos generales, menos de una tercera parte de los cargos gerenciales están en manos de mujeres, y su participación en puestos ejecutivos es de una por cada diez hombres. Esta brecha se reproduce también en otras economías en desarrollo, donde las emprendedoras enfrentan una notable carencia de apoyos estructurales que les permitan iniciar y consolidar sus negocios (GEM, 2014).

## **2.3 Fundamento teórico**

Para poder conceptualizar y fundamentar de manera científica el objetivo de la investigación es de vital importancia analizar las siguientes teorías:

### **2.3.1 Teoría del Just in time**

El pensamiento filosófico de Just in time de Edward J. Hay, alberga conceptos como calidad, eficiencia y disminución de costos, términos que permean como herramienta que busca efficientar los procesos de producción; costo es hacer de la materia prima directa mínima con los recursos disponibles, lo que significa, hacer uso óptimo de los inventarios, con las menores mermas posibles.

La teoría o filosofía Just Time de Taiichí Ohno, permite aprovechar los recursos, reduciendo costos para promover un impacto en la satisfacción del cliente. Asimismo, contribuye a:

- Eliminar tareas y recursos innecesarios
- Efficientar los procesos de producción
- Suministrar información en el desvío de procesos
- Reducir desperdicios
- Identificar errores y optimizar los procesos de gestión

Por lo tanto, utilizando esta teoría es posible identificar los errores que se están cometiendo en los emprendimientos dirigidos por mujeres en el municipio de Puebla.

### **2.3.2 Teoría de la penta hélice**

La teoría de la Penta hélice enuncia un modelo de creación de conocimiento e innovación, a través de la coordinación entre sus cinco hélices representadas por los siguientes elementos y sus respectivas aportaciones:

1°: por el capital legal representado por las instituciones gubernamentales, de donde emana la normatividad que fomentan o inhiben la interacción entre el resto de los subsistemas o hélices.

2°: constituido por las empresas e industrias que conforman el capital económico, aportando la infraestructura dirigida a la innovación (capital, maquinaria, tecnología, talento y cualidad emprendedora).

3°: El sistema educativo, integrado por las Instituciones de Educación Superior (IES) y los Centros de Investigación, etiquetado como el capital intelectual, contribuyendo con el capital humano importante para la investigación y difusión del conocimiento.

4°: La sociedad y los medios de comunicación, configurando el capital social a través de la cultura y los medios de información, que inciden en las demás dimensiones a través del crecimiento demográfico, factores poblacionales.

5°: El medio ambiente y los recursos naturales que conforman el capital natural, integrado por tierra, mar, minerales, plantas y animales.

En resumen la Penta hélice se centra en la interacción dinámica de sus cinco hélices, integradas por los ejes compuestos por la academia, el gobierno, las empresas, la sociedad y finalmente el medio ambiente. Su propósito es aumentar el valor en la sociedad a través del esfuerzo por promover el conocimiento y comprender una gestión que sea de calidad, apoyada en una situación en la que todos ganan (ganar-ganar) entre la ecología, el conocimiento y la innovación, dando pasos hacia un desarrollo sostenible y efectivo, en favor del equilibrio de la naturaleza, para permitir a las generaciones futuras una mejor calidad de vida, ya que tanto el modelo cuádruple hélice como Penta hélice están socialmente orientadas (Carayannis y Campbell, 2019)

La educación financiera justamente debe aprenderse desde la educación universitaria básica, aplicarse en la industria y tomarse en cuenta en la regulación de mercados que hace el gobierno.

### **2.3.3 Teoría de la calidad**

El estadístico Edwards Deming fue pionero de esta teoría en los años veinte, la cual por sus siglas en inglés TQM (Total Quality Management), se ha convertido en un pilar fundamental de las empresas para enfrentar el reto del cambio de paradigma en la forma de hacer negocios.

Para los años cincuenta, Deming ya había encaminado a la industria japonesa a ocupar el primer lugar de calidad en el mundo, afirmando que el 94% de los problemas de calidad en las empresas, son responsabilidad de la alta gerencia.

Actualmente esta teoría sigue aplicándose, bajo la columna vertebral de su enfoque la cual considera algunos principios, como:

1. Mejoramiento permanente del producto o servicio.
2. Abolir la práctica de hacer los negocios solamente basados en el precio, "se debe comprar calidad".
3. Entrenar/Capacitar a los trabajadores, enseñándoles cómo hacer mejor el trabajo.
4. Erradicar el temor para que todo el mundo pueda trabajar eficientemente en la empresa.
5. Derribar las barreras que existen entre los departamentos y que impiden hacer bien un trabajo.
6. Tomar medidas para la transformación

Lo que se pretende proponer con esta teoría, son los cambios o estrategias que coadyuven al crecimiento de las pymes en el municipio de Puebla dirigidas por mujeres.

### **2.3.4 Teoría de la economía social**

Defourny y Delvetere (2003) señalan que el término "economía social" tuvo sus orígenes en Francia durante el primer tercio del siglo XIX, y fue empleado durante mucho tiempo con un enfoque amplio, abarcando especialmente a agrupaciones laborales basadas en la cooperación y el apoyo mutuo como mecanismos para hacer frente a sus precarias condiciones de vida. De manera paralela, desde la teoría económica, pensadores como Walras y J. S. Mill (2004) subrayaron la relevancia de las asociaciones comunitarias de trabajadores, destacando el valor del principio de autoayuda como fundamento esencial de estas iniciativas.

Monzón (2004) señala que en la segunda mitad del siglo XIX, la economía social experimentó una transformación significativa, influenciada por las ideas de Leon Walras. Al igual que J. S. Mill, Walras reconocía el valor de las cooperativas como instrumentos clave para abordar los conflictos sociales. Estas organizaciones no buscan eliminar el capital, sino transformar el sistema productivo hacia una lógica menos capitalista, integrando principios democráticos tanto en el plano económico como en el moral.

Con estos antecedentes, es importante enfatizar cómo en la actualidad, la teoría de la economía social es fundamental para coadyuvar a los problemas sociales tales como el tema que gira la investigación.

### **2.3.5 Teoría del emprendimiento**

La teoría del emprendimiento se introduce por primera vez en el año 1755 por Richard Cantillon. Cantillon define al emprendedor como un individuo que asume riesgos, compra productos a un precio determinado y los vende a un precio incierto, desempeñando un papel fundamental en el equilibrio entre la oferta y la demanda. Posteriormente, en 1803, Jean Baptiste Say amplía este concepto al incluir habilidades gerenciales, destacando la capacidad del emprendedor para coordinar y combinar factores de producción. Estas ideas iniciales marcaron el comienzo de las investigaciones sobre el emprendimiento en el ámbito económico.

Actualmente, en el contexto general de las teorías de emprendimiento, se reconoce que factores sociales, culturales y personales, como los roles sociales y las expectativas de género, pueden influir en las oportunidades y desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras (Terán-Yépez y Guerrero-Mora, 2020).

Comprender las corrientes teóricas del emprendimiento, puede ayudar a desarrollar programas educativos que integren conceptos tanto de emprendimiento como de educación financiera. Esto permitiría no solo crear emprendedores innovadores, sino también preparar a individuos con las herramientas necesarias para manejar sus negocios y finanzas personales de manera sostenible.

### **2.3.6 Teoría de la economía feminista**

La teoría de la economía feminista comenzó a tomar forma en la década de 1980, con el trabajo pionero de Marilyn Waring, quien publicó el libro *If Women Counted* en 1988. Este texto criticó la forma en que los sistemas económicos tradicionales excluyen el trabajo no remunerado de las mujeres y el valor de la naturaleza en las cuentas nacionales. Su obra marcó un hito en el desarrollo de esta corriente teórica, que busca incluir perspectivas de género en el análisis económico.

Vara (2006), menciona que esta corriente teórica, además busca analizar y cuestionar las desigualdades de género en los sistemas económicos tradicionales y menciona también que algunos de sus conceptos centrales incluyen: el reconocimiento del trabajo no remunerado (poner énfasis en el trabajo doméstico y de cuidados, que a menudo no se valora ni se mide en las estadísticas económicas tradicionales), la perspectiva interseccional (examinando factores como género, raza, clase y orientación sexual influyen en las desigualdades económicas), el cuestionamiento de los supuestos tradicionales (critica modelos económicos que asumen al "hombre económico" como racional y aislado, proponiendo enfoques que incluyan la cooperación y la empatía) y la revalorización de lo comunitario (promoviendo la importancia de las redes sociales, la cooperación y las relaciones humanas en lugar de enfocarse únicamente en el crecimiento económico).

Como puede observarse, esta corriente aplicada a la educación financiera no solo beneficia a las mujeres, sino que también genera un impacto positivo en la sociedad al promover una economía equitativa.

### **2.4 Conceptos y Definiciones**

Para entender el tema de la educación financiera con enfoque de economía social dirigido a las mujeres emprendedoras del municipio de Puebla, es importante conocer algunos conceptos y definiciones que guiarán el trabajo metodológico. Los cuales se muestran a continuación:

### **2.4.1 Educación Financiera**

De acuerdo con Bansefi, la educación financiera implica un proceso formativo orientado al fortalecimiento de habilidades y actitudes que, a través de información clara y herramientas elementales de gestión y planificación económica, permiten a las personas: a) tomar decisiones con criterio económico en sus contextos personales y sociales, y b) hacer uso efectivo de productos y servicios financieros para elevar su bienestar bajo condiciones seguras y confiables.

Dicho de otro modo y para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), “La educación financiera es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar”.

Mungaray, González y Osorio (2021) examinan la influencia de la educación financiera en el bienestar económico de la población mexicana. Como parte de su estudio, desarrollaron un índice específico para medir este tipo de educación en el país y comprobaron que su incremento se correlaciona positivamente con el ingreso mensual promedio de los ciudadanos. Para estos autores, la educación financiera representa un proceso de formación mediante el cual las personas adquieren conocimientos y habilidades relacionadas con el funcionamiento del mercado financiero, lo que les permite comprender mejor la economía, acceder a servicios bancarios y capitalizar oportunidades de inversión.

Otro artículo titulado "Contexto de la educación financiera en México" de Amezcua, Arroyo y Espinosa (2014), dice que la educación financiera se refiere al conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que permiten a las personas tomar decisiones informadas sobre el uso de productos y servicios financieros. Esto incluye la planificación financiera, el entendimiento de derechos y obligaciones, y la adopción de hábitos responsables en el manejo de recursos económicos.

Mencionado lo anterior, se puede decir que la educación financiera consiste en un proceso que ayuda a las personas a desarrollar habilidades, conocimientos y actitudes para tomar decisiones económicas informadas y responsables en su vida cotidiana. A través del entendimiento de conceptos financieros y la adquisición de herramientas de planificación y administración de recursos, las personas pueden utilizar productos y servicios financieros con mayor seguridad, mejorar su calidad de vida y aprovechar oportunidades de inversión.

#### **2.4.2 Enfoque social**

El enfoque social se centra en las relaciones humanas y su interacción con el entorno. Este enfoque destaca la importancia de las normas sociales, culturales y económicas en la búsqueda de un desarrollo sostenible (Foladori y Tommasino, 2000).

Quintero (2019), explica que el enfoque social subraya que el aprendizaje no solo es individual, sino que también está profundamente influido por el entorno cultural, social y simbólico del individuo, permitiéndole transformar su conocimiento y adquirir nuevas destrezas.

El enfoque social, se refiere también a la interdependencia entre el desarrollo de la salud de la población y el desarrollo social, considerando factores como la pobreza, inequidad, globalización y privatización (García, 2011).

En conclusión, el enfoque social, es un concepto integral que subraya la interacción entre los seres humanos y su entorno, y reconoce la influencia profunda de factores culturales, sociales, simbólicos y económicos, así como en el aprendizaje y la salud de la población. Este enfoque no solo busca entender las normas y relaciones dentro de una sociedad, sino también cómo estas pueden impactar la equidad, la globalización y otros desafíos contemporáneos como la pobreza y la privatización. Su perspectiva destaca la interdependencia entre el desarrollo individual y colectivo, promoviendo transformaciones que son esenciales para un progreso inclusivo y equitativo.

### **2.4.3 Economía Social**

La economía social es un modelo económico alternativo que ha evolucionado desde finales del siglo XX. Este modelo se centra en generar beneficios con criterios de impacto social, abordando problemáticas como la desigualdad, la democratización de recursos y priorizando a las personas sobre el capital. Además, busca construir una sociedad más equitativa mediante prácticas socioeconómicas sostenibles y orientadas al propósito comunitario y equitativo (Duque, P., Meza, O. E., Giraldo, D., & Barreto, K., 2021).

Rojas (2019), menciona en su estudio “Aproximación sociológica al significado de los términos: economía popular, economía social y economía solidaria en México”, que la economía social es un sistema de trabajo asociativo-autogestionario, es decir, un modelo que se centra en la colaboración y la autogestión por parte de los trabajadores, ofreciendo una alternativa a la lógica de acumulación capitalista.

En otras palabras, esto significa que, los trabajadores colaboran de manera organizada para gestionar sus actividades, sin depender de jerarquías tradicionales como en empresas capitalistas. En este enfoque, se da prioridad al bienestar colectivo, la participación igualitaria y el desarrollo local, en contraste con la acumulación de capital como objetivo principal.

### **2.4.4 Tipos de Emprendimiento**

Vélez-Romero y Ortiz (2016) haciendo referencia a otros autores, explican que existen diferentes tipos de emprendimientos, los cuales se mencionan a continuación:

- Emprendimiento por necesidad: en este emprendimiento, se obtienen bajos niveles de ingresos, utilidad y activos; los cuales, son generados

principalmente para vivir el día a día. Se caracteriza por no tener una planificación o visión de crecimiento para el futuro.

- Emprendimiento tradicional: cuenta con un crecimiento por su estructura competitiva pero no cumple con criterios de ventas, rentabilidad y sostenibilidad alta.
- Emprendimiento dinámico: cuenta con un crecimiento rápido, rentable y sostenido, gracias a un nivel de ventas.

Y por otra parte, según su tamaño, la clasificación que señalan es la siguiente:

- Emprendimientos pequeños: Son aquellos negocios gestionados directamente por su propietario, generalmente con ayuda de pocos colaboradores, quienes suelen ser familiares. Ejemplos comunes incluyen tiendas de abarrotes, salones de belleza, panaderías y comercios similares.
- Emprendimientos escalables: Se trata de iniciativas empresariales que inician con una estructura modesta, pero están diseñadas para lograr un crecimiento sustancial. Un ejemplo representativo son las startups de base tecnológica, que tienen potencial de expansión acelerada en periodos relativamente cortos.
- Emprendimientos de gran escala: Corresponden a empresas de mayor tamaño con ciclos de vida definidos, las cuales requieren un proceso constante de innovación en sus productos y servicios para mantenerse competitivas. Esto implica un esfuerzo continuo en investigación y en la interpretación de las dinámicas cambiantes del mercado.

Palacios y Monserrate (2019), agregan a la clasificación de los tipos de emprendimiento, los siguientes:

- Emprendimiento social: Este tipo de iniciativa no busca posicionarse en el mercado por medio de la competencia tradicional, sino que tiene como propósito generar beneficios para la comunidad. Generalmente opera bajo esquemas sin fines de lucro, y enfoca sus esfuerzos en áreas clave como la educación, los derechos humanos, la salud y la

protección del medio ambiente, promoviendo la innovación con impacto social.

- **Emprendimiento basado en innovación:** Se refiere a proyectos empresariales que surgen a partir de procesos de investigación y desarrollo, con el objetivo de introducir soluciones novedosas. Esta estrategia permite que el producto o servicio responda directamente a las necesidades del público meta, ofreciendo una ventaja competitiva significativa al momento de ingresar al mercado.
- **Emprendimiento por oportunidad:** Este tipo de iniciativa empresarial surge ante la identificación de una necesidad urgente o una posibilidad concreta de negocio. Requiere de una notable capacidad para reconocer, aprovechar y materializar dichas oportunidades de manera eficaz.
- **Emprendimiento basado en incubación:** No depende de circunstancias emergentes, sino que se fundamenta en un proceso planificado y previo de desarrollo. Su propósito es atender necesidades estables y ampliamente reconocidas en el mercado, mediante la creación de nuevos productos que se diseñan y lanzan conforme a una programación estratégica.
- **Emprendimiento imitativo:** Consiste en replicar productos o servicios que ya han demostrado éxito comercial. Esta imitación puede realizarse mediante el desarrollo de una versión renovada del producto o a través de un modelo de franquicia, incorporando elementos innovadores que generen valor añadido para el consumidor.

#### **2.4.5 Emprendedor y Empresario**

Pérez, Torres, Torralba & Salgado, 2024; en su artículo "*Características y elementos del fenómeno emprendedor*", explican que tanto el emprendedor como el empresario juegan roles fundamentales en la mejora de las condiciones de vida de las comunidades, pero tienen diferencias clave y los definen como:

- **Emprendedor:** persona con capacidad de innovar, crear y construir algo a partir de casi nada. Tomando riesgos calculados y percibiendo oportunidades donde otros ven caos. Se caracteriza por su creatividad, liderazgo y capacidad para asumir riesgos.
- **Empresario:** individuo que establece y maneja negocios con el propósito principal de obtener ganancias y crecer. Se distingue por su comportamiento innovador y su deseo de emplear estrategias de gestión prácticas.

Ambos son esenciales para el desarrollo económico y social, generando empleo y contribuyendo al crecimiento equilibrado y autónomo del país.

#### **2.4.6 Emprendedoras**

La Real Academia Española, define como emprendedor o emprendedora, al sujeto que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas.

Olmos dice que para definir emprendedor/a, deben tomarse en cuenta diferentes puntos de vista, ya que el concepto puede variar según la materia de estudio; por ejemplo:

a) **Perspectiva económica:** La emprendedora es aquella mujer que logra integrar recursos, trabajo, materiales y otros activos empresariales de forma que incrementa el valor de la organización.

b) **Perspectiva psicológica:** Desde el enfoque de sus características personales, las mujeres emprendedoras suelen estar motivadas por fuerzas internas como el deseo de logro, la experimentación, la realización personal o la búsqueda de autonomía frente a figuras de autoridad.

c) **Origen del término "emprendedor":** La palabra entrepreneur, que surgió en el siglo XVII, significa literalmente "mediador". En sus inicios, era empleada para describir a quienes lideraban expediciones, exploraciones o maniobras militares.

d) Una emprendedora es una mujer que toma el riesgo de comprar a precios seguros y vender a precios inciertos y que es innovadora.

e) Una emprendedora es una agente de cambio en la economía; sirviendo a nuevos mercados o creando nuevas maneras de realizar las cosas hacen que la economía avance.

f) Una emprendedora es una mujer que tiene los beneficios de asumir la incertidumbre y el riesgo, pero también toma riesgos moderados.

g) Una emprendedora es la persona que crea nuevas organizaciones, es innovadora, es una organizadora económica y tiene crecimiento en época de riesgo o incertidumbre.

Por lo tanto, podemos concluir que las emprendedoras son mujeres perseverantes, valientes, sin miedo al fracaso y siempre dispuestas a trabajar, para después salir exitosas (ya sea tarde o temprano) en la lucha por lograr sus objetivos.

## **CAPITULO 3. MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 Introducción**

Existen tres fuentes teóricas que guiarán el trabajo de campo, dos de ellas corresponden a aquellos que envuelven el tipo cualitativo, y la última corresponde al enfoque cuantitativo; respecto de las primeras se tiene que:

### **3.2 Paradigmas en el emprendimiento feminista**

El emprendimiento feminista no solo se trata de la creación de negocios por mujeres, sino de la transformación de estructuras económicas y sociales que han históricamente limitado su participación. Para comprender este fenómeno, es fundamental analizarlo desde diversos paradigmas teóricos que aportan diferentes perspectivas sobre su desarrollo y sus implicaciones.

Por ello, a continuación se justifica, como desde el paradigma fenomenológico, se busca profundizar la experiencia vivida de las mujeres emprendedoras, comprendiendo cómo perciben y construyen su realidad dentro del sector empresarial. Este enfoque permite examinar sus motivaciones, obstáculos y estrategias desde una perspectiva subjetiva y centrada en su conciencia individual y colectiva.

Otro paradigma es el funcionalista que ofrece un marco estructural que analiza el emprendimiento femenino dentro del sistema socioeconómico, estudiando la manera en que las empresas lideradas por mujeres contribuyen al desarrollo y a la estabilidad social. A través de este enfoque, se pueden identificar patrones que favorecen la adaptación y permanencia de estas iniciativas en diferentes entornos económicos.

Por otro lado, el paradigma positivista proporciona herramientas cuantitativas para medir el impacto del emprendimiento femenino, utilizando datos empíricos para analizar factores como la generación de empleo, el acceso a financiamiento y el crecimiento de los negocios. Este enfoque permite la creación de políticas públicas basadas en evidencia para fomentar el desarrollo económico con perspectiva de género.

Y finalmente, el paradigma de la economía social ofrece una visión alternativa, en la cual el emprendimiento feminista se concibe como un mecanismo de transformación social que busca resolver problemáticas que ni el mercado tradicional ni el Estado han abordado satisfactoriamente. Este enfoque enfatiza la importancia de la cooperación, la equidad y el bienestar colectivo en la creación de modelos económicos más inclusivos y sostenibles.

A partir de estos paradigmas, el presente trabajo de campo busca explorar el emprendimiento feminista desde una perspectiva integral, reconociendo los distintos factores que inciden en la experiencia de las mujeres en el ámbito empresarial y proponiendo estrategias para fortalecer su participación en la economía.

### **3.2.1 Paradigma Fenomenológico**

El paradigma fenomenológico, según Edmund Husserl es un método que busca describir los modos y maneras a través de los cuales los fenómenos se presentan a la conciencia (Estrada, 2018). En otras palabras, este método permite analizar, descubrir, conocer y finalmente comprender un fenómeno.

Es importante tener en cuenta que los programas sociales en específico las mujeres en su desenvolvimiento empresarial sea utilizado para los fines distintos a los establecidos, haciendo que se no se desvirtúe el objetivo de la investigación.

Asimismo; Max Scheler, formuló la teoría axiológica donde menciona y diferencia los valores sensibles, los ligados a la experiencia cotidiana (Estrada, 2018); mismo que se encuentra ligado a generar experiencias y aprender de los fenómenos sociales que ocurren alrededor, como lo es el caso de la presencia de la mujer en el sector empresarial.

### **3.2.2 Paradigma Funcionalista**

Para el paradigma funcionalista, según Armin Nassehi, plantea el esquema problema/solución. (Cadena, 2016). Para lo cual, es importante hacer uso de la observación, misma que es requerida para el trabajo de campo y dar solución a un problema como es el empleo de las mujeres y cómo funciona su empresa. De este modo, aprendan sobre la vida laboral, y continúen a pesar de los cambios de los entornos socioeconómicos.

Para Malinowski, las entidades o grupos sociales forman parte de un sistema que cuenta con normas, reglas y leyes de operación, cada grupo de personas tiene una función en particular que pretende alcanzar fines en común como: bienestar, compromiso, colaboración y cambios con el impacto social. En este caso en particular, se tiene que está formado con diferentes sistemas que se encuentran plasmadas y explicadas en las reglas de operación.

### **3.2.3 Paradigma Positivista**

Para A. Comte en Corbeta (2007), el positivismo se refiere a los fenómenos sociales que están sometidos a leyes naturales, por lo que se intentan aplicar principios y deducir los objetos de estudio.

Herrera (2024), explica que el paradigma positivista, también llamado paradigma cuantitativo, empírico-analítico o racionalista, busca explicar, predecir y controlar fenómenos mediante la verificación de teorías y leyes. Con el objetivo de aumentar la comprensión de los fenómenos naturales y mejorar la capacidad de predecir y controlar aspectos del mundo.

Por lo tanto este paradigma afirma que el conocimiento proviene de lo observable; con la verificación empírica, es decir, que los resultados pueden basarse mediante un número de eventos, en evidencia acumulada de situaciones específicas y/o en relaciones entre fenómenos en términos de semejanza, sucesión y coexistencia.

Sus explicaciones se caracterizan por el uso de las matemáticas, la lógica, la observación, la experimentación y el control.

### **3.2.4 Paradigma de la economía social**

Para Chavez y Monzon (2018), este modelo observa a la economía, desde el análisis del comportamiento cultural y político de una sociedad. En concreto, para identificar los problemas que no han tenido soluciones satisfactorias ni por parte del Estado y las administraciones públicas, ni por parte del sector empresarial.

Finalmente, la relación entre los paradigmas y la metodología aplicada (observación participante e historias de vida) junto con los instrumentos de investigación (encuesta y entrevista), radica en la forma en que cada enfoque epistemológico orienta la recolección y el análisis de datos en el estudio del emprendimiento feminista.

Los paradigmas guían la forma en que se seleccionan y aplican las metodologías e instrumentos en la investigación del emprendimiento feminista. Cada enfoque aporta una perspectiva distinta, permitiendo obtener un análisis integral que

combine la experiencia subjetiva, la función estructural, la medición cuantitativa y el impacto social.

### **3.3 Metodología aplicada**

Tomando en cuenta a Gurdían (2021), tanto la técnica de la entrevista como el método de las historias de vida, tienen mayor sintonía epistemológica e induce a un hito de la exploración, el descubrimiento, así como los hallazgos que permitan la verificación o comprobación de resultados.

