

Redefinir el concepto de la mujer actual.

# REPORTE ANUAL DE IMPACTO.

Este documento es el resultado del enorme esfuerzo que, día con día, todas las mujeres de nuestra comunidad dedican a sus ideas y negocios, y del tiempo y conocimiento que nos otorgan nuestros queridos *Fellows*.

2  
0  
1  
7

—  
victoria147.com

# Future has no gender



## Tabla de contenidos

P. 4	¿Por qué Victoria147?
P. 6	¿Cómo analizamos nuestro impacto?
P. 10	La mujer Victoria147 es una mujer diferente.
P. 18	Los negocios de las mujeres de nuestra comunidad están cambiando el mundo como lo conocemos.
P. 30	Sin nuestros <i>Fellows</i> , no estaríamos aquí.
P. 36	La inspiración es el motor de nuestra comunidad.
P. 42	Y vamos por más.
P. 44	Anexos.

## ¿POR QUÉ VICTORIA147?

Victoria147 es el presente y futuro de todas las mujeres emprendedoras y ejecutivas de México y América Latina, es decir, de todas las mujeres que trabajan. Creemos que la incorporación, permanencia y promoción de las mujeres dentro de la fuerza laboral, es el motor más efectivo para el crecimiento de la economía de nuestro país y la de todo el mundo.

Así nació Victoria147 en 2012, buscando remediar el problema más evidente: la baja representación de las mujeres en el ecosistema emprendedor de México. A través de nuestros programas de Academia y Aceleradora, nos hemos dado a la tarea de atender no solo esa problemática, sino todos los retos que hacen que las mujeres emprendedoras no den el siguiente paso, tales como: la falta de conocimiento y herramientas sobre cómo emprender, la inseguridad en ellas mismas, la carencia de mentores y de acceso a una comunidad que las respalde y les facilite ese camino (o como nos gusta decirle, su *journey*).

Victoria147 promueve la equidad de género a través del apoyo a emprendedoras, y también mediante la formación de mujeres líderes que trabajan en corporativos (*Box 1*). Nuestros eventos de comunidad, alianzas con marcas nacionales e internacionales, e investigaciones en la materia, complementan el trabajo que hacemos con las emprendedoras y mujeres ejecutivas, para posicionar a México como un país que está implementando medidas efectivas para erradicar la brecha de género en el ámbito económico y social.

## Women in business are here to change the game.

Nuestro entendimiento de la realidad nos ha llevado muy lejos. En cinco años, hemos logrado:

- Desarrollar la primera metodología de incubación y aceleración de negocios de mujeres, avalada por el *Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM)*.
- Consolidar una comunidad de más de 1,500 emprendedoras, de las cuales 760 están activas, y a la cual, año con año se han ido sumando mujeres ejecutivas, llegando a un total de 782 mujeres activas en 2017.
- Ser contactadas todos los días por, en promedio, cinco mujeres que buscan volverse emprendedoras y quieren unirse a alguno de nuestros programas: un total de 1,668 mujeres tan solo en 2017.
- Tener el apoyo de 300 *Fellows*: profesionales con una destacada trayectoria en el mundo de los negocios y que son dueños, socios o directivos de alguna empresa o institución.
- Posicionarnos como una plataforma de información e influencia, con más de 92,000 seguidores en comunidades sociales.
- Aliarnos con reconocidas instituciones y marcas como el *Instituto Yucateco de Emprendedores (IYEM)*, *Citibanamex*, *Kotex* y *Mercedes Benz*, entre otros, para becar a los mejores talentos e inspirar a futuras emprendedoras.
- Ser consideradas como una autoridad en temas de emprendimiento y empoderamiento de mujeres, participando en más de 113 eventos a lo largo de estos cinco años. Entre los más importantes se encuentran: *Wobi*, *Social Media Week*, *la Semana del Emprendedor Ciudad de México*, *BIM Yucatán*, *INC. Monterrey*, *Working Girls de Elle*, *#EllaHaceHistoria de Facebook*, *MBA México en MIT* y *Harvard Incubator*, *Osom Talk de MTV*, *Acelera tu Negocio de Entrepreneur*, *Foro Forbes* y *Mujeres Poderosas*.

## ¿Cómo analizamos nuestro impacto?

En Victoria147 creemos en la cultura de la medición y la toma de decisiones informadas por evidencia. Aplicando la metodología de evaluación de *teoría de cambio* (Stein & Valters, 2012), diseñamos una serie de indicadores de producto (*outputs*) y de resultados (*outcomes*) que comprueban que nuestro impacto no se limita al número de emprendedoras beneficiadas, sino al crecimiento de sus negocios y a su nivel de empoderamiento, entre otros indicadores.

Para medir dichos indicadores y recolectar información para este reporte, utilizamos dos fuentes de información principales:

- Nuestra encuesta anual, realizada entre enero y febrero de este año, y respondida por 214 mujeres (76% emprendedoras de academia, 18% emprendedoras de aceleradora, y 6% mujeres ejecutivas).
- Nuestra encuesta anual para *Fellows*, respondida por 121 de ellos.

A lo largo del año, aplicamos otros instrumentos de recolección de información que nos permiten analizar la calidad de la ejecución de nuestros programas, así como detectar oportunidades de mejora que deben ser atendidas rápida y efectivamente. Cada uno de estos instrumentos arroja hallazgos esenciales para Victoria147, entre los que se encuentran: la solicitud de entrada que emprendedoras y ejecutivas que completan desde nuestra página *web*, las encuestas de satisfacción de cada programa, y los grupos focales que organizamos periódicamente, por mencionar algunos.

A todas nuestras emprendedoras, mujeres ejecutivas y *Fellows* que han dedicado tiempo y esfuerzo para brindarnos esta información, ¡muchas gracias!

### BOX 1

#### *Victoria147 in a nutshell*

- **Nuestros ejes:** Emprendimiento, desarrollo del mejor talento, comunidad e inspiración.
- **Nuestras membresías:**
  1. **Academia:** emprender pensando en grande.  
Programas: *Landing*, *Buildup* y *Workshop Branding & Sales*.
  2. **Aceleradora:** crecimiento y escalabilidad del negocio.  
Programas: *Growth* y *Powerup*.
  3. **Women in Business:** impulsando a las líderes del futuro.
  4. **Alumni:** espacios de encuentro y conexión para ex-alumnas de Victoria147.
- **Nuestras ciudades:** CDMX (2012), Monterrey (2015) y Mérida (2017).

Con este reporte anual conmemoramos nuestro quinto aniversario, y rendimos un homenaje a todas las personas que creen en nuestra labor y nos motivan a trabajar más fuerte cada día:

- Nuestras emprendedoras, quienes apuestan todo por cambiar su realidad y la de nuestro país.
- Nuestros *Fellows*, sin los cuales simplemente no estaríamos aquí.
- Nuestras mujeres ejecutivas y corporativos, quienes invierten en el mejor talento.
- Nuestros aliados comerciales, promotores de la inclusión de la mujer en todos los ámbitos.
- Nuestro equipo Victoria147, el cual se sabe parte de un movimiento inigualable en México y América Latina.
- Nuestra líder y principal fuente de inspiración: Ana Victoria García.



## La mujer Victoria147 es una mujer *diferente*.

La mujer Victoria147, tanto ejecutiva como emprendedora, es una mujer joven, con un alto nivel educativo. Tiene en promedio 35 años, el 90% cuenta con una licenciatura, y tres de cada 10 han cursado una maestría. Sus licenciaturas abarcan distintos campos de estudio, siendo administración, contabilidad y derecho (35%), y artes y humanidades (35%) los más usuales, aunque también contamos con mujeres químicas, biólogas, cirujanas, ingenieras, y chefs, entre otras profesiones (*Tabla 1*). La mitad de las mujeres de Victoria147 están casadas, tienen en promedio dos hijos, y una de cada tres representa la principal fuente de ingreso de su hogar.

Las mujeres emprendedoras son el enfoque central de Victoria147. De hecho, 97% de las mujeres que han interactuado con nosotras a lo largo de estos cinco años y que se mantienen involucradas son emprendedoras (760 mujeres). El 3% restante (22 mujeres) está conformado por mujeres que trabajan en corporativos, a quienes comúnmente nos referimos como mujeres ejecutivas, que cada vez se acercan más a nosotros buscando profesionalizarse (*Box 2*).



### WHAT THEY SAY ↗

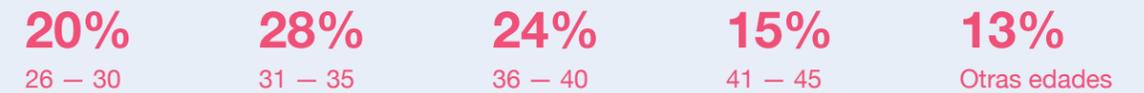
Karla González, *Fellow* de Victoria147, me hizo ver lo afortunadas que somos aquellas mujeres que nos podemos dar el lujo de emprender en México. Esto hizo que me diera cuenta de que la única opción es: accionar, ¡hacerlo ya!

