

MATI 



Informe de Actividades 2023

INFORME ANUAL 2023

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	1
2. MATI VIRTUAL	2
2.1 55	
3. MATI PRESENCIAL	7
3.1 CONVOCATORIA Y SELECCIÓN	8
3.2 EJECUCIÓN	10
3.3 COMPRA Y ENTREGA DE MAQUINARIA Y/O MATERIA PRIMA	13
3.4 LOGROS Y APRENDIZAJES	15
4. TRIBU MATI	24
4.1 TALLERES FORMATIVOS	26
4.2 PITCH 202288	
4.3 BAZAR NAVIDEÑO 202299	
4.4 EXHIBIDOR MATI	31
5. COMENTARIOS FINALES DE LA COORDINACIÓN DE MATI	33

1. INTRODUCCIÓN

Este año significó para MATI la consolidación del equipo operativo y la comprobación de la metodología del programa. Fue un año donde todos nuestros aprendizajes operativos y teóricos se consolidaron, logramos cerrar la cuarta generación de MATI presencial superando la meta de egresadas, rediseñamos el contenido y metodología del programa virtual, y realizamos la prueba piloto del curso de profesionalización para egresadas TRIBU MATI.

Cerramos el 2023 sumamente satisfechas con los resultados y el impacto que los esfuerzos de Corporativa de Fundaciones tuvieron en el desarrollo integral de las **117 microempresarias** con las que trabajamos este año. Pero, sobre todo, nos complace tener una mejor apropiación del programa, pues esto nos ayudó a orientar nuestra visión para el 2024 y buscar nuevas metas para hacer crecer MATI.

A continuación, explicaremos brevemente cada una de las modalidades de atención que se llevaron a cabo en el 2023 como parte del Proyecto MATI, compartiremos los resultados más significativos, nuestros aprendizajes y las reflexiones finales que nos dejó este año.

2. MATI VIRTUAL

Es un proceso formativo dirigido a mujeres de la República Mexicana que ya cuentan con un negocio y buscan fortalecerlo. Tiene una duración de tres meses (12 sesiones), y se lleva a cabo a través de plataformas digitales. El proceso de selección de MATI virtual busca asegurar que el programa llegue a la población objetivo: mujeres que cuenten con evidentes limitaciones para costearse algún programa similar, con disponibilidad de 3 horas y media semanales para asistir a los talleres y realizar las tareas, con conocimiento y manejo básico de las tecnologías, con conectividad a internet y dispositivos para realizar las conexiones, y por último que cuenten con un producto o servicio que ellas produzcan y comercialicen.

Hasta este año, a través de esta modalidad formativa, se han atendido a 255 mujeres microempresarias de 18 entidades federativas: Jalisco, CDMX, Estado de México, Puebla, Zacatecas, Colima, Nayarit, Aguascalientes, Guanajuato, Hidalgo, Oaxaca, Quintana Roo, Baja California Norte, Chihuahua, Yucatán, Tlaxcala, Coahuila y Nuevo León.

Infografía 1. Entidades Federativas a donde ha llegado el Proyecto MATI en su modalidad virtual



A nivel local, MATI Virtual nos ha permitido llegar más allá de la Zona Metropolitana de Guadalajara; actualmente tenemos presencia en 13 municipios de Jalisco entre ellos Guadalajara, Zapopan, Tonalá, Tlaquepaque, Tlajomulco, El Salto, Zapotlanejo, El Arenal, Ameca, Juanacatlán, Poncitlán, Tecalitlán y Ahualulco de Mercado.

Una de las grandes aportaciones de MATI virtual es ofrecer a las mujeres mexicanas, que cuentan con pocas posibilidades de movilidad y ajustados itinerarios, la oportunidad de capacitarse para fortalecer su microempresa, sin que ello implique un gasto económico y de tiempo en traslados. También, abre la posibilidad a que mujeres de diferentes contextos coincidan en un grupo donde compartan conocimientos y experiencias con mujeres microempresarias que se enfrentan a retos similares a los suyos.