#### **3.3.1 Observación participante**

La observación participante es un método de investigación que implica la participación activa del investigador en el contexto de estudio, con el objetivo de recopilar datos ricos y detallados sobre las experiencias, comportamientos y perspectivas de los participantes. (Creswell, 2014).

La observación participante se relaciona estrechamente con las investigaciones de tipo mixto (cuantitativa y cualitativa) de varias maneras:

1. Triangulación de métodos: La observación participante proporciona datos cualitativos que pueden ser triangulados con datos cuantitativos para validar los resultados.
2. Profundidad y amplitud: La observación participante ofrece una comprensión profunda del contexto, mientras que los métodos cuantitativos proporcionan una visión más amplia y generalizable.
3. Información contextualizada: Los datos cualitativos de la observación participante pueden ser utilizados para contextualizar y interpretar los resultados cuantitativos.

El método de observación participante fue seleccionado por su aplicabilidad en investigaciones mixtas, ya que facilita la recopilación de información detallada y contextualizada sobre el fenómeno estudiado. En el marco de la investigación en

curso, su uso ha permitido: comprender las prácticas reales de las emprendedoras y empresarias, además de datos numéricos reales sobre sus negocios, y también permitió recoger relatos personales sobre desafíos, creencias y motivaciones que afectan su educación financiera.

### **3.3.2 Historias de vida**

Por otra parte, Corbeta (2007), menciona que es fundamental explorar bajo un método deductivo y una investigación estructurada, los datos que quieran comprobarse sobre un hecho, para lo cual esta investigación se basará en la encuesta, con el fin de proporcionar datos estadísticos, variables y correlaciones, que puedan medir y comprobar los diferentes aspectos a los que se enfrentan las empresarias del municipio de Puebla. A partir de esto, y del objetivo planteado en la presente investigación, se presenta la metodología que guiara el trabajo de campo.

### **3.3.3 Tipo de investigación**

Esta investigación, es de carácter mixto, ya que busca analizar cómo un programa de educación financiera con enfoque de economía social puede impactar en la mejora de las capacidades empresariales y la calidad de vida de mujeres emprendedoras. A través de un diseño que combina análisis cualitativo y cuantitativo, se pretende comprender las necesidades específicas de este grupo, evaluar la efectividad de las estrategias implementadas y proponer recomendaciones que contribuyan a reducir las brechas existentes.

### **La importancia de la investigación cualitativa**

La investigación cualitativa es muy valorada por su capacidad para profundizar en la comprensión de fenómenos sociales y humanos. Algunos de los autores que mencionan su importancia son:

Páramo (2019), en su artículo destaca que la investigación cualitativa es crucial para entender las perspectivas de las personas y los sujetos sociales, especialmente en el ámbito de la enfermería.

Corona (2018), en su trabajo sobre fundamentos epistemológicos, teóricos y metodológicos de la investigación cualitativa, subraya la importancia de esta metodología para obtener una comprensión más profunda y detallada de los fenómenos estudiados. También destaca que este enfoque se fundamenta en las experiencias subjetivas e intersubjetivas de los participantes, lo que permite una comprensión más profunda de los fenómenos sociales.

Berumen (2022), menciona que la investigación cualitativa actúa como una lupa que permite sumergirse más profundamente en la comprensión de diversos fenómenos, enfocándose en palabras, imágenes y conceptos para descubrir patrones y significados más sutiles.

### **La importancia de la investigación cuantitativa**

La investigación cuantitativa es fundamental en la ciencia y la academia por su capacidad para proporcionar datos objetivos y precisos que permiten la replicabilidad y la prueba de hipótesis. Algunos autores que destacan su importancia son:

Calero (2000), resalta que la investigación cuantitativa permite eliminar el papel del azar y cuantificar la relevancia de un fenómeno mediante la reducción relativa del riesgo. Esto es crucial para la validez externa y la generalización de los resultados.

Berumen (2022), la investigación cuantitativa ayuda a obtener una comprensión objetiva y precisa de fenómenos sociales, económicos o naturales mediante el análisis de datos numéricos.

Esto permite identificar relaciones, patrones y tendencias que son esenciales para la toma de decisiones informadas

Ya que se va a medir el grado de cumplimiento e impacto, que representa la mujer en la actividad económica del municipio de Puebla.

Es por ello que, para el tema de la educación financiera con enfoque de economía social dirigido a las mujeres emprendedoras del municipio de Puebla, la investigación consistirá los dos enfoques: cualitativo y cuantitativo, o bien, será de tipo Mixta.

#### **3.6.4 Tipo de método**

En lo cualitativo se utilizará el estudio de casos y el de historias de vida, mientras que, para lo cuantitativo, se aplicará el método no probabilístico por conveniencia, dado que la población es infinita.

A decir del muestreo por conveniencia, se tendrán como meta un número de 100 encuestadas y 10 entrevistadas.

#### **3.6.5 Técnicas**

Dado que la investigación es de tipo mixta, para el análisis cualitativo se utilizará la entrevista y para el cuantitativo la encuesta.

Según Hernández Sampieri (1997), las entrevistas pueden clasificarse en tres categorías principales:

- I. Entrevista estructurada: Se caracteriza por su rigidez metodológica, ofreciendo escaso o nulo margen para que el entrevistador profundice en las respuestas o explore nuevas líneas de indagación.
- II. Entrevista semiestructurada: Permite una mayor flexibilidad, similar a una conversación dirigida, en la que el investigador puede adaptar las preguntas y profundizar según las respuestas del participante.
- III. Entrevista no estructurada: Consiste en un diálogo libre cuya finalidad es recabar información relevante para el estudio, sin seguir un esquema fijo, aunque guiado por un tema central implícito.

Para el tema en turno, se aplicará la entrevista semiestructurada, con el fin de generar confianza y obtener los datos más reales posibles.

Según Hernández Sampieri (1997), un cuestionario a través de una encuesta, es una de las técnicas más utilizada para la recolección de datos; este consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. Donde además, se puede utilizar el escalamiento tipo Likert.

Este cuestionario servirá para medir las actitudes y conocimientos de las mujeres que participan en el sector empresarial del municipio de Puebla.

### **3.6.6 Instrumentos**

Por lo tanto, para la entrevista se muestra el siguiente guión y para la encuesta el siguiente cuestionario:

#### **I. Entrevista**

##### **INTRODUCCIÓN**

Tomando en cuenta que la investigación a realizar será de tipo mixta, el instrumento a aplicar para la parte cualitativa será la entrevista semiestructurada, la cual se realizará a mujeres emprendedoras del municipio de Puebla bajo un guión, compuesto por las siguientes preguntas. (Las preguntas se adaptarán a las circunstancias y necesidades específicas de cada persona mujer a entrevistar). Y está estructurada en cinco dimensiones que abarcan la información personal, historia emprendedora, desafíos, impactos y logros.

Para su aplicación, se contrató un espacio en un canal de difusión llamado “VCN tu canal” que además de contar con más de sesenta mil seguidores poblanos, transmitió las entrevistas en vivo y en redes sociales.

##### **PRESENTACIÓN**

Buen día, mi nombre es Lucila Leyva Cortés, soy licenciada en contaduría pública y auditoria; actualmente estudiante de la maestría en gestión de pequeñas y

medianas empresas, para la cual estoy elaborando una investigación sobre las mujeres emprendedoras del municipio de Puebla y sus emprendimientos.

#### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Antes de comenzar, se solicita que exprese su conformidad para participar, una vez haya recibido la siguiente información: su colaboración en este cuestionario es completamente voluntaria y gratuita, sin que ello implique beneficios ni riesgos para usted. Este ejercicio tiene fines exclusivamente académicos y científicos, por lo que no se derivará ningún tipo de consecuencia negativa en caso de que decida no participar o interrumpir su intervención en cualquier momento durante el desarrollo de la actividad, si así lo considera necesario. La confidencialidad de sus datos está plenamente garantizada conforme a la normativa vigente en materia de protección de datos personales, lo que asegura que sus respuestas no podrán vincularse con su identidad. En caso de que alguna parte de esta información no le resulte clara, o si desea formular alguna pregunta, puede hacerlo en este momento.

#### INFORMACIÓN PERSONAL

Nombre:

Edad:

Ubicación de su emprendimiento:

Profesión y formación académica:

Nombre de la empresa/emprendimiento:

Breve descripción de su negocio/emprendimiento:

¿Qué es para ti la educación financiera?

¿Tu negocio cuenta con RFC?

¿Qué tan importante es para ti, tener dentro de la formalidad tu negocio?

¿Sabes que teniendo dentro de la formalidad tu negocio tienes/gozas de beneficios gubernamentales?

#### HISTORIA EMPRENDEDORA:

¿Qué la inspiró a convertirse en emprendedora?

¿Cómo se financió para la primera inversión?

Cuéntenos sobre los desafíos iniciales que enfrentó al comenzar su negocio:

¿Cómo ha evolucionado su negocio desde su inicio?

¿Puede compartir alguna anécdota o momento significativo en su viaje emprendedor?

#### DESAFÍOS SUPERADOS:

¿Cuáles fueron los obstáculos más grandes que ha enfrentado y cómo los superó?

¿Cómo ha lidiado con el equilibrio entre su vida personal y profesional?

¿Ha experimentado discriminación de género en su trayectoria emprendedora?

¿Cómo lo ha abordado?

#### IMPACTO Y LOGROS:

¿Cuáles son los logros más significativos de su negocio hasta ahora?

¿Qué impacto ha tenido su emprendimiento en su comunidad o sector?

¿Ha recibido reconocimientos o premios por su trabajo?

#### MOTIVACIÓN Y CONSEJOS:

¿Qué la motiva a seguir adelante en su viaje emprendedor?

¿Tiene algún consejo para otras mujeres que deseen emprender?

¿Puede compartir una experiencia que considere particularmente conmovedora o inspiradora?

¿Está dispuesta a que su historia sea compartida en un compendio para motivar a otras mujeres emprendedoras? ¿Qué mensaje les darías?

## II. Encuesta

### INTRODUCCIÓN

Comprendiendo que la investigación a realizar busca comprobar tres hipótesis, a continuación, se muestra la encuesta a aplicar con ítems directamente relacionados con el tema de las mujeres emprendedoras del municipio de Puebla.

La encuesta está estructurada en tres dimensiones que abarcan la información personal, la educación financiera y su experiencia en el sector empresarial.

Se compartió mediante un formulario de Google Forms y se difundió en los diferentes grupos de redes sociales de emprendedoras y empresarias del municipio de Puebla.

### PRESENTACIÓN

Buen día, mi nombre es Lucila Leyva Cortés, soy licenciada en contaduría pública y auditoría; actualmente estudiante de la maestría en gestión de pequeñas y medianas empresas, para la cual estoy elaborando una investigación sobre la educación financiera de las mujeres emprendedoras del municipio de Puebla y sus negocios.

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Antes de comenzar, se solicita que exprese su conformidad para participar, una vez haya recibido la siguiente información: su colaboración en este cuestionario es completamente voluntaria y gratuita, sin que ello implique beneficios ni riesgos para usted. Este ejercicio tiene fines exclusivamente académicos y científicos, por lo que no se derivará ningún tipo de consecuencia negativa en caso de que decida no participar o interrumpir su intervención en cualquier momento durante el desarrollo de la actividad, si así lo considera necesario. La confidencialidad de sus datos está plenamente garantizada conforme a la normativa vigente en materia de

protección de datos personales, lo que asegura que sus respuestas no podrán vincularse con su identidad. En caso de que alguna parte de esta información no le resulte clara, o si desea formular alguna pregunta, puede hacerlo en este momento.

## INFORMACIÓN PERSONAL

¿Qué edad tienes?

- 1) 15 - 20
- 2) 21 - 30
- 3) 31 - 40
- 4) 41 – 50
- 5) más de 51

¿A los cuántos años iniciaste tu negocio?

- 1) 15 - 20
- 2) 21 - 30
- 3) 31 – 40
- 4) 41 – 50
- 5) más de 51

¿Cuál es tu nivel de estudios?

- 1) Básica (Primaria – Secundaria)
- 2) Medio Superior (Bachillerato – Preparatoria)
- 3) Superior (Licenciatura)
- 4) Postgrado (Maestría – Doctorado)

¿En qué sector se encuentra tu negocio?

1) Industria

2) Comercio

3) Servicios

¿Con cuántos empleados cuenta tu negocio?

1) 1 - 10

2) 11 - 50

3) 51 - 250

4) más de 250

5) No tengo empleados

¿Cuántos años lleva en marcha tu negocio?

1) 1 - 3

2) 4 - 6

3) 7 - 10

4) más de 10

¿Cuántos días a la semana dedicas a tu negocio?

1) 7

2) 6

3) 5

4) menos de 5

¿Cuánto tiempo dedicas al día a tu negocio?

1) 10 - 12 horas

2) 7 - 9 horas

3) 4 – 6 horas

4) 1 – 3 horas

## DE LA EDUCACIÓN FINANCIERA

¿Qué entiendes por educación financiera?

---

---

¿De cuánto fue tu primera inversión?

1) \$1 – \$10,000 pesos

2) \$10,001 – \$20,000 pesos

3) \$20,001 – \$30,000 pesos

4) \$30,001 – \$40,000 pesos

5) más de \$40,000 pesos

¿Tu negocio cuenta con RFC?

1) Si

2) No

Esa cantidad fue invertida por:

1) Un crédito bancario

2) Préstamo por Familiares o Amigos

3) Ahorros personales

4) Otro empleo

¿Cuenta con la posibilidad de reinvertir para expandirse?

1) Si

2) No

3) Tal vez, con un crédito

4) No me interesa expandirme

¿Hiciste algún estudio del mercado antes de montar tu negocio?

1) Si

2) No

¿Llevas algún tipo de contabilidad?

1) Si

2) No

¿Cómo administras tu negocio?

---

Para administrar tu negocio ¿Te capacitaste o has tenido algún tipo de capacitación?

1) Si

2) No

¿Qué tipo de capacitación te interesa más?

1) Ventas

2) Reinversión

3) Publicidad

4) Educación financiera

5) Capital Humano

6) Contabilidad

En caso de haber tenido una capacitación, ¿Dónde fue? Y ¿De qué fue?

---

DE LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL SECTOR EMPRESARIAL

¿Has experimentado algún tipo de discriminación por ser mujer en las instituciones financieras?

- 1) Totalmente de acuerdo
- 2) De acuerdo
- 3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 4) En desacuerdo
- 5) Totalmente en desacuerdo

En el trato con tus colegas y/o competencia ¿Te has sentido incomoda por ser mujer?

- 1) Totalmente de acuerdo
- 2) De acuerdo
- 3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 4) En desacuerdo
- 5) Totalmente en desacuerdo

¿Crees que tus responsabilidades en el hogar o con tus hijos te han impedido desarrollarte como empresaria?

- 1) Totalmente de acuerdo
- 2) De acuerdo
- 3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 4) En desacuerdo
- 5) Totalmente en desacuerdo

¿Por qué?

## **CAPÍTULO 4. ANÁLISIS Y RESULTADOS**

### **4.1 Introducción**

Dado que la investigación es de tipo cualitativa y cuantitativa (mixta) y privilegia la primera, para el descubrimiento de los fenómenos que ocurren alrededor de este

sector. Se muestran a continuación las respuestas de las diez entrevistas realizadas.

En cuanto a los resultados de tipo cuantitativo, se consideraron las cien respuestas que se tienen recopiladas para comprobar el impacto que tiene la educación financiera en los emprendimientos dirigidos por mujeres en el municipio de Puebla.

## **4.2 Resultados Cualitativos**

A continuación se muestran las transcripciones de las diez entrevistas realizadas a diferentes empresarias y emprendedoras del municipio de Puebla:

1. Nombre: Jimena Campos

Edad: 38

Ubicación de su emprendimiento: en línea

Profesión y formación académica: Bachillerato

Nombre de la empresa/emprendimiento: Bolsas Ím Chick

Breve descripción de su negocio/emprendimiento: Ventas por mayoreo de bolsas para dama

¿Qué es para ti la educación financiera?: Aprender a llevar sus finanzas (gastos e ingresos de dinero) de la mejor manera.

¿Tu negocio cuenta con RFC?: Sí

¿Qué tan importante es para ti, tener dentro de la formalidad tu negocio? Súper importante porque es la que da la cara no solo por mí, sino por todas mis clientas.

¿Sabes que teniendo dentro de la formalidad tu negocio tienes/gozas de beneficios gubernamentales? Pues, algunos porque muchas veces lo que hacen es ponerte el pie.

Historia Emprendedora:

¿Qué la inspiró a convertirse en emprendedora? fijate que increíblemente veníamos de una ruptura amorosa mi esposo y yo, teníamos como bronquillas ahí, entonces yo trabajaba en una empresa y él de pronto me dijo ¿sabes qué?, los niños, estás descuidando mucho a los pequeños, entonces yo creo que es momento de que te salgas de trabajar, yo entré en una crisis total porque yo me sentía como acomodada en mis horarios, en mis trabajos, y todo esto, sin embargo, bueno, bueno, ¿Por qué no nos damos una oportunidad y nos vamos a León de vacaciones? Aprovechamos y vemos, ¿Qué te parece? Entonces yo dije, ok, vámonos, nos fuimos, pero en este lapso, una persona me dice, oye, ¿Por qué no inviertes? ¿Por qué no te pones a vender bolsas? Yo dije, ¡ay, no, nada que ver con el trabajo que yo estaba realizando en esos momentos!, ¿No? Pero invertimos cinco mil pesos, yo llegué, nos arreglamos por supuesto y que crees que la verdad empecé a vender, a vender con vecinas, con amigas, con conocidas, la prima de la amiga, de la cuñada, de la sobrina, con todo mundo vendía mis bolsas.

¿Cómo se financió para la primera inversión? Mi esposo Iván en nuestro viaje a León me dice, mira, no tengo, pero ¿Qué te parece que pides prestado? Puedo decir cuánto, cinco mil pesos, cinco mil pesos para poder invertir en algo, y de ahí yo dije, ok, compre los primeros cinco mil pesos de bolsa.

Cuéntenos sobre los desafíos iniciales que enfrentó al comenzar su negocio: Pues ¿qué crees?, yo vendía y vendía pero yo no las cobraba, O sea, para mí era como que te la dejo y cuando puedas me las pagas, me llegué a ir a agencias de autos, eh, Iván, mi esposo, me llevaba en su carro, abríamos la cajuela, te lo juro, y vendíamos todo, pero para cobrar y formalizar también la marca, como yo no tenía que nombre ponerle, le dije, oye, préstame tu nombre para ponerle a mis etiquetas, el nombre de su grupo musical ¿No? Y Ok, así fue, pero cuando nosotros quisimos dar de alta la marca, ahí fue el temita que no se podía solito, porque ya había otro Chick registrado.

¿Cómo ha evolucionado su negocio desde su inicio? Yo pagué mi préstamo a los ocho días esos cinco mil pesos y todo fue como guardar guardar, guardar, guardar hasta que un día Iván no se había metido a mi negocio y me dice a ver tu libretita

¿Cuánto te deben? Empieza a ver cuánto me deben de verdad Lucy era una cantidad y me dice ¿Y por qué no cobras? Y yo no pasa nada y entonces él me dice no tienes que cobrar y entonces la mente maestra de Iván me dice oye y si empezamos a distribuirla ¿Cómo? Sí empezamos a ¿Qué te parece si empezamos a vender a mayoreo? Ya no a menudeo empezamos a distribuir un poco más en la mercancía y yo ajá pero ok lo mira le vamos a hacer así así así así empezamos a distribuir y empezamos con los benditos créditos que fue lo que nos dio el el hecho de ofrecer un crédito aquí en la ciudad de Puebla ah para que tú pudieras emprender tu negocio yo creo que eso fue lo más importante en la carrera de fue como un porque de pronto ponías en redes alguien que quiere invertir su propio negocio eh damos crédito y de repente tenías mil mensajes de gente. Información, información. Quiero quiero, quiero, quiero, quiero se les entregaba en el domicilio, la mercancía si no la vendían la cambiábamos bueno o sea esto era una locura entonces ya todo mundo hablaba de ya todo mundo sabe ya conocía ay sí sí me la y yo sí sí gracias a esto de los créditos ¿No? Y ahí fue cuando también contratamos a nuestra una contadora que en ese tiempo le dije oye sabes qué como que ya quiero registrar mi marca porque bueno ya se dio.

¿Puede compartir alguna anécdota o momento significativo en su viaje emprendedor? Pues fijate que de repente era como “oye vi tus bolsas en X lugar” y me mandaban la foto y yo es que esta no es mi bolsa esta yo no la vendí y traía mi etiqueta, te lo prometo traía mi etiqueta y nosotros así como no es que esta no ¿Qué hacían que para que la gente creyera que era nuestra marca? Compraba bolsas y compraba nuestras bolsas les quitaban las etiquetas y se las ponían a otras porque sí fue ahí un temita y entonces eh hablando eh en equipo con Iván que siempre eh aparte de ser esposo somos socios eh fue como de no tenemos que arreglar esto, y ya también la contadora nos ayudó nos investigó temas de limpio y todo eso.

¿Quiénes son tus principales clientes? Como te decía al principio fueron mis vecinas, amigas, conocidas, la prima de la amiga, de la cuñada, de la sobrina y hoy bueno muchas más mujeres en su mayoría madres de familia.

### Desafíos Superados:

¿Cuáles fueron los obstáculos más grandes que ha enfrentado y cómo los superó? Pues que te vas pasando el tiempo estructurando tu empresa y vamos eh ya como que viéndola más en serio porque de pronto no la ves en serio de pronto dices oye pues esto gano para vivir vivo bien cómodamente tengo cuatro hijos estoy bien. Pero realmente yo ese es el reto que como empresaria he tenido porque siempre lo he dicho mi empresa es hecha con amor viene desde abajo hecha con amor completamente pero mi familia, pues viene con un esposo y cuatro hijos que atender también, así que ahora si nos damos al menos un día a la semana para nosotros.

¿Cómo ha lidiado con el equilibrio entre su vida personal y profesional? Yo creo que como te decía ese es el reto más difícil para mí como empresaria, el equilibrar mi familia y mi negocio, porque el decir mis hijos, me tengo que ir a trabajar, mamá se tiene que ir porque tiene que ir a trabajar el dejarlos el tener que el a veces con temperatura con gripa con tos tener que ir a trabajar y tener que eh transmitir en vivo porque ahora pues bueno el sistema cambió muchísimo ahora yo me dedico a lo que es la venta por medio del live de Facebook entonces el saber que ellos a lo mejor quieren a mamá que mamá no está que mamá se tiene que ir a trabajar y que como yo les puedo apostar que hay muchisisimas mujeres que están en la misma postura que yo entonces yo creo que ese es el reto más difícil de poder equilibrar a tu familia de tu negocio yo creo que es eso, pero nos vamos acoplando.

¿Ha experimentado discriminación de género en su trayectoria emprendedora? No

¿Cómo lo ha abordado? Mi esposo, me ha ayudado mucho a administrar la empresa, así que no me ha pasado.

### Impacto y Logros:

¿Cuáles son los logros más significativos de su negocio hasta ahora? Ok mira hay muchísimas satisfacciones a nivel personal ¿Sí? A nivel de empresa híjole setenta y ocho mil seguidores hablan por solos a nivel empresarial eh, pero más que nada

el cariño que con las mujeres poblanas y a nivel nacional he ganado, porque tengo muchísimas clientas de muchos estados de la república yo creo que esa conexión que yo tengo con mis clientas para mí es la mayor satisfacción más allá del dinero porque si viene el dinero es muy rico muy sabroso verdad eh quiero dinero pero la satisfacción que yo tengo de recibir todo el amor todo el cariño de mis clientas eh el saber que voy por más el decirme no te detienes porque a veces tú dices no yo soy y yo puedo y yo sigo y yo camino y a mí nadie me tumba no y de pronto pum sin querer te tumbas solita entonces ese apoyo de esas clientas obviamente de mi familia pero de mis clientas que no me dejan caer y me dicen no y tú puedes y tú vas por más y tú vas a seguir y me dicen ¿Por qué no haces esto? Y entonces como que me bloqueo y digo no por ellas lo hago también no esa es la parte esa es mi mayor satisfacción como ser humano eh como mujer empresaria de Puebla eh haber logrado eh en tan pocos años porque son siete años los que vamos con la empresa en haber logrado en siete años un mira sí es el posicionamiento pero es el cariño el amor que yo pregoné hacia mi empresa y que se está dando porque no nada"

¿Qué impacto ha tenido su emprendimiento en su comunidad o sector? Creo que el ayudar a muchas mujeres que se han quedado sin empleo, sin esposo o que atraviesan por alguna enfermedad y deciden seguir adelante llevando un ingreso a su casa.

¿Ha recibido reconocimientos o premios por su trabajo? Sí, siempre de todas mis clientas, gracias Dios y creo que de ellas es el reconocimiento más importante.

Motivación y Consejos:

¿Qué la motiva a seguir adelante en su viaje emprendedor? La parte eh gratificante de tener la admiración de mis clientas, el hecho de verlas con actitud de hemm yo me quiero superar, mis mismas clientas me dan esta vibra impresionante.

¿Tiene algún consejo para otras mujeres que deseen emprender?