**ERIKA GARCÍA, Catartrip, Landing.**

**Tabla 1**

Características de la mujer Victoria147

#### Edad



#### Grado máximo de estudios



#### Licenciatura



FUENTE — Encuesta Impact Report 2017

**BOX 2**

**¿Quiénes son nuestras mujeres ejecutivas?**

Las mujeres ejecutivas de Victoria147 trabajan en distintos corporativos de México, tales como Aeroméxico, Estée Lauder, FCB, Fundación Teletón, y Sohin, entre otros. Son mujeres que se acercan a Victoria147 porque saben que tienen un gran potencial y quieren detonarlo. Reconocen que, **para impulsar la equidad de género en el ámbito laboral, las mujeres tenemos que empezar a participar en las mesas donde se toman las decisiones.**

Nuestras mujeres ejecutivas trabajan en las industrias de comunicación y publicidad (29%), salud (24%), turismo (12%), comercio (6%), energía (6%), belleza y cuidado personal (6%), entre otras (18%).

**Las mujeres ejecutivas que se acercan a Victoria147 tienen una gran trayectoria profesional.** El 42% de ellas lleva en su cargo entre uno y tres años, 25% entre tres y cinco años, y 16% más de cinco años, mientras que 17% lleva menos de un año en su puesto actual. La mayoría de ellas se encuentra en un puesto directivo (58%), y el resto (42%) se desempeña en puestos gerenciales con potencial de crecimiento. Tienen, en promedio, ocho empleados a su cargo.

**Al igual que nuestras emprendedoras, son mujeres determinadas. Ocho de cada 10 mujeres ejecutivas tienen claro hacia dónde quieren llevar su carrera profesional, y saben que, para cumplir sus objetivos, necesitan fortalecer habilidades transversales y técnicas.** Entre dichas habilidades destacan: *branding* personal (17%), negociación (13%), imagen profesional (13%), *public speaking* (12%), comunicación (10%), liderazgo (10%), *networking* (8%), *mindfulness* (7%), *feedback* (5%) y manejo del tiempo (5%).

Victoria147 fortalece todas estas habilidades a través del programa #WomenInBusiness, el cual se enfoca en apoyar a las futuras líderes. Como resultado de este programa, las mujeres son capaces de diseñar su vida profesional, posicionarse a partir de su trayectoria y experiencia, y convertirse en fuente de inspiración y *role models* para muchas otras mujeres y hombres.



**WHAT THEY SAY ↗**

Escuchar, aprender, analizar y profundizar en temas de mi día a día que me hacen mejor ejecutiva sin duda. Me gustó compartir con otras mujeres preocupaciones y dudas.

**ROCÍO FERNÁNDEZ, Directora de planeación estratégica, FCB México, Women in Business.**

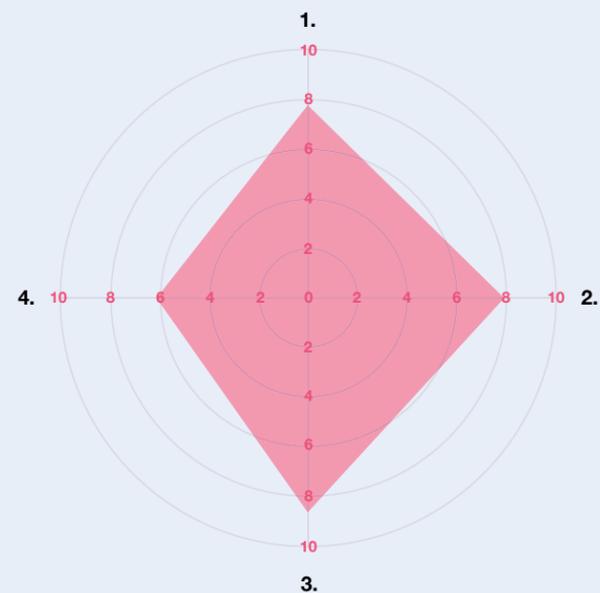
La emprendedora Victoria147 es una mujer diferente. Cuando se habla de emprendimiento, diversos estudios señalan que las principales motivaciones de las mujeres al emprender son la carencia de medios económicos y la necesidad de independencia del género masculino (López, 2015). No obstante, las mujeres de Victoria147 ven en el emprendimiento una oportunidad para desarrollarse profesionalmente y para apoyar el crecimiento del país. El 90% de nuestras emprendedoras busca tener un impacto positivo en México.

Contrario a la literatura que destaca que “las mujeres, aun teniendo las mismas capacidades emprendedoras que los hombres, se perciben a sí mismas como menos preparadas para el éxito empresarial” (López, 2015), siete de cada 10 emprendedoras dentro de Victoria147 se sienten seguras de sí mismas, y dos de cada tres se califican como un ejemplo a seguir (Gráfica 1).

### Gráfica 1

Características de la mujer Victoria147

- 1= Me siento una *role model*  
7.7
- 2= Soy segura de mi misma  
7.9
- 3= Quiero tener un impacto positivo en México  
8.6
- 4= Soy una mujer con balance  
6.0



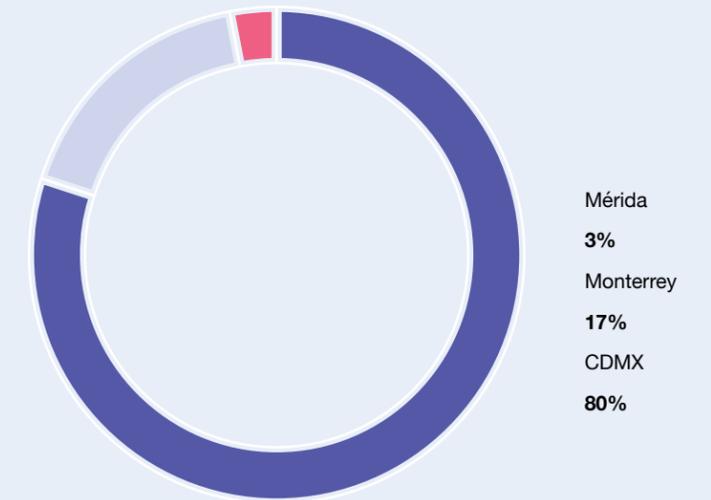
FUENTE — Encuesta Impact Report 2017

En Victoria147 creemos que la conciliación entre la vida personal y laboral es un elemento clave para que los emprendimientos liderados por mujeres sean sostenibles, ya que en la medida en que las mujeres puedan compartir las labores domésticas no remuneradas y el cuidado de los hijos y otros miembros del hogar de forma más equitativa con sus parejas, ellas podrán dedicar más tiempo al desarrollo de sus negocios<sup>1</sup>. Sin embargo, aun falta mucho por hacer. Tan solo 60% de las emprendedoras de Victoria147 logran conciliar su vida personal con la laboral, lo cual comprueba que “es más probable que sean las empresarias, y no los empresarios, quienes planteen que cuidar a hijos pequeños y cumplir otras tareas domésticas es un obstáculo para el funcionamiento y el crecimiento de su negocio” (Banco Mundial, 2010).

En estos cinco años, Victoria147 ha impulsado el emprendimiento femenino en distintas regiones del país. Actualmente, 80% de nuestras emprendedoras se encuentran en la Ciudad de México, 17% en Monterrey, y 3% en Mérida (Gráfica 2).

### Gráfica 2

Presencia de emprendedoras Victoria147 en el país



FUENTE — Base de datos emprendedoras Victoria147

<sup>1</sup>Según la OCDE, en promedio, las mexicanas dedican más de seis horas diarias al trabajo no remunerado, mientras que los hombres menos de dos horas. Además, las mexicanas realizan en su casa más de tres cuartas partes de todos los quehaceres domésticos y el cuidado de los niños sin pago alguno - una de las máximas cargas del trabajo no remunerado. (OCDE, 2016).



Si algo caracteriza a las emprendedoras de Victoria147, es su lealtad e interés por permanecer dentro de nuestra comunidad. Seis de cada 10 emprendedoras permanecen un año en Victoria147, mientras que el resto de las emprendedoras se queda dentro de la #ComunidadVictoria147 más de dos años, y contamos con el apoyo de muchas de ellas desde el día en que iniciamos operaciones (Tabla 2).

**Tabla 2**

Permanencia de las emprendedoras en Victoria147

<p><b>5 años</b> 25 emprendedoras 5%</p>	<p><b>4 años</b> 35 emprendedoras 7%</p>	<p><b>3 años</b> 38 emprendedoras 7%</p>
<p><b>2 años</b> 94 emprendedoras 18%</p>	<p><b>1 año</b> 314 emprendedoras 59%</p>	<p><b>&lt; 1 año</b> 29 emprendedoras 5%</p>

FUENTE — Base de datos de emprendedoras

**Es el futuro de hacer negocios: preocupándonos por el otro e impactando de manera positiva en nuestra sociedad.**

**DANIELA USTARÁN, Maka México, Aceleradora** ⚡

# Los negocios de las mujeres de nuestra comunidad están cambiando el mundo como lo conocemos.

Detrás de todas las emprendedoras exitosas que conforman Victoria147, están sus negocios, los cuales se encuentran en distintas etapas de desarrollo. De las emprendedoras en nuestra comunidad, 17% busca validar una idea de negocio, 47% tiene un negocio en una etapa de *startup*, 10% en etapa de *development*, 19% en etapa *growth* y 7% en etapa *scaleup* (Gráfica 3). En función de estas etapas de crecimiento, las emprendedoras cursan programas de Academia (73%) o de Aceleradora (27%).



## 1 STARTUP

Máximo cinco empleados.  
Pueden o no estar generando utilidades.  
Pocos procesos internos desarrollados.



## 2 DEVELOPMENT

Entre cinco y 15 empleados.  
Procesos internos desarrollados al 50%  
Cuenta con gerentes dentro de su equipo de trabajo.