Para el 2023 MATI Virtual tuvo como objetivo aumentar las habilidades empresariales de 20 a 25 emprendedoras en los temas de administración, costos, estrategias de venta y marketing digital, que les permitan realizar mejoras en sus emprendimientos, dentro de los tres meses que dura el proceso formativo. Nuestras metas fueron las siguientes:

1. Un rango de 20 a 25 mujeres egresadas de la sexta edición llevada a cabo de mayo a agosto 2022.
2. El 90% de las graduadas aumentan sus habilidades empresariales en los temas de administración, costos, estrategias de venta y marketing digital dentro de los tres meses que dura el proceso formativo.
3. El 90% de las graduadas construyen y/o mejoran estrategias acordes a su contexto para mejorar sus ventas dentro los tres meses que dura el proceso formativo.

Debido a la gran carga de trabajo y haciendo el mejor uso de nuestro recursos operativos, este año solo se pudo llevar a cabo una edición de esta modalidad. En total se fortalecieron las habilidades empresariales de **21 microempresarias** de 10 estados de la república mexicana: Jalisco, Puebla, Nayarit, Estado de México, CDMX, Baja California Norte, Chihuahua, Quintana Roo, Yucatán e Hidalgo. En la tabla 1 se presentan los principales resultados alcanzados.

Tabla 1, numeralia MATI Virtual 2023

Número de ediciones	1
Microempresarias fortalecidas (graduadas)	21
Graduadas que aumentaron sus habilidades empresariales	21 (100% de las graduadas)
Graduadas construyeron y/o mejoraron estrategias de ventas	20 (95% de las graduadas)
Talleres facilitados	12
Asesorías personalizadas brindadas	2
Casos especiales atendidos	7
Estados de la república alcanzados	10

Como podemos observar en la tabla 1, nuestra primera meta (de 20 a 25 mujeres egresadas de la sexta edición) se cumplió en un 100%, así como las metas 2 y 3. A continuación, se detallan las principales evidencias de la sexta edición de MATI Virtual

2.1 SEXTA EDICIÓN

Esta edición se llevó a cabo de mayo a agosto de 2023, y es la mejor que ha tenido el programa de MATI Virtual hasta la fecha, en cuanto a calificación global, esto se debió a los cambios metodológicos que se implementaron a partir de los aprendizajes y evaluación de las pasadas ediciones. De acuerdo a lo aprendido el año pasado, en esta edición se modificó la curricula de los 12 los talleres reacomodando el orden de los temas, además se eliminaron las tareas y se pasaron a realizar todos los ejercicios prácticos en clase. Es importante recalcar que en esta edición se disminuyeron drásticamente las asesorías personalizadas, esto nos habla del impacto positivo de los cambios realizados.

Al mejorar la metodología se encontró la fórmula para **aumentar el nivel de habilidades adquiridas por las mujeres participantes** y, con ello, cumplir los objetivos y metas del programa. La sistematización de esta edición fue clave, pues se obtuvieron estadísticas y análisis que nos permitirán mejorar las próximas ediciones. Los cambios realizados permitieron mantener la participación de las mujeres en el programa, pues el número de deserciones disminuyó a comparación de la cuarta y quinta edición. En la tabla 2 se observan los principales resultados.

Tabla 2, numeralia MATI Virtual 6° edición

25 mujeres seleccionadas.
25 mujeres que iniciaron el proceso formativo.
21 mujeres que concluyen el proceso formativo.
90.05% calificación global final.
90.47% de satisfacción de las emprendedoras al concluir el programa

