

REPORTE ANUAL DE IMPACTO 2018

VICTORIA147

CONTENIDO

1

pg. 03

Esta edición

2

pg. 08

Nuestras emprendedoras

3

pg. 11

Beneficios de impulsar empresas dirigidas por mujeres

4

pg. 15

Motivos para pertenecer a la comunidad Victoria147

5

pg. 19

Motivos para pertenecer a la comunidad Victoria147, contados por nuestras emprendedoras

6

pg. 25

Nuestros *Fellows*

7

pg. 27

El futuro de Victoria147

8

pg. 28

Anexos

9

pg. 35

Bibliografía

1. ESTA EDICIÓN

En los últimos años, se ha hablado mucho de la **importancia, urgencia y beneficio** de incorporar a las mujeres a la fuerza laboral y con ello avanzar hacia la igualdad de género. De lograrlo, aumentaríamos el Producto Interno Bruto de México un 70%¹, y a través de dicha expansión económica, podríamos combatir definitivamente diversos retos en términos de pobreza, hambre, salud, educación de calidad, agua limpia, entre otros².

¹ McKinsey & Company, Women Matter México, 2018.

² ONUMUJERES, Hacer las promesas realidad: la igualdad de género en la agenda 2030 para el desarrollo sostenible, 2015.

El emprendimiento es una alternativa real para lograr la igualdad de género. Si bien en la actualidad únicamente el 20% de los emprendimientos formales en México están liderados por mujeres³, cada vez hay más mujeres interesadas en lanzar una buena idea, en crecer sus empresas, y en acelerarlas.

En esta edición, compartimos la evidencia que demuestra, con información de nuestras emprendedoras analizada de forma agregada (Infografía 1), por qué necesitamos más empresas lideradas y creadas por mujeres. No solamente son empresas rentables; son empresas que se preocupan por sus colaboradores, que fomentan la igualdad de género al promover que más mujeres trabajen, permanezcan y se desarrollen en la fuerza laboral, apoyando sus decisiones personales y familiares. Son empresas que buscan tener un impacto social, ser innovadoras, y colaborar con otros emprendimientos.

Queremos que más empresas, el gobierno, fondos de inversión, la sociedad civil y distintos actores nacionales e internacionales, reconozcan la importancia y beneficios de impulsar el emprendimiento femenino. En esta edición, les brindamos todos los elementos para hacerlo.

Sin el esfuerzo incansable de nuestras emprendedoras; el conocimiento y apoyo incondicional de nuestros *Fellows*; el empeño del equipo de Victoria147; el liderazgo de Ana Victoria; y la colaboración con nuestros aliados y medios de comunicación, no habríamos logrado todo lo que nos hemos propuesto (Infografía 2). A todos los y las que creen en Victoria147,

¡muchas gracias!

³ Mastercard Index of Women Entrepreneurs, 2017.



Equipo

VICTORIA147

FUENTES DE INFORMACIÓN INFOGRAFÍA 1

Entre las fuentes de información que utilizamos para medir nuestro impacto anual y generar la evidencia sobre los resultados de nuestras emprendedoras se encuentran:

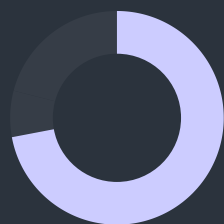


La aplicación a Victoria147,
respondida por

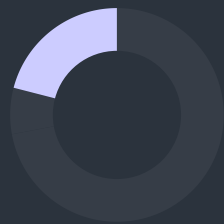
2,001
MUJERES

La encuesta anual de impacto, realizada entre febrero y marzo de este año y respondida por

266 MUJERES



72%
emprendedoras
de academia



21%
emprendedoras
de aceleradora



7%
mujeres
ejecutivas

Las encuestas de satisfacción, contestadas por todas las emprendedoras al momento de terminar un programa de Victoria147.

Las encuestas cruzadas post-mentorías, aplicadas a todas las emprendedoras que tienen sesiones de mentoría individualizadas.

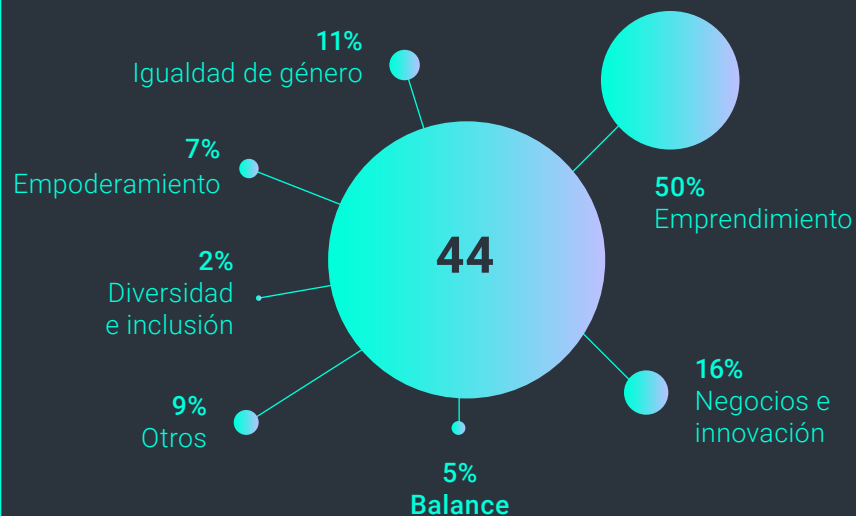


La encuesta anual para *Fellows*,
respondida por el

37%
DE ELLOS

La información proveniente de dichas fuentes, se recolecta para todas las emprendedoras, independientemente de la etapa en la que se encuentren dentro de Victoria147.

IMPARTIMOS MÁS DE 44 CONFERENCIAS Y TALLERES EN DIFERENTES TEMAS



RE-CERTIFICAMOS

Nuestra metodología como Aceleradora de Empresas de Mujeres de Alto Impacto.

Nos apoyamos de:

325 FELLOWS

Dueños, socios o directores de empresas nacionales e internacionales, dispuestos a apostar por el talento de las emprendedoras.

Lanzamos ELLAS

Un libro escrito por Ana Victoria García, que busca inspirar a más mujeres a emprender y a convertirse en las empresarias que siempre han querido ser.

CONSOLIDAMOS UNA COMUNIDAD DE

2,000 emprendedoras

1,146 (57%) se mantienen activas en nuestra comunidad.

RECIBIMOS 2,001 APLICACIONES

5.5 aplicaciones al día

Lo que corresponde a un aumento del **20%** con respecto al año pasado

INAUGURAMOS

La primera edición del #VictoriaFest, nuestro evento *flagship*, con **23** medios invitados y más de **600** asistentes.



MANTUVIMOS NUESTRAS ALIANZAS

y creamos nuevas con reconocidas instituciones y empresas como el Instituto Yucateco de Emprendedores (IYEM), Facebook, Mercedes Benz, Hoteles City Express, Grupo Financiero Banorte, FCB, Imagen Digital, What a Woman MX, AT&T, Loft, Adolfo Domínguez, WeWork, Batiste y Ultrafemme.