¿Puede compartir una experiencia que considere particularmente conmovedora o inspiradora? Pues tengo clientas que me inspiran todos los días porque algunas tienen problemas de la vista, problemas de piernas, de manos, con diferentes discapacidades, y diferentes enfermedades mortales o sea de verdad de verdad tengo mucha gente enferma y siguen vendiendo.

¿Está dispuesta a que su historia sea compartida en un compendio para motivar a otras mujeres emprendedoras? ¿Qué mensaje les darías? Claro que sí mi Lucy; pues es bien importante que de la mano podamos juntas, seguimos sumando.

2. Nombre: Marcela Aguilar

Edad: 36

Ubicación de su emprendimiento: Mi casa (Las mercedes II, col. San Miguel Mayorazgo, Puebla, Puebla)

Profesión y formación académica: Licenciatura en Psicología

Nombre de la empresa/emprendimiento: Doña Pay

Breve descripción de su negocio/emprendimiento: Venta de pays caseros por menudeo y mayoreo.

¿Qué es para ti la educación financiera? Saber cómo administrar tu dinero de manera inteligente. Incluye aprender a ahorrar, gastar con responsabilidad y hacer crecer tus ingresos.

¿Tu negocio cuenta con RFC? No

¿Qué tan importante es para ti, tener dentro de la formalidad tu negocio? Siento que sí es importante pero por alguna razón aun no lo he hecho.

¿Sabes que teniendo dentro de la formalidad tu negocio tienes/gozas de beneficios gubernamentales? No.

Historia Emprendedora:

¿Qué la inspiró a convertirse en emprendedora? Claro bueno esta historia pues ya es algo larguita porque doña Pay empezó hace un poquito más de cuatro años eh doña Pay nació en pandemia, yo antes junto con mi esposo nos dedicamos a recursos humanos entonces tenía una empresa de recursos humanos y yo le ayudaba parcialmente por las mañanas ahí en la empresa yo de siempre mi sueño ha sido ser mamá entonces yo soy una mamá súper entregada presente sí súper presente súper así bueno algo que quiero aclarar es que soy súper sentimental y entonces de repente mucha la emoción ¿No? Eh sí yo soy yo soy una mamá o sea así que lo lo da todo ¿No? Por por mis peques entonces pues trabajar en las mañanas y las tardes yo ya sabía que era dedicarme pues a tareas con peques hacer todo lo que ya sabes que implica tener peques entonces eh empieza la pandemia nos encierran en casita y pues estábamos todos ahí metidos y yo de repente por curiosa eh veo que comparte una amiga mía muy querida un de manzana y que digo pues lo voy a hacer para la casa sí ¿Por qué no? Porque no y entonces ya lo preparé y fue un éxito lo subí a mi a Facebook y todo mundo me empezó a poner de ay qué rico se ve no sé qué pasa la receta y de repente pues de eso que se me prende se me prende exactamente fue así de ay pues vamos a vamos a venderlos y empecé a venderlos en el fraccionamiento empecé este ahí mismo en tu casa sí en el fraccionamiento pandemia que ibas a andar ajá sí claro o sea así que por rebanadas y así y después ya empecé a poner que los llevaba como a su casa todos estábamos encerraditos todo era como muy incierto cuando empezó la pandemia y también yo lo vi como un ingreso extra porque eh pues a mi esposo desafortunadamente con recursos humanos empiezan a cerrar empresas empiezan a cerrar contrataciones y nos empezamos a ver también en esta situación económica pues difícil la verdad es que sí una situación económica difícil y este sí te voy a hacer bien honesta cuando yo empecé yo no tenía un peso partido por la mitad para empezar y empecé porque mi mejor amiga de la preparatoria que tenemos más de veinte tantos años siendo amigas me prestó mil pesos"

¿Cómo se financió para la primera inversión? Con el préstamo que me hizo una amiga de \$1000 pesos

Cuéntenos sobre los desafíos iniciales que enfrentó al comenzar su negocio: empezar a vender fue un rollo que no me dio como mucho tiempo a meditar exactamente lo que iba a pasar después porque no sabía. Ajá. Tengo fotos ahí de cuando estoy cargando mi primer bulto de cinco kilos de harina que yo recuerdo que decía yo voy a hacer con tanta harina. Sí no y ahora ya es nada ¿No? Este pero a raíz de ahí te digo los empezamos a vender en el fraccionamiento y nos empezaron a comentar de están muy ricos vecina no sé qué y así se me ocurre subirlos a te digo a Facebook y otra amiga para que veas lo que de verdad son las redes de amigas las redes de mujeres esta red de apoyo que te da me escribe y me dice ¿Sabes qué? Eh yo te quiero regalar tu logo y así fue como salió el primer logo de doña pay pero de repente ya tenía muchos pedidos y estaba descuidando a mis hijos entonces también esa parte se convirtió en un reto.

¿Cómo ha evolucionado su negocio desde su inicio? Pues como te comentaba, empecé con un bulto de 5 kilos, hoy para mí no son nada jajaja por la cantidad de pays que ya vendo y también el que la gente los reconozca.

¿Puede compartir alguna anécdota o momento significativo en su viaje emprendedor? bueno pues el nombre salió porque estábamos ¿Cómo le ponemos? Yo quería que fuera algo como la payería o no sé qué cosa estaba contemplando y mi esposo me dijo tú eres doña y ya dije bueno eso soy. Doña. Y ya se quedó doña la verdad es que pues la gente lo aceptó muy bien doña me conocen así como doña mis hijos mismos me dicen doña entonces ya es como para mí doña pay jajaja.

¿Quiénes son tus principales clientes? Cuando empecé, eran solo vecinos del fraccionamiento, pero conforme fue creciendo nuestro negocio y nos publicaba en las redes sociales, ahora me escriben luego personas que no conozco para hacer sus pedidos.

**Desafíos Superados:**

¿Cuáles fueron los obstáculos más grandes que ha enfrentado y cómo los superó? Una vez contraté a una ayudante pero desafortunadamente empezas y

no tienes tampoco tantas posibilidades como de remuneración ¿No? Entonces pues si a alguien le ofrecen algo más se va a ir es evidente que todos están trabajando como por obtener un algo y eso fue lo que me pasó que cuando yo tenía un pedido muy grande, era casi un diez de mayo creo que era nueve de mayo algo así que tenía muchísimos pedidos y la chica que me ayudaba simplemente así de sabe qué le agradezco mucho. Pero ya mañana no vengo. Y también soy una persona muy responsable muy cumplida esto es mío entonces eh pues sí le doy toda la responsabilidad que se merece y la atención que se merece entonces sí la sufrí bastante o sea imagínate que te dejen ahí y pues era desvelarte y que no duermas.

¿Cómo ha lidiado con el equilibrio entre su vida personal y profesional? Pues mis hijos al principio estaban muy acostumbrados a tener a mamá ahí jugando con ellos haciendo y sí les costó mucho trabajo porque pues de repente me veían en casa pero yo ya no estaba disponible. Si eras una mamá presente ausente. Exactamente y o sea estaba en el mismo espacio físico pero ya no tenía yo el tiempo de estar jugando con ellos haciendo la tarea entonces mi esposo también entró mucho ahí a ayudarme a dividirnos entre los dos tareas que somos un gran equipo siempre lo he dicho y eh mi mis peques en ese entonces tenían cinco y tres años entonces todavía la demanda era alta y no te voy a mentir sí la sufrí o sea la sufrí no en un principio sino cuando doña empezó a. Crecer. A crecer y a tener más ventas y a exigir más tiempo de mí porque no solamente son hacerlos, es diseñar, es vender, es estar presente en redes, es estar atendiendo a clientes como a mí me gusta que me atiendan si algo yo creo que de lo que no se pueden quejar nunca es de tener una mala atención o si tienen una queja siempre les digo por favor díganme porque al final esto es mío y esto yo lo hago para ustedes y entonces eh pues sí o sea sí sí me empezó a pesar porque el tiempo ya pasaba yo más tiempo con esto y ya no me sentía yo tan conectada con mis hijos y y sí sí tuve ahí un un un temita en cuestión de salud emocional que se vio reflejado y eh pues sí ha sido eso como uno de mis retos ¿No? Estar como equilibrando esta parte que también disfruto mucho pero a la vez también mi mi sueño ¿No? Que

son mis hijos. Pero que hoy conozco mis límites y ya tengo organizados los días y horarios que horneo.

¿Ha experimentado discriminación de género en su trayectoria emprendedora?  
No.

¿Cómo lo ha abordado? Pues como trabajo desde casa y compro mis insumos y vendo con mujeres, no me ha pasado.

Impacto y Logros:

¿Cuáles son los logros más significativos de su negocio hasta ahora? el hecho de que mucha gente eh te apapache, te escriba, te diga eso, que les gusta tu trabajo, eso yo o sea es que yo con las pequeñas cositas soy la más feliz, o sea, el hecho de que ¡nos encantó!, sabes que lo probé y tuve un recuerdo como de mi abuelita, hasta lloré, muchas gracias, todas esas esas yo sé que a lo mejor esperas logros de premios, pero para mí esas pequeñas cositas del día a día es lo que lo que para mí importan.

¿Qué impacto ha tenido su emprendimiento en su comunidad o sector? Como mencionaste al principio, creo que inspirar a muchas a que también desde casa y con niños pequeños ¡se puede!

¿Ha recibido reconocimientos o premios por su trabajo? bueno he estado también por ejemplo en grupos donde la verdad también se siente muy bonito que “emprendedora del mes”, había un grupo maravilloso que ya los cerraron que eh se llamaba ay sí era muy grande, sí, como treinta mil miembros, no sí ese grupo también fue un gran impulso para para mí nombrándome tres veces consecutivas, emprendedora del mes.

Motivación y Consejos:

¿Qué la motiva a seguir adelante en su viaje emprendedor? Definitivamente mi esposo y mis hijos ya que doña pay empezó siendo un segundo ingreso para mi casa, pero de repente se volvió el ingreso principal.

¿Tiene algún consejo para otras mujeres que deseen emprender? que empiecen a hacerlo con lo que tienen y como lo tengan, porque muchas veces te esperas no es que no tengo tal herramienta no es que no tengo la impresora no es que no tengo el rodillo no sé qué o la batidora o sea yo empecé en una mesita de dos por dos en la casa y es como aventarte a hacer las cosas con lo que tienes y como puedes.

¿Puede compartir una experiencia que considere particularmente conmovedora o inspiradora? Pues que yo sí creo que doña Pay va a crecer a su tiempo porque me ha dado muchísimo, pero hoy yo estoy haciendo crecer a otras personas que necesitan compañía mis hijos en un momento van a crecer van a ser independientes y van a volar y yo voy a tener más tiempo y lo voy a poder disfrutar y hacer eh también de la manera que a mí me va a gustar o sea y ponerle ahora sí toda mi atención a a doña Pay como como se merece.

¿Está dispuesta a que su historia sea compartida en un compendio para motivar a otras mujeres emprendedoras? ¿Qué mensaje les darías? Sí, que lo hagan con el corazón siempre haciendo las cosas bien o sea no esperes como como te vendo algo y yo sé que no está bien pero me voy corriendo no o sea habla con honestidad la gente te entiende la gente empatiza, la gente prefiere que hables con la verdad de ¿sabes qué? estoy empezando eh y me gustaría que me dieras tu retroalimentación sobre esto sé honesta sé honesta con lo que haces la gente valora muchísimo la honestidad.

3. Nombre: Sandra Olguín

Edad: 47

Ubicación de su emprendimiento: Colonia el Carmen Gastronómicos, Puebla, pue.

Profesión y formación académica: Licenciatura en Educación

Nombre de la empresa/emprendimiento: Academia SO

Breve descripción de su negocio/emprendimiento: Academia de belleza

¿Qué es para ti la educación financiera? Siento que es un régimen para llevar tus cuentas o tus ahorros

¿Tu negocio cuenta con RFC? Sí

¿Qué tan importante es para ti, tener dentro de la formalidad tu negocio? Muy importante, porque es lo que da seriedad a mi academia y como puedo también certificar a mis alumnas.

¿Sabes que teniendo dentro de la formalidad tu negocio tienes/gozas de beneficios gubernamentales? No, pero sí me gustaría saber cuáles son.

Historia Emprendedora:

¿Qué la inspiró a convertirse en emprendedora? Bueno yo soy educadora, licenciada de educación infantil, pero por el tiempo y por los hijos, cuando yo empiezo a trabajar ya de mi carrera lo que es mi carrera, dejaba a mis dos niños, entonces ahí en la casa en la parte de la sala empecé a cortar cabello y ya cuando tuve un poquito más de gente, puse un una estética, de ahí ya yo llevo 19 años trabajando, incluso certificando chicas de la mano con el Instituto de Capacitación para el Trabajo del Estado de Puebla, ICATEP que es quien emite las certificaciones de mis alumnas, quienes aprenden en mi academia estilismo, uñas, barbería, spa, cosmetología corporal y pestañas.

¿Cómo se financió para la primera inversión? Con ahorros personales y apoyo de mi esposo al darme la casa donde empecé a montar mi negocio.

Cuéntenos sobre los desafíos iniciales que enfrentó al comenzar su negocio: yo creo que mantener a las alumnas fue un reto grande, porque nosotros estábamos empezando y ya existían, existen otras academias más consolidadas, pero gracias a las redes sociales, hoy somos más sonadas.

¿Cómo ha evolucionado su negocio desde su inicio? bueno yo inicie sola, con muy poquitas alumnas y de repente dije bueno ya no puedo estar sola y es cuando ahí, cuando empecé a contratar gente, porque ya tenía más alumnas, me pedían más horarios y entonces ahora cuento ya con varias instructoras en mi academia.

¿Puede compartir alguna anécdota o momento significativo en su viaje emprendedor? Pues como en Academia SO somos muy humanitarias, sí somos muy humanitarias tratamos de hacerlo, nos hemos vuelto consejeras, psicólogas, mamás porque tengo muchas chiquitas hasta de 14 años y todólogas.

¿Quiénes son tus principales clientes? Pues son chicas, bueno y hombres también, desde los 14 hasta los 30-40 años que desean aprender para emprender sus propios negocios.

Desafíos Superados:

¿Cuáles fueron los obstáculos más grandes que ha enfrentado y cómo los superó? Bueno yo hubo un momento que ya por la alta demanda trabajaba de lunes a domingo de 7am a 8pm y hasta apenas hace como unos cinco años, empecé con esto de decir: 'Sábado y domingo, ya no trabajo'. Si trabajan las instructoras en la academia, sí, sí, sí, trabajan las instructoras en la academia, pero yo ya no, ya puedo darme ese descanso, porque ahora si tengo la capacidad para pagar personal.

¿Cómo ha lidiado con el equilibrio entre su vida personal y profesional? bueno cuando mis hijos estaban más pequeños, pues siempre anduvieron tras de mí, siempre los llevaba para todos lados anduvieron tras de mí, ¿no? Pero, ahora Alex, pues ya es un hombre casado con hijos, este, Yami, ya es universitario, eh, pues ya son más grandes, y hasta ahora eso me ha hecho sentir como más libre.

¿Ha experimentado discriminación de género en su trayectoria emprendedora?  
Algunas veces

¿Cómo lo ha abordado? Trato de enfocarme en lo mío y pasar de largo.

Impacto y Logros:

¿Cuáles son los logros más significativos de su negocio hasta ahora? Bueno el mantener nuestra calidad, nuestro nivel, porque cuando yo voy a entrar a una escuela, veo dos, tres opciones que me gustan, que me pongan la atención debida, que tengan una validez, sí. Entonces, para mí, el logro más grande es ver

que mis alumnas, gracias a Dios, muchas de ellas, están aperturando sus negocios, ellas terminan y les vamos a aperturar sus estéticas, sus spa, este, a muchas, a muchas. Entonces, yo creo que, el orgullo más grande que hemos tenido, es que hemos sacado mujeres, empoderadas en verdad.

¿Qué impacto ha tenido su emprendimiento en su comunidad o sector? Yo te diría, muchos casos, pero el ver como muchas de las alumnas que llegan a la escuela con toda la autoestima hasta el piso, como lo hemos estado todas. Sí. Y tú vas viendo la evolución en ellas, en su cara, en su cabello, en su peso, porque bajan de peso, en su forma de vestir, en su forma de hablar, eh, eh, en verdad que sí es real que el que te pongas unas pestañas, en que te pongas unas uñas, en que te pintes el cabello, te da otro plus a tu vida como mujer. Eso te cambia la actitud totalmente y por ende influye en tu alrededor.

¿Ha recibido reconocimientos o premios por su trabajo? Pues más que un premio, ahí mismo tengo grandes amigas, grandes instructoras, como yo. Y ahí eso me llena de muchísimo de orgullo, el Instituto de Capacitación para el Trabajo si nos ha dado reconocimientos, como por la trayectoria y el que nos vean sus directores... que ya pasaron directores y directores, y nosotras seguimos. Eso para mí me llena de orgullo. También cuando hacemos el año de la academia, y llegan todos mis chicos, y les damos obsequios, hacemos una pequeña reunión por los logros de cada uno.

Motivación y Consejos:

¿Qué la motiva a seguir adelante en su viaje emprendedor? Mi familia, mi esposo, mis hijos, mis alumnas y las instructoras que siguen trabajando conmigo, que se han vuelto mis amigas.

¿Tiene algún consejo para otras mujeres que deseen emprender? que nos busquen, que se superen, el mundo de que tenemos hoy, y te lo vuelvo a repetir, no somos feministas, pero sí me gusta hablar mucho de la mujer, me gusta que nos empoderemos, que nos sintamos bien.

¿Puede compartir una experiencia que considere particularmente conmovedora o inspiradora? Pues, tú sabes que cuando uno trabaja, o uno genera una economía, te sientes diferente, ¿sí? A mí me ha servido este negocio para apoyar a mi esposo, a que mis hijos estén mejor. Vivimos mejor y todo es posible.

El estilismo, sí es caro, sí es caro, ya más con los productos que ahorita que están metiendo, sí es caro. Pero todo es poco a poco, como se los digo a mis chicas, cada que se inscriben en los cursos, te vamos pidiendo el material poco a poco, porque nosotros, eh, no sabemos, eh, cómo son ellas socioeconómicamente, como sean, si hay unas que tienen mucho y otras que tienen, y otras que no tienen. Y nosotros, cuando llegan con nosotros por primera vez, nos damos cuenta, percibimos todo, ¿sí? Pero justamente por ello, deseamos que se auto empleen y que se empoderen a través de su independencia económica.

¿Está dispuesta a que su historia sea compartida en un compendio para motivar a otras mujeres emprendedoras? ¿Qué mensaje les darías? Sí. Que crean sí mismas porque si lo pueden hacer, sean hombres, sean mujeres. Y que tengan buen carácter para vender, deben dirigirse a la gente siempre con amor y respeto a ellas mismas y su trabajo.

4. Nombre: Martha Berra

Edad: 30

Ubicación de su emprendimiento: Calle 2 norte 1009. Col. Centro. Puebla, pue.

Profesión y formación académica: Licenciatura en comunicación

Nombre de la empresa/emprendimiento: Berra joyería y accesorios

Breve descripción de su negocio/emprendimiento: Venta de joyería al mayoreo y menudeo de oro, plata, acero inoxidable, oro laminado y más.

¿Qué es para ti la educación financiera? Los buenos o malos hábitos que se tienen en materia económica

¿Tu negocio cuenta con RFC? Sí

¿Qué tan importante es para ti, tener dentro de la formalidad tu negocio? Importante claro, pues para evitar problemas y por tratarse de joyería.

¿Sabes que teniendo dentro de la formalidad tu negocio tienes/gozas de beneficios gubernamentales? Sí sé que existe eso pero de todo eso se encarga mi conta.

Historia Emprendedora:

¿Qué la inspiró a convertirse en emprendedora? Fíjate que yo de profesión soy licenciada en ciencias de la comunicación, o sea, no soy, joyera nata, o sea, no nací en un, en un ambiente de joyeros, ni mi familia viene de la joyería, porque me han preguntado que si mi familia se dedica a, no, este, yo estudio comunicación, yo trabajaba en una estación de radio, en un, en un tema de noticias, y, eh, pues, de repente, alguien me dice, oye, ¿por qué no pones un negocio? Obviamente, alguien que sabía del negocio, ¿no? Entonces, yo aprendo mucho a esa persona, porque, pues, se la sabía de todas, todas, con el tema del negocio, ¿no? Pero el, el método, o la venta, era la tradicional, que se conoce todavía, en la gran mayoría, en el noventa por ciento de las joyerías, no, nada más en Puebla, sino a nivel nacional, ese de que, este, pues, eh, te tienen el mega letrero afuera, y este, desde una pieza, cincuenta por ciento de descuento, así era, así es, así es la mecánica que yo aprendí, entonces, tanto como un motivo, pues no fue que yo dijera, ay, se me ocurrió, el poner un negocio, no, sino más bien, como, como con la certeza de que, eh, me estaba enseñando a alguien que ya le sabía el negocio, ¿no? Entonces, por eso es que yo decido entrarle al, al mundo del emprendimiento, pero, pues, sí, el descalabro.

¿Cómo se financió para la primera inversión? Con un crédito bancario y ahorros personales.

Cuéntenos sobre los desafíos iniciales que enfrentó al comenzar su negocio: Como empecé con la mecánica tradicional que te comento, pues no vendo, ¿no? Yo dije, bueno, entonces, esto, en qué momento es negocio. Pasó casi un año, no, sí, casi un año, y este, lejos de ir para arriba, iba para abajo, porque yo decía, ya

no, no hay ni siquiera dinero para la reinversión, ya no digas ganancia, ¿eh? O sea, que te dé para pagar, salarios, la renta, y reinvertir, y estás del otro lado, a mí no me daba para nada, ya.

¿Cómo ha evolucionado su negocio desde su inicio? Hoy somos una joyería distinta a lo que estamos acostumbrados a ver, como el centro joyero, somos una joyería que no solo vende por menudeo, vendemos también por mayoreo y con una alta calidad en cada pieza de la mercancía. Nuestras clientas en su mayoría vienen a comprarnos por mayoreo.

¿Puede compartir alguna anécdota o momento significativo en su viaje emprendedor? me ha tocado una ocasión, me acuerdo que me fui al gimnasio, y me llegaba, caja de mercancía, pero ya, ese es otro tema, la logística, en la entrega de la mercancía, es un batallar, entonces, como me puede llegar la mercancía, en quince días, como me puede llegar, en un mes, ¿no? Entonces, en ese momento, ya había tardado mucho, en llegar la mercancía, las clientas, ya estaban todas, así, de que sonaba el teléfono, diario, entonces, yo les decía, ¿saben qué? Cuando vean que en el grupo, se sube, es porque ya llegó, si no hay nada, es que no ha llegado, o sea, sí, lógica, ¿no? Sí. Entonces, ese día, les aviso que ya llegó y llegaron todas y yo así, de no espérenme, porque esto aún no tiene precio, esto tampoco, o sea, y de plano, ese día, acabamos como a las nueve diez de la noche, todo el día, o sentaban separadas, dependiendo, pero yo sí dije, no, esto es una locura, y creo que este mes que viene, me va a pasar absolutamente lo mismo, porque tengo el mismo cuadro, entonces, este, pues, sí, por una parte, cansado, y por otra parte, pues, sí, mis tiempos no, no me dan.

¿Quiénes son tus principales clientes? Pues están los que compran en línea, hemos hecho ventas por mayoreo hasta Guadalajara, Monterrey, Querétaro y aquí en Puebla en el local que tenemos en físico igual están las clientas en su mayoría mujeres que compran también por mayoreo para iniciar su negocio.

Desafíos Superados:

¿Cuáles fueron los obstáculos más grandes que ha enfrentado y cómo los superó? Bueno como aquí en Puebla no se había dado, o intentaban disfrazarlo de cierta manera, otras joyerías, con el famoso este cincuenta por ciento de descuento, sesenta por ciento de descuento, y este, compras una pieza y te regalo, no sé qué te regalo, entonces, yo también empecé con ese método de venta, la verdad es que yo también inicié con ese método, pero a mí no me funcionó, y creo que, eh, ese tema de estar tan competidos, ya en el centro histórico, que es el punto más grande de la venta de las joyerías, eh, me me obligó a, pues, a renovar el negocio, ¿no? A decir, o lo quito, o lo reinvento, porque si no, no es negocio, entonces, es así, pues, parte del contexto que engloba la joyería en venta de mayoreo, también menudeo, para aquellas o aquellos clientes que no buscan, eh, comprar para revender, sino comprar para uso personal, también manejamos ese método.

¿Cómo ha lidiado con el equilibrio entre su vida personal y profesional? No sé, no sé, que buena pregunta, no sé, entre la conducción de un noticiero, mi hija, la joyería, la casa, el gimnasio, no sé.

¿Ha experimentado discriminación de género en su trayectoria emprendedora? Pues ni si, ni no porque he sido bien recibida en el mercado sin ser realmente conocedora del mundo joyero como muchos otros poblanos que llevan años en el mercado, pero si de repente pues la competencia es la competencia.

¿Cómo lo ha abordado? Mi estrategia ha sido vender también por línea y al mayoreo, eso sí o sí me ha ayudado a seguir.