12 talleres facilitados; 12 talleres básicos (1 taller por semana en turno: matutino)
2 talleres de asesorías personalizadas; en temas para reforzar el costeo y generación de objetivos.
Participaron mujeres de 10 entidades federativas: Jalisco, Puebla, Nayarit, Estado de México, CDMX, Baja California Norte, Chihuahua, Quintana Roo, Yucatán e Hidalgo.
En Jalisco participaron mujeres de 6 municipios: Guadalajara, Zapopan, Tlajomulco, Tlaquepaque, Tonalá y Zapotlanejo.
El 90% de las egresadas aumentan sus habilidades empresariales en los temas de administración, costos, estrategias de venta y marketing digital.
El 100% de las egresadas construyen estrategias acordes a su contexto para mejorar sus ventas.
11 egresadas concluyen Mati virtual con calificación destacada
10 egresadas concluyen Mati virtual con calificación esperada.
0 casos de emprendedoras que lograron resultados inesperados positivos.
Se atendieron 7 casos especiales de los cuales 3 lograron concluir su proceso.
4 emprendedoras desertaron.
0 mujeres fueron seleccionadas y no iniciaron proceso formativo.

Los cambios metodológicos implementados dieron frutos, lograron acrecentar los números de mujeres interesadas en la convocatoria, minimizar la deserción y beneficiar el aprovechamiento de las mujeres, pues esta es la edición donde se obtuvieron las mejores calificaciones individuales y grupales. Las mejoras también contribuyeron a cumplir las expectativas del programa y de las mujeres lo que se refleja en el 100% de metas cumplidas, aun con los retos que se presentan al atender a la población objetivo que sabemos cuenta con diferentes variables de vulnerabilidad.

Para información más detallada sobre el proceso de implementación de MATI virtual cuarta edición recomendamos se revise el informe de resultados que se encuentra

en: https://docs.google.com/document/d/1VbCLJ2QJhJg_buVaAGbMeh_nj-GFvETN/edit?usp=sharing&ouid=105460086467855168284&rtpof=true&sd=true

3. MATI PRESENCIAL

En un proceso formativo que tiene una duración de un año y medio, llevado a cabo en la zona metropolitana de Guadalajara, cuyo objetivo es Identificar potencial, ideas y talentos en mujeres para impulsar sus procesos de empoderamiento personal, económico y social, que les permitan construir y sostener su propia microempresa y con ello mejorar sus condiciones de vida y la de sus familias.

Después de dos años de inactividad, en el 2022 MATI Presencial reactivó su operación con la cuarta generación. Desde el 2021 se comenzó a trabajar en cambios metodológicos importantes derivados de los aprendizajes de las primeras tres generaciones, el más importante tiene que ver con la duración del programa el cual fue reducido de tres años a año y medio. Desde mediados del 2021 y durante los meses de enero a mayo del 2022 se trabajó en ajustar las temáticas de las sesiones de cada módulo del programa, así como en la actualización de contenidos y material didáctico. A partir de junio de 2022 comenzamos con la etapa de convocatoria y selección, y en septiembre del mismo arrancamos con la ejecución del proceso formativo, y en noviembre 2023 cerramos el proceso formativo con 47 empresarias egresadas.

Tal como se presenta en la Infografía 2, MATI presencial se llevó a cabo en cuatro centros comunitarios de la Zona Metropolitana de Guadalajara: el Centro de Justicia para las Mujeres y el CDC 22 del DIF en Guadalajara, la Parroquia Sagrada Familia de Nazaret en la colonia Canal 58 de Tlaquepaque y la Colmena Miramar en Zapopan.

Infografía 2. Municipios de Jalisco donde se llevó a cabo Proyecto MATI en su modalidad presencial



La cuarta generación de MATI presencial arrancó con 59 mujeres, sin embargo, con el paso de los módulos algunas mujeres desertaron por cuestiones personales que les impidieron seguir asistiendo a los talleres, por lo que **en total egresaron 47 mujeres**. A continuación, describiremos los principales resultados de MATI presencial 4° generación.