PASAMOS DE 92,000 A

119,889 seguidores

Lo que corresponde un aumento de **30%** en nuestro número de seguidores

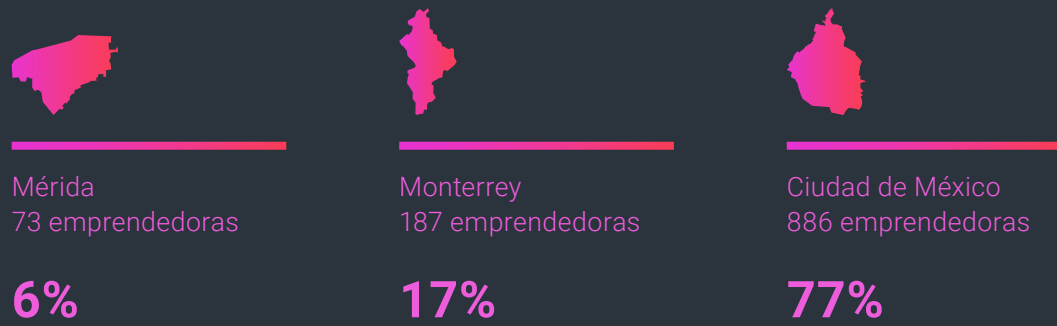
2. NUESTRAS EMPRENDEDORAS

Las emprendedoras de Victoria147 son mujeres jóvenes, con un alto nivel educativo. En promedio tienen 37 años de edad; el 90% de ellas cuenta con una licenciatura, y tres de cada diez han cursado una maestría. 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.

Cada vez se acercan a Victoria147 más emprendedoras que estudiaron carreras donde las mujeres suelen estar subrepresentadas. Mientras que, en 2017, el 12% de nuestras emprendedoras había estudiado una carrera relacionada con ingeniería, manufactura o construcción, para 2018, este porcentaje aumentó a 20%. Sobre las demás emprendedoras, 51% estudió una carrera relacionada con las ciencias sociales, administración y derecho; 17% estudió artes y humanidades; 7% ciencias naturales, exactas y de la computación; y 5% salud y educación.

Gráfica 1

n = 1,146
Fuente: Base de datos de la comunidad Victoria147

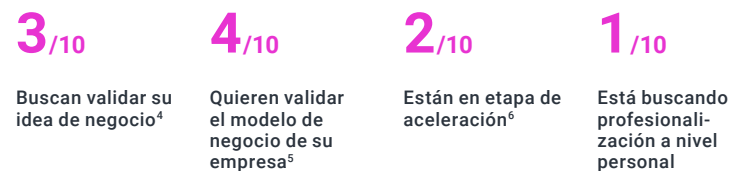


Victoria147 impulsa el emprendimiento femenino en tres puntos geográficos claves del país: Ciudad de México (CDMX), con el 77% de todas las emprendedoras; Monterrey, con el 17% de ellas; y Mérida, con el 6% restante (Gráfica 1). Nuestro posicionamiento ha ido en aumento en las tres sedes, con un 45% de crecimiento en CDMX, 50% en Monterrey, y duplicando su tamaño en Mérida entre 2017 y 2018.

El interés por Victoria147 va mucho más allá de nuestros programas presenciales. De las 2001 aplicaciones que recibimos en 2018, 87% llegó de CDMX,

Monterrey y Mérida, y 13% de otros estados como Puebla, Jalisco, Morelos, Veracruz, y de países como Colombia, Panamá, Ecuador y Estados Unidos.

Una vez aceptadas en Victoria147, la mayor parte de las emprendedoras se encuentran en una etapa temprana de desarrollo de su empresa.



⁴ Validación (Landing): tienen una idea o llevan pocos meses operándola y necesitan consolidar su modelo de negocio, no han vendido su producto o servicio y están buscando validar su idea de negocio con la ayuda de expertos.

⁵ Despegue (Build Up): tienen una empresa en operación y venden menos de 1.5 millones de pesos anuales, buscan conocimientos financieros para tomar decisiones estratégicas y quieren profesionalizar los pilares básicos de su empresa.

⁶ Aceleradora: son directoras multitask, definen la estrategia y a la par se encargan de la parte comercial, operación y RRHH, venden más de 1.5 millones de pesos anuales, sus equipos están conformados por más de 5 empleados, han demostrado un crecimiento 2x en ventas, sin tener necesariamente una estrategia estructurada con base en sus finanzas.

En promedio, las emprendedoras que toman los programas de Academia llevan operando cinco años, y las de Aceleradora ocho años.

Las industrias en las que se especializan las emprendedoras son: servicios (21%); arte y diseño (15%); belleza, cuidado personal y wellness (13%); moda (13%); alimentos y bebidas (13%); productos de consumo (4%); construcción (3%); entre otras (18%, Gráfica 2).

La mitad de las emprendedoras comercializan sus productos y/o servicios a nivel local, es decir, en una sola ciudad; cuatro de cada diez los comercializan a nivel regional, y una de cada diez lo hace a nivel global, en países como Estados Unidos, Canadá, Italia, España, Costa Rica, Argentina, Colombia, Panamá, y Guatemala. Entre 2017 y 2018, el porcentaje de emprendedoras que comercializan sus productos y/o servicios a nivel regional creció en 36%, lo que habla sobre una mayor expansión comercial de sus empresas.

Gráfica 2

n = 229
Fuente: Encuesta
Impact Report
2018



3. BENEFICIOS DE IMPULSAR LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES



LAS EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES TIENEN UN ALTO DESEMPEÑO FINANCIERO

Entre 2017 y 2018, en promedio, una emprendedora de Academia aumentó sus ventas 1.3 veces (vendió MX\$400 mil más), y 2.2 veces su cartera de clientes (Tabla 1). Así mismo, una emprendedora de Aceleradora aumentó sus ventas, en promedio, 1.2 veces (vendió MX\$2.5 millones más); su cartera de clientes 2.3 veces, y obtuvo un EBITDA⁷ de MX\$2.3 millones (Tabla 1).



SUS EMPRESAS SON GRANDES GENERADORAS DE EMPLEO

En total, en 2018 nuestras emprendedoras tenían contratados a 1,804 colaboradores (665 de Academia y 1,139 de Aceleradora). Además, entre 2017 y 2018, las emprendedoras de Academia aumentaron en 40% su personal y casi triplicaron el número de beneficiarios indirectos. Por su parte, las emprendedoras de Aceleradora aumentaron en 50% su personal, y en 26% sus beneficiarios indirectos.



LAS EMPRENDEDORAS SE PREOCUPAN POR INCORPORAR A MÁS MUJERES A LA FUERZA LABORAL

Si bien el 78% de los hombres forma parte de la fuerza laboral en México, este porcentaje es de solo 44% para las mujeres. Además, mientras que tres de cada 10 mujeres jóvenes no estudian, ni trabajan, solo uno de cada 10 hombres tampoco lo hace. Al tener a una mujer al frente de una empresa, el 66% de sus colaboradores son mujeres, compensando así su baja representación en la fuerza laboral.



BUSCAN OFRECER PRESTACIONES ADICIONALES A LAS DE LA LEY, QUE LAS MOTIVEN A PERMANECER Y DESARROLLARSE DENTRO DE SU PUESTO

Cinco de cada 10 emprendedoras de Aceleradora ofrecen mejores beneficios a sus colaboradores/as que los otorgados por la ley. Por ejemplo: días adicionales para vacaciones, licencias de duelo, viajes, horarios flexibles, cursos y certificaciones, apoyo para el transporte, bonos de productividad, incentivos para la educación de los hijos, tarjetas de descuentos, apoyos para despensa, ropa, muebles y electrodomésticos, entre otros.

⁷Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones, por sus cifras en inglés.

⁸ Beneficiarios indirectos: excluye a los/as colaboradores/as de la empresa, y se refiere a las personas que se benefician de que ésta exista (por ejemplo, proveedores o familiares de colaboradores/as).

⁹ INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Tabulados Interactivos. En: www.inegi.org.mx (20 de agosto de 2018).

¹⁰ Organización Internacional del Trabajo, ILOSTAT, Indicadores anuales, Porcentaje de los jóvenes que no están empleados o estudiando, 2016 o la información más reciente a septiembre 2017.