## 3 GROWTH

Entre 16 y 50 empleados.  
Procesos internos desarrollados al 80%  
Cuenta con directores dentro de su equipo de trabajo.

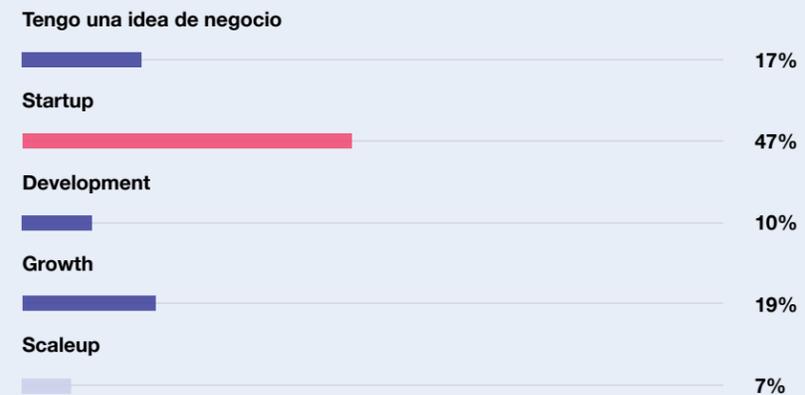


## 4 SCALEUP

Más de 50 empleados.  
Procesos internos desarrollados al 100%  
Crecimiento anual de sus utilidades de mínimo 20%

## Gráfica 3

Etapas de los negocios de las emprendedoras de Victoria147



FUENTE — Encuesta Impact Report 2017

Para asegurarnos de que la metodología Victoria147 está siendo efectiva, año con año damos seguimiento al crecimiento de los negocios de nuestras emprendedoras a través de los siguientes indicadores de resultados:

- Aumento en número de clientes.
- Crecimiento en ventas.
- Aumento en el número de empleados
- Composición por género de sus equipos de trabajo.
- Aumento en número de beneficiarios indirectos.

Las emprendedoras de Academia y Aceleradora están haciendo historia a través de cada uno de sus negocios y sus resultados lo demuestran.

### WHAT THEY SAY ⚡

Con la guía de José Luis Garibay, *Fellow* de Victoria147, logré realmente entender las finanzas de mi proyecto.

**SOFÍA VILLARREAL, Agua de Luna, *Landing*.**

# Academia

En Academia, la mayor parte de las emprendedoras se encuentra en un nivel de *startup* (58%), seguidas por aquellas que están validando su idea de emprendimiento (21%), y por las emprendedoras que están en etapa de *development* (8%). Si bien algunas emprendedoras de Academia están en etapa de *growth* (12%) o en *scaleup* (1%) debido a las rápidas tasas de crecimiento de sus negocios, éstos aún no alcanzan el nivel de ventas que los llevaría al modelo de aceleración de Victoria147 (Gráfica 4)<sup>3</sup>.

Uno de cada cuatro negocios que busca fortalecerse a través de los programas de Academia (*Landing, Buildup o Branding & Sales*) no ha iniciado operaciones, aunque prácticamente la mitad de estos negocios ya están legalmente constituidos (48%). Las mujeres que están en Academia suelen no tener socios (52.5%) o tienen solo uno (34%), siendo que son pocas las emprendedoras que tienen dos o más socios (13.5%).

Las industrias en las que se especializan las emprendedoras de Academia son la de servicios (28%), moda (14%), belleza, cuidado personal y *wellness* (11%), y arte y diseño (10%)

(Gráfica 5). El resto de las emprendedoras desarrollan sus negocios en industrias como las de alimentos y bebidas, productos de consumo, medios de comunicación, turismo, salud, *retail* y construcción, entre otras.

En cuanto a los mercados que atienden, seis de cada diez emprendedoras de Academia comercializan sus productos y/o servicios a nivel local (en una sola ciudad), mientras que tres de cada diez los comercializa a nivel regional (en más de un estado del país), y una de cada diez los exporta a países americanos como Estados Unidos, Guatemala, Colombia, Uruguay, Paraguay, o países europeos, como Inglaterra y España.

Las emprendedoras de Academia concentran sus responsabilidades en cuatro grandes áreas. Primero, en desarrollar la estrategia de la empresa a través del diseño de un plan de negocio y estableciendo objetivos de largo plazo (36%). Segundo, en coordinar los recursos disponibles y gestionar el flujo de efectivo (26%). Tercero, en su plan de *marketing* (25%), y por último, en dirigir a sus equipos (13%).

<sup>3</sup>Para que un emprendimiento pueda entrar al programa de Aceleradora, debe facturar al menos tres millones de pesos al año.

## Gráfica 4

Etapa de las empresas de Academia



FUENTE — Encuesta Impact Report 2017

Si bien se encuentran en la etapa inicial de su negocio, y contrario a lo que dice la literatura<sup>4</sup>, las emprendedoras de Victoria147 han accedido a financiamiento. El 14% de las emprendedoras de Academia accedió a alguna fuente de financiamiento en 2017, tal como préstamos bancarios (36%), préstamos familiares (18%), ahorros personales (18%), la propia operación del negocio (14%), capital de socios (9%) o fondos de inversión (5%). De estas emprendedoras, la mitad (50%) solicitó menos de \$150,000 pesos, 23% pidió entre \$151,000 y \$500,000 pesos, y 27% más de \$501,000 pesos, lo cual comprueba que no es necesario endeudarse con montos grandes para poder lanzar un negocio.

<sup>4</sup>“Casi el 70 % de las PYMES de los países en desarrollo que son propiedad de mujeres son rechazadas por las instituciones financieras” (Banco Mundial, 2017)

## Gráfica 5

Empresas de Academia por industria



FUENTE — Encuesta Impact Report 2017

\*En la categoría “Otros” se incluye las industrias de: Inmobiliaria, no gubernamental, electrónica, restaurantera, agroindustrial, telecomunicaciones, entretenimiento, transporte.

**WHAT THEY SAY** ↗

Las mentorías con Antonio Fajer, *Fellow* de Victoria147, nos sirvieron para consolidar un plan comercial con objetivos establecidos.

**HELENA GALVÁN, 330ohms, Aceleradora.**

Al respecto del crecimiento de las empresas de Academia sabemos que (*Tabla 3*):

- Cada día cuentan con más clientes, lo que confirma que sus productos y/o servicios están bien colocados en el mercado.
- No solo tienen más clientes, sino que también aumentan sus ingresos.
- El tamaño de sus equipos crece año con año.
- Buscan fomentar la equidad de género en sus negocios. En promedio, sus empresas están conformadas por 50% hombres y 50% mujeres, desafiando las estadísticas que señalan que, en México, únicamente 38% de la población económicamente activa son mujeres (INEGI, 2017).

Dentro del total de emprendedoras de Academia, 40% buscan tener un impacto social en México. Algunos de estos negocios son *Agua de Luna*, que emplea a mujeres vulnerables y utiliza restos de tela para producir artículos de decoración y joyería; *Hola Combo*, que trabaja con comunidades indígenas y difunde la cultura y el conocimiento ancestral a través de cuentos; *México Sonríe*, que apoya a niños con cáncer; *After School*, que tiene un centro educativo y recreacional para niños y adolescentes de padres y madres que trabajan; y *Botánica Granel*, que vende productos a granel sin empaque, ayudando a disminuir la contaminación y producción de basura, entre muchos otros.

Gracias a su constante dedicación y esfuerzo, así como al aprendizaje que obtienen de distintos *Fellows* de Victoria147 que imparten las sesiones de Academia, nuestras emprendedoras están logrando incorporarse al mundo de los negocios con una propuesta de valor única.

**Tabla 3**

Resultados de las emprendedoras de Academia

Indicador	2015	2016	2017	Cambio 2015 - 2017
<b>Clientes</b>	74	158	196	Casi triplicaron su cartera de clientes
<b>Ventas (pesos mexicanos)</b>	\$767,036	\$914,000	\$1,052,245	37%
<b>Empleados promedio por empresa</b>	2	3	4	80%
<b>Empleados totales en Academia</b>	188	279	484	157%
<b>Beneficiarios indirectos</b>	77	109	115	49%

FUENTE — Encuesta Impact Report 2017

# Aceleradora

Las emprendedoras de Aceleradora tienen empresas que facturan al menos tres millones de pesos al año. Del total de empresas en aceleración, 23% se encuentra en *development*, 46% en *growth* y 31% en *scaleup* (Gráfica 6).

Las empresas de Aceleradora llevan operando al menos un año y 95% de ellas están legalmente constituidas. Cuentan con más socios, en promedio, que las emprendedoras de Academia: 61.5% tienen uno o dos socios, 20.5% tiene tres socios, y 5.2% tiene entre cuatro y cinco socios, mientras que 12.8% no tiene socios.

Similar a lo que sucede en Academia, las empresa de Aceleradora se enfocan principalmente en la industria de servicios (23%). Le siguen las industrias de *retail* (13%),

arte y diseño (13%) y belleza, cuidado personal y *wellness* (13%), entre otras (Gráfica 7). Cada vez son más las emprendedoras que ven en la tecnología un aliado (Box 3).

El 17% de las emprendedoras de Aceleradora llega a mercados extranjeros, tales como EEUU, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Honduras, Colombia, Chile, Perú e Italia, mientras que 57% alcanza a mercados regionales, y 27% llega a una sola ciudad.