3. 1 CONVOCATORIA Y SELECCIÓN

El proceso de convocatoria y selección de la cuarta generación de MATI presencial tuvo una duración de tres meses, se llevó a cabo de junio a agosto de 2022. Comenzamos planeando y detallando las sesiones informativas, para lo cual tuvimos el apoyo del área de comunicación de Corporativa de Fundaciones, quien se encargó de diseñar los posters físicos y digitales para repartir entre nuestros aliados y compartir en nuestras redes sociales. Posteriormente llevamos a cabo nueve sesiones informativas que tuvieron lugar en ocho centros comunitarios diferentes distribuidos en la Zona Metropolitana de Guadalajara, de la siguiente manera:

- 2 en Guadalajara: Centro de Justicia para las Mujeres y CDC 22 del DIF

- 2 en Tlaquepaque: Parroquia Sagrada Familia de Nazaret y Capilla de María Inmaculada.
- 1 en Tonalá: Parroquia Sagrado Corazón de Jesús.
- 3 en Zapopan: CDC 16 del DIF, Colmena Miramar e INDECA (Instituto de Desarrollo Comunitario Alcalde)

Una vez realizadas las sesiones informativas se pasó a hacer las entrevistas de selección a las mujeres que decidieron continuar con el proceso; en total se realizaron seis sesiones de entrevistas en los cuatro centros comunitarios donde se llevarían a cabo las sesiones formativas, es decir, en el Centro de Justicia para las Mujeres, el CDC 22 del DIF, la Parroquia Sagrada Familia de Nazaret y la Colmena Miramar. Tal como lo muestra la tabla 4, se entrevistaron 75 mujeres de las cuales 60 fueron seleccionadas para iniciar su proceso formativo a partir de septiembre 2022, sin embargo, una de ellas decidió no comenzar su proceso de formación, por lo que la cuarta generación arrancó con 59 integrantes.

Tabla 4, numeralia del proceso de convocatoria MATI presencial 4° generación

Sesiones informativas	9
Mujeres interesadas en asistir a las sesiones informativas	196
Mujeres que asistieron a las sesiones informativas	139
Sesiones de entrevistas	6
Mujeres entrevistadas	75
Mujeres seleccionadas	60
Mujeres que comenzaron su proceso formativo	59

Como podemos observar el proceso de convocatoria es como un embudo que, por su metodología, va perfilando a las participantes y facilitando el proceso de

selección. La razón por la cual el número de mujeres entrevistadas desciende casi a la mitad de las que asistieron a la sesión informativa es porque durante estas sesiones se les explica a las interesadas lo que conlleva el proceso formativo de MATI y la responsabilidad implica ser parte del grupo en caso de ser seleccionadas. También, se les habla de la modalidad de MATI virtual, lo cual nos ayuda a separar los perfiles que no son aptos para la modalidad presencial canalizándolos al programa virtual.

3.2 EJECUCIÓN

De septiembre 2022 a noviembre 2023 en MATI Presencial se llevaron a cabo **54 sesiones de capacitación** a cada grupo, divididas en cinco módulos que componen el programa. Es decir, en total se brindaron 216 sesiones de capacitación en esta cuarta generación. También se realizaron dos talleres complementarios a cada grupo, uno de fotografía de producto y otro de finanzas del negocio, ambos impartidos por talleristas expertas en la materia. A continuación, se presentan los nombres de cada módulo y su contenido.

Módulo 1: Género, empoderamiento y panorama microempresarial en Jalisco

- Sesión 1. El empoderamiento: Inducción al programa formativo MATI
- Sesión 2. Papel de las mujeres en la sociedad y equidad de género
- Sesión 3. Violencia contra las mujeres. Contexto internacional y nacional
- Sesión 4. La importancia de identificar las violencias
- Sesión 5. Blindaje para emprendedoras: protegernos contra las violencias
- Sesión 6. Principales problemáticas de las microempresarias en Jalisco
- Sesión 7. Visión prospectiva
- Sesión 8. Introducción al proceso administrativo y cierre de módulo.}

Módulo 2: Mercadotecnia

- Sesión 1. Enfoque experimental MATI
- Sesión 2. Calidad
- Sesión 3. Clientograma
- Sesión 4. Pensamiento creativo y speech de ventas
- Sesión 5. Introducción al costeo
- Sesión 6. Costeo
- Sesión 7. Segmento de mercado
- Sesión 8. Perfil de cliente y cierre de módulo.