Impacto y Logros:

¿Cuáles son los logros más significativos de su negocio hasta ahora? El éxito de la venta por mayoreo y la renta de un segundo local

¿Qué impacto ha tenido su emprendimiento en su comunidad o sector? Yo creo que el ser una oportunidad para ayudar a que otras mujeres se vuelvan emprendedoras, aquí todas ganamos.

¿Ha recibido reconocimientos o premios por su trabajo? Igual y por parte de mis clientas que luego ven mis precios y me dicen –Oye, ¿estás loca?, jajaja, reconocen que mi joyería tiene la mejor calidad y los mejores precios.

Motivación y Consejos:

¿Qué la motiva a seguir adelante en su viaje emprendedor? Mi perseverancia y todo el tiempo, dinero y esfuerzo que le he puesto a este negocio.

¿Tiene algún consejo para otras mujeres que deseen emprender? sí, yo creo que no hay un empresario exitoso, o comerciante exitoso, que no se haya tropezado, previo, durante, o después, siempre tiene que haber un tropiezo, para que tú valores, de cierta manera, el negocio, que tienes y que pues, que te costó poner, ¿no?

¿Puede compartir una experiencia que considere particularmente conmovedora o inspiradora? Justamente ayer se vendió muy muy mal, muy mal, y yo dije, ya es el anuncio del día de muertos, porque la venta también se muere, pero ya me la sé, o sea, literal, yo sé que una semana antes, la gente anda pensando en las ofrendas, en que se va a ir a tal lugar, a ver al muertito, no sé, este, y se, se muere mucho la venta, pero pasa muertos, y se levanta, el mes más glorioso para la joyería, es diciembre, mayo, y febrero también, con el tema del día del amor y la amistad. Entonces digo, vienen unas con otras, o sea, pues, son esas cosas que dices, tienes que aguantar y no darte por vencido o vencida, y con la experiencia ahora veo que a mí eso ya no me da miedo.

¿Está dispuesta a que su historia sea compartida en un compendio para motivar a otras mujeres emprendedoras? ¿Qué mensaje les darías? Sí, pues, denle con toda la actitud, se vale endrogarse, se vale pedirle prestado al banco, se vale desvelarse, se vale las caídas de cabello, se vale el enojamiento, vale, vale mucho la pena, yo creo que el que no arriesga no gana.

5. Nombre: Doris Buenfil

Edad: 55

Ubicación de su emprendimiento: Lomas de angelópolis Puebla, pue.

Profesión y formación académica: Licenciatura

Nombre de la empresa/emprendimiento: Doris Buenfil Studio

Breve descripción de su negocio/emprendimiento: Academia y Studio de Microblanding

¿Qué es para ti la educación financiera? Un control de las entradas de dinero y los gastos

¿Tu negocio cuenta con RFC? Sí

¿Qué tan importante es para ti, tener dentro de la formalidad tu negocio? Muy importante para cumplir con lo que marque la ley.

¿Sabes que teniendo dentro de la formalidad tu negocio tienes/gozas de beneficios gubernamentales? No.

Historia Emprendedora:

¿Qué la inspiró a convertirse en emprendedora? Realmente mi hija y yo teníamos un estudio de pestañas y a ella le intercambiaron lo que fue el servicio de microblading por las pestañas, así fue como conocí este mundo del microblanding, porque a ella le hicieron un trabajo mal realizado, así que dijimos vamos a prepararnos y lo corregimos y fue como inicié en el 2016 en una academia europea.

¿Cómo se financió para la primera inversión? Junte con ahorros personales y un préstamo, la cantidad de 2500 dólares solo para el pago de la certificación, obviamente más aparte material.

Cuéntenos sobre los desafíos iniciales que enfrentó al comenzar su negocio: No me informe en la parte administrativa, y de verdad, algo que les voy a compartir, sinceramente, deberíamos hacerlo, deberíamos apoyarnos, porque a veces no solo yo, muchas colegas lo hacen, que nos sentimos todólogas. Queremos contestar, queremos hacer, queremos como que nos gane esa parte de la

perfección. Ajá. Y quieres controlar todo. Y empiezas a ganar muy bien, y entonces te quieres comprar todo, y no ahorras, y no inviertes, entonces sí son puntos importantes en los que debemos prepararnos. Saber delegar, saber que son, eh, puntos muy importantes para hacer crecer más tu empresa, el que tengas, eh, invertirle más, porque bueno, también todos estos cursos, vas invirtiendo, te vas capacitando, material, el meter más personal, etc.

¿Cómo ha evolucionado su negocio desde su inicio? Pues al año de persistir en mi negocio, las personas me escribían que querían aprender, que yo les enseñara, este, les gustaba lo que hacía, y pues bueno, dije: 'Bueno, pues voy a capacitarme para enseñar, voy a prepararme más'. Y hoy es por eso es que a lo largo de todo este tiempo, cuento con más de cuarenta certificaciones internacionales, constantemente me estoy actualizando, preparando, pues para ofrecerles lo mejor, tanto a mis alumnas como a mis clientas. Llevo siete años impartiendo cursos, también logré, eh, ser máster internacional de una academia europea, ese sí era un sueño, ese sí era que dije: 'Lo tengo que lograr'. Y lo logré.

¿Puede compartir alguna anécdota o momento significativo en su viaje emprendedor? Hubo una certificación que me tocó hacer en Italia y cuando fui tomé mi curso y además conocí el vaticano, en ese momento dije wow, es increíble conocer diferentes países gracias a este mundo del microblanding.

¿Quiénes son tus principales clientes? Son mujeres que desean resaltar su belleza, también hemos tenido hombres que van a este desvanecimiento de la calvicie, pero en su mayoría son amigas de mis amigas, o recomendadas de quienes nos vieron por redes sociales y nos visitaron y les gustó mi trabajo, etc.

Desafíos Superados:

¿Cuáles fueron los obstáculos más grandes que ha enfrentado y cómo los superó? No fue fácil aprender, incluso llegué a sentir que no era para mí, que me costaba mucho trabajo, pero logre ser la primera certificada a nivel internacional.

¿Cómo ha lidiado con el equilibrio entre su vida personal y profesional? Bastante bien, la verdad es que este trabajo me ha dado la libertad de no descuidar a mi

familia, mis hijos ya están grandes también y la verdad es que eso influye, pero en general, este mundo te da la libertad de manejar tus tiempos.

¿Ha experimentado discriminación de género en su trayectoria emprendedora? Algunas veces, cuando por competir, quieren demeritar el trabajo de uno.

¿Cómo lo ha abordado? Siguiendo, no haciendo caso, al final el trabajo de cada quien habla por sí solo.

Impacto y Logros:

¿Cuáles son los logros más significativos de su negocio hasta ahora? Cuando me invitaron a cambiar unas cejas por una sonrisa, esta causa en apoyo a las mujeres con cáncer, me ha llenado muchísimo, además de ayudar a que muchas mamás solteras, para que puedan auto emplearse y darle el tiempo a sus hijos, y ellas pueden organizar sus horarios, eso es algo de verdad que me ha llenado en todo.

¿Qué impacto ha tenido su emprendimiento en su comunidad o sector? Bueno en el mes de octubre que es el mes de la lucha contra el cáncer, en Doris Buenfil Studio regalamos cejas a todas las mujeres que estén pasando por esto y a veces no solo cejas, también aureolas.

¿Ha recibido reconocimientos o premios por su trabajo? Sí, de las mismas certificaciones que he hecho me han dado reconocimientos, ha sido muy bonito la verdad.

Motivación y Consejos:

¿Qué la motiva a seguir adelante en su viaje emprendedor? Las mismas clientas que aunque les ponga otras chicas, siempre me buscan y dicen “no yo quiero con Doris” jajaja y mis alumnas, claro.

¿Tiene algún consejo para otras mujeres que deseen emprender? Que lo hagan, no hay otra manera de saber si funcionará o no, deben intentarlo.

¿Puede compartir una experiencia que considere particularmente conmovedora o inspiradora? El dar año con año servicios de microblanding sin costo a las mujeres

que están en la lucha contra el cáncer, me ha llenado de mucha reflexión y cariño, mucho aprendizaje por ver todo lo que pasan.

¿Está dispuesta a que su historia sea compartida en un compendio para motivar a otras mujeres emprendedoras? ¿Qué mensaje les darías? Claro que sí, pues hermosas empodérense, nada es fácil, pero el conocimiento es poder, aprovechen cada oportunidad para demostrar su valía.

6. Nombre: Claudia Montesinos

Edad: 55

Ubicación de su emprendimiento: Blvd. norte 4210- 103 col. las cuartillas, Cleotilde Torres, Unión, 72050 Heroica Puebla de Zaragoza, Pue.

Profesión y formación académica: Secundaria

Nombre de la empresa/emprendimiento: Libérate Plus

Breve descripción de su negocio/emprendimiento: Venta de productos para la pérdida de peso

¿Qué es para ti la educación financiera? Saber manejar tus finanzas (dinero)

¿Tu negocio cuenta con RFC? Sí

¿Qué tan importante es para ti, tener dentro de la formalidad tu negocio? Muy importante porque al ser productos ingeribles, eso también te ampara de cualquier posible situación.

¿Sabes que teniendo dentro de la formalidad tu negocio tienes/gozas de beneficios gubernamentales? Pues mi experiencia es que te conviertes en un empresario o empresaria y todo es pagar jajaja.

Historia Emprendedora:

¿Qué la inspiró a convertirse en emprendedora? Pues, Libérate Plus ya tiene en el mercado once años, eh. La marca surge de una necesidad porque yo pesaba un poquito más de cien kilos y bueno, estaba en problemas mi salud, ¿no? Como

sucede cuando tenemos unos kilos de más, en mi caso, pues eran casi un poquito más de sesenta kilos encima, y bueno, eso trajo como consecuencia que se me diagnosticara con obesidad mórbida e hígado graso. Y entonces, recuerdo perfectamente, y quienes eh consumen mi producto, quienes conocen mi historia, quienes han leído mi libro, pues saben que cuando yo le pregunto al doctor, ¿Qué es obesidad mórbida? Pues su respuesta fue, ya sabes cómo son los doctores, ¿no? Entonces me dijo, él, obesidad mórbida, pues es que te mueres. Y bueno, tengo dos hijos, en esa época, hace diez años, pues estaban muy chicos, eh, ellos cuentan en esta vida, pues únicamente con su mamá, y empezó una carrera mía contra la obesidad, ¿no? Como muchas de los que nos están viendo, pues le intenté con todo, desde el ejercicio, la dieta, estuve con uno de los mejores dietólogos de aquí de Puebla, fui a las elípticas, iba al zumba, al parque ecológico, porque me quedaba muy cerquita, y bueno, lo único que, lo último que intenté, porque también pasé por los balines, este, bueno, de todos los métodos, ¿no? Lo último que intenté, pues fue la hipnosis, venía un hipnotista que te trataba la obesidad, y fue lo último, y bueno, finalmente, nada de eso me funcionó y creamos Libérate Plus.

¿Cómo se financió para la primera inversión? Con ahorros personales.

Cuéntenos sobre los desafíos iniciales que enfrentó al comenzar su negocio: Me empezaron a llamar el “mounstro que baja de peso” y bueno, no estuvo padre, ¿no? Porque, ¿sabes qué? Que hoy con las redes sociales, eh, todo mundo cree lo que dicen, intentaron incluso estafarme, pero yo hoy te puedo decir que parte del éxito lleva sus retos también, ¿no? Y hoy tenemos muchísimos ejemplos.

¿Cómo ha evolucionado su negocio desde su inicio? Pues al principio, lo que hice fue compartir con dos amigas la receta, porque les dije que me estaba funcionando, que finalmente, eh, lo que me habían hecho en el laboratorio aquí en Puebla, porque el laboratorio es poblano, lo que me habían hecho acá me estaba funcionando, y se lo di a ellas dos. Y también les funcionó. Hoy, una de ellas le mando saludos a Janet, es mi coordinadora de la Ciudad de México... Y entonces, lo que hice fue que ahora lo vendieran a otras personas, al principio solamente era

para madres solteras. Ajá, pero muchas de las que lo estaban comprando y le estaba funcionando, pues algunas ni mamás eran, y no tenían planes de ser mamás, pero querían bajar de peso, entonces querían este, pues esta parte... ¿Sabes cuál es lo padre de quienes formamos parte de esta empresa? Es que tú no lo puedes vender a menos que seas testimonio, lo cual es una garantía. Claro. Si tú no eres testimonio, no puedes ingresar a la empresa... Y entonces, pues ya lo amplié, ¿no? Ahora era para mujeres, y tenemos este, mi distribuidora ahorita más chiquita está en Monterrey, que tiene dieciocho años, y la más grande, pues tiene setenta y cinco años, entonces sí, el margen de mujeres que trabajan contigo... Y entonces, pues luego lo compartieron con los hermanos, los esposos, los novios, y llegó alguien de Tlaxcala a pedirme una distribución, y yo dije, ok, pues va también para los hombres... Y bueno, hoy es una empresa muy grande. Te imaginas. Enviamos a Estados Unidos, España, Colombia, Costa Rica y a toda la República Mexicana.

¿Puede compartir alguna anécdota o momento significativo en su viaje emprendedor? Pues cuando empecé a vender, y mi monedero se llenaba de dinero, no sabía que había que pagar impuestos ¿no? Y después apareció mi nombre por ahí, yo creo que en alguna lista donde nunca quieres aparecer, y este... nos llegó por ahí un requerimiento del SAT, horrible, horrible. Bueno, ahí me enteré que había que pagar impuestos, que había que facturar, eh. Hoy tengo a uno de los mejores administradores, que es Cristian, está dentro de la empresa, que se volvió también un experto en Cofepris. Hoy damos también asesorías contables.

¿Quiénes son tus principales clientes? Mujeres que desean perder peso, de México, Colombia, Brasil, Estados Unidos y hasta Europa.

Desafíos Superados:

¿Cuáles fueron los obstáculos más grandes que ha enfrentado y cómo los superó? Pues hace rato que venía yo para acá me estaba acordando que mis hijos siempre andaban conmigo de aquí para allá, hasta en 6 animaciones de baby

shower por día y cuando Tania tenía 10 años y Alexis seis, fueron sustraídos, fue una etapa muy, muy difícil, se llevaron a mis hijos seis meses, y después de eso, recuerdo muy bien, trabajé también para PEMEX, en el departamento en el que estaba administrábamos casi todo, y al recuperar a mis hijos, los iba a dejar, regresaba al trabajo, a la hora de la comida, me salía corriendo. Hubo un tiempo en que tuve que ahorrar para taxis, porque si no, eso era imposible. Este, me los llevaba a la oficina, mi hija ahí aprendió contabilidad, este... de pruebas, de pruebas de hermética del tanque de diésel de Magna de Premium, pero al final, todo eso los hizo a ellos, ¿no?

¿Cómo ha lidiado con el equilibrio entre su vida personal y profesional? Yo creo que si le preguntas a una mamá: '¿Cómo le hace?', no te va a dar una fórmula mágica, la verdad es que a veces no sabes en cuántas personas te divides, ¿no? Pero hoy ver a mis hijos como se desarrollan, que este... tenemos una frase en la casa que "el no puedo no existe" y al final, ver que los desvelos, las noches que estás y dices: 'No me va a alcanzar para la lista de útiles', espero que todavía le quede el pantalón del año pasado a mi hijo. Este, finalmente, valen la pena.

¿Ha experimentado discriminación de género en su trayectoria emprendedora?  
Totalmente sí

¿Cómo lo ha abordado? Pues ya de hecho hay un señor ahí en la cárcel, te comentaba, por el acoso que me tenía, o sea si tuve que interponer una demanda y todo.

Impacto y Logros:

¿Cuáles son los logros más significativos de su negocio hasta ahora? Que me ha hecho una empresaria en toda la extensión de la palabra, es decir, que mi nombre aparece en el SAT, en Hacienda, pago mis impuestos... Tengo hoy en la empresa doce colaboradores que trabajan ahí, este, con todos los requisitos de la ley... Y bueno, eso es también para, pues, para que tengan seguridad, a quienes lo compran.

¿Qué impacto ha tenido su emprendimiento en su comunidad o sector? Pues, hoy Libérate Plus representa muchísimas cosas. Hoy, ese frasco representa, por ejemplo, la beca para varios estudiantes en escuelas particulares. Hace una labor también altruista. Sí, pues, representa, como el esfuerzo de algunas mamás, y yo siempre he dicho que lo que te pasa, te tiene que servir para servir a los demás. Entonces, en mi caso, perdí la oportunidad de estudiar en la UDLA, por falta de recursos, eh, me otorgaron una beca, pero ni siquiera había para el pasaje, menos para los útiles, y mucho menos para la ropa, ¿no? Entonces, bueno, hoy tengo incluso becados ahí. También representa la ayuda para papás de pequeños que están internados en el Hospital del Niño Poblano, eh, representa también los medicamentos, o algunos tratamientos especiales. Apenas entregamos unos lentes especiales para un chiquito que, por el momento, no puede ser operado hasta que cumpla más de once años, eh, ayudas para mujeres con cáncer, y bueno, pues, todo eso representa hoy este frasco.

¿Ha recibido reconocimientos o premios por su trabajo? Si, varios, pero cuando recibí el primer premio con mis hijos a lado y escuchar que “Claudia Montesinos” esto y el otro y saber en el fondo que, al final, la niña que creció sin papá y sin mamá, que no tuvo una infancia sencilla, que al final no me fue indispensable estudiar en una universidad, porque solo cuento con secundaria, escuchar mi historia de vida y saber que valió la pena, este... a veces, tantas lágrimas, hubo veces en que yo decía: 'Ay, ¿por qué nací?' Finalmente, ¿no? No está ni mi mamá ni mi papá, y la parte más importante, este... voltear y ver a mis hijos, eh... yo siempre quise que ellos tuvieran, obviamente, un poco más de lo que yo había tenido, fue increíble.

Motivación y Consejos:

¿Qué la motiva a seguir adelante en su viaje emprendedor? Mis hijos, mi equipo de trabajo que confía en mí y claro que mis clientas.

¿Tiene algún consejo para otras mujeres que deseen emprender? Lo único que yo les puedo decir es que insistan, insistan, insistan, y que a veces ni siquiera la

familia es tu fan, ¿no? Un tiempo vendí pastas para manzanas, las exportaba, llegué a exportar incluso a Estados Unidos, que son estas pastas de manzana que hoy ya te las venden. Yo, en esa época, no había. Uh-huh. Y yo las hacía en casa, las metía en una bolsa de celofán, y las enviaba. Vendía a través de Mercado Libre y mi familia me decía: '¿Tú crees que vas a ganar dinero de esto?' Acto seguido, al año me llevé a casi toda la familia de vacaciones por la venta de mis pastas, entonces insistan, yo he dado clases de zumba, he vendido piernas en navidad, he sido animadora de baby shower y la mayor motivación siempre debe ser lo que quieres lograr.

¿Puede compartir una experiencia que considere particularmente conmovedora o inspiradora? Pues una vez visite a una de las mujeres de mi equipo que son un poquito más de treinta en Estados Unidos, y ver, el caso de Lucero, me conmovió mucho que de ser una mujer que trabajaba en casa, hoy puede incluso ver a los nietos. Hoy, ella ya no trabaja y saber que hoy es su propia empresaria, y que cuando yo llegué la primera vez a su departamento de Lucero, ver que en una esquinita estaba ahí su oficina, con Libérate plus, fue, es... es increíble, ¿no?

¿Está dispuesta a que su historia sea compartida en un compendio para motivar a otras mujeres emprendedoras? ¿Qué mensaje les darías? Pues nunca sabes hasta que tú sueñas. ¿Cómo vas a alcanzar tus sueños? Tengo una frase que dice: 'Tienes que soñar tan grande para que puedas invitar a otros a soñar contigo.' Claro. Y yo sé que cuando cuento mi historia, tal vez les pase como cuando yo escucho una Marta de Baile, ¿no? Que todo parece que es muy sencillo. Lo que sí les puedo decir es que si le trabajas diario, si te esfuerzas diario, finalmente llega, llega el resultado.

7. Nombre: Lourdes Vara

Edad: 56

Ubicación de su emprendimiento: Calz Zavaleta 3506, Sta Cruz Buenavista, 72150 Heroica Puebla de Zaragoza

Profesión y formación académica: Licenciatura en Psicología y Master en Educación

Nombre de la empresa/emprendimiento: Centro Universitario Willbing

Breve descripción de su negocio/emprendimiento: Centro universitario de Cosmiatria y Diseño de imagen

¿Qué es para ti la educación financiera? Control y Administración del dinero

¿Tu negocio cuenta con RFC? Sí

¿Qué tan importante es para ti, tener dentro de la formalidad tu negocio? Súper importante porque se trata de una escuela privada, que debe actuar con ética.

¿Sabes que teniendo dentro de la formalidad tu negocio tienes/gozas de beneficios gubernamentales? Pues nosotras no los hemos visto, al contrario en SEP hemos tenido varias situaciones por falta de eficiencia de su parte y en pandemia tampoco vimos ningún apoyo.

Historia Emprendedora:

¿Qué la inspiró a convertirse en emprendedora? Bueno, como institución educativa, surgió hace once años, pero antes de ser una institución educativa, otras dos hermanas y yo pusimos en ese mismo edificio un spa en el dos mil tres, precisamente diez años atrás. Y en términos de poder incluir todos los servicios que contemplaba el bienestar, no solamente lo que tuviera que ver con la belleza física de la piel, sino el bienestar en cuanto a nutrición, ejercicio, clases de yoga, pilates, y todo lo que tuviera que ver con el aspecto... Vuelvo a repetir, ¿no? De bienestar.

¿Cómo se financió para la primera inversión? Fue con capital no solo mío, somos cinco socias y cada una aportó no solo infraestructura, conocimientos y dinero sino también aspectos importantes en cada una de sus áreas.

Cuéntenos sobre los desafíos iniciales que enfrentó al comenzar su negocio: Sí, fíjate que nosotros iniciamos, y obviamente la primera generación tenía que

confiar en nosotros, ¿no? El no saber en un momento dado ni a qué entraban ni con quién entraban, ¿no? Que les podía ofrecer una institución de nueva creación. Y empezamos con seis alumnas.

¿Cómo ha evolucionado su negocio desde su inicio? Actualmente, en la carrera de cosmiatría específicamente, tenemos ciento sesenta y siete alumnas, ¿no? En este año, precisamente fue el año de mayor ingreso. Contamos con dos licenciaturas más y próximamente ofreceremos una maestría en línea.

¿Puede compartir alguna anécdota o momento significativo en su viaje emprendedor? pues, bueno, una de las obviamente estrategias que, como empresario, siempre tiene uno que considerar, es que pues tienes que cuidar tu negocio y hubo un momento en que no había de otra y pues, bueno, no... No recibimos sueldo en ese... en ese período, ¿no? O sea, las socias así lo decidimos.

¿Quiénes son tus principales clientes? Chicas egresadas del bachiller o la prepa que buscan obviamente una institución de nivel superior para posteriormente ejercer una profesión.

**Desafíos Superados:**

¿Cuáles fueron los obstáculos más grandes que ha enfrentado y cómo los superó? Consideramos que íbamos en una línea ascendente en los primeros años, pero cuando llega la pandemia, pues, bueno, a todo mundo, ¿no? Fue un reto impresionante. Y a muchas instituciones, sobre todo instituciones de nueva creación, las llamadas instituciones pequeñas, ¿no? Que pues, bueno, los recursos están muy limitados, entonces dependes totalmente de la inscripción y de la colegiatura de los alumnos para poder seguir desarrollando proyectos o crecimiento de instalaciones o servicios y si fue un reto muy importante porque para lograr fue mantenernos, tuvimos que implementar varias estrategias, ¿no? La primera y más importante para nosotros fue el acercamiento tanto con los maestros como con los alumnos, del entendimiento por lo que estábamos pasando, claro, de saber que estábamos iniciando una dinámica que a todos nos

sorprendía, con maestros que nunca habían dado clases en línea, que no sabían utilizar una plataforma, que no sabían cómo conectarse de esta manera con sus alumnos, ¿no? Alumnos que saber que tener que tomar las clases, sí, prácticas en línea, fue sumamente complejo, ¿no? Con el hecho de que el maestro, como podía, ideaba las maniobras que tenían que replicar las alumnas con sus familiares, porque no tenían otros modelos más que seguir o utilizar. Y entonces, pues, bueno, ese fue el primer reto, ¿no? Como la contención emocional, acercamiento hacia los maestros. La segunda, pues, obviamente, el haber desarrollado nuestra plataforma académica en línea, que actualmente sigue funcionando, y empezar a desarrollar algunos programas en línea. Eso fue muy bueno para nosotros, pero, pues, obviamente, implicó inversión. Y la otra, que también fue de apoyo a los alumnos, este... bajarles, ¿no? El costo de la colegiatura, les bajamos un veinte por ciento, sí, creo que un veinte por ciento del costo de la colegiatura, para que pudiéramos solventar, ¿no? El que no se tuvieran que salir de clases, eh, vaya, de tener que dejar por las condiciones económicas que en casa se fueron planteando. Se generaron varios programas de apoyo financiero, lo que nos permitiera tanto a ellos como a nosotros, ¿verdad? Ir soportando esta situación. Y sí, nos logramos mantener, este... en el caso, por ejemplo, de maestros y personal administrativo, no bajamos sueldos ni nada por el estilo. Sabíamos que ellos eran los que nos iban a aportar, ¿no? El servicio que había que dar educativo, entonces había que aguantar, había que aguantar.