ADEMÁS, TIENEN UNA ALTA TASA DE RETENCIÓN DE MUJERES QUE VUELVEN A TRABAJAR DESPUÉS DE CONCLUIR SU LICENCIA DE MATERNIDAD

En los últimos cinco años, nuestras emprendedoras tuvieron en total 89 colaboradoras embarazadas, de las cuales, el 71% volvió a trabajar, siendo que, de acuerdo a la literatura, este porcentaje suele ser del 66%¹¹. De las colaboradoras que vuelven a trabajar, el 70% lo hace bajo un esquema de horario flexible y el 30% restante de tiempo completo.



LAS EMPRENDEDORAS SON POCO ADVERSAS AL RIESGO AL MOMENTO DE ACCEDER A FINANCIAMIENTO, Y EXCELENTES PAGADORAS

El 48% de las emprendedoras accedieron a financiamiento para arrancar sus empresas, cuando en México, solo el 29% de las mujeres accedieron a crédito formal en 2018, en comparación con el 33% de los hombres¹². En cuanto al monto de inversión necesario para arrancar sus empresas, de cada 10 mujeres, cuatro invirtieron menos de MX\$50 mil, cuatro entre MX\$51 y MX\$500 mil y dos más de MX\$501 mil. Dicho financiamiento suele venir de sus ahorros personales (61%), préstamos familiares (22%), capital de socios (14%) y préstamos bancarios (3%). En línea con lo que menciona la literatura, las emprendedoras que acceden a fuentes de financiamiento adicional (21%) logran liquidar su deuda rápidamente (en 1.8 años)¹³.



A TRAVÉS DE SUS EMPRESAS, BUSCAN TENER UN IMPACTO SOCIAL Y APOYAR A OTRAS EMPRENDEDORAS

Cuatro de cada 10 emprendedoras considera que su emprendimiento tiene un impacto social. Algunos ejemplos de estas empresas son Maka México, quienes potencializan el talento de artesanas mexicanas; Bolsa Rosa, que reintegra a las mujeres en empleos con opciones de trabajo flexible; Botánica Granel, que vende productos sin empaque, ayudando a disminuir la producción de basura; Ingenia Nutrición, que acerca servicios de nutrición a corporativos con el objetivo de cambiar los hábitos alimenticios en las personas; *Rootland*, un centro educativo y recreacional para niños y niñas de padres y madres que trabajan; o *Ayok Design*, que fabrica muebles ecológicos utilizando llantas recicladas, por mencionar algunos.



DENTRO DE SUS EMPRESAS, LAS EMPRENDEDORAS BUSCAN INNOVAR Y HACER USO DE LA TECNOLOGÍA PARA ADAPTARSE AL ENTORNO CAMBIANTE

Siete de cada 10 emprendedoras cuentan con una página *web* y aprovechan internet como canal de venta; además, realizan el 43% de sus ventas en línea. En cuanto a innovación, las emprendedoras evalúan sus productos y/o servicios con 8.2 puntos en cuanto al nivel de creatividad e innovación de los mismos, ya que consideran que su emprendimiento hace referencia a lo nuevo, único y auténtico.

¹¹ Mother in America, 2017 Report.

¹² INEGI, CNBV, Encuesta nacional de inclusión financiera 2018.

¹³ Como ha ilustrado la Alianza Global de Bancos para la Mujer, las mujeres exhiben tendencias superiores al ahorro, ya que es 16% más probable que ahorren para gastos futuros que los hombres y son más propensas a devolver créditos. BID Invest, 2019. Inversión con un enfoque de género: cómo las finanzas pueden acelerar la igualdad de género para América Latina y el Caribe.

CLIENTES PROMEDIO POR EMPRESA	VENTAS PROMEDIO POR EMPRESA (en millones de pesos mexicanos)	COLABORADORES/AS PROMEDIO POR EMPRESA	COLABORADORE/AS TOTALES DE EMPRENDEDORAS EN ACADEMIA	BENEFICIARIOS INDIRECTOS PROMEDIO POR EMPRESA
<p>199 <small>2016</small></p> <p>232 <small>2017</small></p> <p>515 <small>2018</small></p>	<p>1 <small>2016</small></p> <p>1.2 <small>2017</small></p> <p>1.6 <small>2018</small></p>	<p>5 <small>2016</small></p> <p>5 <small>2017</small></p> <p>7 <small>2018</small></p>	<p>294 <small>2016</small></p> <p>417 <small>2017</small></p> <p>665 <small>2018</small></p>	<p>62 <small>2016</small></p> <p>76 <small>2017</small></p> <p>207 <small>2018</small></p>
<p>Crecimiento 2017-2018</p> <p>2.2x</p>	<p>Crecimiento 2017-2018</p> <p>1.3x</p>	<p>Crecimiento 2017-2018</p> <p>1.4x</p>	<p>Crecimiento 2017-2018</p> <p>1.5x</p>	<p>Crecimiento 2017-2018</p> <p>2.7x</p>
<p>Crecimiento 2016-2018</p> <p>2.5x</p>	<p>Crecimiento 2016-2018</p> <p>1.6x</p>	<p>Crecimiento 2016-2018</p> <p>1.4x</p>	<p>Crecimiento 2016-2018</p> <p>2.2x</p>	<p>Crecimiento 2016-2018</p> <p>3.3x</p>

CLIENTES PROMEDIO POR EMPRESA	VENTAS PROMEDIO POR EMPRESA (en millones de pesos mexicanos)	COLABORADORES/AS PROMEDIO POR EMPRESA	COLABORADORE/AS TOTALES DE EMPRENDEDORAS EN ACELERADORA	BENEFICIARIOS INDIRECTOS PROMEDIO POR EMPRESA
<p>1006 2016</p> <p>1367 2017</p> <p>3233 2018</p>	<p>6.9 2016</p> <p>8.8 2017</p> <p>11.3 2018</p>	<p>11 2016</p> <p>14 2017</p> <p>21 2018</p>	<p>384 2016</p> <p>428 2017</p> <p>1139 2018</p>	<p>277 2016</p> <p>392 2017</p> <p>493 2018</p>
<p>Crecimiento 2017-2018</p> <p>2.3x</p>	<p>Crecimiento 2017-2018</p> <p>1.2x</p>	<p>Crecimiento 2017-2018</p> <p>1.5x</p>	<p>Crecimiento 2017-2018</p> <p>2.6x</p>	<p>Crecimiento 2017-2018</p> <p>1.2x</p>
<p>Crecimiento 2016-2018</p> <p>3.2x</p>	<p>Crecimiento 2016-2018</p> <p>1.6x</p>	<p>Crecimiento 2016-2018</p> <p>1.9x</p>	<p>Crecimiento 2016-2018</p> <p>2.9x</p>	<p>Crecimiento 2016-2018</p> <p>1.7x</p>

4. MOTIVOS PARA PERTENECER A LA COMUNIDAD VICTORIA147

Las emprendedoras de Victoria147 interactúan activamente en nuestra comunidad. En promedio, una emprendedora de Academia permanece en nuestros programas por 1.1 años, y una de Aceleradora, por 2.4 años.



CUANDO ENTRAN A VALIDAR SU IDEA DE NEGOCIO, LO LOGRAN

El 80% de las emprendedoras que entran al programa Validación afirma haber validado su idea de negocio gracias a la metodología y el acompañamiento de Victoria147, y el 20% restante menciona que, si bien llegaron a Victoria147 con una idea validada, al terminar el programa pudieron orientarla hacia una dirección más acertada. Además:

1 /3

Emprendedoras que cursan este programa logran acortar el tiempo esperado de salir a vender de siete meses a cuatro meses.

8 /10

Emprendedoras conocen mejor sus números y se vuelven más ambiciosas, ya que aumentan sus proyecciones de venta en **50%**.