Módulo 3: Costeo, capacidad de producción y manejo de las tecnologías

- Sesión 1. 4 p's, clientogramas C y D, perfil y segmento de cliente
- Sesión 2. Proceso productivo, capacidad de producción e introducción a la propuesta de valor
- Sesión 3. Propuesta de valor y capacidades de producción
- Sesión 4. El costeo y las utilidades de la microempresa
- Sesión 5. Clientograma D, plaza, promoción y negociación
- Sesión 6. Introducción al uso de las TIC's como herramientas de gestión microempresarial
- Sesión 7. Uso y manejo del teléfono inteligente
- Sesión 8. La fan page en Facebook
- Sesión 9. La aplicación de mensajería y contenido visual
- Sesión 10. Herramientas que impulsan la imagen de tu marca
- Sesión 11. Repaso y cierre de módulo

Módulo 4: Construcción y operación de la microempresa

- Sesión 1. Generalidades de la planeación
- Sesión 2. Misión, visión y valores de la microempresa
- Sesión 3. Plan de negocios
- Sesión 4. Planeación operativa y seguimiento
- Sesión 5. Matriz operativa
- Sesión 6. Cierre de módulo

Módulo 5: Estrategias de comercialización y ventas

Bloque 1

- Sesión 1. Presentación del módulo y Finanzas Personales
- Sesión 2. Finanzas Personales
- Sesión 3. Técnicas y estrategias de venta
- Sesión 4. Autoestima y lenguaje corporal
- Sesión 5. Herramientas de promoción y plaza
- Sesión 6. Canvas parte 1, 2 y persuasión para las ventas
- Sesión 7. Calidad y lineamientos de mujeres MATI
- Sesión 8. Contabilidad y finanzas empresariales
- Sesión 9. Introducción a la administración de la empresa y estrategias para aumentar las ventas
- Sesión 10 Administración y procesos administrativos
- Sesión 11. Proceso administrativo: organización, dirección y control.

Bloque 2

- Sesión 12. Proceso administrativo: organización, dirección y control
- Sesión 13. Administración del tiempo
- Sesión 14. Repaso módulo 5; disciplina y motivación
- Sesión 15. Modelo de negocios: venta de mayoreo y redes de mercadeo
- Sesión 16. Estrategias de fidelización de clientes y/o proveedores
- Sesión 17. Procesos y procedimientos

- Sesión 18. Innovación en la empresa
- Sesión 19. Portafolio de productos y Matriz BCG
- Sesión 20. Gestión del personal, operación legal y fiscal de la microempresa
- Sesión 21. Pitch de ventas

Como ya lo mencionamos anteriormente, fueron seleccionadas 60 mujeres para iniciar el proceso formativo de la cuarta generación de MATI Presencial, sin embargo, solo iniciaron 59 mujeres, de las cuales lograron graduarse 47. Una de las seleccionadas de Canal 58 decidió no iniciar su proceso por cuestiones personales ajenas al programa y que se salían de nuestro campo de intervención. A continuación, en la tabla cinco se desglosa el número de participantes por grupo o centro comunitario al cierre inicio y cierre de cada módulo.

Tabla 5, Permanencia y deserción de participantes MATI Presencial 4º generación

SEDE	MÓDULO 1		MÓDULO 2		MÓDULO 3		MÓDULO 4		MÓDULO 5	
	INICIO	FIN								
CJM	14	13	13	12	12	12	12	12	12	10
CDC 22	15	15	15	14	14	13	13	12	12	12
COLMENA	16	15	15	14	14	13	13	13	13	13
CANAL 58	14	14	13	13	13	13	13	13	12	12
TOTAL	59	57	56	53	53	51	51	50	49	47

Para información más detallada sobre el proceso de implementación de MATI presencial cuarta generación recomendamos se revise los informes bimestrales de cada facilitadora que se encuentran en:

- Informes 2022:
<https://drive.google.com/drive/folders/108wqHFEJrCl0Wj3jVWriEi6yOoSmEpAE?usp=sharing>

- Informes 2023:

https://drive.google.com/drive/folders/19BdEA6BH8SEcwmrYr-fNn24f-IQU_xkw?usp=drive_link

3.3 COMPRA Y ENTREGA DE MAQUINARIA Y/O MATERIA PRIMA

A finales del 2022 MATI recibió una inversión por parte de Grupo AFAL, quien nos encontró a través de la página web de Corporativa de Fundaciones. Les encantó nuestro proyecto y quisieron apoyar a las mujeres de la cuarta generación presencial. También, recibimos una inversión de parte de Proyecto IMPETUOSA, colectivo de mujeres cerveceras quienes ya habían apoyado a MATI en otras ocasiones.