¿Cómo ha lidiado con el equilibrio entre su vida personal y profesional? es difícil esa parte, es difícil equilibrar todos los aspectos de tu vida. Hemos algunas medio trabajólicas, ¿verdad? Que si enfocamos o otorgamos más tiempo del necesario al aspecto de trabajo, pero tenemos que estar conscientes que hay que equilibrarlo. Como recuerdo una experiencia que tuve muy fuerte, y digo muy fuerte porque a mí me dejó marcada, en otra institución donde trabajaba, yo que este... pues yo entraba a las nueve de la mañana, pero no sabía a qué hora salía, ¿no? Uh-huh. Y un día estaba yo en mi oficina, y eran más de las diez de la noche, y oigo los pasos del policía, ¿no? Porque ya sabía que era Poli, y me dice: 'Maestra, ¿no se va a ir?' Dice: 'Es que ya vamos a cerrar la universidad'. Ay, Poli,

perdón, perdón, ya me volteo, le digo: 'Si, si, si, ya deme, deme chance de mandar estos unos mails, y ya, ¿no?' Uh-huh. Y ya oigo que se va, y otra vez oigo que regresa, y yo: 'Ay, otra vez me va a insistir', y yo: 'Apúrate', dice maestra. '¿Le puedo hacer una pregunta?' Uh-huh. Y yo: 'Si, Poli, dígame'. '¿Qué en su casa no la quieren?' Ay, no, no, por Dios, yo: 'Si, Poli, si, si, si, me quieren', pues ya váyase, maestra, el trabajo aquí va a estar toda la vida, eh, mañana que usted llegue, va a estar, no se preocupe. Ay, yo dije que razón tiene, y si el trabajo siempre va a estar, y la familia te está esperando. Y el espacio que debes de tener para descansar, y para saber que tu mente debe de resetearse, para que seas una mejor persona al siguiente, y puedas dar mucho más, y tengas ideas más creativas, y resuelvas todo de mejor manera, y todas las vicisitudes, o todo lo que pueda ser tan negativo, no lo veas así, lo puedes ver con mejor actitud, sabiendo que está difícil, si, pero todo se va a resolver, todo pasa, y no pasa nada. Uh-huh. Todo pasa.

¿Ha experimentado discriminación de género en su trayectoria emprendedora? Algunas veces como te lo mencione en SEP, nos ven mujeres, creen que no sabemos de los registros y al final hay que estar haciendo pagos dobles por ejemplo.

¿Cómo lo ha abordado? Sí he puesto mis quejas correspondientes, pero en lo que son atendidas a ver cuándo ¿verdad?... Pues seguir, seguir adelante

Impacto y Logros:

¿Cuáles son los logros más significativos de su negocio hasta ahora? Bueno, pues, principalmente es que cuando iniciamos solo contábamos con la carrera de cosmiatría, ¿no? Y que era porque teníamos las instalaciones adecuadas para esta carrera, pero después, eh, la propuesta de los socios era generar programas o todas las líneas que tuvieran que ir en función del desarrollo de productos de venta, fueran con la misma línea, ¿no? Enfocada al bienestar, al holístico. Y abrimos la segunda carrera que fue la de asesoría de imagen, pero con este enfoque, ¿no? se llama expresión y asesoría de imagen y luego la tercera carrera

que se va a abrir, va a ser la licenciatura en dirección de comunicación, moda, y asesoría y como te decía una maestría en línea de educación holística.

¿Qué impacto ha tenido su emprendimiento en su comunidad o sector? Bueno, nuestra propuesta de valor y por lo que nos buscan, es por ser una institución con este enfoque holístico humanista, sobre todo centrada más en las personas.

¿Ha recibido reconocimientos o premios por su trabajo? Sí, modestamente el reconocimiento de nuestras alumnas y padres de familia que siempre al culminar una generación quedan agradecidos.

Motivación y Consejos:

¿Qué la motiva a seguir adelante en su viaje emprendedor? Mis metas personales, mi familia, mis socias y por supuesto todas mis alumnas que confían en Willbing.

¿Tiene algún consejo para otras mujeres que deseen emprender? Claro, fíjate que lo importante cuando uno desea emprender es saber y confiar en la capacidad que uno tiene para cristalizar, para llevar a efecto todos esos sueños, ¿no? Que uno visualiza cuando nosotros iniciamos pensábamos que fuera una universidad de calidad, pero sobre todo de calidez, y creo que eso lo hemos logrado porque constantemente estamos en esa línea, ¿no? De preocuparnos más por las personas, el ambiente y la sentir que estamos en un lugar adecuado, eso nos ha mantenido en la firmeza de lo que deseábamos lograr, no tanto el crecer exponencialmente, como te dije hace rato, sino saber que lo que estamos haciendo lo estamos haciendo bien.

¿Puede compartir una experiencia que considere particularmente conmovedora o inspiradora? Pues, bueno, una de las cosas que nos venía era que teníamos claro el tipo de personas que íbamos a formar. De hecho, Willbing es una tropicalización de la palabra Well be, que significa el bien ser o el bienestar, ¿no? Y este... y en el logotipo, en el escudo de la institución, tú podrás ver un sol naciente en el horizonte, eh, coronado con tres estrellas. Las tres estrellas significan precisamente cuerpo, mente y espíritu, el equilibrio que debes tener entre la

mente, el cuerpo y el espíritu. Y que hoy estamos logrando transmitir con satisfacción a nuestras alumnas.

¿Está dispuesta a que su historia sea compartida en un compendio para motivar a otras mujeres emprendedoras? ¿Qué mensaje les darías? Claro, pues al emprender un negocio siempre, la experiencia de alguien que ya ha pasado por el camino, que a veces es un poco tortuoso, pero muy satisfactorio, siempre le puede dar a uno el conocimiento, de a lo mejor, decir: 'Sí, lo estoy haciendo bien', creo que es bueno, ¿no?

8. Nombre: Karime Corona

Edad: 29

Ubicación de su emprendimiento: 45 Poniente #1719 Col. Reforma Agua Azul, Puebla de Zaragoza, 72430.

Profesión y formación académica: Bachillerato

Nombre de la empresa/emprendimiento: Kurandera

Breve descripción de su negocio/emprendimiento: Venta de joyería artesanal mexicana

¿Qué es para ti la educación financiera? Conocer mis finanzas y saberlas administrar

¿Tu negocio cuenta con RFC? No

¿Qué tan importante es para ti, tener dentro de la formalidad tu negocio? Pues creo que sí, es importante

¿Sabes que teniendo dentro de la formalidad tu negocio tienes/gozas de beneficios gubernamentales? No, ¡Cuéntame!

Historia Emprendedora:

¿Qué la inspiró a convertirse en emprendedora? Pues, mira, necesitamos un poquito de contexto, y es que yo soy mamá desde los dieciséis, entonces yo, eh,

volví a empezar la prepa abierta, y en uno de los proyectos, eh, como mezclados entre administración y una materia como de reciclaje, como de ecología, y así, eh, como tarea hice, unos accesorios con los vestidos de maternidad que nunca me puse, entonces que los corto, mi mamá infartada, y empecé a hacer accesorios, y hice carteras con cartones de leche, monedero con latas, y así estuve experimentando, y la verdad es que entre mis compañeritas de la prepa abierta, mi familia y demás, me empezaron a pedir cositas así, ay, yo quiero monedero, ay, yo quiero collar, yo quiero esto, entonces me empezó a llamar mucho la atención, porque igual desde muy chiquita, mi abuela me llevaba, eh, para entretenerme los fines de semana a clases de manualidades. Entonces, desde muy chiquita, pues yo este jugaba con la pasta flexible, con telas, con muchas cosas, y con todo lo que también hacía mi abuela, que se dedicaba a hacer, eh, invitaciones artesanales, entonces siempre como que estuve en contacto, y en este momento, pues ya, eh, dije, bueno, pues sé algunas cositas, otras las puedo experimentar, y la verdad es que encontré en Curandera, que en ese momento no era Curandera, empezó siendo este, pues, como terapia, como una forma de hacer dinero, o para, pues, seguir estudiando, pero manteniendo a mi hija, porque desde siempre yo la mantengo solita, entonces, bueno, obviamente con la ayuda de mis papás, la verdad siempre me han apoyado, pero si dije, bueno, esto está mejor que pedir trabajo, tal vez en una cafetería, o en un McDonald's, que era, pues, lo que me tocaba, ¿no? Porque no tenía todavía los estudios para dedicarme a otra cosa, entonces, pues, me salvó Curandera, me salvó.

¿Cómo se financió para la primera inversión? Con ayuda de mis papás

Cuéntenos sobre los desafíos iniciales que enfrentó al comenzar su negocio: Pues creo que al inicio hubo un momento de duda, de temor, de incertidumbre, ¿no? porque como te decía, Curandera es un proyecto que tiene mucho de mí, y a veces, cuando las cosas no salen como uno quiere, o cuando hay un rechazo, o cuando hay una crítica, a veces, te toca muy adentro, ¿no? Y te hace cuestionar todo, y te hace dudar de si realmente esto es lo que debes estar haciendo. Pero,

la verdad, siempre he encontrado la manera de superar esos momentos, y de encontrar la fuerza para seguir adelante.

¿Cómo ha evolucionado su negocio desde su inicio? Pues, mira, la verdad es que yo he tenido muchos ángeles y hadas madrinas en el camino, y una de ellas fue quien ahora es mi jefa en Tribuna Comunicación, Ana Montero, ella vio mis accesorios en una pasarela del DIF, eh, mientras mi mamá trabajaba ahí, yo puse los accesorios, y ella me invitó a un proyecto increíble que se llamaba Envidia México, que era una tienda temporal, era una en temporada, como decembrina, que era una muy buena temporada, en, pues, una plaza super importante, o sea, en Angelópolis, justamente en el Luxury Hall, y este, y me invitó a vender, y ya cuando entré, bueno, le llevé primero, como, eh, lo que tenía disponible, y para que ella lo viera, y me decía, no tienes que subirle el precio, tienes que ponerle otra etiqueta, o sea, me coacheó, eh, en el mundo este, pues, de las marcas del diseño mexicano, porque ya sabe mucho, y este, y así empecé, o sea, y empecé la verdad en las grandes ligas, porque estuve vendiendo junto a, en esta tienda que te platico, eh, junto al taller de Jacobo y María Ángeles, que es de los talleres más grandes de alebrijes en México, junto a Denise Curry, que es una diseñadora que ha llegado también super lejos, poblana, este, y de esta talla de diseñadores, y yo así, chiquita, pero justamente el día de la inauguración, yo dije, no, yo me quiero dedicar a esto, o sea. Sí. Sí, me gusta mucho este, como reconocimiento de ser diseñador, de que a través de cosas que haces tú, que salen de tu cabeza, eh, la gente como que te te valida, ¿no? O sea, te da cierto, como estatus, cierto reconocimiento, este, y es como para mí mágico, en esto de los accesorios, que la gente decida llevar un poquito de ti, de lo que traes en tu cabeza. Se han hecho a mano, ¿no? Exacto, en su día a día, en sus eventos especiales, ahora en sus bodas, en sus quince años, está maravilloso.

¿Puede compartir alguna anécdota o momento significativo en su viaje emprendedor? Pues a pesar de que nunca estudie negocios, he aprendido a medida que avanzo.

¿Quiénes son tus principales clientes? Empezaron siendo amigas, tías, primas, ya sabes, y ahora bueno diferentes establecimientos de moda en la ciudad. También participo en eventos y ferias locales, para mostrar mi trabajo y conectarme con clientes y seguidores. Así que, si están interesados en conocer más sobre mi trabajo o en comprar algo, pueden encontrar información sobre mis eventos y ubicación en mis redes sociales o en mi sitio web.

Desafíos Superados:

¿Cuáles fueron los obstáculos más grandes que ha enfrentado y cómo los superó? En una ocasión recibí un pedido de 200 piezas, lo que me llevó a trabajar sin dormir durante semanas, lo máximo que yo había hecho eran 50 piezas y por tiempo, tuve que hacer el envío en dos partes y la chica que me hizo el pedido tampoco pudo vender todas las piezas por habérselas enviado en dos partes entonces, me regreso una parte y no vi la ganancia de ese esfuerzo, pero al final del día, lo que me motiva a seguir es la pasión que tengo por lo que hago, y el amor que le tengo a Curandera. Y creo que, mientras tenga eso, siempre podré superar cualquier obstáculo que se me presente.

¿Cómo ha lidiado con el equilibrio entre su vida personal y profesional? Pues si hubo un momento en el que no me daba tiempo ni para mí, ni para mi hija, ni para nada. Pero ahora, siento que he encontrado un equilibrio, porque he aprendido a decir no, he aprendido a delegar, he aprendido a priorizar. Y también, he aprendido a valorar mi tiempo, y a no regalarlo, porque es muy valioso. Entonces, ahora, trato de administrar mi tiempo de manera que pueda cumplir con mis responsabilidades como mamá, como emprendedora, y como persona. Y también, he aprendido a pedir ayuda cuando la necesito, y a no tener miedo de hacerlo. Porque, al final del día, no puedo hacer todo sola, y necesito de la ayuda de los demás para poder seguir adelante.

¿Ha experimentado discriminación de género en su trayectoria emprendedora?  
No.

¿Cómo lo ha abordado? Pues es que al ser una empresa que nació desde casa y con muchas amigas reales, realmente no me sentí discriminada por mi género.

#### Impacto y Logros:

¿Cuáles son los logros más significativos de su negocio hasta ahora? Tengo muchos pero creo que la apertura de dos boutiques y la participación en pasarelas de moda, incluyendo una reciente en TV Azteca, han sido los más significativos para mí.

¿Qué impacto ha tenido su emprendimiento en su comunidad o sector? Pues yo creo que el ir compartiendo que debemos trabajar desde la pasión y no solo desde la necesidad.

¿Ha recibido reconocimientos o premios por su trabajo? Sí, en las pasarelas siempre al final es el momento más bonito, cuando también llega esta parte del reconocimiento y que te da como un status ¿no?

#### Motivación y Consejos:

¿Qué la motiva a seguir adelante en su viaje emprendedor? El ver a alguien usando mis creaciones, me ha regalado momentos "hermosos" y "mágicos", es ver que alguien ha elegido usar algo que yo cree.

¿Tiene algún consejo para otras mujeres que deseen emprender? Sí, bueno yo soy alguien que romantiza todo, pero si no toman riesgos, no sabrán lo que les espera, atrévanse con fe, amor y pasión sin esperar un resultado específico.

¿Puede compartir una experiencia que considere particularmente conmovedora o inspiradora? Sí, algo que a mi antes me hacía pensar mucho, era el cómo siendo mamá soltera iba a brillar y como ya lo dije antes Kurandera me curo eso, me salvó, tanto así que hoy veo a kurandera como un alguien y no pienso abandonarlo jamás.

¿Está dispuesta a que su historia sea compartida en un compendio para motivar a otras mujeres emprendedoras? ¿Qué mensaje les darías? Claro, chicas denlo todo por el todo con fe y pasión.

9. Nombre: Andrea Salazar

Edad: 30

Ubicación de su emprendimiento: San Gabriel Chilac, Puebla

Profesión y formación académica: Licenciatura en ciencias políticas

Nombre de la empresa/emprendimiento: Xochipilli Artesanal

Breve descripción de su negocio/emprendimiento: prendas artesanales

¿Qué es para ti la educación financiera? Para mí es el hecho de tener adquiridos conocimientos sobre el manejo de los recursos propios. O sea que uno se eduque en saber administrar su dinero

¿Tu negocio cuenta con RFC? Sí

¿Qué tan importante es para ti, tener dentro de la formalidad tu negocio? Súper importante porque justamente nosotros que exportamos a Europa, imagínate hacerlo sin estar dentro de la formalidad, pues no jajaja. De hecho tenemos un contador que nos ayuda con la parte contable y fiscal. Él se encarga de llevar el tema de impuestos y asegurarnos de que estemos al día con el SAT.

¿Sabes que teniendo dentro de la formalidad tu negocio tienes/gozas de beneficios gubernamentales? Sí pero no los he visto.

Historia Emprendedora:

¿Qué la inspiró a convertirse en emprendedora? Bueno, yo estudie la licenciatura en Ciencias Políticas por la BUAP, cuando inicié mi servicio y me involucré más en la profesión, llegué a la SEDESOL y conocí el Fondo de Artesanías (FONAR), donde se me presentó la oportunidad de gestionar un proyecto para las artesanas de mi comunidad en San Gabriel Chilac y a raíz de la gestión de ese proyecto, nos

encontramos con una problemática: ¿qué hacer con la producción que ya se tenía? Las artesanas me contaban que vendían sus prendas en el mercado, pero los precios eran muy bajos. Entonces, se me ocurrió postear una foto de una prenda en redes sociales y así surgió “Xochipilli Artesanal”.

¿Cómo se financió para la primera inversión? Con ganancias de otro empleo

Cuéntenos sobre los desafíos iniciales que enfrentó al comenzar su negocio: Pues no tenía mucha experiencia, tenía 19 años, inicié prácticamente sola y posteriormente con 4 familiares más, entonces aunque vengo de una familia de artesanos, en su momento fue difícil como ir agarrando esta experiencia e ir aprendiendo a la par sobre telas y bordados, proveedores de telas y materia prima... Fue un proceso de aprendizaje y enriquecimiento.

¿Cómo ha evolucionado su negocio desde su inicio? Pues actualmente nos dedicamos a la exportación. Somos proveedores de clientas en Australia, Suiza, España, Canadá, Estados Unidos, Brasil y Colombia. Y antes de pandemia ya éramos un equipo de 150 personas, hoy nos quedamos en 80 pero seguimos creciendo.

¿Puede compartir alguna anécdota o momento significativo en su viaje emprendedor? Pues sí, una es que al principio, sentí que no estaba ejerciendo mi profesión, estaba un poquito confundida, pero luego me di cuenta de que la planeación y estrategia de marketing que utilicé en el proyecto eran habilidades que desarrollé en mi carrera. De hecho, mi especialidad es sobre marketing político, y el proyecto fue un ejercicio de aplicación de esas habilidades en un contexto diferente. Y la otra es que mi abuelo es hablante náhuatl y me sugirió el nombre Xochipilli, que significa "príncipe o princesa de las flores" me gustó porque identificaba las prendas y tenía un significado especial, por eso le puse así a mi marca.

¿Quiénes son tus principales clientes? Como te comentaba, bueno nuestro comercio se ha estancado un poco en México, pero principalmente somos

proveedores de clientas en Australia, Suiza, Taiwán, España, Canadá, Estados Unidos, Brasil y Colombia.

#### Desafíos Superados:

¿Cuáles fueron los obstáculos más grandes que ha enfrentado y cómo los superó? La desconfianza de la gente en comprar en línea ha sido un gran reto. Pero hemos trabajado en crear una experiencia de compra satisfactoria y en generar confianza con nuestros clientes. También hemos desarrollado una guía de tallas y tratamos de hacer que nuestro tallaje sea similar al de las tiendas comerciales.

¿Cómo ha lidiado con el equilibrio entre su vida personal y profesional? Al principio la marca se llevó mi juventud jaja literal siento que me case con mi marca, pero afortunadamente, ya tenemos una forma de trabajo establecida, y mi equipo me ayuda mucho. Ahora puedo enfocarme en otras cosas, como mi trabajo en el servicio público. Trato de sobrellevar todo y aprovechar mi capacidad para hacer varias cosas a la vez.

¿Ha experimentado discriminación de género en su trayectoria emprendedora? No.

¿Cómo lo ha abordado? Bueno es que no me ha tocado.

#### Impacto y Logros:

¿Cuáles son los logros más significativos de su negocio hasta ahora? Ser pioneros en redes sociales, haber tenido espacios en medios nacionales como Milenio, y exportar a más de 15 países. Es un logro para todo el equipo que representa Xochipilli Artesanal. También considero que el hecho de haber construido la marca ladrillo por ladrillo es un logro importante.

¿Qué impacto ha tenido su emprendimiento en su comunidad o sector? Sí, este emprendimiento inicio y sigue siendo solitario, si las mujeres nos unimos y apoyamos, podemos lograr muchas cosas. Les invito a consumir y apoyar a otras mujeres emprendedoras.

¿Ha recibido reconocimientos o premios por su trabajo? Bueno tenemos el reconocimiento de muchos espacios como este y claro el de nuestros clientes, ya que, nuestros productos son prendas únicas, con bordados y calidad diferentes. Buscamos lograr un consumo ético y consciente, utilizando materias primas de alta calidad que no se desechan fácilmente. Nuestras prendas son hechas con mucho amor y dedicación.

Motivación y Consejos:

¿Qué la motiva a seguir adelante en su viaje emprendedor?

¿Tiene algún consejo para otras mujeres que deseen emprender? No tengan miedo de aventurarse, si un negocio no funciona, intenten con otro hasta que encuentren el que realmente les guste y se sientan identificadas con él.

¿Puede compartir una experiencia que considere particularmente conmovedora o inspiradora? Bueno durante la pandemia, hubo una caída muy fuerte en las ventas, por lo cual, tuvimos que reducir la producción y el número de personas que trabajaban con nosotros, lo que fue doloroso. Pero después el comercio electrónico creció mucho y eso nos impulsó a posicionarnos incluso en otros países.

¿Está dispuesta a que su historia sea compartida en un compendio para motivar a otras mujeres emprendedoras? ¿Qué mensaje les dirías? Les diría que son dueñas de su propia marca y que deben creer en sí mismas. Es importante usar y disfrutar del producto o servicio que se ofrece, porque no hay mejor vendedor que el que ya consumió el producto.

10. Andrea Arguello

Edad: 31

Ubicación de su emprendimiento: Oficinas y Escuelas

Profesión y formación académica: Licenciatura en administración de empresas

Nombre de la empresa/emprendimiento: Emprendedora ambulante

Breve descripción de su negocio/emprendimiento: Venta de botanas, postres, accesorios y joyería

¿Qué es para ti la educación financiera? Para mí, es un proceso para adquirir conceptos financieros, manejar el dinero de forma correcta o inteligentemente, ver oportunidades y minimizar riesgos financieros.

¿Tu negocio cuenta con RFC? No

¿Qué tan importante es para ti, tener dentro de la formalidad tu negocio? Sí, es importante

¿Sabes que teniendo dentro de la formalidad tu negocio tienes/gozas de beneficios gubernamentales? Sí

Historia Emprendedora:

¿Qué la inspiró a convertirse en emprendedora? Salir adelante e independizarme

¿Cómo se financió para la primera inversión? Con ahorros

Cuéntenos sobre los desafíos iniciales que enfrentó al comenzar su negocio: Pues que ya existía una competencia en el mercado y algunas personas por lo mismo te van poniendo trabas.

¿Cómo ha evolucionado su negocio desde su inicio? Yo creo que bastante bien, pues ahora ya mucha gente me identifica y tengo mis clientas fijas.

¿Puede compartir alguna anécdota o momento significativo en su viaje emprendedor? Algo significativo ha sido conocer a más personas visionarias y que les gusta crecer.

¿Quiénes son tus principales clientes? Mujeres que trabajan en oficinas.

Desafíos Superados:

¿Cuáles fueron los obstáculos más grandes que ha enfrentado y cómo los superó? La vergüenza, o sea, al final la supere con el paso del tiempo pero al principio si fue difícil, ir ofreciendo con la pena de que también te digan que no.

¿Cómo ha lidiado con el equilibrio entre su vida personal y profesional? Pues trato de salir a vender los mismos días que abren las oficinas de lunes a viernes de 8 am a 4 pm, entonces me organizo bastante bien, teniendo los fines de semana y vacaciones libres para mí.

¿Ha experimentado discriminación de género en su trayectoria emprendedora? Sí, algunas veces.

¿Cómo lo ha abordado? Enfocándome en mi misma.

Impacto y Logros:

¿Cuáles son los logros más significativos de su negocio hasta ahora? El haber expandido mi cartera de clientes.

¿Qué impacto ha tenido su emprendimiento en su comunidad o sector? Yo creo que impacto en la moda y con los precios accesibles.

¿Ha recibido reconocimientos o premios por su trabajo? No, aún no

Motivación y Consejos:

¿Qué la motiva a seguir adelante en su viaje emprendedor? Seguir creciendo en mi economía

¿Tiene algún consejo para otras mujeres que deseen emprender? Que no se rindan, y que busquen a alguien que las asesore en su nuevo emprendimiento.

¿Puede compartir una experiencia que considere particularmente conmovedora o inspiradora? Pues yo inicie como te decía con vergüenza, pero gracias a esa vergüenza hoy puedo pagarme yo sola mis gastos de vivienda, comida y hasta viajecitos.

¿Está dispuesta a que su historia sea compartida en un compendio para motivar a otras mujeres emprendedoras? ¿Qué mensaje les darías? Sí, que le echen ganas y que jamás duden de ellas mismas.

Como puede observarse, los resultados cualitativos se relacionan con el marco teórico al proporcionar evidencia empírica que ayuda a validar, ampliar o cuestionar las teorías y conceptos previamente establecidos. En la presente investigación que analiza la educación financiera con un enfoque de economía social para mujeres emprendedoras en Puebla, los resultados cualitativos permiten entender las experiencias, percepciones y barreras que enfrentan las emprendedoras desde una perspectiva más profunda.