Las emprendedoras de Aceleradora centran sus responsabilidades en: i) definir su estrategia de consolidación y expansión (33%); ii) posicionar su marca (25%); iii) administrar sus recursos financieros (23%); y iv) liderar a su equipo (19%).

## WHAT THEY SAY ↗

La lección más grande que aprendí con Daniel Coggiola, *Fellow* de Victoria147, es que no podemos aislarnos del mundo de la tecnología.

**LORENA MORENO, Lorena Moreno Joyería, Starter.**

## Gráfica 6

Etapa de los negocios de las emprendedoras de Aceleradora

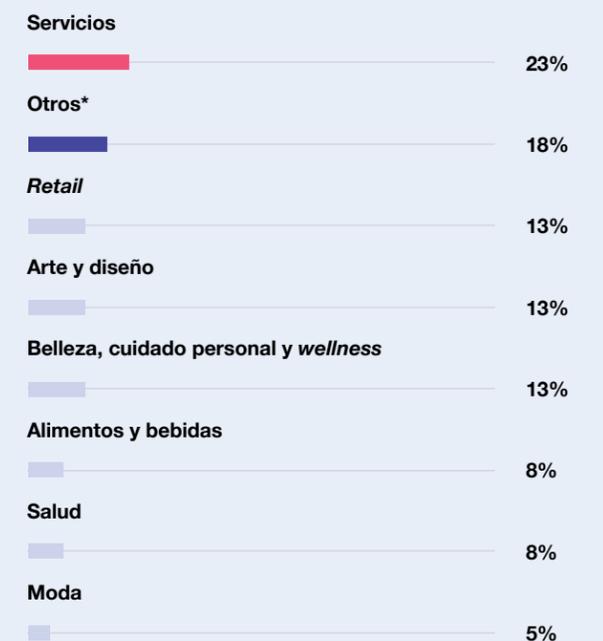


FUENTE — Encuesta Impact Report 2017

El 23% de las emprendedoras de Aceleradora accedió a fuentes de financiamiento en 2017, obteniendo recursos a través de préstamos bancarios (67%), capital de socios (22%) y préstamos familiares (11%). Los montos de financiamiento que solicitan las emprendedoras de Aceleradora son mayores a los que piden las de Academia: 33% de ellas obtuvo montos de entre \$151,000 y \$500,000 pesos, y 67% de más de \$1'000,000 de pesos.

## Gráfica 7

Empresas de Aceleradora por industria



FUENTE — Encuesta Impact Report 2017

\*En la categoría "otros" se incluye las industrias de: productos de consumo, medios de comunicación, construcción, entretenimiento, transporte y electrónica.

**BOX 3**

**La innovación y la tecnología en Victoria147**

**La innovación y el uso de tecnología son clave para el éxito de los negocios, y así lo piensan nuestras emprendedoras.** Más de la mitad (52%) considera que su producto tiene un nivel de innovación alto, 34% de ellas considera que tiene un nivel medio, y 12% un nivel de innovación bajo<sup>5</sup>.

Año con año se acercan a Victoria147 emprendedoras cuyas empresas tienen un giro tecnológico, como es el caso de *Conekta*, una plataforma de pagos que ofrece soluciones tecnológicas tanto para consumidores como para vendedores; *Werk*, empresa enfocada en conectar a empleadores con *staff* temporal; *Drive*, plataforma en línea que te permite pagar tu boleto de estacionamiento para que no cargues con efectivo; *Audiciones Latinas*, una comunidad profesional creada para artistas de habla hispana.

**La mayoría de las emprendedoras incorpora elementos tecnológicos en sus procesos. El 66% cuenta con una página web, mientras que 57% aprovecha internet como canal de venta.** De aquellas que utilizan *e-commerce*, 48% considera que éste les ha permitido aumentar sus ventas siendo que, en promedio, representa 41% de sus ventas totales. Ejemplos de emprendedoras que han logrado una estrategia de *e-commerce* exitosa son *Loly in the Sky*, que manufactura y vende zapatos de diseño; *Euro Te*, que importa y comercializa té; y *Troquer*, una plataforma de venta y compra de ropa y accesorios usados.

<sup>5</sup>El 2% de las emprendedoras no contestó esta pregunta.

Al respecto del crecimiento de las empresas de Aceleradora sabemos que (*Tabla 4*):

- Su cartera de clientes aumenta exponencialmente.
- Registran más ingresos.
- Han hecho crecer sus equipos.
- Sus negocios están beneficiando a más personas.
- Por cada empleado hombre contratan a dos mujeres, fomentando la incorporación de más mujeres a la fuerza laboral.

**Tabla 4**  
Resultados de las emprendedoras de Aceleradora

Indicador	2015	2016	2017	Cambio 2015 - 2017
<b>Clientes</b>	577	957	2,762	Cuatro veces más clientes que dos años antes
<b>Ventas (pesos mexicanos)</b>	\$7'461,460	\$8'961,502	\$12'820,417	72%
<b>Empleados promedio por empresa</b>	14	16	20	51%
<b>Empleados totales en Aceleradora</b>	500	639	797	59%
<b>Beneficiarios indirectos</b>	135	183	256	90%

FUENTE — Encuesta Impact Report 2017

Todas las empresas que forman parte de la #ComunidadVictoria147 nos enorgullecen por su impacto social y alcance. Por ejemplo, *Paola Calzada Arquitectos*, empresa que ayuda a eliminar desechos, haciendo muebles a partir de botellas; *Folklórica*, que da empleo y pago justo a artesanas del Estado de México y a reboceros de Tenancingo; y *Cute as a Bug*, que emplea a una gran comunidad de artesanas en toda su línea productiva de accesorios.

Al igual que en Academia, la labor que realizan nuestros *Fellows* para apoyar a las emprendedoras es indispensable. A través de mentorías individuales, las emprendedoras tienen acceso a los conocimientos y recomendaciones de profesionales que conocen a profundidad los mercados en los que se desarrollan sus emprendimientos, y aprenden sobre cómo mantener y hacer crecer un negocio propio.

#### WHAT THEY SAY ⚡

Víctor Calderón, *Fellow* de Victoria147, me retó a salir de mi zona de confort y me dio una perspectiva nueva de mi negocio.

**BIANCA BEJOS, Folklórica, Aceleradora.**

**Gracias a Adina Chelminsky, Fellow de Victoria147, pude poner en orden mis procesos y mejorarlos, crear una estrategia de venta, e implementar apoyos financieros y de vida para los colaboradores *freelance*. En lo personal, me ayudó a creer más en mí.**

**FLORENCIA TOSCANO, TXT Language Workshop, Aceleradora ⚡**

# Sin nuestros Fellows, no estaríamos aquí.

Una mentoría a la vez, nuestros *Fellows* están cambiando el mundo. Lo hacen compartiendo su tiempo y conocimientos con las más de 1,500 mujeres que en estos cinco años han confiado en Victoria147 para emprender un negocio, hacerlo crecer y/o proyectar su carrera profesional.

Los *Fellows* de Victoria147 son hombres y mujeres con una gran trayectoria en el mundo de los negocios como dueños, socios o directivos de empresas e instituciones (*Gráfica 8*). Convencidos del poder que tienen las mujeres para influir en su entorno social y económico, son promotores de una mayor representación femenina en el mundo laboral. Están comprometidos con nuestra labor y apuestan por las mujeres de nuestra comunidad, guiándolas e inspirándolas desde su propia experiencia.

*“Aprender a partir del expertise de un mentor puede ayudar a las mentees a evitar los mismos errores en la toma de decisiones”.*

*J.L. KROTZ, How women benefit from using a mentor, 2011.*

---

## Gráfica 8

Composición de nuestros *Fellows*



68% son hombres

31% son mujeres

La representación femenina en nuestra comunidad de *Fellows* es superior a la de mujeres directivas en México (24%<sup>6</sup>). Sin embargo, en 2018 tenemos el compromiso de sumar a más mujeres como nuestras *Fellows*.

<sup>6</sup>Women In Business 2017, Grant Thornton

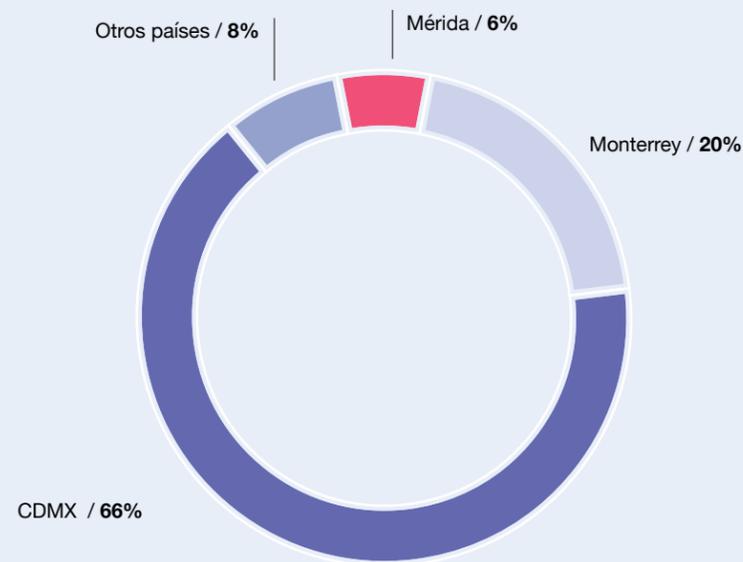
---

Nuestros *Fellows* cuentan con credenciales de las mejores universidades del mundo. Siete de cada 10 *Fellows* tienen estudios de posgrado —maestría y doctorado— en universidades como *Babson College, Chicago Booth School of Business, Georgetown, Harvard, NYU, Stanford*, entre otras.