1 /3

Realiza su primera venta durante el programa.



RECUPERAN SU INVERSIÓN EN CUESTIÓN DE DÍAS

En el caso de Aceleradora, las emprendedoras recuperan la inversión que realizan para ingresar a Victoria147 en 34 días. En el caso de Academia, la recuperan en tres meses y medio; es decir que, a pocos días de haber terminado su programa, recuperan la inversión realizada.



APRENDEN DE NUESTROS MAGNÍFICOS *FELLOWS*

Existen distintas maneras en las que las emprendedoras pueden aprender de nuestros *Fellows*, quienes donan su tiempo a las mujeres: dando mentorías individuales a emprendedoras de Aceleradora, impartiendo sesiones grupales de formación, participando como invitados especiales en espacios de inspiración y *networking* de nuestra comunidad, siendo expositores, panelistas o moderadores en foros que organiza Victoria147, entre otras posibilidades.



PARTICIPAN, APRENDEN, Y SE INSPIRAN DEL #VictoriaFest

Una vez al año, a través de nuestro evento insignia, las emprendedoras interactúan con más de 600 asistentes, entre los cuales están nuestros *Fellows*, medios de comunicación, marcas, aliados y otras emprendedoras de México.



#VictoriaFest



LOGRAN VINCULARSE CON OTRAS EMPRENDEDORAS, FELLOWS Y CON DISTINTOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

A raíz de su ingreso a Victoria147, seis de cada 10 emprendedoras de Victoria147 logran una alianza estratégica. De éstas, el 27% fue con algún miembro de nuestra comunidad. Además, Victoria147 ha logrado que muchas de nuestras emprendedoras participen en medios de comunicación como: Entrepreneur, Revista Merca 2.0, Discovery Channel, ADMEXICO, Diario24horas, Pashá, revista Dolce, entre otros. Al ser Victoria147 un medio de información relevante dentro del ecosistema emprendedor, también les brindamos un espacio dentro de nuestro blog¹⁴.



TERMINAN SUS PROGRAMAS CON UN MAYOR NIVEL DE CONFIANZA

El 88% de las emprendedoras afirman haber experimentado un cambio positivo a nivel personal, después de haber cursado alguno de nuestros programas. En promedio, las emprendedoras entran a Victoria147 con un nivel de confianza en 6.2 puntos, y se gradúan con un nivel de confianza en 8.8 puntos, un aumento del 55%.



TIENEN ACCESO A DISTINTOS BENEFICIOS, BECAS Y EVENTOS ESPECIALES GRACIAS A NUESTRAS ALIANZAS CON DISTINTAS MARCAS E INSTITUCIONES

Año con año, Victoria147 genera nuevas alianzas con empresas que comparten nuestros valores y objetivos, como ejemplo: Mercedes Benz, a través de la cual varias emprendedoras de la comunidad participaron en su campaña "La Mujer del Futuro". Además, hemos colaborado con Facebook, City Express, Citibanamex y el IYEM, quienes han becado a emprendedoras con ideas innovadoras, que de otra forma no podrían haber entrado a Victoria147.

ADOLFODOMINGUEZ



facebook



LOFT



SAMSUNG



wework.

¹⁴ Por ejemplo, a Daniela Lizardi con la nota "Las empresas en época de millennials"; a Carolina Brossier con "No está mal querer ser feliz en el trabajo"; a Iride Palavicini con "Una guerrera contra el cáncer de mama"; a Lulí Ibañez con "La culpa, el invitado indeseable"; a Alexis Castillo con "Así fue como encontré el significado de mi vida", y a María Fernanda del Toro con "6 datos que debes saber sobre diseño mexicano".

5. MOTIVOS PARA PERTENECER A LA COMUNIDAD VICTORIA147

(CONTADOS POR NUESTRAS EMPRENDEDORAS)

Además de toda la información que nos permite analizar lo exitosas que son nuestras emprendedoras, son ellas mismas quienes, a través de sus testimoniales, nos confirman el antes y después de Victoria147.

KAREN PEASKOSKI

Dansanity
Despegue CDMX

Dansanity es una academia *fitness* con circuitos que mezclan técnicas como ballet, jazz, hip hop y ritmos latinos, diseñados para tonificar partes específicas del cuerpo, lo cual permite un entrenamiento integral. Al entrar a Victoria147 llevaba un año operando, no como lo que es ahora Dansanity -un sistema de entrenamiento- sino solo como clases a domicilio. A lo largo del programa con Victoria147, tuve una mejoría significativa en ventas, es-

tructura financiera, modelo de negocio y marketing. Después de integrarme a su comunidad, empecé a presentar mi marca en foros muy importantes como el Women's Weekend y la Expo Fitness.

Al terminar el programa me sentí increíble. Principalmente me dio seguridad, pues antes todo me daba miedo: las matemáticas, la publicidad, las finanzas... Ahora quiero continuar en los programas de Victoria147, porque a pesar de que Dansanity, ya está operando como una marca y un sistema de entrenamiento, hay muchas cosas en las que voy a seguir necesitando ayuda y quién mejor que esta comunidad para encontrarla.



GABRIELA SALINAS RUIZ

La Lentería
Aceleradora Monterrey

Las marcas que existían eran armazones de mala calidad, muy simples y al final siempre costaban más de lo que prometían. Al trabajar más de 10 años en la industria de la óptica observé el comportamiento de los clientes y la queja siempre fue la misma. Entré a Victoria147 teniendo tres sucursales, y a pesar de que sabía que podía y quería crecer, no sabía cómo hacerlo, estaba perdida. Definitivamente después de cursar el programa tengo más control de mis números, más estructura y procesos establecidos; valoro mucho este aprendizaje, y lo que más me gusta de Victoria147 es la comunidad y el apoyo de mujeres que pueden compartir sus experiencias e inspirarnos con sus historias.

La Lentería es una óptica de bajo costo dedicada a llevar salud visual a todas las personas. Nace porque nos dimos cuenta que no existía una marca de lentes que cumpliera con todas las exigencias del público de bajo costo.



FLORENCIA TOSCANO

TXT

Aceleradora CDMX

TXT Language Workshop ofrece la más alta calidad en servicios lingüísticos. Nuestra misión es facilitar la vida del cliente en términos de comunicación entre idiomas, por medio de un servicio de excelente calidad con profesionales de primer nivel. Entré a

Victoria147 justo cuando la empresa iba en picada después de 15 años de estar más o menos estable.

Luego de haber cursado el programa me siento inmensamente más segura, acompañada y apoyada. Definitivamente las asesorías de los *Fellows* han sido indispensables para organizar mi empresa en cuanto a estructura y procesos. Me gusta Victoria147 por muchas razones, pero la primera y más importante fue: recuperar la autoestima. Aquí me di cuenta de que no estaba sola y que había muchas mujeres en la misma situación que yo, unas en mejor y otras en una peor, pero todas eran igual de inspiradoras.



XIMENA MUÑOZ

The Little Project
Validación CDMX

The Little Project es una empresa enfocada en la creación de eventos para familias que quieren vivir la cultura de una manera exclusiva, divertida y diferente. Cuando entré a Victoria147 tenía la idea, pero me faltaba aterrizarla en un plan de negocio; mi mayor miedo era no ser capaz de lograrlo.

Después de haber cursado el programa, me siento más segura, ya que mi idea se pudo aterrizar en un plan de negocio, tengo más solidez en mi modelo de negocio y una mejor estructura financiera. Me gusta Victoria147, porque es una comunidad de mujeres poderosas que se apoyan entre sí y están cambiando el panorama emprendedor femenino en el país. Si eres una emprendedora y aún no te animas a dar el paso a emprender, te invito a que te unas a esta comunidad, es un proceso fascinante y retador, pero no estarás sola, porque tendrás una comunidad de mujeres que te apoyarán para lograr tus objetivos.