Dentro del marco teórico se incluyen conceptos como la economía social, el emprendimiento y la educación financiera, todos ellos fundamentados en distintas teorías, como la teoría del emprendimiento y la teoría de la economía feminista. Los resultados cualitativos, al obtenerse mediante herramientas como entrevistas o historias de vida, sirven para comprobar cómo estos conceptos teóricos se reflejan en la realidad cotidiana de las mujeres emprendedoras.

El marco teórico señala que la educación financiera impacta positivamente en la sostenibilidad de los negocios, los resultados cualitativos demuestran que las emprendedoras realmente se benefician de estos conocimientos y que si existen obstáculos estructurales que impiden su implementación.

Esta relación permite que la investigación no solo se base en ideas teóricas, sino que también tenga una dimensión aplicada y contextualizada, contribuyendo a la generación de conocimiento que puede influir en futuras políticas o programas de apoyo a emprendedoras.

### **4.3 Análisis Cualitativo**

Las entrevistas realizadas a mujeres emprendedoras del municipio de Puebla revelan varios temas y patrones comunes que destacan tanto los desafíos como los logros en sus trayectorias empresariales.

La mayoría de las entrevistadas reconocen la importancia de la educación financiera para la gestión efectiva de sus negocios. Sin embargo, hay una variabilidad en el nivel de formalidad de sus emprendimientos. Algunas, como

Jimena Campos y Sandra Olguín, tienen sus negocios formalizados ante las autoridades, con RFC, lo que les permite acceder a ciertos beneficios gubernamentales y dar seriedad a sus empresas. Algunas otras, aún no han formalizado sus negocios, lo que indica una oportunidad para mejorar el acceso a información y recursos sobre los beneficios de la formalización. Tal como se menciona en el marco teórico, citando al INEGI, 2022; más del 56% de estos establecimientos dirigidos por mujeres se encuentran dentro de la informalidad.

Las historias de inspiración para convertirse en emprendedoras varían, pero muchas mencionan situaciones personales o económicas como catalizadores. Por ejemplo, Marcela Aguilar inició su emprendimiento durante la pandemia como una forma de generar ingresos adicionales. El financiamiento inicial también varía, desde ahorros personales y préstamos de amigos hasta créditos bancarios.

Los desafíos iniciales incluyen la falta de financiamiento, la gestión del tiempo entre la vida personal y profesional, y la formalización del negocio. Han tenido dificultades para cobrar a sus clientes y formalizar su marca, mientras que otras batallan con equilibrar su tiempo entre su negocio y sus hijos. La superación de estos desafíos a menudo involucró el apoyo de familiares y amigos, así como la implementación de estrategias de negocio más efectivas, como la venta al mayoreo y la oferta de créditos. Así lo mencionaron también las autoras Goyal y Yadav (2014), en cuanto al emprendimiento femenino, en donde sostienen que las mujeres emprendedoras están contribuyendo cada vez más al crecimiento económico, pero, al mismo tiempo, encaran retos de mayor magnitud.

Los logros más significativos mencionados por las entrevistadas incluyen el crecimiento de sus negocios, el reconocimiento y apoyo de sus clientes, y el impacto positivo en sus comunidades. Por ejemplo, algunas han logrado una conexión fuerte con sus clientas y ha ofrecido oportunidades de negocio a otras mujeres.

La motivación para seguir adelante proviene principalmente del apoyo de la familia y la satisfacción personal de ver crecer sus negocios. Las entrevistadas también

ofrecen consejos valiosos para otras mujeres que deseen emprender, enfatizando la importancia de empezar con lo que se tiene y ser honestas y transparentes en sus negocios.

En resumen, las entrevistas revelan un panorama diverso pero común en cuanto a los desafíos y éxitos de las mujeres emprendedoras en Puebla. La educación financiera, la formalización del negocio, el apoyo familiar y la resiliencia son factores clave que contribuyen a su éxito.

#### 4.4 Resultados Cuantitativos

La encuesta fue validada mediante el Alfa de Cronbach obteniendo el siguiente resultado:

Tabla 2. Estadístico de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.873	20

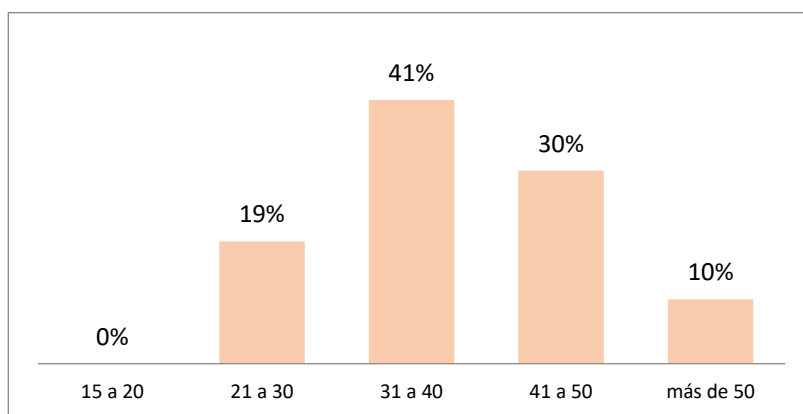
Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos en SPSS

Las veinte variables a analizar fueron las siguientes: 1) ¿Qué edad tienes?, 2) ¿A los cuántos años iniciaste tu negocio?, 3) ¿Cuál es tu nivel de estudios?, 4) ¿En qué sector se encuentra tu negocio? , 5) ¿Con cuántos empleados cuenta tu negocio?, 6) ¿Cuántos años lleva en marcha tu negocio?, 7) ¿Cuántos días a la semana dedicas a tu negocio? , 8) ¿Cuánto tiempo dedicas al día a tu negocio?, 9) ¿De cuánto fue tu primera inversión?, 10) Esa cantidad fue invertida por:, 11) ¿Conoces los diferentes programas de apoyo que ofrece el gobierno para mujeres emprendedoras?, 12) ¿Tu negocio cuenta con RFC?, 13) ¿Cuentas con la posibilidad de reinvertir para expandir tu negocio?, 14) ¿Hiciste algún estudio del mercado antes de montar tu negocio? , 15) ¿Llevas algún tipo de contabilidad?, 16) Para administrar tu negocio ¿Te capacitaste o has tenido algún tipo de capacitación?, 17) ¿Qué tipo de capacitación te interesa más?, 18) ¿Has

experimentado algún tipo de discriminación por ser mujer en las instituciones financieras?, 19) En el trato con tus colegas y/o competencia (hombres). ¿Te has sentido incomoda por ser mujer? Y 20) ¿Crees que tus responsabilidades en el hogar o con tus hijos te han impedido desarrollarte al 100% como empresaria?

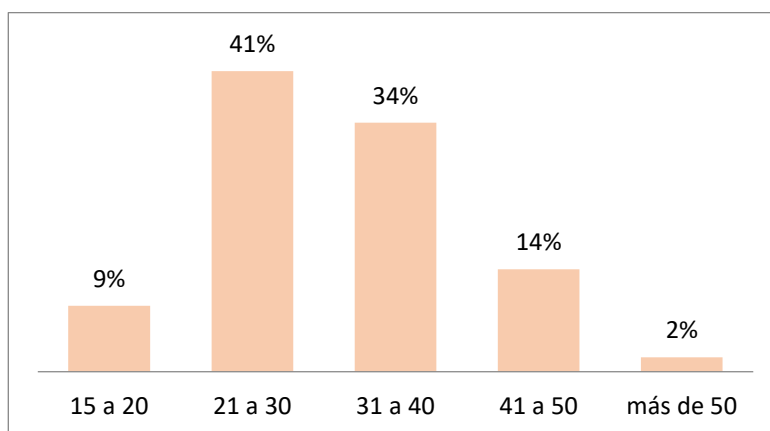
A continuación se muestran las tablas de frecuencias de los resultados de las variables analizadas:

**Figura 1. Edad en años de las encuestadas**



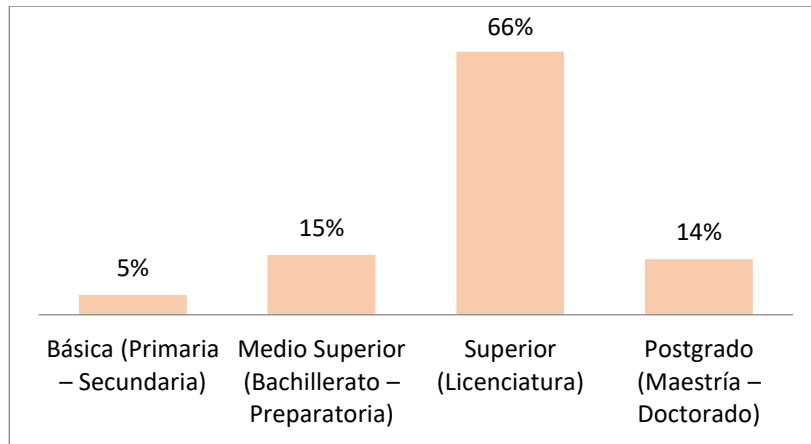
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 2. Edad en años de cuando inició su negocio**



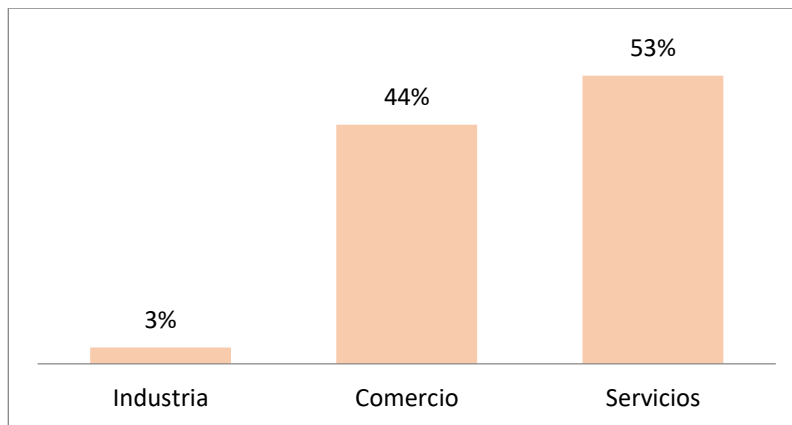
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 3. Nivel de estudios**



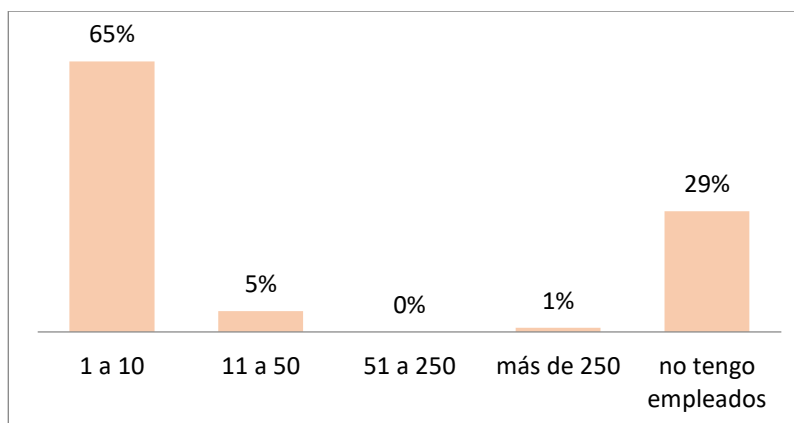
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 4. Sector empresarial al que pertenecen sus negocios**



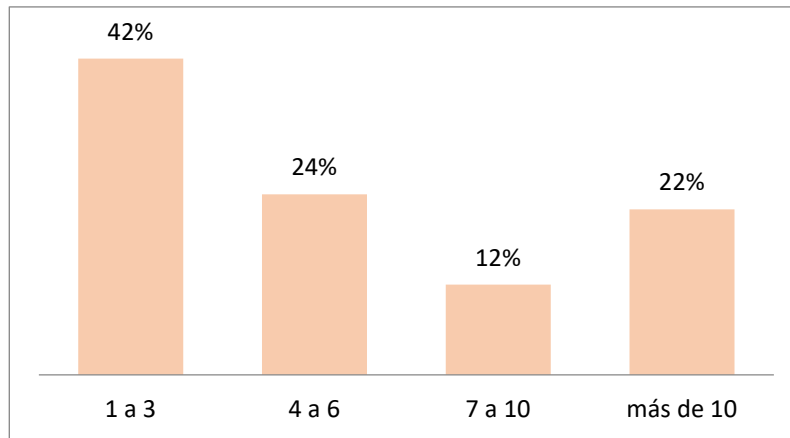
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 5. Tamaño de la empresa según su número de empleados**



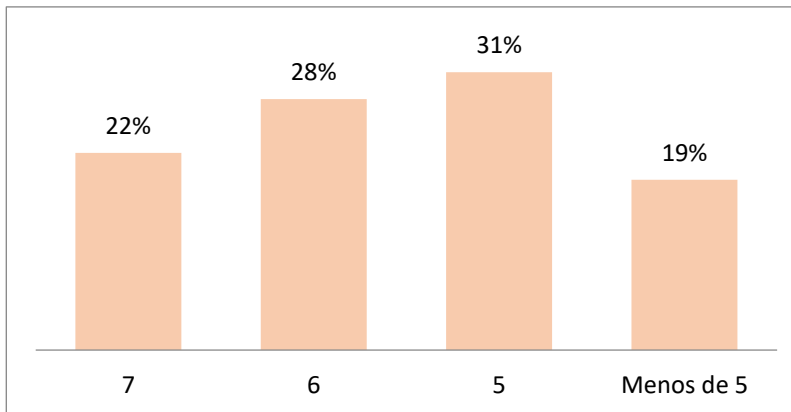
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 6. Edad en años del negocio**



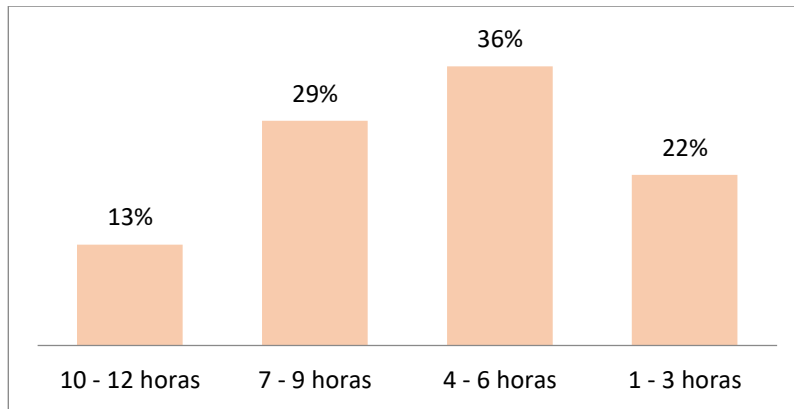
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 7. Días a la semana dedican a tu negocio**



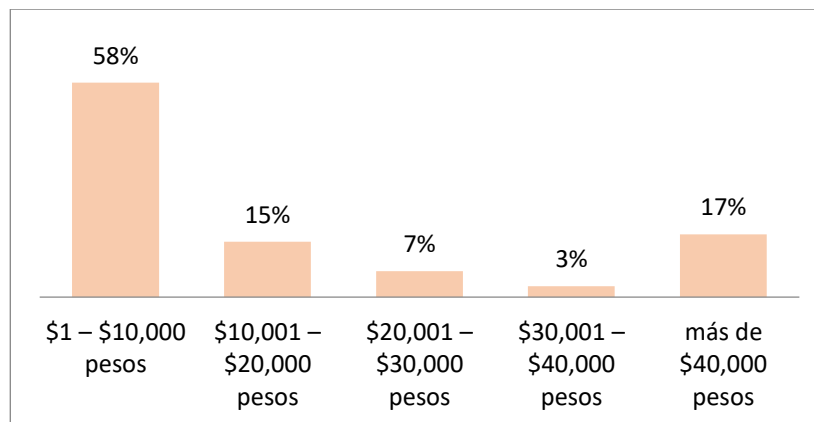
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 8. Horas al día que dedican a su negocio**



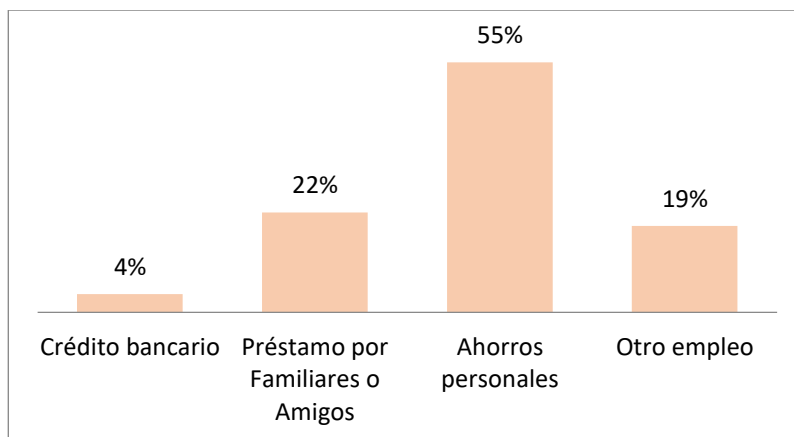
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 9. Monto de la primera inversión**



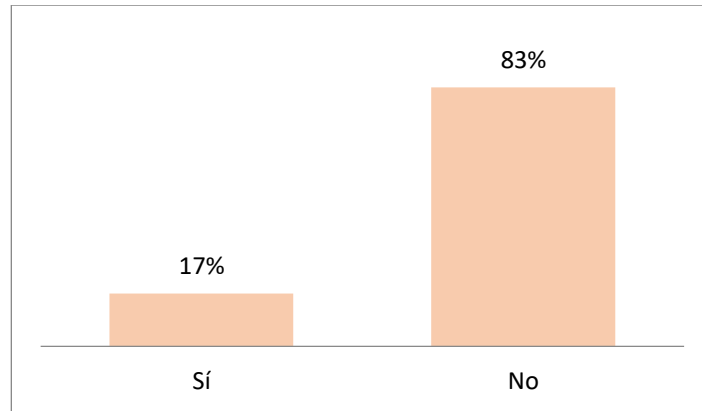
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 10. Fuente de financiamiento**



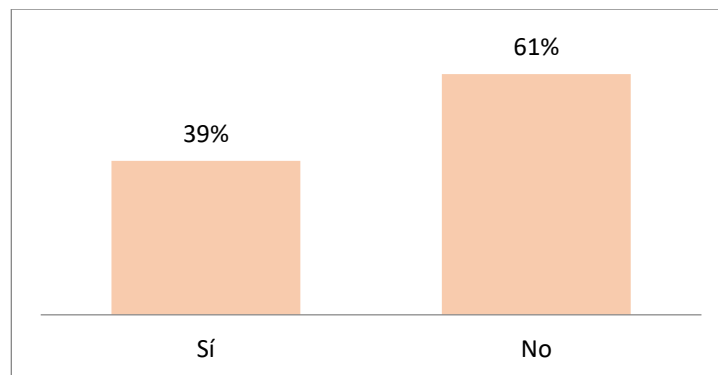
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 11. Conocimiento sobre los diferentes programas de apoyo que ofrece el gobierno para mujeres emprendedoras**



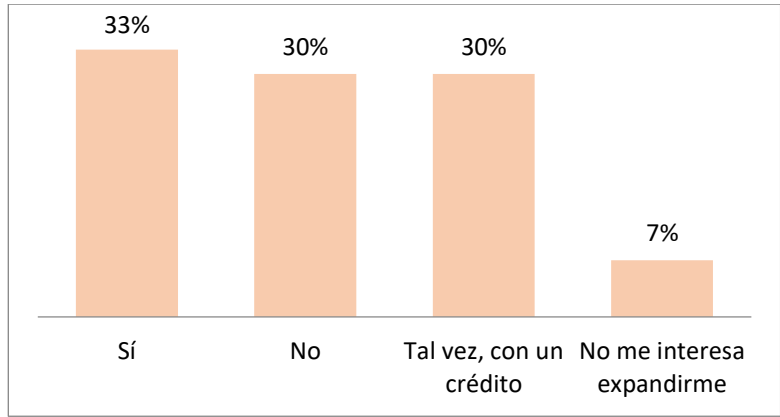
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 12. Inscritas al Registro Federal de Contribuyentes (RFC)**



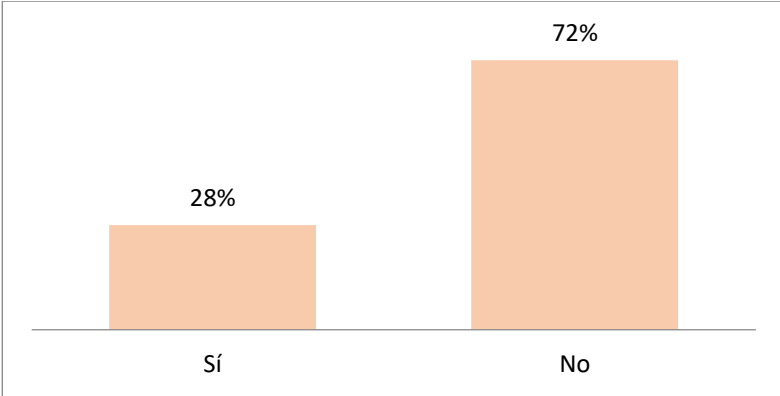
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 13. Posibilidad de reinvertir para expandir su negocio**



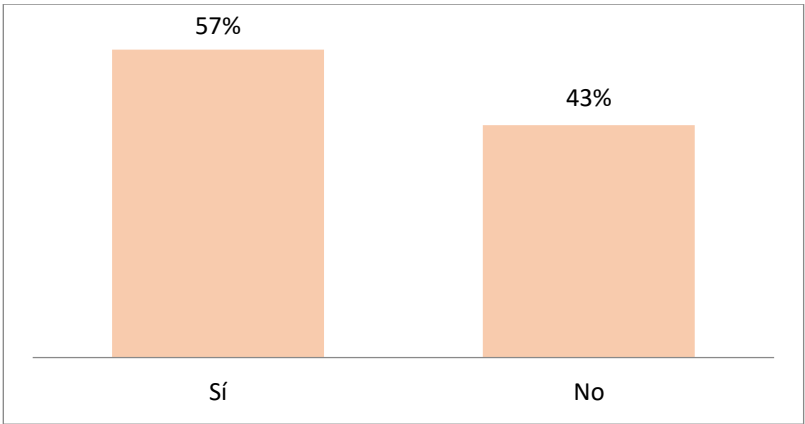
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 14. Referente al estudio del mercado antes de montar su negocio**



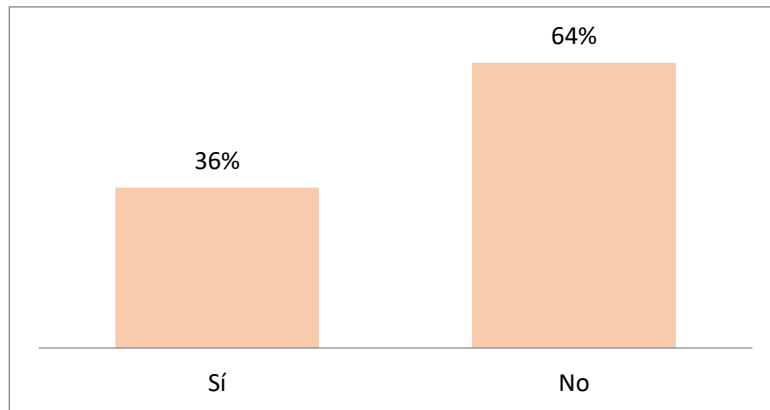
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 15. Referente si lleva algún tipo de contabilidad**



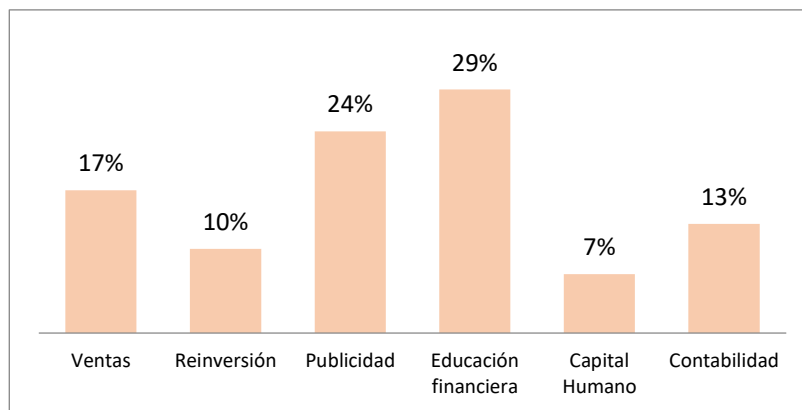
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 16. Referente a si han recibido alguna capacitación**



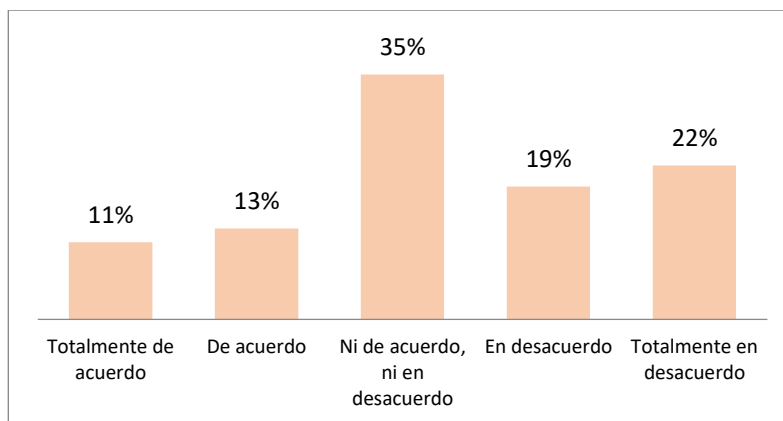
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 17. Áreas de interés para capacitarse**



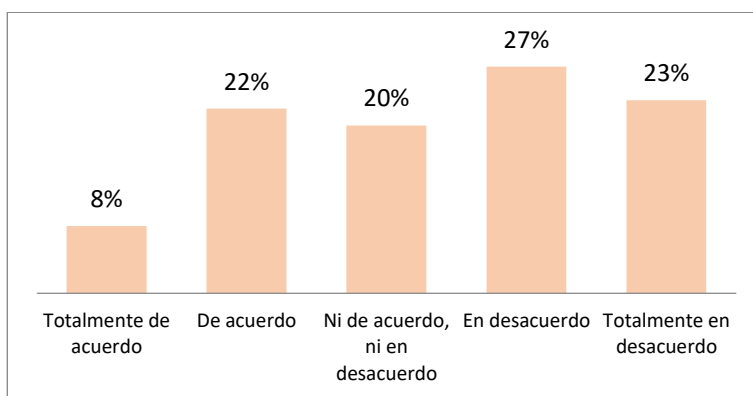
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 18. Creencia de haber experimentado algún tipo de discriminación por ser mujer en las instituciones financieras**



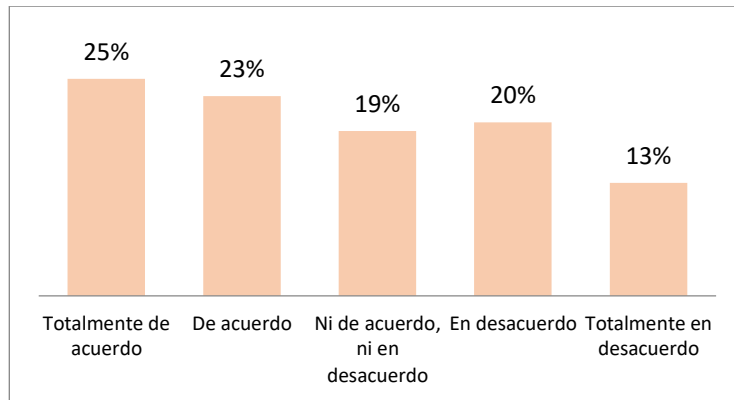
Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 19. De la incomodidad en el trato con sus colegas y/o competencia (hombres), por ser mujer**



Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

**Figura 20. Creencia de que sus responsabilidades en el hogar o con sus hijos las han limitado a desarrollarse 100% como empresarias**



Fuente: elaboración propia con base en resultados de Excel

Los resultados cuantitativos se relacionan con el marco teórico al permitir validar y medir con datos estadísticos la aplicación de conceptos y teorías establecidas. En el caso de la presente investigación, los resultados cuantitativos pueden demostrar la relación entre variables clave, como el impacto de la educación financiera en la estabilidad y crecimiento de los negocios liderados por mujeres.