Dada su formación en instituciones educativas de Latinoamérica, EEUU o Europa, así como su trayectoria en empresas multinacionales, nuestros *Fellows* aportan una perspectiva de negocios global. Actualmente, están ubicados en las tres ciudades donde Victoria147 tiene operaciones (CDMX, Monterrey y Mérida) y en países como Estados Unidos, Colombia, Dubai y Shanghai, entre otros (*Gráfica 9*).

### Gráfica 9

Procedencia de nuestros *Fellows*



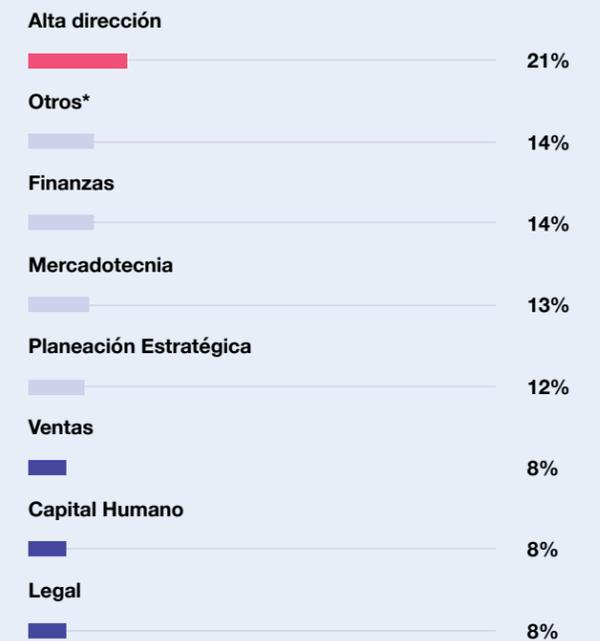
FUENTE — Encuesta anual a *Fellows* Victoria147

Ocho de cada 10 de nuestros *Fellows* han sido emprendedores en algún momento de su trayectoria profesional, por lo que han vivido en carne propia lo que significa crear, mantener y crecer un negocio. A partir de dichas experiencias, han confirmado lo importante que es para una emprendedora tener un mentor que “*te inspire, y te ofrezca soluciones y perspectivas frescas*” (*Dragoo, 2014*).

Las mujeres de nuestra comunidad aprenden de los mejores. Los *Fellows* de Victoria147 son expertos en áreas claves para el crecimiento de cualquier negocio, tales como alta dirección (21%), finanzas (14%), mercadotecnia (13%), planeación estratégica (12%) y ventas (8%), seguido de otras áreas de experiencia (*Gráfica 10*). Nuestros *Fellows* han desarrollado su carrera profesional en una gran variedad de industrias como consultoría (10%), financiera (7%), *retail* (6%), tecnología (6%), educativa (5%), entre otras (*Tabla 5*).

### Gráfica 10

Áreas de *expertise* de los *Fellows* Victoria147



FUENTE — Encuesta anual a *Fellows* Victoria147

\*En la categoría “*otros*” se incluye las industrias de: innovación, responsabilidad social, operaciones, fiscal investigación y análisis, servicio al cliente, producción de contenido, sistemas (TI), relaciones institucionales y compras.

### WHAT THEY SAY ↗

Otto Graff, *Fellow* de Victoria147, nos ha ayudado a entender los financieros de la empresa de una manera clara y muy práctica, con el fin de poder tomar mejores decisiones de producto, *pricing*, recursos humanos, entre otros. Ha sido un súper apoyo.

**ELISA GARZA, Ikcha, Aceleradora.**

**Tabla 5**

Top 10 de industrias de las que provienen nuestros *Fellows*

<b>1.</b> Consultoría 10%	<b>2.</b> Financiera 7%	<b>3.</b> Retail 6%	<b>4.</b> Tecnológica 6%	<b>5.</b> Educativa 5%
<b>6.</b> Alimentos y bebidas 5%	<b>7.</b> Productos de consumo 4%	<b>8.</b> Capital humano 4%	<b>9.</b> Medios de comunicación 4%	<b>10.</b> Restaurantera 4%

La labor y dedicación de nuestros *Fellows* se hace tangible tanto en la evolución de los negocios de las emprendedoras -desde su crecimiento y expansión, hasta la generación de empleos y la innovación en sus productos y servicios- como en la proyección de carrera de las mujeres que trabajan en corporativos.

En 2017, los *Fellows* dedicaron a las mujeres de nuestra comunidad un total de 2,047 horas. De éstas, 1,072 horas se destinaron a los programas de Academia (*Landing, Buildup y Workshop Branding & Sales*), mientras que en Aceleradora dedicaron 975 horas en mentorías a emprendedoras, en sesiones de consejo y talleres.

Sin duda, la experiencia es el mayor atributo de nuestros *Fellows*, y compartirla con las mujeres emprendedoras y ejecutivas, su gran compromiso. Con su apoyo, en Victoria147 llevamos cinco años contribuyendo a formar más *role models* femeninos que impacten de manera positiva en el ámbito económico, cultural y social de nuestra sociedad.

Gracias a cada uno de nuestros *Fellows* por un año más de compartir su tiempo, conocimientos, talento y visión. Una mentoría a la vez, seguiremos cambiando al mundo.

**WHAT SHE SAYS ⚡**

**Mariana Conde nos empoderó** para tomar la decisión de subir nuestros precios después de un análisis profundo en torno a cómo nuestra estrategia impactaba en nuestros clientes. Hoy nuestra facturación ha subido un 30% gracias a esa decisión.

**MARIANA MARTÍNEZ, Creando Talento, Aceleradora**



**WHAT THE FELLOW SAYS ⚡**

**He visto cómo Creando Talento pone en acción el *feedback* que les doy.** Se equivocan, vuelven a probar y encuentran nuevas formas de hacer las cosas.

**MARIANA CONDE, Fellow, co-fundadora de Familias Extraordinarias.**

## La inspiración es el motor de nuestra comunidad.

**Las mujeres que ingresan a Victoria147 con el principal objetivo de impulsar una idea, crecer un negocio o desarrollar su potencial profesional, pronto descubren algo más: un espacio único para la mujer que trabaja en México, al cual llamamos #ComunidadVictoria147.**

A través de esta comunidad, las mujeres que forman parte de Victoria147:

### WHAT THE FELLOW SAYS ↗

Cuando comencé mi carrera me hubiera gustado tener a quien acudir. Ver a otras mujeres triunfar me enriquece como persona. Creo que es una clave para un mejor México.

**VERÓNICA ELIZONDO, Fellow y VP de Planeación Estratégica de Sigma Alimentos**



**Aprovechan el coaching, conocimiento y vinculaciones de negocio con otras mujeres como ellas.** En 2017, 23% de nuestras emprendedoras logró una alianza con algún miembro de la #ComunidadVictoria147, las cuales muchas veces se traducen en: i) ser proveedora de servicios o productos; ii) convertirse en socias; iii) dejar ir una idea o negocio para unir esfuerzos con otra mujer, entre otras. Por ejemplo, *Tessai* y *Sessen* se aliaron para impulsar un negocio a través del *co-branding*; empresas de Aceleradora han realizado lanzamientos de sus productos en conjunto; y *Botánica Granel*, emprendedora de Academia, cuenta con más de siete productos de emprendedoras de la comunidad de Victoria147 a la venta en su tienda.



**Se rodean de Fellows que les brindan conocimiento, aprendizajes y motivación, y se convierten en promotores de sus negocios.** Los *Fellows* aportan horas de su valioso tiempo porque tienen la convicción de estar apoyando a mujeres con el potencial para mejorar el mundo laboral y la sociedad.



**Tienen acceso a un espacio de trabajo e inspiración.** En 2017, en promedio, las emprendedoras en la Ciudad de México visitaron 13 veces Casa Victoria para tomar clases, reunirse con el equipo, tener mentorías o simplemente trabajar e impulsar sus negocios. Para los mismos fines, las emprendedoras de Monterrey acudieron en promedio 15 veces a Parvada Cowork & Co, y las emprendedoras de Mérida, 10 veces a las instalaciones del IYEM.



**Se convierten en promotoras de la equidad de género y el desarrollo del mejor talento.** A raíz de las recomendaciones que han hecho emprendedoras y ejecutivas sobre nuestros programas, desde hace tres años en Victoria147 también trabajamos con corporativos para promover el desarrollo del mejor talento femenino y masculino (*Box 4*).



**Obtienen beneficios de nuestras alianzas con marcas como Citibanamex, Kotex y Mercedes Benz, e instituciones como el IYEM.** Gracias a la confianza que estos aliados han puesto en Victoria147, hemos sido capaces de becar a más de 39 mujeres emprendedoras con ideas innovadoras para que se incorporen a nuestros programas, y hemos inspirado a miles de mujeres para que den el siguiente paso en su vida laboral.

**BOX 4**

**Promoviendo el desarrollo del mejor talento**

Victoria147 ha establecido una agenda activa en torno a la promoción del mejor talento dentro de las empresas. Lo hacemos por medio de: i) sesiones gratuitas para identificar sus objetivos en materia de equidad de género; ii) talleres de sensibilización en el tema; iii) programas de mentoría y/o de fortalecimiento de habilidades transversales como liderazgo, negociación y comunicación efectiva, entre otras; o iv) a través de nuestra Certificación “Por y Para la Equidad”.