En conjunto, estas dos instituciones invirtieron un total de \$245,000 que fueron destinados como una especie de capital semilla para impulsar los emprendimientos de las mujeres participantes de esta generación.

El apoyo a cada mujer se realizó en especie, materia prima o herramientas, y el proceso de compra se efectuaron por la Coordinadora de Proyecto MATI con apoyo del equipo operativo. Las compras y entrega de dichos insumos se realizaron en los meses de septiembre a noviembre de 2023. Primero, las facilitadoras de cada grupo guió a las participantes a realizar un diagnóstico de las necesidades de sus negocios para determinar en qué se gastarían su inversión. Posteriormente se revisaron los diagnósticos de cada participante, para posteriormente cotizar los insumos para elegir a los mejores proveedores.

Originalmente se tenía contemplado gastar en cada participante la cantidad de \$5,000, sin embargo, debido a los diversos productos y herramientas que cada mujer pidió, fue difícil gastar los \$5,000 exactos por persona, así que se estableció un rango de entre \$4,500 y \$5,500 por mujer considerando cada caso en particular. En total se gastaron \$234,450, quedando un remanente de \$10,550 que serán guardados para próximos eventos de MATI.

La mayoría de las herramientas y materia prima fueron entregadas directamente por los proveedores en los domicilios o locales de venta de las mujeres, otros fueron recogidos por las mismas mujeres en la tienda del proveedor y unos pocos fueron entregados directamente a las participantes por parte de la facilitadora el día de sus sesiones formativas.

La relación detallada de cada compra y sus facturas se pueden encontrar en el siguiente documento:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1wFMSjTc-0cQDQGvftejoSedwh6b_bpFi/edit?usp=drive_link&oid=105460086467855168284&rtpof=true&sd=true

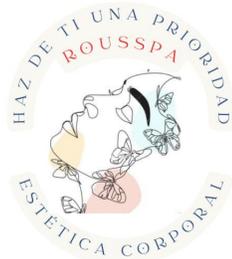
3.4 LOGROS Y APRENDIZAJES

Sin duda uno de los logros más importantes de esta generación Presencial, fue el surgimiento de 47 microempresas, las cuales en año y medio realizaron su plan de negocio bajo la metodología MATI. A continuación se enlista el nombre de las participantes, el nombre de su negocio y su logo:

Tabla 6, Empresarias y sus negocios, MATI Presencial 4° generación

Sede	Empresaria	Nombre de negocio	Logo
CJM	Aguilar Sánchez María Herlinda	El mesón de Herlinda	
CJM	Bravo Muñoz Gabriela Alejandra	AB STUDIO UNISEX	

CJM	Chávez Lucía Elizabeth	Tattoo Arte Antiguo	
CJM	Galindo Cisneros Nancy Guadalupe	Nancy Elegance Bisutería	
CJM	Mejines Orozco Adriana	Estética unisex Ady's	
CJM	Nolasco Molina Lizbeth	Semillas de Sol	
CJM	Nuño Pelayo María Gemma	Centro Holístico Awen	
CJM	Reos Cruz Eugenia Guadalupe	Kenda Crochet	 <small>☎ 33 1738 7099 📷 @kennyreos 📌 kenda.croche</small>

CJM	Torres Delgado Rosa Elena	RouseSpa	
CJM	Torres Estrada Paola Adriana	Chacharaà	
COLMENA	Barranca Nava Jocabed Berenice	Helados Jarukybe	
COLMENA	Figueroa Zepeda Silvia	Shi Natural	
COLMENA	Flores Delgado María Lourdes	Tayanna	
COLMENA	Guzmán Bedolla Ma. de Lourdes	Lourdes Deleite	