Desde el marco teórico, se presentan diferentes teorías como la teoría de la economía social, la teoría del emprendimiento y la teoría de la economía feminista, las cuales sugieren que el acceso a educación financiera y la gestión eficiente de los recursos son factores clave para el éxito empresarial. Los resultados cuantitativos, obtenidos a través de encuestas y análisis estadísticos, comprueban si estas teorías realmente se reflejan en la realidad.

Una hipótesis del estudio establece que la falta de educación financiera está relacionada con una mayor tasa de quiebra de emprendimientos femeninos en Puebla, los resultados cuantitativos verifican esta correlación a través de indicadores como niveles de endeudamiento, porcentaje de ahorro o tasas de supervivencia empresarial. A través del análisis estadístico descriptivo, la investigación presenta datos numéricos que respalden o refuten las afirmaciones teóricas.

Esto ayuda no solo a validar el marco teórico, sino también a fortalecer la investigación con evidencia concreta, permitiendo elaborar propuestas más

fundamentadas para mejorar el acceso a educación financiera y la sostenibilidad de los emprendimientos femeninos.

#### 4.5 Análisis estadístico descriptivo

1. **Rango de edad:** el 41% tiene entre 31-40 años, el 30% entre 41-50 años, el 19% tiene entre 21-30 años y el 10% tiene más de 50 años.
2. **Edad en la que emprendieron:** el 41% monto su negocio cuando tenía entre 21-30 años, el 34% cuando tenía entre 31-40 años, el 14% cuando tenía entre 41-50 años, el 9% de 15-20 años y el 2% teniendo más de 50 años.
3. **Escolaridad:** el 66% cuenta con licenciatura, el 15% con bachillerato o preparatoria, el 14% con postgrado y el 5% solo con educación básica (primaria-secundaria).
4. **Sector empresarial:** el 53% de los negocios dirigidos por mujeres en el municipio de Puebla se encuentra en el sector de servicios, mientras que el 44% se encuentra en el comercio y sólo el 3% en la industria.
5. **Tamaño de la empresa según su número de empleados:** el 65% tiene una microempresa con 1-10 empleados, mientras que el 29% no tiene empleados. El 5% tiene una pequeña empresa con 1-50 empleados y sólo el 1% tiene una empresa consolidada con más de 250 empleados.
6. **Antigüedad de sus emprendimientos:** el 42% lleva en marcha entre 1-3 años, el 24% tiene una antigüedad de 4-6 años, el 22% lleva más de 10 años y el 12% lleva en marcha 7-10 años.
7. **Días a la semana que dedican a su negocio:** el 31% labora 5 días a la semana, el 28% dedica 6 días, mientras que el 22% dedica los 7 días de la semana y el 19% labora menos de 5 días a la semana.
8. **Tiempo que dedican al día a sus negocios:** el 36% dedica de 4-6 horas al día a su negocio, mientras que el 29% dedica entre 7-9 horas, el 22% de 1-3 horas y el 13% de 10-12 horas al día.
9. **Monto de la primera inversión:** el 58% invirtió entre \$1 – \$10,000 pesos; el 17% invirtió más de \$40,000 pesos, el 15% invirtió \$10,001 – \$20,000

pesos; el 7% invirtió de \$20,001 – \$30,000 pesos y el 3% invirtió entre \$30,001 – \$40,000 pesos.

10. **Financiamiento:** el 55% obtuvo su primera inversión por ahorros personales, el 22% por un préstamo de parte de familiares y/o amigos, el 19% con ganancias de otro empleo y el 4% mediante un crédito bancario.
11. **Conocimiento sobre los diferentes programas de apoyo que ofrece el gobierno para mujeres emprendedoras:** lamentablemente el 83% de las encuestadas no conoce estos programas, solo el 17% sabe que existen.
12. **Inscritas al Registro Federal de Contribuyentes (RFC):** el 39% tiene dentro de la formalidad su negocio, mientras que el 61% lo tiene dentro de la informalidad.
13. **Posibilidad de reinvertir para expandir su negocio:** el 33% si cuenta con la posibilidad de expandirse, pero no lo ha hecho, el 30% no cuenta con posibilidades de reinvertir para expandirse, otro 30% menciona que tal vez, con un crédito y al 7% no le interesa expandirse.
14. **Referente al estudio del mercado antes de montar su negocio:** el 72% de las encuestadas no realizó ningún tipo de estudio de mercado antes de iniciar su negocio, solo el 28% se dio a la tarea de hacerlo.
15. **Referente si lleva algún tipo de contabilidad:** el 57% si lleva algún tipo de contabilidad, mientras que el 43% no la realiza.
16. **Referente a si han recibido alguna capacitación:** el 64% no ha recibido ningún tipo de capacitación, solo el 36% se ha capacitado en algún rubro referente a su negocio.
17. **Áreas de interés para capacitarse:** al 29% le gustaría capacitarse en educación financiera, al 24% en publicidad, al 17% en ventas, al 13% en contabilidad, al 10% en reinversión y al 10% en capital humano.
18. **Creencia de haber experimentado algún tipo de discriminación por ser mujer en las instituciones financieras:** el 35% no está de acuerdo, ni en desacuerdo con haber experimentado algún tipo de discriminación, el 22% está totalmente en desacuerdo, el 19% en desacuerdo, el 13% de acuerdo y el 11% totalmente de acuerdo.

19. **De la incomodidad en el trato con sus colegas y/o competencia (hombres), por ser mujer:** el 27% esta en desacuerdo, el 23% totalmente en desacuerdo, el 22% de acuerdo, el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 8% totalmente de acuerdo.
20. **Creencia de que sus responsabilidades en el hogar o con sus hijos las han limitado a desarrollarse 100% como empresarias:** el 25% dice que está totalmente de acuerdo, el 23% esta de acuerdo, el 20% en desacuerdo, el 19% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 13% totalmente en desacuerdo.

Analizando los resultados mencionados y que la educación financiera es fundamental para el éxito de cualquier emprendimiento, se puede observar que la mayoría de las emprendedoras iniciaron sus negocios jóvenes (entre los 21-30 años), lo que indica la importancia de la educación financiera temprana para la planificación y gestión de recursos desde el inicio.

Si el 66% cuenta con licenciatura, se puede sugerir una mejor preparación académica en finanzas para ayudar a tomar decisiones estratégicas más informadas, independientemente de la licenciatura que tengan.

La mayoría son microempresas y se concentran en servicios y comercio, tal como lo mencionó la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresa (AMMJE, 2021) el 71%, son únicas dueñas de su propio negocio, y de éstas el 81% ofrecen productos principalmente enfocados al comercio, restaurantes y servicios diversos. Es por ello que la educación financiera puede ser clave para diversificar sectores y ampliar negocios con estrategias de crecimiento y financiamiento adecuadas.

En la antigüedad de su emprendimiento o empresa, un porcentaje significativo tiene menos de 6 años con su negocio. Con educación financiera, podrían mejorar su planificación y sostenibilidad a largo plazo.

El tiempo que destinan a sus empresas muestra compromiso, pero la administración del tiempo y la inversión en productividad pueden ser optimizadas con educación financiera.

Respecto a su inversión inicial y financiamiento, el 58% invirtió menos de \$10,000 pesos y la mayoría financió su negocio con ahorros personales. Aquí se refleja la falta de acceso o conocimiento sobre financiamiento externo. Una mayor capacitación ayudaría a aprovechar opciones como créditos o inversión estratégica.

Sobre el conocimiento de programas de apoyo gubernamental, el 83% desconoce estos programas gubernamentales. Con educación financiera podrían identificar oportunidades de financiamiento y apoyo.

Más de la mitad opera de manera informal, lo que puede limitar su crecimiento y acceso a financiamiento. La educación financiera ayudaría a comprender los beneficios de la formalización.

Un alto porcentaje puede expandirse pero no lo ha hecho. Con conocimientos en administración y finanzas, podrían mejorar estrategias para la reinversión y el crecimiento.

El 72% no realizó estudios de mercado y el 43% no lleva contabilidad. Aquí se nota una brecha en conocimientos clave que afectan la toma de decisiones y la rentabilidad del negocio.

La mayoría no ha recibido formación específica, aunque el 29% muestra interés en educación financiera. Esto sugiere una necesidad de formación que podría mejorar su gestión empresarial.

Respecto a la discriminación y limitaciones por género, algunas emprendedoras sienten barreras en instituciones financieras y responsabilidades familiares. Deben proporcionarse herramientas para negociar mejores condiciones y equilibrar su desarrollo profesional.

En conclusión, los datos muestran que la educación financiera es esencial en distintas áreas del emprendimiento. La capacitación en gestión financiera, inversión y administración de negocios podría mejorar el crecimiento y la

estabilidad de estos emprendimientos liderados por mujeres. ¡Una oportunidad clara para potenciar el éxito empresarial!

## **CONCLUSIONES**

La presente investigación ha permitido identificar y analizar diversos aspectos relacionados con la educación financiera y el emprendimiento de mujeres en el municipio de Puebla. A través de un enfoque mixto, se han obtenido resultados cualitativos y cuantitativos que arrojan luz sobre la situación actual y los desafíos que enfrentan las mujeres emprendedoras en esta región.

La pregunta general de la investigación: ¿Cómo influye la educación financiera en el emprendimiento de las mujeres del municipio de Puebla?, se responde con la conclusión de que, la educación financiera se revela como un factor crucial para el éxito de los emprendimientos liderados por mujeres. Sin embargo, se observa una variabilidad en el nivel de formalización de los negocios.

Para responder a las preguntas de investigación, se formularon 100 encuestas y 10 entrevistas a profundidad, dirigidas a mujeres emprendedoras del municipio de Puebla. A través de estas técnicas se recopilieron datos que permitieron evaluar factores como la falta de tiempo, capital económico y planeación, lo que permitió dar respuesta a las preguntas generales y específicas.

Para alcanzar los objetivos del estudio, se realizó una revisión teórica amplia para identificar conceptos clave sobre educación financiera y economía social y se aplicó un diagnóstico situacional mediante el análisis cualitativo y cuantitativo de los resultados.

Se propuso también, un diseño metodológico sólido que incluye historias de vida y observación participante, lo cual permitió comprender el contexto vivido por las emprendedoras.

Los resultados obtenidos se analizaron bajo distintas perspectivas paradigmáticas (como el fenomenológico y el de economía social).

En cuanto a las hipótesis planteadas, cada hipótesis fue contrastada con los hallazgos del trabajo de campo. Por ejemplo, se evidenció que la falta de tiempo derivada de las tareas del hogar y de cuidado sí afecta la continuidad de los negocios, confirmando así una de las hipótesis. Lo mismo sucede con la escasez de capital y la débil planeación estratégica.

Mientras algunas emprendedoras han formalizado sus empresas y gozan de ciertos beneficios gubernamentales, otras operan de manera informal, lo que limita su acceso a recursos y oportunidades de crecimiento.

Considerando que esta investigación sigue un enfoque cualitativo, se han comprobado sus premisas. Y se confirma que los emprendimientos liderados por mujeres en el municipio de Puebla generan un impacto positivo en la economía social y familiar. Al mismo tiempo, la falta de educación financiera, el trabajo no remunerado y la ausencia de una adecuada gestión administrativa han sido factores determinantes en la quiebra de este sector.

Asimismo, las hipótesis planteadas han sido verificadas a partir de los resultados obtenidos. Se ha observado que la falta de tiempo es una realidad para muchas mujeres empresarias, lo que limita su desarrollo en el ámbito empresarial. Además, la escasez de capital económico restringe sus posibilidades de inversión, obligándolas a recurrir a préstamos de familiares y amigos en la mayoría de los casos. Por último, se ha identificado una carencia significativa en la planeación de los negocios liderados por mujeres en el municipio de Puebla, ya que la mayoría ni siquiera realiza un estudio de mercado antes de emprender.

No obstante, muchas han logrado superar estos obstáculos gracias al apoyo familiar, la implementación de estrategias de negocio efectivas y la resiliencia personal.

Por otro lado, los métodos de validación de las hipótesis y las premisas se validaron de la siguiente manera:

1. Observación participante: se involucró activamente en espacios donde interactúan mujeres emprendedoras para comprender sus dinámicas, reforzando la validez contextual de las premisas.
2. Historias de vida: A través de las entrevistas, se exploraron trayectorias personales que permitieron identificar patrones comunes (como el impacto del trabajo no remunerado o la falta de tiempo), lo cual validó cualitativamente las hipótesis.
3. Encuestas estructuradas: las 100 encuestas a mujeres emprendedoras, las cuales generaron datos cuantificables sobre factores como capital económico, planeación, duración del negocio y nivel de educación financiera, se validaron en el programa de SSPS, obteniendo un alpha de cronbach de .873 lo cual indica que la confiabilidad es alta.
4. Análisis estadístico descriptivo: Este análisis permitió dar solidez numérica a los hallazgos. Por ejemplo, la duración de los negocios y su correlación con variables como tiempo disponible y acceso a financiamiento ayudó a confirmar hipótesis como la relacionada con la vida útil menor a cinco años de los negocios liderados por mujeres.
5. Triangulación metodológica: Se contrastaron los datos de las entrevistas, encuestas y observación para identificar coincidencias que fortalecieran la validez de las premisas e hipótesis planteadas.
6. Tabla de operacionalización de variables (Anexo 1): Este instrumento vinculó cada hipótesis y premisa con indicadores observables, facilitando su medición y validación en campo.

En general, los logros de las mujeres emprendedoras en Puebla son significativos, pues han logrado no solo el crecimiento de sus negocios, sino también un impacto positivo en sus comunidades. La conexión y el apoyo de sus clientas, así como la creación de oportunidades de negocio para otras mujeres, destacan como aspectos fundamentales de su éxito.

## **RECOMENDACIONES**

Fomentar la Educación Financiera: Es esencial promover programas de educación financiera que ayuden a las mujeres a gestionar mejor sus recursos y a formalizar sus negocios.

Apoyo Gubernamental: Incrementar el acceso a financiamiento y recursos gubernamentales para mujeres emprendedoras, facilitando su formalización y crecimiento.

Redes de Apoyo: Fortalecer las redes de apoyo entre mujeres emprendedoras, promoviendo el intercambio de experiencias y conocimientos.

Equilibrio Vida-Trabajo: Desarrollar estrategias que permitan a las mujeres equilibrar sus responsabilidades personales y profesionales, reduciendo la carga de trabajo no remunerado.

## **PROPUESTA**

Una guía práctica y contextualizada con base a la presente investigación, y diseñada especialmente para fortalecer negocios liderados por mujeres, para mejorar su educación financiera y desarrollar una sólida gestión empresarial con un enfoque de economía social, propone:

### **1. Diagnóstico Personal y Empresarial:**

- Evaluación de sus fortalezas y debilidades como emprendedora.
- Análisis FODA del negocio (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
- Identificar cuánto tiempo real se puede dedicar al negocio sin descuidar su bienestar.

### **2. Educación Financiera con Perspectiva de Género**

- Capacitación en temas clave: presupuesto, ahorro, crédito, inversión, tasas de interés y rendimiento.
- Asistencia a cursos gratuitos como los ofrecidos por la Secretaría para la Igualdad Sustantiva de Género (Puebla).
- Aprender a separar sus finanzas personales de las del negocio: abriendo una cuenta exclusiva para su emprendimiento.

### 3. Gestión Empresarial Efectiva

- Implementación de procesos básicos de planeación, organización, dirección y control.
- Uso de herramientas sencillas como tableros de tareas, cronogramas y control de inventarios.
- Apoyo en modelos de asociativismo como cooperativas o redes de colaboración entre mujeres.

### 4. Acceso a Financiamiento

- Investigación de programas como Banca de la Mujer o microcréditos comunales.
- Preparación de su plan de negocio: estructura, proyecciones financieras, misión y objetivos claros.
- Participación en talleres sobre elaboración de proyectos y estrategias de venta.

### 5. Redes de Apoyo y Economía Social

- Participación en redes locales de mujeres emprendedoras para compartir experiencias, recursos y soluciones.
- Incorporación de principios de la economía social: solidaridad, equidad, autogestión y desarrollo colectivo.
- Ofrecer productos o servicios con valor social, cultural o ambiental.

## 6. Marketing y Comunicación Estratégica

- Crear una identidad visual (logo, nombre y presencia en redes).
- Promocionar tu negocio en mercados locales, ferias y redes sociales.
- Aprender sobre comercio digital si su producto lo permite.

## 7. Resiliencia y Bienestar Emocional

- Identificar mecanismos para lidiar con la frustración, la carga mental y el miedo al fracaso.
- Dedicar espacios al autocuidado sin sentir culpa: una emprendedora saludable crea negocios sostenibles.
- Integrar la inteligencia emocional en sus relaciones con clientas, proveedoras y colaboradoras

Esta guía podría adaptarse a un taller práctico para impartirlo a otras mujeres, en comunidades, centros de capacitación o espacios de formación para mujeres emprendedoras:

### ***Taller: “Empodérate y Emprende”***

Duración sugerida: 10 horas (dividido en 5 sesiones de 2 horas)

Modalidad: Presencial o virtual

Público objetivo: Mujeres emprendedoras o con intención de emprender.

Objetivo general: Fortalecer las habilidades financieras, administrativas y personales de mujeres emprendedoras, desde un enfoque de economía social, con herramientas prácticas para la gestión de negocios sostenibles.

Estructura del taller:

Sesión 1. Reconociendo mi potencial emprendedor

Dinámica: Rueda de la vida (balance personal y profesional)

Autoevaluación FODA personal

Mitos y realidades del emprendimiento femenino

Sesión 2. Finanzas con sentido

Conceptos básicos: presupuesto, ahorro, crédito e inversión

Simulación: Arma tu presupuesto mensual

Herramientas: formato de control de ingresos y egresos

### Sesión 3. Planeación y gestión empresarial

El ciclo administrativo (Planeación, Organización, Dirección y Control)

Elaboración de un micro-plan de negocio

Análisis del entorno (cliente, competencia, proveedores)

### Sesión 4. Redes, ventas y marketing

Identidad visual y redes sociales

Tipos de clientes y estrategias de venta

Crear una red de apoyo con otras mujeres (modelo de círculo solidario)

### Sesión 5. Bienestar y resiliencia

Autocuidado y gestión emocional en el camino emprendedor

Resiliencia ante la frustración y el fracaso

Visualización de metas a corto y mediano plazo

Recursos necesarios:

- Hojas de trabajo y formatos digitales
- Acceso a internet para sesiones virtuales
- Material de apoyo visual: presentaciones y ejemplos prácticos

## REFERENCIAS

- Amezcuca E. L., Arroyo M. G., & Espinosa F. (2014). Contexto de la educación financiera en México. *Ciencia Administrativa*.  
<https://cienciaadministrativa.uv.mx/index.php/cadmiva/article/view/1606/2945>
- Antúnez, G. (2024). La perspectiva de género y espacios universitarios libres de violencia de género. Universidad Autónoma De Guerrero.  
<https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/3834>
- ASEM. (2024). Características de las empresas mexicanas fundadas por mujeres.  
[https://asem.mx/blog\\_asem/7-caracteristicas-de-las-empresas-mexicanas-fundadas-por-mujeres/](https://asem.mx/blog_asem/7-caracteristicas-de-las-empresas-mexicanas-fundadas-por-mujeres/)
- Banco del Bienestar. (2016). ¿Qué es la educación financiera?. Gobierno de México.  
<https://www.gob.mx/bancodelbienestar/documentos/que-es-la-educacion-financiera>
- Barinaga E., López M. V., Batista C. R. & Andrade C. D. (2023). El emprendimiento social en los ecosistemas económicos de América. *Alternativa en Tiempos de Crisis Global. Economía y Negocios* [online]. vol.14, n.1.  
[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2602-80502023000100056](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2602-80502023000100056)
- Camarena, A. (2019). Capacitación de las PYMES dirigidas por mujeres en Ciudad de México. *Universidad & Empresa*, 21, pp 76-107.
- Corbeta, P. (2007). Metodología y técnicas de investigación Social. Mc Graw Hill, pp 40-45
- Castañeada, M. J. (2022). Siete de cada diez mujeres mayores de 15 años en México han sido víctimas de violencia machista. *El País*.  
<https://elpais.com/mexico/2022-08-30/siete-de-cada-10-mujeres-mayores-de-15-anos-en-mexico-han-sido-victimas-de-violencia-machista.html>
- Cobo, B. R. (1995). Género, en Celia Amorós, 10 palabras clave sobre mujer. Pamplona: Verbo divino.

Corona, L. J. L. (2018). Investigación cualitativa: fundamentos epistemológicos, teóricos y metodológicos. *Vivat Academia. Revista De Comunicación*, (144), 69–76. <https://doi.org/10.15178/va.2018.144.69-76>.

Comisión Nacional para Erradicar la Violencia contra las Mujeres. (2016). ¿Por qué es importante el empoderamiento de las mujeres para el desarrollo?. Gobierno de México.

<https://www.gob.mx/conavim/articulos/por-que-es-importante-el-empoderamiento-de-las-mujeres-para-el-desarrollo?idiom=es#:~:text=El%20empoderamiento%20de%20las%20mujeres%20implica%20que%20participen%20plenamente%20en,la%20calidad%20de%20vida%20de>

Consejo Estatal de Población. (2023). Primera edición. Gobierno del Estado de Puebla. [https://dpoblacion.puebla.gob.mx/publicaciones-y-presentaciones/download/621\\_a0f79c5b725a83222e69](https://dpoblacion.puebla.gob.mx/publicaciones-y-presentaciones/download/621_a0f79c5b725a83222e69)

Consejo Estatal de Población. (2023). ¿A que se dedican las mujeres poblanas? Análisis ocupacional de la población femenina en el estado de Puebla.