AT&T, Club Premier, Imagen Digital, FCB, Boston Scientific Group, FEMSA, Bimbo, Grupo Diageo, Tequila Don Julio y Aeroméxico son algunas de las empresas con las que hemos trabajado y a quienes consideramos nuestros aliados, dado que tienen como una prioridad invertir en la inclusión de más mujeres a la fuerza laboral, así como en su desarrollo profesional y promoción hacia puestos de liderazgo. Estas empresas saben bien que, para cerrar la brecha de género, es necesario sumar a la conversación -y a la acción- tanto a hombres como a mujeres.

**A través de nuestro trabajo con corporativos hemos logrado fomentar, en cerca de 3,500 hombres y mujeres profesionistas, el compromiso con la equidad de género y el desarrollo del mejor talento.**

**WHAT THE FELLOW SAYS** ⚡

Tengo el compromiso personal de ser agente multiplicador del emprendimiento, porque creo en la equidad de género y porque necesitamos más mujeres actuando como agentes de transformación social.

**JUANA RAMÍREZ, Fellow y Presidenta de Grupo SOHIN.**



**Son protagonistas de conferencias, talleres y mesas de discusión, entre otros espacios de empoderamiento.** A través de Victoria147, nuestras emprendedoras han participado en foros como: Microsoft, Acelera tu Negocio de Entrepreneur, la Semana del Emprendedor Ciudad de México, BIM Yucatán, Inc. Monterrey y Working Girls de Elle, por mencionar algunos. Además, hemos participado en eventos mundiales de relevancia, tales como la *Women’s March*, donde caminamos al lado de mujeres de todo el mundo para tomar las calles de Washington y alzar la voz a favor de la igualdad de oportunidades y la equidad de género; y hemos diseñado nuestras propias campañas, como Bien Hecho y Punto, donde enfatizamos la esencia y la calidad que tienen las empresas fundadas por mujeres mexicanas.



**Difunden sus logros a través de Victoria147, que es un medio de información por sí mismo, y por medio de distintas publicaciones con las que colaboramos.** Victoria147 cuenta con 67,696 seguidores en *Facebook*, 11,420 en *Instagram*, 13,414 en *Twitter* y 385 suscriptores en *YouTube*. En promedio, cada año aparecemos en más de 30 medios impresos y digitales como *Expansión*, *Forbes*, *Entrepreneur*, *El Universal*, *Reforma*, *Milenio*, *Harper’s Bazaar*, *Quién*, *El Economista*, *Huff Post*, *Coolhunter*, *Revista Fernanda*, *Publimetro*, *MVS Radio* y *Vanity Fair*, donde buscamos difundir y potenciar la labor de todas nuestras emprendedoras y mujeres ejecutivas.



**Interactúan y obtienen inspiración y guía de nuestra líder, Ana Victoria García.** Como fundadora y directora de Victoria147, Ana Victoria siempre ha creído y apostado por el talento de todas las mujeres que desean crecer profesionalmente y generar un cambio positivo en nuestra sociedad. A lo largo de estos cinco años, Ana Victoria ha impulsado a las emprendedoras a romper sus propios límites y dejar de lado el miedo y las barreras mentales para materializar sus sueños y diseñar su vida tal como se la imaginan.

En su trayecto como emprendedora, Ana Victoria formó parte del panel de empresarios de la Primera Temporada del Programa televisivo *Shark Tank México*, donde tuvo la oportunidad de conocer a emprendedores de todo México y de impulsar a más mujeres a emprender. En el año 2016 y 2017 fue nombrada como una de las Mujeres Más Poderosas de México, por la Revista *Forbes*.

## Nuestros aliados.



**Juan Sotres, *Fellow* de Victoria147 nos dió la pieza clave para lograr una interconexión de comunidades, con herramientas muy simples, y conseguir que con un *click* nuestros clientes potenciales conozcan nuestra marca y culmine en compras.**

**STEPHANIE CUEVAS, Urnas Biovida, Aceleradora. ⚡**

## Y vamos por más.

**Me siento muy orgullosa de compartir con las emprendedoras, *Fellows* y aliados de Victoria147 que 2017, además de ser conmemorativo de nuestro quinto aniversario, fue el año de mayor crecimiento desde nuestra fundación en 2012. Esto es resultado del enorme esfuerzo que, día con día, todas las mujeres de nuestra comunidad dedican a sus ideas y negocios, y del tiempo y conocimiento que nos otorgan nuestros queridos *Fellows*.**

---

Si bien nuestra razón de ser es impulsar cada día a más emprendedoras a crear empresas que tengan un desarrollo exponencial y sostenible en el tiempo, en estos cinco años nos hemos dado cuenta que podemos aportar mucho más para hacer de la equidad de género una realidad en nuestra sociedad. Es por eso que también colaboramos con empresas que creen en la equidad de género como motor del crecimiento y que buscan invertir en el desarrollo del mejor talento; con marcas que inspiran a miles de mujeres a perseguir y hacer realidad sus sueños; y con mujeres ejecutivas que quieren llegar a altos puestos directivos, romper el techo de cristal, y convertirse en modelos de inspiración.

Nos alegra saber que cada vez hay más espacios dedicados al empoderamiento femenino. Hay tanto por hacer, que todo esfuerzo suma. Nos enorgullece enormemente haber abierto el camino para más mujeres, siendo Victoria147 la primera plataforma en México que se enfoca en apoyar e impulsar el talento de las emprendedoras mexicanas.

Victoria147 es más que una plataforma de incubación y aceleración de negocios. Somos un movimiento que llegó para inspirar a la futura generación de mujeres líderes en todo México y América Latina, para que sean un *#GameChanger*. Buscamos que más mujeres diseñen su propio destino, y lo estamos logrando.

**Ana Victoria García**  
Fundadora y directora



## Bibliografía

Banco Mundial (2010). Mujeres empresarias: barreras y oportunidades en el sector privado formal en América Latina. Obtenido de [http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro\\_Mujeres\\_Empresarias.pdf](http://siteresources.worldbank.org/INTLACREGTOPPOVANA/Resources/840442-1260809819258/Libro_Mujeres_Empresarias.pdf)

Banco Mundial (8 de Julio de 2017). Iniciativa de Financiamiento para Mujeres Emprendedoras. Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/programs/women-entrepreneurs/brief/women-entrepreneurs>

CEPAL, División de asuntos de género (2010). Mujeres emprendedoras de América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos. Obtenido de [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5818/1/S0900676\\_es.pdf](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5818/1/S0900676_es.pdf)

Dragoo, Billie (2014). Be better than superwoman. Retrieved from <http://nawbonational.wordpress.com/2014/06/21/be-better-than-superwoman> (Dragoo fue presidenta de la National Association of Women Business Owners entre 2014 y 2015)

López, E. t. (2015). Perfil psicosocial de la persona emprendedora. Obtenido de Universidad de Valladolid: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/16786/1/Tesis987-160418.pdf>

OCDE. (s.f.). OCDE Stats . Obtenido de Time spent in paid and unpaid work, by sex: <http://stats.oecd.org/index.aspx?queryid=54757>

Stein, D., & Valters, C. (2012). Understanding Theory of Change in International Development. Obtenido de Theory of Change: [http://www.theoryofchange.org/wp-content/uploads/toco\\_library/pdf/UNDERSTANDINGTHEORYOFChangeSteinValtersPN.pdf](http://www.theoryofchange.org/wp-content/uploads/toco_library/pdf/UNDERSTANDINGTHEORYOFChangeSteinValtersPN.pdf)

## Fellows 2017

### CDMX

Adina Chelminsky	Consultor independiente
Adolfo Cano	Cultura Colectiva
Alan Palau	Pearson Education
Alberto Álvarez	Digital Friks, IncentivAction
Alejandra Rodríguez de Siller	Instituto de Moda Burgo México
Alejandro Villalón	KM Capital Partners, ON Ventures
Alfonso Olvera	Grupo Olvera
Alfonso Ríos	SoWhat? Factors
Allan Fis	Fis Foto
Allan Pineda	choose
Ana Paola Alcalá	Stoopen Asociados
Ana Paula Blanco	Brains4Rent
Andrea Trujillo	Reste-U y Tecnológico de Monterrey
Andrea Valenzuela	Tecnológico de Monterrey
Andrés Martínez	Bitso
Anna Fusoni	Fusoni Fashion Network, KSnews
Antonio Fajer	Neikos y Pentafo
Antonio Vilches	Archipiélago
Arturo Merino	ArcCanto Deuda Inteligente
Arturo Reyes	Minigols México
Bernardo Cordero	STARTegy Venture Builder
Bernardo De la Cabada	GCG
Blanca Juana Gómez	MMK Group
Carlos Allende	AT&T
Carlos Kalach	Comercializadora Círculo CCK
Carlos Mier y Terán	Grupo MYT
Carlos Miranda	Grupo Axo
Carlos Saenz	Grupo Witt
Carlos Torres	Salesforce
Carlos Silva	Impuestum
Cecilia Goya de Riviello	Balanceship Consultores
Clara Corona de Lau	Biomedica de Referencia
Clara Frischwasser	TAMIM HR Consulting
Claudia Contreras	Samsung Electronics
Cory Crespo	Coloürs
Cristian Lloret	Cristian Lloret Mila
Daniel Coggiola	Apply y Deloitte
Daniel Granatta	Consultor independiente
Daniel Marcos	Growth Institute Inc.
Daniel Schneeweiss	Casa Montelobos
Darío Okrent	Banco Azteca
David Jassan	Directo.com
Delfina Flores	Pipol Talent
Diego Bracamontes	Netflix