KRISTABELA GARZA

Styletto
Despegue Monterrey

Styletto es una plataforma en línea de venta de zapatos para todas las mujeres de México. Cuando yo ingresé a Victoria147 entré al programa de Despegue y ahora me encuentro cursando Aceleradora, me gustó tanto la experiencia que había vivido en Despegue, que, al cumplir con los requisitos,

decidí continuar con mi programa de capacitación de etapa avanzada.

Con Victoria147 aprendí a valorar mi negocio y a verlo como una empresa. Cuando entendí que ya tenía la estructura suficiente para sostenerse y existía todo el potencial para hacerlo crecer, me di cuenta que estaba pasando de ser una emprendedora a una empresaria y a no menospreciar lo que había construido. Ahora, con el acompañamiento de Victoria147, me siento cada vez más cerca de lograr mis objetivos y más segura de lo que mi empresa representa.



6. NUESTROS QUERIDOS *FELLOWS*

Entre 2017 y 2018 incorporamos a 25 Fellows más a nuestra comunidad, consolidando así una red de 325 mentores comprometidos, que buscan cambiar al mundo una mentoría a la vez.

Las emprendedoras del programa de Aceleradora de Victoria147, señalan que, a través de las mentorías ilimitadas y personalizadas con nuestros *Fellows*, han logrado sumar un alto valor a ellas mismas y a sus empresas (4.5/5), ya que deben prepararse a profundidad previo a la sesión (4.7/5) y como resultado, salen con mayor claridad sobre los pasos a seguir para su negocio. A su vez, nuestros *Fellows* siempre resaltan el nivel de compromiso y entrega que dedican las emprendedoras previo, durante y posterior a la sesión de mentoría. Por lo mismo, están interesados en tener más de una mentoría con ellas para aportar alto valor a su negocio y dar seguimiento a su crecimiento y posicionamiento.

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 esas experiencias, han confirmado lo importante que es para una emprendedora tener un mentor que las inspire y ofrezca soluciones y perspectivas diferentes. Sin duda, las mujeres de nuestra red aprenden de los mejores, ya que nuestros *Fellows* son expertos en áreas claves para el crecimiento de cualquier negocio, tales como la alta dirección (21%), finanzas (14%), mercadotecnia (13%), planeación estratégica (12%), ventas (8%), capital humano (8%), seguido de otras áreas de experiencia (24%) (Gráfica 3).

Gráfica 3



7. EL FUTURO DE VICTORIA147

El 2018 fue un año de puras buenas noticias. Además de las 548 mujeres inscritas en alguno de nuestros programas en tan solo un año, llevamos a cabo la primera edición del Victoria Fest, un evento que diseñamos con la intención de que toda nuestra comunidad interactúe, aprenda, y se inspire de mujeres y hombres que están haciendo cosas increíbles a través de sus negocios. También lancé mi primer libro "ELLAS", una publicación creada para motivar a miles de mujeres que no se atreven a dar el paso de emprender, y materializar sus sueños.

Así mismo, fue un año de grandes aprendizajes y proyecciones. Tal ha sido la demanda por Victoria147 en distintas ciudades de México y en muchos otros países de habla hispana, que nos dimos a la tarea de desarrollar un programa virtual que permita que más mujeres emprendan, a través de nuestra metodología, sin importar donde se encuentren físicamente. Y claro, que sean parte de esta maravillosa

comunidad, que no hace sino crecer y apoyarse mutuamente. A partir del segundo semestre de 2019, nuestra Academia en línea será una realidad.

No hay día que no me asombre de lo mucho que ha logrado cada una de nuestras emprendedoras, y de cómo Victoria147 es esencial para su aprendizaje y empoderamiento. Sabemos que hay mucho por hacer para lograr una verdadera igualdad de género en México y en el mundo, y todos los días trabajamos para lograrla.



Ana Victoria
Fundadora y directora

Emprendedoras de CDMX ANEXO 1

que contestaron la encuesta (n=178):