<https://coespo.puebla.gob.mx/publicaciones-y-presentaciones/ocupacion-de-las-mujeres-poblanas-202305311314>

Contreras, D. (2024). Actividad emprendedora de las mujeres en Puebla: oportunidades y retos 2019-2021. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. <https://repositorioinstitucional.buap.mx/items/0b9d64b3-0835-4c89-9638-935f7b66c992>

Chaves & Monzón. (2018). La economía social ante los paradigmas económicos emergentes: innovación social, economía colaborativa, economía circular, responsabilidad social empresarial, economía del bien común, empresa social y economía solidaria. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 93, 5-50, DOI: 10.7203/CIRIEC-E.93.12901.

- Creswell, 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4a ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. <https://studylib.es/doc/1402151/creswell--j.w.--2014--research-design--qualitative--quan...?form=MG0AV3>
- Duque, P., Meza, O. E., Giraldo, D., & Barreto, K. (2021). Economía social y economía solidaria: un análisis bibliométrico y revisión de literatura. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 138, e75566. <https://dx.doi.org/10.5209/reve.75566>
- Foladori, G., & Tommasino, N. (2000). El enfoque técnico y el enfoque social de la sustentabilidad. *Revista Paranaense de Desenvolvimento*, (98), 67-75. <http://ricaxcan.uaz.edu.mx/jspui/bitstream/20.500.11845/230/1/Foladori%2c%20Tommasino.%20EIEnfoqueTecnicoYEIEnfoqueSocialDeLaSustentabilida.pdf>
- García, R. (2011). El enfoque social como elemento esencial del quehacer por la salud de la población. *Revista Cubana de Salud Pública*, 37. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-34662011000500015&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-34662011000500015&script=sci_arttext)
- Gobierno de México. (2016). Puebla y sus principales sectores productivos y estratégicos. *Secretaría de Economía*. <https://www.gob.mx/se/articulos/puebla-y-sus-principales-sectores-productivos-y-estrategicos#:~:text=Entre%20las%20principales%20actividades%20productivas,el%20transporte%2C%20correos%20y%20almacenamiento.>
- Gobierno de Puebla. (2024). Reglas de Operación del Programa Apoyo Productivo a la Mujer Poblana, Ejercicio Fiscal 2024. [https://ojp.puebla.gob.mx/media/k2/attachments/Reglas\\_de\\_Operaci%C3%B3n\\_de\\_L\\_Programa\\_Apoyo\\_Productivo\\_a\\_la\\_Mujer\\_Poblana,\\_Ejercicio\\_Fiscal\\_2024\\_T1\\_18072024.pdf](https://ojp.puebla.gob.mx/media/k2/attachments/Reglas_de_Operaci%C3%B3n_de_L_Programa_Apoyo_Productivo_a_la_Mujer_Poblana,_Ejercicio_Fiscal_2024_T1_18072024.pdf)
- Gobierno del Estado de Puebla. (21 de marzo de 2025). *Gobierno de Puebla anuncia Banca de la Mujer*. El Heraldo de Puebla. <https://heraldodepuebla.com/2025/03/21/gobierno-de-puebla-anuncia-banca-de-la-mujer/>

Gómez Suárez, Á., & Miano Borusso, M. (2006). Dimensiones simbólicas sobre el sistema sexo/género entre los indígenas zapotecas del Istmo de Tehuantepec (México). *Revista de Estudios de Género*, 22, 23-45. [https://www.ugr.es/~pwlac/G22\\_23Agueda\\_Gomez Marinella\\_Miano.html](https://www.ugr.es/~pwlac/G22_23Agueda_Gomez Marinella_Miano.html)

González Marín, C. (2008). ¿Qué / (Cuándo) es feminismo?. *ISEGORIA. Revista de Filosofía Moral y Política*, (38), 119-127.

González Pereyra, R. ., & Sánchez Espinoza, F. (2021). Las PyMES dirigidas por mujeres en Puebla: los retos ante la crisis económica. *Vinculatégica EFAN*, 7(1), 868–881. <https://doi.org/10.29105/vtga7.2-15>

González Pereyra, R. ., & Sánchez Espinoza, F. (2021). Las PyMES dirigidas por mujeres en Puebla: los retos ante la crisis económica. *Vinculatégica EFAN*. Recuperado de: <https://doi.org/10.29105/vtga7.2-15>

González, R. (2019). *Economía feminista e inserción de empresarias al sector servicios en Puebla*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

González & Sánchez. (2021). La PYMES dirigidas por mujeres en Puebla: los retos antes la crisis económica. *Vinculatégica EFAN*, 7 (1), pp. 868-881.

Graue. (2024). *Reflexiones de género sobre cambio climático en comunidades rurales del centro de México*. Universidad Nacional Autónoma De México

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/93421388/uc-libre.pdf?1667276622=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DReflexiones\\_de\\_genero\\_sobre\\_cambio\\_clima.pdf&Expires=1713547506&Signature=BKPPwWQS5MrZg2-f8ZUJYpCWInr3zi19ZKYeP123ZOV~jH~SLS0gKxvNsQMkDWAXSHUo4rmPhCR2TSrhTygk-tat5YNv4LXcqFpjMDFDKHKcqhd0u1YPeJXEwF55Uos-zBFSRfiRB0XiMzg~y6B7~NQrre7PdSRA0VLnY4J7RNzz9DE~2d-ljvPQDdJfs3oD1n~G2v70~n9uqTFhIG~cCmwseGL5yM~8JWuV8wZMIEFHPiCmC0EtakBC6GNSA5M7FMSeC3VvToHMUKIModq6CU5K3CfoTdlpdJbMG9ki9Y2D0W0iefH5si6MHsv6SbhtLSpdtaRB96zHK3WlhEIEw\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=92](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/93421388/uc-libre.pdf?1667276622=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DReflexiones_de_genero_sobre_cambio_clima.pdf&Expires=1713547506&Signature=BKPPwWQS5MrZg2-f8ZUJYpCWInr3zi19ZKYeP123ZOV~jH~SLS0gKxvNsQMkDWAXSHUo4rmPhCR2TSrhTygk-tat5YNv4LXcqFpjMDFDKHKcqhd0u1YPeJXEwF55Uos-zBFSRfiRB0XiMzg~y6B7~NQrre7PdSRA0VLnY4J7RNzz9DE~2d-ljvPQDdJfs3oD1n~G2v70~n9uqTFhIG~cCmwseGL5yM~8JWuV8wZMIEFHPiCmC0EtakBC6GNSA5M7FMSeC3VvToHMUKIModq6CU5K3CfoTdlpdJbMG9ki9Y2D0W0iefH5si6MHsv6SbhtLSpdtaRB96zHK3WlhEIEw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=92)

- Gurdián, F. A. (2021). El paradigma cualitativo en la investigación socio-educativa. Colección IDER, pp 179-203
- Grados, J. (2022). Capacitación y desarrollo de personal. Trillas: México.
- Herrera, C. (2024). Paradigma Positivista. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 12(24), 29-32.  
<https://doi.org/10.29057/icea.v12i24.12660>
- Hernández, S. R. (2006). Metodología de la investigación. México, DF: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández, O. Y. (2024). Políticas Públicas, Género y Conservación del Patrimonio vivo de Analco, Barrio Indígena de Puebla, México. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.  
<https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/149059/7493-1.pdf?sequence=2>
- INEGI. (2022). Participación Económica de la Mujer.  
[https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP\\_Mujer22.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_Mujer22.pdf)
- J. Hay. (2014). Justo a Tiempo la técnica japonesa que genera mayor ventaja competitiva. Grupo Editorial Norma
- Lagarde y de los Ríos, M. (2012). Identidad de género y derechos humanos: La construcción de las humanas. El feminismo en mi vida: hitos, claves y topías. México: Inmujeres DF. <https://hdl.handle.net/20.500.12008/23048>
- Lechuga, M. (2019). Modelo de emprendimiento universitario e impacto socioeconómico: análisis de emprendedores egresados de una institución de educación superior pública del estado de Durango. [Tesis doctoral]. Universidad Juárez del Estado de Durango. Victoria de Durango, Durango.
- Ledesma, S. (2018). La planeación como herramienta para superar los primeros cinco años de vida de las micro y pequeñas empresas de comercio y servicio dirigidas por mujeres. [Tesis de maestría]. Universidad Nacional Autónoma de México. Ciudad de México.

- Marina, J. A., & de la Válgoma, M. (2000). *La lucha por la dignidad*. Barcelona: Anagrama. Cap. VII, 75-83. <https://www.joseantoniomarina.net/libros/la-lucha-por-la-dignidad/>
- Mendoza, E. (2013). “Justo a tiempo como herramienta para mejorar el servicio al cliente en empresas comercializadoras de equipo de cómputo de la ciudad de Quetzaltenango”
- Milenio Diario. (2023). López Verónica. Madres y emprendedoras; mujeres que inspiran en Puebla. <https://www.milenio.com/negocios/dia-de-las-madres-mujeres-emprendedoras-que-inspiran-en-puebla>
- Montes, G. (2021). Informalidad urbana con perspectiva de género. Asentamientos humanos irregulares en Puebla, México. *Vivienda Y Ciudad*, (8), 69–89. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/ReViyCi/article/view/34399>
- Mungaray, A., González, N., & Osorio, G.. (2021). Educación financiera y su efecto en el ingreso en México. *Problemas del desarrollo*, 52(205), 55-78. <https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2021.205.69709>
- OCDE. (2005). *Improving Financial Literacy*, OECD, Paris, p. 13. <https://knowledgehub.ghamfin.org/wp-content/uploads/2024/06/International-Handbook-of-Financial-Literacy.pdf#page=15>
- Olmos, J. (2024). *Tu potencial emprendedor*. Editorial Pearson Educación. México 2010. ¿Qué es un emprendedor?. Universidad Autónoma de Hidalgo. <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/prepa4/n4/m19.html>
- Palacios, P. D. (2020). *El emprendimiento en América Latina: Un análisis de su etimología, tipología y proceso*. Universidad Técnica de Manabí, Ecuador <https://www.redalyc.org/journal/5885/588563773004/>
- Palacios-Duarte, Saavedra & Cortés. (2020). Estudio comparativo de rendimientos empresariales de hombres y mujeres en México: una aproximación empírica.

*Revista Finanzas Y Política Económica*, 12(2), 431–459.  
<https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v12.n2.2020.3375>

Palacios-Duarte, M., Saavedra, J., & Cortés, L. (2025). Factores que impulsan el emprendimiento femenino en México: Un análisis comparativo de ingresos y motivaciones. *Revista de Estudios Económicos y Sociales*, 23(1), 55–74.

Paredes, Castillo & Saavedra. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma Negocios*, Fundación Universitaria Konrad Lorenz, 10 (23), pp. 158-167.  
<https://www.redalyc.org/journal/6099/609964312008/html/>

Paz Calderón, M., & Espinosa Espíndola, M. (2019). Emprendimiento femenino en México: desafíos y oportunidades en contextos de desigualdad. *Revista Latinoamericana de Estudios Sociales*, 17(2), 45–62.

Pérez, Torres, Torralba & Salgado, (2024). *Características y elementos del fenómeno emprendedor en Villavicencio, Colombia*. Cuadernos Latinoamericanos de Administración.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409663283005>

Poblete, (2004). Capacitación laboral para las pymes: una mirada a los programas de formación para jóvenes en Chile. Cepal, Naciones Unidas: Santiago de Chile.

Quero, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, 12(2), 248-252. Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín.

Quintero K. T. (2019). Transformación del aprendizaje desde el enfoque social (TADES). *Revista Scientific*, 4(13), 322–334. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2019.4.13.17.322-334>

Rábago & Reynoso (2020). Factores del éxito emprendedor de una mujer mexicana de origen campesino con escasa escolarización básica. Escuela de Administración de la Universidad EAFIT

<https://www.redalyc.org/journal/3223/322357101005/html/>

Revista Medica Herediana. Lozano, L. (19 de octubre de 2023). ¿Qué es calidad total?., 9(1), 28-34.

[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1018-130X1998000100006&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1018-130X1998000100006&lng=es&tlng=es).

Revista mexicana de ciencias políticas y sociales. Zabloudsky, Gina. (16 de marzo de 2024). Mujeres y empresas: tendencias estadísticas y debates conceptuales.

[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-19182020000300431](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182020000300431)

Reyes, E. (2024). Carmen Caballero, la poblana precursora del voto femenino en México | Los tiempos idos. El sol de Puebla.

<https://www.elsoldepuebla.com.mx/cultura/carmen-caballero-la-poblana-precursora-del-voto-femenino-en-mexico-los-tiempos-idos-9075004.html>

Revista E-consulta. (2022). Morales, Andrea. Seis poblanas que marcaron la historia de México

<https://www.e-consulta.com/nota/2022-03-08/cultura/seis-poblanas-que-marcaron-la-historia-de-mexico>

Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo atropo físico. Cuicuilco, 18, (52), pp .39-49.

<https://www.scielo.org.mx/pdf/cuicui/v18n52/v18n52a4.pdf>

Rodríguez, E. (2024). Marcas orgullosamente poblanas que seguro has consumido. El universal Puebla.

<https://www.eluniversalpuebla.com.mx/economia-y-negocios/marcas-orgullosamente-poblanas-que-seguro-has-consumido/>

Rojas, J. J. (2019). Aproximación sociológica al significado de los términos: economía popular, economía social y economía solidaria en México. Áreas. Revista

- Saavedra García, J., Palacios-Duarte, M., & Cortés, L. (2022). Emprendimiento femenino en América Latina: Factores estructurales y motivacionales. *Revista Latinoamericana de Estudios Sociales*, 20(3), 88–105.
- Tapia, (2024). Inclusión financiera: Retos que enfrentan las mujeres para el acceso al crédito bancario en el Estado de Puebla. Universidad Iberoamericana Puebla. <https://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/handle/20.500.11777/5495/Inclusi%C3%B3n%20financiera%20Retos%20que%20enfrentan%20las%20mujeres.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Terán-Yépez, E. F., & Guerrero-Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(7), 7. Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/204107>
- Vaca. (2021). Valorización económica del trabajo no Remunerado de los hogares. CEPAL. <https://www.cepal.org/sites/default/files/presentations/valorizacion-economica-trabajo-no-remunerado-hogares-cepal-2021.pdf>
- Velasco. (2024). *Perspectiva de género y derechos humanos como alternativa para una vida libre de violencia un estudio de caso en el Instituto Superior de Tepexi de Rodríguez, Puebla*. Universidad Autónoma de Tlaxcala. [https://pidh-tlaxcala.uatx.mx/Tesis/PDF/Arely\\_VM.pdf](https://pidh-tlaxcala.uatx.mx/Tesis/PDF/Arely_VM.pdf)
- Vara, M. J. (2006). *Estudios sobre género y economía*. Ediciones AKAL. [https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=6btMOaVZ150C&oi=fnd&pg=PA29&dq=corriente+teorica+de+la+econom%C3%ADa+feminista&ots=S6mcyBRrtq&sig=BI7XH63N6RyUmcbxp\\_7f4tGjD0U#v=onepage&q=corriente%20teorica%20de%20la%20econom%C3%ADa%20feminista&f=false](https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=6btMOaVZ150C&oi=fnd&pg=PA29&dq=corriente+teorica+de+la+econom%C3%ADa+feminista&ots=S6mcyBRrtq&sig=BI7XH63N6RyUmcbxp_7f4tGjD0U#v=onepage&q=corriente%20teorica%20de%20la%20econom%C3%ADa%20feminista&f=false)

Vélez-Romero X., Ortiz Restrepo, S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, Manta, Ecuador.

## ANEXOS

### Anexo 1: Tabla de Operacionalización de las variables

Variable	Definición operacional	Unidades	Indicadores	Categorías	Codificación	Tipo de variable	Escala de medición	Análisis estadístico
Edad	Periodo de tiempo entre fecha de nacimiento y último cumpleaños	Años	Características por edad entre las encuestadas	N/A	Edad en años	Cuantitativa	Numérica discreta	Media, Asimetría, Curtosis y Frecuencias
Edad al iniciar emprendimiento	Periodo de tiempo entre la fecha de nacimiento y el día en que apertura su negocio	Años	Características por edad entre las encuestadas y sus negocios	N/A	Edad en años	Cuantitativa	Numérica discreta	Media, Asimetría, Curtosis y Frecuencias
Nivel de estudios	Tipo de educación, según el Sistema Educativo Nacional	N/A	Grado de estudios de las encuestadas	1)Básica 2)Media superior 3)Superior 4)Postgrado	1.BAS 2.MEDS UP 3.SUP 4.POSTG	Cualitativa	Nominal	Frecuencias absolutas y relativas
Sector empresarial	Referente a la actividad principal de la empresa	N/A	Actividad principal a la que se dedica la empresa	1) Industria 2) Comercio 3) Servicios	1.IND 2.COM 3.SER	Cualitativa	Nominal	Frecuencias absolutas y relativas
Número de empleados	Referente al número de empleados que integran la empresa	Numérica	Referente al número de empleados que integran la empresa	1) 1 - 10 2) 11 - 50 3) 51 - 250 4) más de 250	1) 1 - 10 2) 11 - 50 3) 51 - 250 4) más de 250	Cuantitativa	Numérica discreta	Frecuencias absolutas y relativas
Edad del negocio	Periodo de tiempo entre la apertura del negocio y la fecha actual	Años	Características por edad entre los negocios	1) 1 - 3 2) 4 - 6 3) 7 - 10 4) más de 10	Edad del negocio en años	Cuantitativa	Numérica discreta	Media, Asimetría, Curtosis y Frecuencias
Días dedicados al negocio a la semana	Días que la encuestada dedica a su negocio a la semana	Días	Días que dedica la encuestada a su negocio	1) 7 2) 6 3) 5 4) 1-4	1. 7 2. 6 3. 5 4. 1-4	Cuantitativa	Numérica discreta	Media, Asimetría, Curtosis y Frecuencias
Horas al día dedicadas al negocio	Horas que la encuestada dedica a su negocio al	Horas	Como influye el tiempo en horas que dedica al día	1) 10 - 12 horas 2) 7 - 9 horas 3) 4 - 6 horas	1. 10 - 12 2. 7 - 9 3. 4 - 6 4. 1 - 3	Cuantitativa	Numérica discreta	Media, Asimetría, Curtosis y Frecuencias

	día		a su negocio	4) 1 – 3 horas				
Cantidad de primera Inversión	Cantidad en pesos invertidos para poder aperturar el negocio	Pesos MX	Cantidad en pesos invertidos para poder aperturar el negocio	1) \$1 – \$10,000 2) \$10,001 – \$20,000 3) \$20,001 – \$30,000 4) \$30,001 – \$40,000 5) más de \$40,000 pesos	1. 1-10mil 2. 10-20mil 3. 20-30mil 4. 30-40mil 5. más de 40mil	Cuantitativa	Numérica discreta	Media, Asimetría, Curtosis y Frecuencias
Tipo de financiamiento	Referente a las características del dinero que utilizó para invertir	N/A	Características del dinero que utilizó para invertir	1) Crédito bancario 2) Préstamo Familiares o Amigos 3) Ahorros 4) Otro empleo	1.CRED 2.PRES 3.AHORR 4.OEMP	Cualitativa	Nominal	Frecuencias absolutas y relativas
Capacidad de expandirse	Si tiene la capacidad de tener más sucursales	N/A	Si tiene la capacidad de tener más sucursales	1) Si 2) No 3) Tal vez, con un crédito 4) No me interesa expandirme	1. Si 2. No 3. CRED 4.NA	Cualitativa	Nominal	Frecuencias absolutas y relativas
Estudio de mercado	Si realizó un estudio previo de mercado	N/A	Si realizó un estudio previo de mercado	1) Si 2) No	1.Si 2.No	Cualitativa	Nominal	Frecuencias absolutas y relativas
Presupuesto	Si lleva a cabo el presupuesto	N/A	Si realiza un presupuesto	1) Si 2) No	1.Si 2.No	Cualitativa	Nominal	Frecuencias absolutas y relativas
Contabilidad	Referente a sus estados financieros	N/A	Como lleva su contabilidad	1) Si 2) No	1.Si 2.No	Cualitativa	Nominal	Frecuencias absolutas y relativas
Administración	Referente a la administración que se lleva a cabo en la empresa o negocio	N/A	Como administra su negocio	N/A	N/A	Cualitativa	Nominal	Frecuencias absolutas y relativas

Fuente: elaboración propia

## Anexo 2: Guía práctica para emprendedoras

Guía práctica

*Aprende*

**EMPRENDE**

*Lucila Leyva*

*Coco*

**TELÉFONO**  
22 23 45 32 10

**CORREO**  
lucilaleco@gmail.com

“Una mujer debe ser dos cosas: quien ella quiera y lo que ella quiera”

- Coco Chanel.

*Objetivo:*

Fortalecer negocios liderados por mujeres, para mejorar su educación financiera y desarrollar una sólida gestión empresarial con un enfoque de economía social.

## Actividadés:

### 1. Diagnóstico Personal y Empresarial:

- Evaluación de sus fortalezas y debilidades como emprendedora.
- Análisis FODA del negocio.
- Identificar cuánto tiempo real se puede dedicar al negocio sin descuidar su bienestar.

### 2. Educación Financiera con Perspectiva de Género

- Capacitación en temas clave: presupuesto, ahorro, crédito, inversión, tasas de interés y rendimiento.
- Asistencia a cursos gratuitos como los ofrecidos por la Secretaría para la Igualdad Sustantiva de Género (Puebla).
- Aprender a separar sus finanzas personales de las del negocio: abriendo una cuenta exclusiva para su emprendimiento.



### 3. Gestión Empresarial Efectiva

- Implementación de procesos básicos de planeación, organización, dirección y control.
- Uso de herramientas sencillas como tableros de tareas, cronogramas y control de inventarios.
- Apoyo en modelos de asociativismo como cooperativas o redes de colaboración entre mujeres.

### 4. Acceso a Financiamientos

- Investigación de programas como Banca de la Mujer o microcréditos comunales.
- Preparación de su plan de negocio: estructura, proyecciones financieras, misión y objetivos claros.
- Participación en talleres sobre elaboración de proyectos y estrategias de venta.



### 5. Redes de apoyo y economía social

- Participación en redes locales de mujeres emprendedoras.
- Incorporación de principios de la economía social: autogestión y desarrollo colectivo.
- Ofrecer productos o servicios con valor social, cultural o ambiental



### 6. Marketing y Comunicación estratégica

- Crear una identidad visual (logo, nombre y presencia en redes).
- Promocionar tu negocio en mercados locales, ferias y redes sociales.
- Aprender sobre comercio digital si su producto lo permite.

### 7. Resiliencia y bienestar emocional

- Identificar mecanismos para lidiar con la frustración, la carga mental y el miedo al fracaso.
- Dedicar espacios al autocuidado sin sentir culpa: una emprendedora saludable crea negocios sostenibles.
- Integrar la inteligencia emocional en sus relaciones con clientas, proveedoras y colaboradoras.

## Anexo 3: Folleto Taller “Aprende y emprende”

# TALLER EMPODÉRATE Y EMPRENDE

LUCILA LEYVA



### OBJETIVO DEL TALLER:

FORTALECER LAS HABILIDADES  
FINANCIERAS, ADMINISTRATIVAS Y  
PERSONALES DE MUJERES  
EMPRENDEDORAS, DESDE UN  
ENFOQUE DE ECONOMÍA SOCIAL, CON  
HERRAMIENTAS PRÁCTICAS PARA LA  
GESTIÓN DE NEGOCIOS SOSTENIBLES.



**¡TE ESPERAMOS!**

lucila.leco@gmail.com  
2223453210

# ¡EMPODÉRATE Y EMPRENDE!

## ¿CÓMO ES Y CUÁNTO DURA EL TALLER?

- Duración: 10 horas (dividido en 5 sesiones de 2 horas)
- Modalidad: Presencial o Virtual
- Dirigido a: Mujeres emprendedoras o con intención de emprender

## ¿QUÉ NECESITAS?

- Hojas de trabajo
- Dispositivo con Internet
- Disposición y ganas de capacitarse

## ¿QUÉ APRENDERÁS?

1. Mi potencial emprendedor
2. Finanzas con sentido
3. Planeación y gestión empresarial
4. Redes, ventas y marketing
5. Bienestar y resiliencia



## SESIÓN 3. PLANEACIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL

- El ciclo administrativo (Planeación, Organización, Dirección y Control)
- Elaboración de un micro-plan de negocio
- Análisis del entorno (cliente, competencia, proveedores)

## SESIÓN 4. REDES, VENTAS Y MARKETING

- Identidad visual y redes sociales
- Tipos de clientes y estrategias de venta
- Crear una red de apoyo con otras mujeres (modelo de círculo solidario)

## SESIÓN 5. BIENESTAR Y RESILIENCIA

- Autocuidado y gestión emocional en el camino emprendedor
- Resiliencia ante la frustración y el fracaso
- Visualización de metas

## SESIÓN 1. RECONOCIENDO MI POTENCIAL EMPRENDEDOR

- Dinámica: Rueda de la vida (balance personal y profesional)
- Autoevaluación FODA personal
- Mitos y realidades del emprendimiento femenino

## SESIÓN 2. FINANZAS CON SENTIDO

- Conceptos básicos: presupuesto, ahorro, crédito e inversión
- Simulación: Arma tu presupuesto mensual
- Herramientas: formato de control de ingresos y egresos