Diego Creel	Creze
Diego González	Iberbrand
Edgar Fernández	Vesta Soluciones Integrales
Edgar Orlaineta	Artista plástico
Eduardo Bello	Central Zone
Eduardo Sauret	Grupo Sommet
Eduardo Valenzuela	Unión Cinematográfica
Enrique Vera	Sportium
Eric Descombes	FCB México
Eric Pérez-Grovas	Jaguar Ventures
Ernesto Moncada	The Welcome Branding Group
Eugenio Perea	PerSe Capital
Federico Casas Alatríste	Loro y OBS
Federico Legorreta	Proyecto COLBERT
Federico López Otegui	La Costeña
Ferenz Feher	Feher & Feher
Fernanda Perea	Saskia de Winter
Fernando Álvarez	Kantar
Francisco Ruíz-Maza	Russell Reynolds
Francisco Sordo	Uber
Françoise Lavertu	Tesla
Gabriela Hernández	Consultor independiente
Gabriela Romero	BBVA Bancomer
Gabriela Salazar	Román, Nava, Morales y Salazar Abogados
Gabriela Warkentin	W Radio, El País
Gabriela Yakovlev	Transcendence
Gerardo Román	Román, Nava, Morales y Salazar Abogados
Gerardo Ugalde	The Ad Theory
Gloria Canales	Amazon
Gonzalo Cegarra	Creze
Griselda Hernández	Blue & Gray Associates
Guillermo Barba	Axiologic
Gustavo Barcia	ISDI
Gustavo Serna	Promecap
Hassan Yassine	GAIA
Heberto Taracena	Capital Invent, Grupo Imagen Multimedia
Héctor Cruzado	ZOÉ WATER
Héctor Esrawe	Esrawe
Horacio Genolet	Ogilvy Latinoamérica
Ignacio Liaudat	Circus Marketing
Isaac Lekach	The Sarpes Group
Ivette Calvet	Seeds Talent Management
Jaime García	Strategic Capital
Jaime Massieu	Axa Seguros

Jaime Padilla	Russell Reynolds Associates
Jaime Weber	J.W.K Business
Jandir Matos	Gooseberry
Javier Arredondo	Travesías Media
Javier Peña	So What? Factors
Javier Okhuysen	Sala Uno
Javier Van Cauwelaert	Grupo Contramar
Jean Michel Enríquez	Creel, García-Cuéllar, Aiza y Enríquez
Jorge Camil	Enova
Jorge González	G2 Consultores
Jorge Soto	Miroculus
José Zaga	Vicky Form
José Alfredo Islas	Residencia
José Alberto TeránJ	TERAN TBWA\
José Antonio Morán	Capital Índigo
José Arturo Vázquez	Capital 112
José Ignacio González	Mobile 360
José Luis Betancourt	Ingenia Agency
José Luis Garibay	Capital 112
José Simón Díaz	el20.mx
Josefina Stoopen	Stoopen EMA Partners
Joshua Ford	Uber
Juan Sotres	Triciclo
Juan Vera	Nimblr.ai
Juan Carlos Guerrero	Wunderman
Juan Emilio Simón	Bufete de Marketing
Juan Luis Rodríguez	Accenture
Juan Manuel Valle Pereña	Afore XXI Banorte
Juana Ramírez	Grupo SOHIN
Julio Luis García	MMK Group
Karla González	TST Talent Strategy Team
Laura Manzo	The Huffington Post
Laura Tapia	Consultor independiente
Laure Merat-Calderón	El Palacio de Hierro
Leticia López	Coaching Integral
Lisette Montefusco	CMR
Lorena Flores	Grupo AXO
Luis Mourey	Temasek
Luis Pazos	IDG Consulting
Luis Enrique Carrillo	Coca-Cola FEMSA
Luz Arredondo	Travesías Media
Luz Adriana Ramírez	Visa
Marco Colín	AVIÓN
María Novales	McKinsey

María Fernanda Garibay	Atabay Consulting
Mariana Castillo	Ben & Frank
Mariana Conde	Familias Extraordinarias
Marianela Sordo	Consultor Independiente
Marlyn Sánchez	Consultoría Mercadológica
Martha Patricia Herrera	CEMEX
Martín Hernández	Sound Editor
Mauricio Cano del Valle	Hoopool
Mauricio Carrandi	Televisa
Mayra Aldazosa	Consultor independiente
Mayra Hernández	Instituto Xilonen
Michel Rojkind	Rojkind Arquitectos
Miguel Ángel Flores	Niagara Bottling
Mois Cherem	Bedu, Enova
Moisés Guindi	Casa Lumbre
Mónica Flores	ManpowerGroup
Mónica Martínez	IPADE
Mónica Mijangos	Beltrán & Bernal Stoopen
Mónica Patiño	Casa Virginia, Delirio, La Taberna del León, MP Bistro
Mónica Villela	Maken Consultores
Montserrat Vázquez	Accenture
Muriel Belda	Morgan Philips
Murillo Tavares	Spencer Stuart
Nancy Godines	DOCADHOC
Natalia Zárate	Sephora
Nick Panes	Control Risks
Nicola Origgi	Tecnológico de Monterrey
Nicolás Rubio	Industria Faramcéutica Andrómaco
Nicole Reich	BNP Paribas Cardif
Nima Pourshasb	Banco Sabadell, Formafina
Octavio Herrero	Herrero
Olegario García Márquez	GAPE Business Group
Óscar Salazar	Uber
Oswaldo Trava	InstaFit
Pablo González Cid	Café Punta del Cielo
Pablo Hernández	Ingenia Agency
Pablo Hooper	González Calvillo Abogados
Pamela Aréstegui	AIG Seguros
Patricia Schroeder	Mentoría y Seguridad Legal
Pedro Egea Barbosa	Herrero
Pedro Egea Dietz	Consultor independiente
Pepe Giral	Consultor independiente
Rafael Borbón	Exfarma

## Personas

Ramiro Del Valle	<b>Barclays Investment Bank</b>
Raúl Galicia	<b>BBVA Bancomer</b>
Raúl Martínez-Ostos	<b>Barclays Investment Bank</b>
Ricardo Barrueta	<b>Consultor independiente</b>
Ricardo González	<b>EBC (Escuela Bancaria y Comercial)</b>
Ricardo Rondón	<b>HKS Inc.</b>
Ricardo Zamora	<b>Google</b>
Roberto Charvel	<b>Vander Capital Partners</b>
Roberto Ruiz	<b>Wunderman</b>
Rodolfo Ramírez	<b>RedBox</b>
Rodrigo Cobo	<b>Talaria Marketing</b>
Rodrigo Fco. Villagrán	<b>Aguilar &amp; Villagrán</b>
Roque Velasco	<b>Walmart</b>
Roxana Rabinovich	<b>American Express</b>
Rubén Herrero	<b>Impuestum</b>
Sandra Sainz	<b>Cantera Capital, SV LATAM Fund</b>
Sandra Sánchez y Oldenhage	<b>PharmAdvice Consulting</b>
Sandrine Dupriez	<b>Sonova</b>
Santiago Creixelll	<b>Bitso</b>
Santiago Sánchez	<b>Drive, Intersect</b>
Saskia de Winter	<b>Saskia de Winter</b>
Sebastián Tonda	<b>Flock</b>
Sergio Spinola	<b>The Coca-Cola Company</b>
Shahin Baharimehr	<b>Advent International</b>
Toni Torres	<b>Toni Torres Enlaces Estratégicos</b>
Úrsula Wilhelm	<b>Banorte / IXE</b>
Vicente Encarnación	<b>e:de business by design</b>
Victor Calderón	<b>Arccanto Deuda Inteligente</b>
Victor Ornelas	<b>Capital Índigo</b>
William Gaber	<b>Atabay Consulting</b>
Yvonne Ramo	<b>Yarto &amp; Narro</b>

## Monterrey

Adrián Román y Román	<b>VillarrealMC y Roman Abogados</b>
Adriana Flores	<b>Hewlett Packard Enterprise</b>
Alejandra Rodríguez de Siller	<b>Instituto de Moda Burgo México</b>
Alexandro Ríos	<b>Ríos Sepúlveda y Asociados</b>
Américo Ferrara	<b>Life is Too Short Capital</b>
Andrea Ruiz	<b>Tecnológico de Monterrey</b>
Aroldo Dovalina	<b>DOCA Investments</b>
Betsabé Fernández	<b>PepsiCo Alimentos México</b>