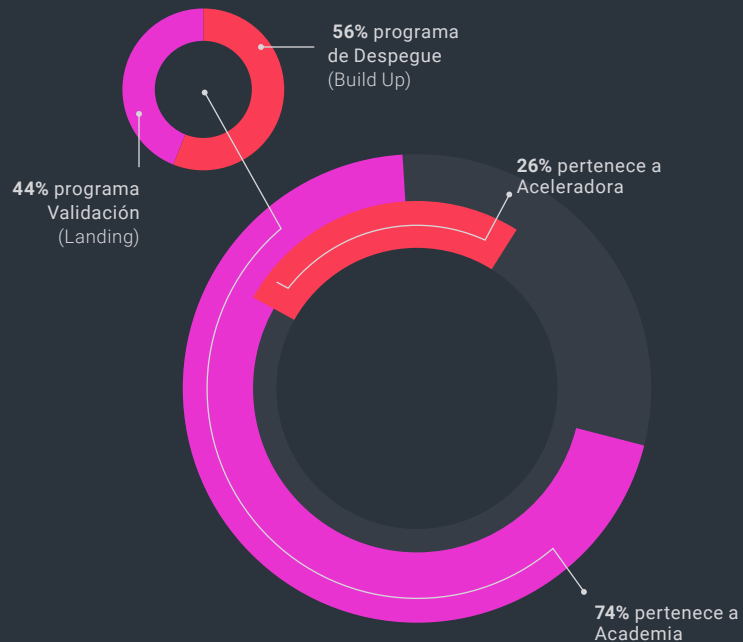
SOBRE LAS EMPRENDEDORAS

38 años
Edad promedio



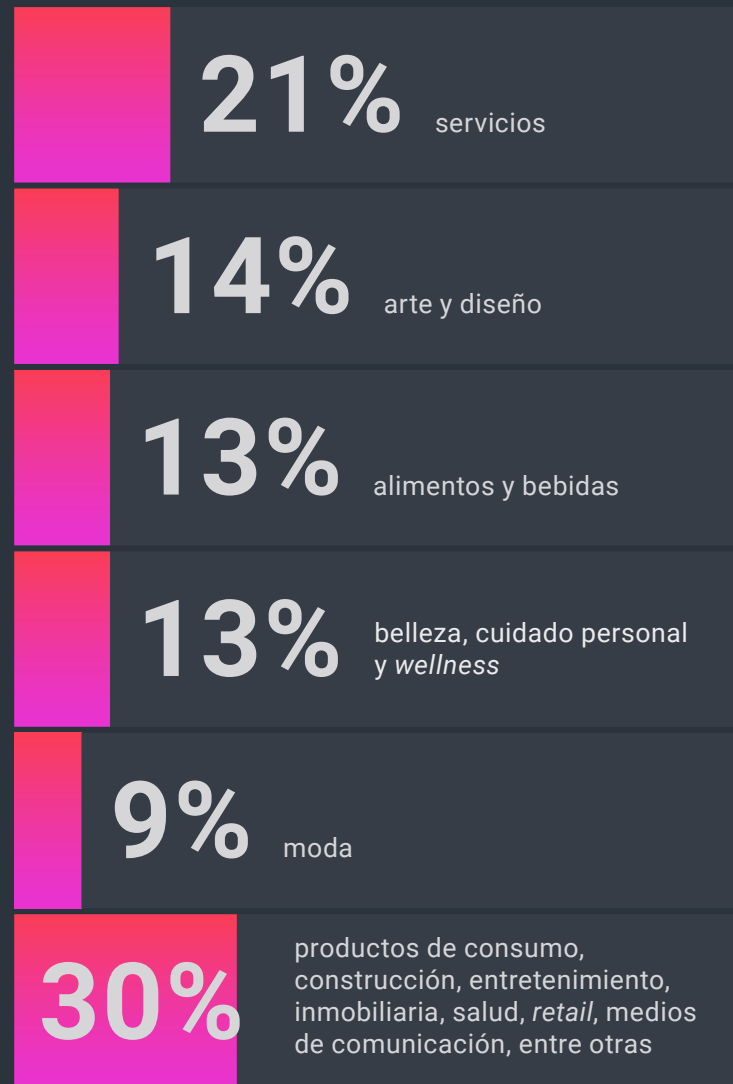
97%
Tiene una licenciatura

3 / 10
Tiene una maestría



SOBRE SUS EMPRESAS

Industrias



INDICADORES EN 2018

6.6 MXN
Ventas promedio por empresa (en millones de pesos mexicanos)

14
Colaboradores/as promedio por empresa



354
Beneficiarios indirectos por empresa



1475
Colaboradores/as totales



1748
Clientes promedio por empresa

Emprendedoras de Monterrey ANEXO 2

que contestaron la encuesta (n=46):

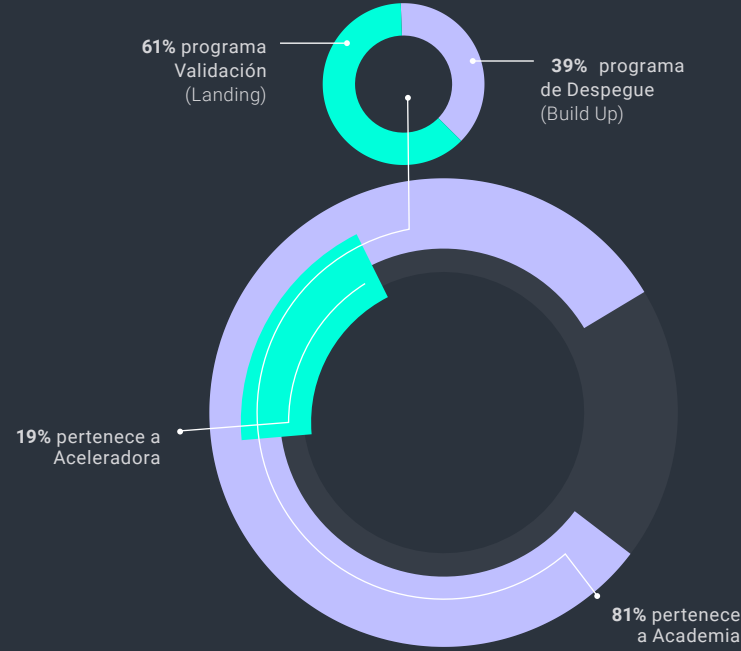
SOBRE LAS EMPRENDEDORAS

35 años
Edad promedio

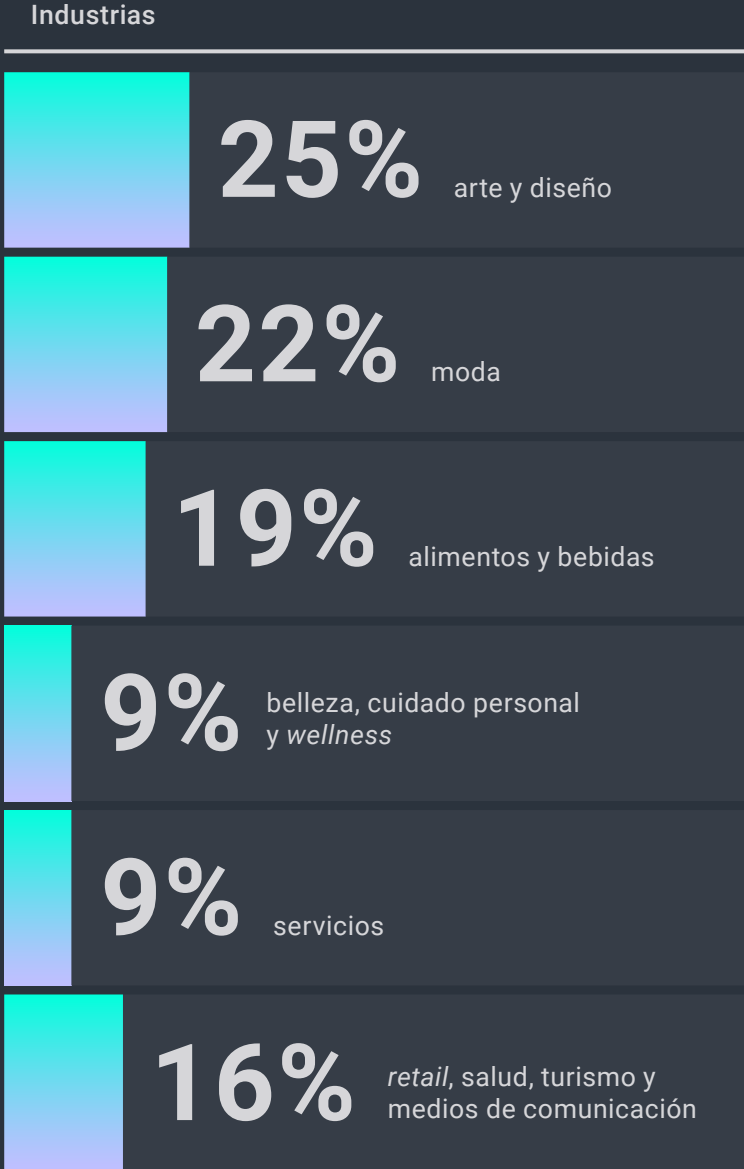


94 %
Tiene una licenciatura

3 / 10
Tiene una maestría



SOBRE SUS EMPRESAS



INDICADORES EN 2018

4.5 MXN
Ventas promedio por empresa (en millones de pesos mexicanos)

10
Colaboradores/as promedio por empresa



238
Beneficiarios indirectos por empresa



247
Colaboradores/as totales



824
Clientes promedio por empresa

Emprendedoras de Mérida ANEXO 3

que contestaron la encuesta (n=24):

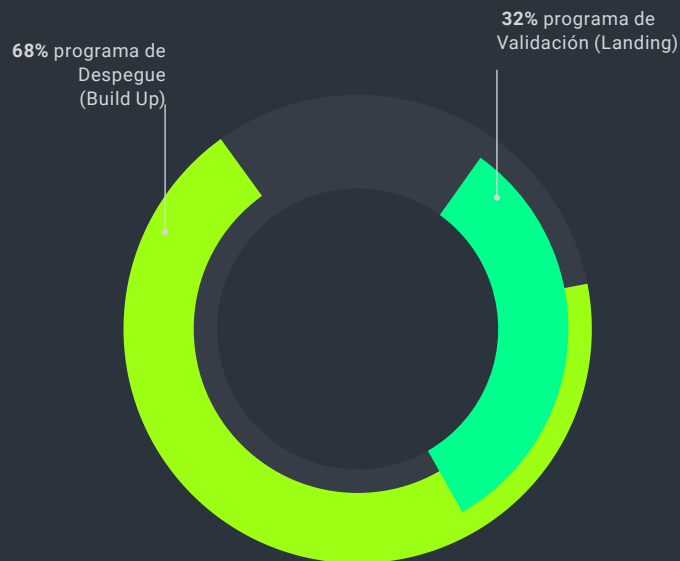
SOBRE LAS EMPRENDEDORAS

33 años
Edad promedio



92 %
Tiene una licenciatura

2 / 10
Tiene una maestría



SOBRE SUS EMPRESAS

Industrias



INDICADORES EN 2018

604 MXN
Ventas promedio por empresa (en miles de pesos mexicanos)

4
Colaboradores/as promedio por empresa



155
Beneficiarios indirectos por empresa



52
Colaboradores/as totales



174
Clientes promedio por empresa

Emprendedoras de Academia ANEXO 4

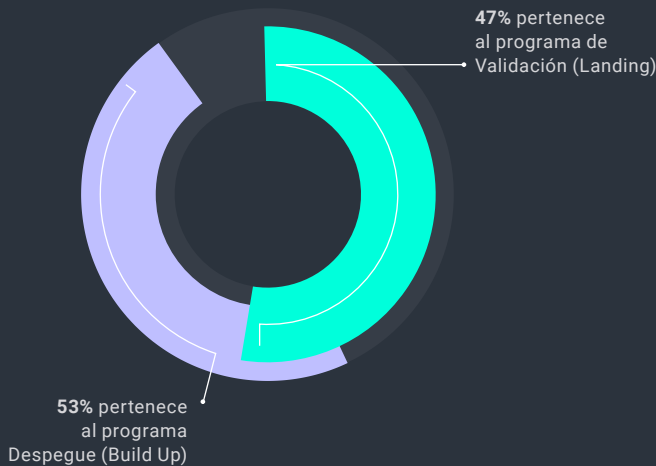
que contestaron la encuesta (n=191):

SOBRE LAS EMPRENDEDORAS

37 años
Edad promedio

97 %
Tiene una licenciatura

3 / 10
Tiene una maestría



SOBRE SUS EMPRESAS

Industrias



INDICADORES EN 2018

1.6 MXN
Ventas promedio por empresa (en millones de pesos mexicanos)

7
Colaboradores/as promedio por empresa



207
Beneficiarios indirectos por empresa

665
Colaboradores/as totales



515
Clientes promedio por empresa

Emprendedoras de Aceleradora ANEXO 5

que contestaron la encuesta (n=57):

SOBRE LAS EMPRENDEDORAS

39 años

Edad promedio

96 %

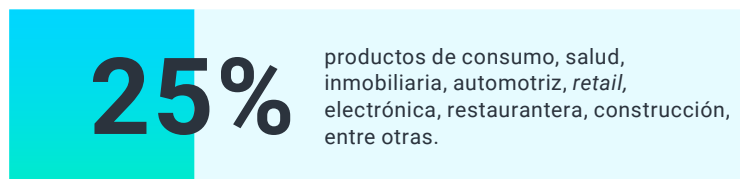
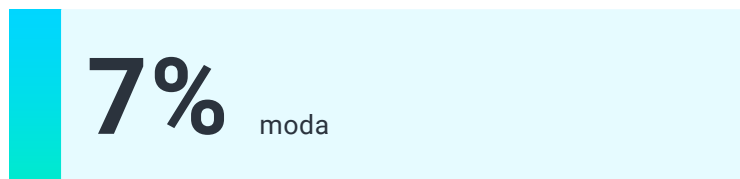
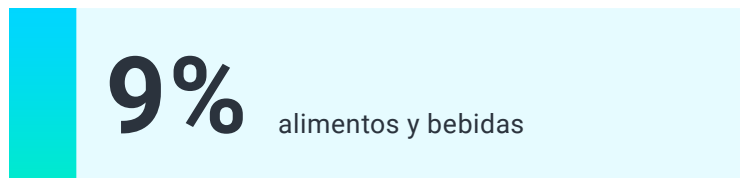
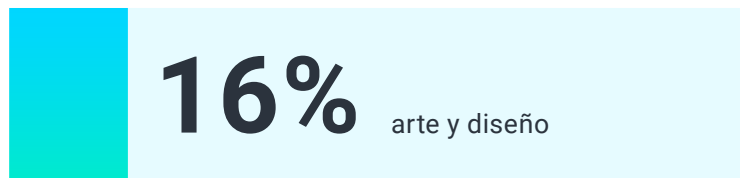
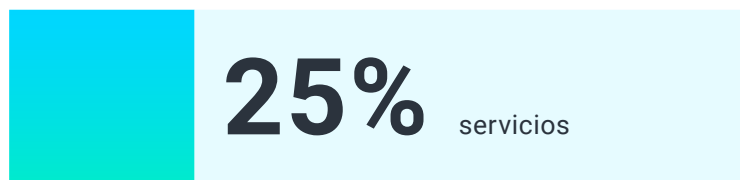
Tiene una licenciatura

4 / 10

Tiene una maestría

SOBRE SUS EMPRESAS

Industrias



INDICADORES EN 2018

11.3 MXN

Ventas promedio por empresa (en millones de pesos mexicanos)

21

Colaboradores/as promedio por empresa



493

Beneficiarios indirectos por empresa



1139

Colaboradores/as totales



3233

Clientes promedio por empresa

CDMX

Adina Chelminsky Consultor independiente
Adolfo Cano Cultura Colectiva
Alan Palau Pearson Education
Alberto Álvarez Morphy Digital Friks, IncentivAction
Alejandro Villalón KM Capital Partners, ON Ventures
Alejandro Pérez 414 Capital
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
Antonio Fajer Neikos y Pentafo
Antonio Vilches Archipiélago
Arturo Merino ArcCanto Deuda Inteligente
Arturo Reyes Minigols México
Bernardo Cordero STARTegy Venture Builder
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 Silis THE MOONSHOT CO
Carlos Silva Salesforce
Carlos Torres Impuestum
Cecilia Goya de Riviello Balanceship Consultores
Clara Corona de Lau Biomédica de Referencia
Clara Frischwasser TAMIM HR Consulting
Claudia Contreras Samsung Electronics
Claudia Zúñiga Club Premier de Aeroméxico
Cory Crespo Coloürs
Cristian Lloret Cristian Lloret Mila
Daniel Coggiola Apple y Deloitte
Daniel Granatta Consultor independiente
Daniel Marcosm Growth Institute Inc.
Daniel Schneeweiss Casa Lumbre
Darío Okrent Banco Azteca
David Jassan Directo.com

David Lask Creze
Delfina Flores Pipol Talent
Diego Bracamontes Netflifx
Diego Creel Creze
Diego González Iberbrand
Dulce Kadise MassChallenge
Edgar Fernández Vesta Soluciones Integrales
Edgar Orlaineta FL Gallery
Eduardo Bello Central Zone
Eduardo Paulsen Ben & Frank
Eduardo Sauret Grupo Sommet
Eduardo Valenzuela Unión Cinematográfica
Enrique González El Instituto de Investigaciones sociales
Enrique Vera Sportium
Eric Descombes FCB México
Eric Pérez-Grovas Jaguar Ventures
Ernesto Moncada The Welcome Branding Group
Eugenio Perea Magma Partners
Federico Casas Alatríste Loro y OBS
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 Utelias
Gabriela Hernández Consultor independiente
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
Gonzalo Cegarra Creze
Griselda Hernández Blue & Gray Associates
Guillermo Barba Axiologic
Gustavo Barcia Consultor independiente
Gustavo Serna Promecap
Hassan Yassine GAIA
Heberto Taracena Capital Invent, Grupo Imagen Multimedia
Héctor Cruzado ZOÉ WATER
Héctor Cuesta Clé
Héctor Esrawe Esrawe
Horacio Genolet Ogilvy Latinoamérica
Ignacio Liaudat Circus Marketing
Irving Arturo De Lira Grupo Financiero Banorte