Carlos Villaseñor	<b>Biovideo</b>
Carlos Roberto López	<b>The Home Depot</b>
Christian Aguirre	<b>Alta Ventures Mèxico, Dalus Capital</b>
Claudia Ávalos	<b>Alerama Marketing Digital Integral</b>
Daniel Alanís	<b>The Boston Conuslting Group</b>
Eduardo Garza	<b>Evalor</b>
Eduardo Muñoz	<b>VITRIO</b>
Enrique Cisneros	<b>Banregio</b>
Fabrice Serfati	<b>IGNIA Partners</b>
Fermin Montes	<b>Hortícola Cedro Blanco, Sativus</b>
Fernando Huerta	<b>Tecnológico de Monterrey</b>
Fernando Torres	<b>Alfaro, Dávila y Scherer</b>
Giorgio Di Vece	<b>V09</b>
Guillermo Varela	<b>Logrand Entertainment Group</b>
Hugo Salinas	<b>IGNIA Partners</b>
Jaime Longoria	<b>Oxxo</b>
Jesús Horacio González	<b>Ayuntamiento de San Nicolás de los Garza</b>
Jorge Belden	<b>Galera</b>
Jorge Casares	<b>Buhox Consulting</b>
Jorge Luis Camargo	<b>Ecaresoft</b>
José Guereque	<b>Arca Continental</b>
José Antonio Manrique	<b>Evero Capital</b>
Juan Valles	<b>Tecnológico de Monterrey</b>
Juan Francisco González	<b>Onecare Group</b>
Lorena Martínez	<b>Horux Business Consulting</b>
Luis Garza Sada	<b>Kinedu</b>
Luis Martínez	<b>Martínez Asesores</b>
Luis Martínez	<b>PROA</b>
Luis Fernando Ramírez	<b>FEMSA</b>
Luis Gerardo Chapa	<b>Tenna</b>
Luz María Velázquez	<b>Tecnológico de Monterrey</b>
Marco Sens	<b>Jelp</b>
María Inés Morán	<b>ActionCOACH</b>
Mario Alejandro Sosa	<b>CBR Asesoría Legal</b>
Marisol Rodríguez	<b>Sinergia Deportiva</b>
Mauricio Barrera	<b>Tim Hortons</b>
Mauricio Rizo	<b>Tecnológico de Monterrey</b>
Mónica Lenz	<b>Lenz Human Capital</b>
Omar Ríos	<b>HATHI</b>
Óscar Lozano	<b>Sintec</b>
Otto Graff	<b>IGNIA Partners</b>
Pablo Alvarado	<b>Garage</b>
Pablo Salazar	<b>ParentTech</b>
Rafael Selvas	<b>Farmacias del Ahorro</b>

Ricardo Díaz	<b>Ciencia Med</b>
Ricardo Rocha	<b>Games Starter, Render Solutions</b>
Ricardo Vázquez	<b>Cemex</b>
Rubén Guajardo	<b>Consultor independiente</b>
Rudy Joffroy	<b>Creative Dreams</b>
Salvador Luna	<b>Mary Kay Inc.</b>
Sandra Ramos	<b>MR Institute</b>
Sara Laura Garza	<b>Magna International</b>
Sergio Cid	<b>Grupo Vidanta</b>
SergioGarza	<b>Garza Durán Abogados</b>
Tavo Zambrano	<b>Skydrop</b>
Verónica Elizondo	<b>Sigma Alimentos</b>
Verónica Morgenstern	<b>MR Institute</b>
Victor Melgarejo	<b>Tecnológico de Monterrey</b>
Zita Horváth	<b>Lea Isla &amp; Horváth</b>

<span></span>	<span></span>
<span></span>	<span></span>

## Mérida

Agustín Altamirano	<b>ALCANO Derecho empresarial e inmobiliario</b>
Bernardo Cisneros	<b>Cb empresas</b>
Emilio Blanco	<b>Centro de Soluciones Inalámbricas</b>
Eugenia Correa	<b>Consultoría Ambiente Sustentable</b>
Francisco Lezama	<b>Instituto Yucateco de Emprendedores</b>
Gabriela Cejudo	<b>Grupo Nicxa</b>
Gustavo Cisneros	<b>Cb empresas</b>
Jorge Barajas	<b>Despacho de Contadores y Gasolineras</b>
José Antonio Loret de Mola	<b>COPARMEX</b>
José Antonio Silveira	<b>Consultor independiente</b>
José Antonio Téllez	<b>Onelife / Actitud Sana</b>
José Luis Torrado	<b>Grupo BPT</b>
Julián Herrera	<b>Banco Santander México</b>
Luis Yturbe	<b>Litebuilt México</b>
Marco Franco	<b>Planner Group</b>
María Castilla	<b>IADWP</b>
Mariana Gaber	<b>BibaBijoux</b>
Nayelly Hernández	<b>Gran Hogar Sureste y Kintek Energías Renovables</b>
Rubén Castellano	<b>AROD</b>

## Otros países

Camilo Llinás Velásquez	<b>Aliat, Stark Smart Gym</b>
Carlos Callejo	<b>Hasbro</b>
Daryn Fillis	<b>Distroller</b>
Dora Forero	<b>Naser Marketing Sensorial</b>
Federico Gómez	<b>PayPal</b>
Fernando Fabre	<b>Endeavor Global</b>
Fernando Trueba	<b>LUV.IT</b>
Francisco Niembro	<b>Embajador de México en Qatar</b>
Freddy Vega	<b>Platzi</b>
Gema Sacristán	<b>Corporación Interamericana de Inversiones</b>
Isabella Munoz	<b>ColCapital</b>
Jorge Guerrero	<b>Auto One Acceptance</b>
Karen Gilchrist	<b>Google</b>
Kelly Talamas	<b>Consultor independiente</b>
Kerrie MacPherson	<b>EY</b>
Lucy Lawrence	<b>Inversionista independiente</b>
Mario Estupiñán	<b>Fiduciaria de Occidente</b>
Pamela Gutiérrez	<b>Garrigues</b>
Raúl Durán	<b>CEMEX USA</b>
Rodrigo Arévalo	<b>Uber Eats</b>
Ruby Sharma	<b>EY</b>
Santiago Arango	<b>Grupo Takami</b>
Sara Kauss	<b>S'well</b>
Shelley Brindle	<b>Alcaldesa de Westfield, NJ</b>
Simon Bedford	<b>Prolegis Services</b>
Verónica Yopez	<b>Perpetum Consulting</b>

En una sesión Jorge Casares, Fellow de Victoria147, nos compartió una metáfora: ‘Emprender es un arte’ y con ella me ayudó a entender que, como en todos los artes, se requiere de pocos principios, numerosas técnicas y mucha disciplina. Hoy mi proyecto tiene más orden, forma, color y mucho futuro gracias a eso.

IRENE VELA, El sazón de hogar, *Landing.* ⚡

CIUDAD DE MÉXICO (n=170)			
Sobre las emprendedoras			<b>33%</b> Aceleradora
 <b>34 años</b> Edad promedio	<b>90%</b> tiene una licenciatura		
37% tienen en su emprendimiento su principal fuente de ingresos.	<b>3 de cada 10</b> tiene una maestría		<b>67%</b> Academia
Sobre sus empresas			
 <b>79%</b> están operando	 <b>18%</b> Idea de negocio	 <b>48%</b> Startup	 <b>11%</b> Development
 <b>72%</b> constituídas SAT	 <b>17%</b> Growth	 <b>6%</b> Scaleup	
 <b>28%</b> servicios	 <b>13%</b> belleza y <i>wellness</i>	 <b>11%</b> arte y diseño	 <b>9%</b> moda
Resultados 2017			
<b>912</b> clientes promedio	<b>\$4,362,904</b> Ventas promedio	<b>9</b> empleados promedio	
Para todas las emprendedoras:		Ventas totales: \$602,080,759 Total empleados: 1,103	

MONTERREY (n=25)			
Sobre las emprendedoras			<b>18%</b> Aceleradora
 <b>34 años</b> Edad promedio	<b>96%</b> tiene una licenciatura		
<b>36%</b> tienen en su emprendimiento su principal fuente de ingresos.	<b>3 de cada 10</b> tiene una maestría		<b>82%</b> Academia
Sobre sus empresas			
 <b>88%</b> están operando	 <b>16%</b> Idea de negocio	 <b>36%</b> Startup	 <b>4%</b> Development
 <b>73%</b> constituídas SAT	 <b>32%</b> Growth	 <b>12%</b> Scaleup	
 <b>28%</b> servicios	 <b>28%</b> belleza y <i>wellness</i>	 <b>16%</b> alimentos y bebidas	 <b>8%</b> arte y diseño
Resultados 2017			
<b>163</b> clientes promedio	<b>\$2,452,060</b> Ventas promedio	<b>7</b> empleados promedio	
Para todas las emprendedoras:		Ventas totales: \$51,493,254 Total empleados: 164	

MÉRIDA (n=6)			
Sobre las emprendedoras			<b>54%</b> Academia Landing
 <b>34 años</b> Edad promedio	<b>83%</b> tiene una licenciatura		
<b>50%</b> tienen en su emprendimiento su principal fuente de ingresos.	<b>3 de cada 10</b> tiene una maestría		<b>46%</b> Academia Buildup
Sobre sus empresas			
 <b>83%</b> están operando	 <b>67%</b> Startup	 <b>17%</b> Development	 <b>17%</b> Growth
 <b>60%</b> constituídas SAT			
 <b>33%</b> moda	 <b>17%</b> servicios	 <b>17%</b> medios de co.	 <b>17%</b> alimentos y bebidas
			 <b>17%</b> telecomunicaciones
Resultados 2017			
<b>69</b> clientes promedio	<b>\$464,410</b> Ventas promedio	<b>2</b> empleados promedio	
Para todas las emprendedoras:		Ventas totales: \$2,786,459 Total empleados: 14	

# Redefinir el concepto de la mujer actual.

f Victoria147org  
@ Victoria147org  
V147\_org

**Reporte anual de impacto 2017**

**VICTORIA147**

**[victoria147.com](http://victoria147.com)**