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 Okhuysen sala uno
Javier Peña So What? Factors
Javier Van Cauwelaert Smartfish
Jean Michel Enríquez Creel, García-Cuellar, Aiza y Enríquez
Jorge Camil Enova
Jorge González G2 Consultores
Jorge Soto Miroculus
José Zaga Vicky Form
José Alberto Terán TERAN TBWA\|
José Alfredo Islas Residencia
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 Candid
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 Jáuregui 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 Yturbe Litebuilt México
Luis Enrique Carrillo Coca-Cola FEMSA

Luz Arredondo Travesías Media
Luz Adriana Ramírez Visa
Marco Colín AVIÓN
María Novales Generation.org
Mafer Garibay Atabay Consulting
Mariana Castillo Ben & Frank
Mariana Conde Familias Extraordinarias
Marianela Sordo Consultor Independiente
Marlyn Sánchez Consultoría Mercadológica
Martha Rivera IPADE
Martha Patricia Herrera CEMEX
Martín Hernández Sound Editor
Mauricio Cano del Valle Hoopool
Mauricio Carrandi Televisa
Mayra Aldazosa Consultor independiente
Mayra Hernández O'Hagan Instituto Xilonen
Michel Rojkind Rojkind Arquitectos
Miguel Ángel Flores Niagara Bottling
Moís 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 Vilella Maken Consultores
Montserrat Vázquez del Mercado Accenture
Muriel Belda Morgan Philips
Murillo Tavares Spencer Stuart
Nancy Godines DOCADHOC
Natalia Zárate Sephora
Nick Panes Control Risks
Nicola Origi Tecnológico de Monterrey
Nicolás Rubió Industria Faramcéutica Andrómaco
Nicole Reich BNP Paribas Cardif
Nima Pourshasb Minu Banco Sabadell, Formafina
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

MONTERREY

Pedro Antonio García FCB
Pepe Giral Consultor independiente
Rafael Borbón Exfarma
Ramiro Del Valle Barclays Investment Bank
Raúl Galicia BBVA Bancomer
Raúl Martínez-Ostos Barclays Investment Bank
Ricardo Barrueta Consultor independiente
Ricardo González EBC (Escuela Bancaria y Comercial)
Ricardo Rondón HKS Inc.
Ricardo Zamora Google
Roberto Charvel Vander Capital Partners
Roberto Ruiz Wunderman
Rodolfo Ramírez RedBox
Rodrigo Cobo Talaria Marketing
Francisco Villagrán Aguilar & Villagrán
Roque Velasco Walmart
Roxana Rabinovich American Express
Rubén Herrero Impuestum
Sandra Sainz Heredia Cantera Capital, SV LATAM Fund
Sandra Sánchez y Oldenhege PharmAdvice Consulting
Sandrine Dupriez Expanscience
Santiago Creixell Bitso
Santiago Sánchez Intersect
Saraí Baeza McKinsey & Company
Saskia de Winter Saskia de Winter
Sebastián Tonda Flock
Sergio Spinola The Coca-Cola Company
Shahin Baharimehr Northgate
Toni Torres Toni Torres Enlaces Estratégicos
Úrsula Wilhelm Banorte / IXE
Vicente Encarnación e:de business by design
Víctor Calderón Arcanto Deuda Inteligente
Víctor Ornelas Capital Índigo
Yvonne Narro Yarto & Narro

Adrián Román y Román VillarrealMC y Roman Abogados
Adriana Flores Hewlett Packard Enterprise
Adys Marlet Dávila Grupo Prodensa
Alejandra Rodríguez de Siller Instituto de Moda Burgo México
Alejandro Arellano Sibare & Partners
Alexandro Ríos Ríos Sepúlveda y Asociados
Américo Ferrara Life is Too Short Capital
Andrea Ruiz Tecnológico de Monterrey
Aroldo Dovalina DOCA Investments
Betsabé Fernández PepsiCo Alimentos México
Carlos Villaseñor Biovideo
Carlos Roberto López The Home Depot
Claudia Ávalos Alerama Marketing Digital Integral
Daniel Ianís The Boston Consulting Group
Eduardo Garza Evalor
Eduardo Muñiz VITRIO
Enrique Cisneros Banregio
Fabrice Serfati IGRIA Partners
Fermín Montes Hortícola Cedro Blanco, Sativus
Fernando Huerta Tecnológico de Monterrey
Fernando Torres Alfaro, Dávila y Scherer
Giorgio Di Vece V09
Guillermo Varela Logrand Entertainment Group
Hugo Salinas IGRIA Partners
Jaime Longoria Oxxo
Jesús Horacio González Ayuntamiento de San Nicolás de los Garza
Jorge Belden Galera
Jorge Casares Buhox Consulting
Jorge Luis Camargo Ecaresoft
José Guereque Arca Continental
José Antonio Manrique Evero Capital
Juan Valles Tecnológico de Monterrey
Juan Francisco González Oncare Group
Lorena Martínez Horux Business Consulting
Luis Garza Sada Kinedu
Luis Martínez PROA
Luis Martínez Lozano Martínez Asesores
Luis Fernando Ramírez FEMSA
Luis Gerardo Chapa Tenna
Luz María Velázquez Tecnológico de Monterrey
Marco Sens Jelp
María Inés Morán ActionCOACH
Mario Alejandro Sosa CBR Asesoría Legal
Marisol Rodríguez Sinergia Deportiva
Mauricio Barrera Tim Hortons
Mauricio Rizo Tecnológico de Monterrey
Mónica Lenz Lenz Human Capital

Omar Ríos HATHI
Óscar Lozano Sintec
Otto Graff IGRIA Partners
Pablo Alvarado Garage
Pablo Salazar ParenTTEch
Rafael Selvas Farmacias del Ahorro
Ricardo Díaz Salinas Ciencia Med
Ricardo Rocha RENDER, Games Starter, COPANGA, ALTEUM
Ricardo Vázquez Rodríguez Cemex
Rolando Salinas IGRIA
Rubén Guajardo Consultor independiente
Rudy Joffroy Creative Dreams
Salvador Luna Mary Kay Inc.
Sandra Ramos MR Institute
Sara Laura Garza Magna International
Sergio Cid Grupo Vidanta
Sergio Garza Garza Durán Abogados
Tavo Zambrano Skydrop
Verónica Elizondo Sigma Alimentos
Verónica Morgenstern MR Institute
Víctor Melgarejo Tecnológico de Monterrey
Zita Horváth Lea Isla & Horváth

MÉRIDA

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

OTROS PAÍSES

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

BIBLIOGRAFÍA

McKinsey&Company, noviembre 2018.

Una ambición dos realidades.

https://womenmattermx.com/WM_Nov_final_2.pdf

ONU Mujeres, 2018.

Hacer las promesas realidad: la igualdad de género en la agenda 2030 para el desarrollo sostenible.

<http://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2018/sdg-report-gender-equality-in-the-2030-agenda-for-sustainable-development-2018-es.pdf?la=es&vs=834>

Mastercard, 2017.

Mastercard Index of Women Entrepreneurs.

<https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2017/03/Report-Mastercard-Index-of-Women-Entrepreneurs-2017-Mar-3.pdf>

BID Invest, marzo 2019.

Inversión con un enfoque de género: cómo las finanzas pueden acelerar la igualdad de género para América Latina y el Caribe.

<https://digital-iadb.lpages.co/bid-invest-genero-y-finanzas/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2018.

Mujeres y hombres en México 2018.

http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/MHM_2018.pdf

Ovia health, 2017.

Motherhood in America, 2017 Report.

<http://www.flhcc.org/uploads/Projects/Babies%20Business%20and%20the%20Bottom%20Line%202017/Motherhood-In-America%20Report.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), 2018.

Encuesta nacional de inclusión financiera 2018.

https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enif/2018/doc/enif_2018_resultados.pdf

VICTORIA147

REPORTE ANUAL DE IMPACTO 2018

victoria147.com