COLMENA	Juárez de Felipe María Felicitas	Kryjarte	
COLMENA	López Tapia Patricia	Tortas Paty	
COLMENA	Lunar Fernández María Dolores	Medicina alternativa de María Lunar	
COLMENA	Maldonado Rosario	CM Cenaduria Michoacana	
COLMENA	Neri Rubio Roxi	Natury-Medicinny	
COLMENA	Ortega González Clara Verónica	Clarita's Couture	

COLMENA	Polino Sandoval Yolanda	Yoli endúzame el día	
COLMENA	Rosales Rocha Rocío	Las abejitas	
COLMENA	Velázquez María Guadalupe	Punto Panal	
CANAL 58	Andrade Medina Adriana	Barbi Tacos	
CANAL 58	González Esparza María Isabel	Creaciones Marisa	
CANAL 58	Hernández Gómez Evangelina	Hereva	

CANAL 58	Hernández Medina Bertha Lucía	Daluzá Joyería Artesanal	
CANAL 58	Hernández Medina Diana Elizabeth	Diavi Joyas	
CANAL 58	Hernández Ortiz Venus Alethia	Alethia Terapias Holísticas	
CANAL 58	Lara Medina Hilda Elizabeth	Manualidades Hilda Elizabeth	
CANAL 58	Martínez Navarro María Victoria	DM Pothograpy	

CANAL 58	Ruíz Rodríguez Fabiola	Fara Salón Boutique	
CANAL 58	Velázquez Zambrano Cynthia	Amare Ser	
CANAL 58	Zavala Barragán Gabriela Joseline	Cafetería La Casa del Cactus	
CANAL 58	Zavala Ramírez Miriam Elizabeth	Cenaduría Miriam	
CDC 22	Gloria Estela Cuevas Salvador	COPAL	
CDC 22	Blanca Estela González Rizo	MARISCOS LA CHINA	

<p>CDC 22</p>	<p>Leticia Hernández Magno</p>	<p>MAGNO Creaciones</p>	
<p>CDC 22</p>	<p>Gloria Adriana Lara Torres</p>	<p>OLEOTERAPIX</p>	
<p>CDC 22</p>	<p>Gabriela Lomelí Rodríguez</p>	<p>IÑIGUEZ Especies y condimentos</p>	
<p>CDC 22</p>	<p>Mariana Márquez Mercado</p>	<p>MARIANA MARQUEZ Dermatofuncional y cosmética</p>	
<p>CDC 22</p>	<p>Rosa María Muñoz Miranda</p>	<p>COMER ALGO Snacks saludables</p>	
<p>CDC 22</p>	<p>Maricruz Negrete Ramírez</p>	<p>SUCCULOVER Suculentas</p>	

CDC 22	Dulce María de Jesús Torres	METAMORFOSIS MEN	
CDC 22	Cecilia Vaca Pérez	GELATINAS DIANA Gelatinas gourmet	
CDC 22	Silvia Verónica Vera	ARTEMISA Herbolaria, salud y belleza.	
CDC 22	Xóchitl Edith Zepeda	SOHA Jaboneria y cosmética	

También gracias a la inversión de nuestros aliados logramos los siguientes impulsos a sus empresas:

Tabla 7, Impulsos realizados a las participantes MATI Presencial 4° generación

Empresas con registro de marca en proceso	9
Empresas con diseño de marca profesional	6

Empresas con apoyo en herramienta o insumo	32
--	----

A continuación presentamos el resumen de los logros de MATI Presencial cuarta generación:

Tabla 8, Logros MATI Presencial cuarta generación

Mujeres egresadas	47
Microempresas conformadas y apoyadas con capital semilla	47
Sesiones de capacitación	54
Talleres complementarios (fotografía y finanzas)	8
Aliados involucrados	9

Aliados MATI Presencial 4° generación:



4. TRIBU MATI

TRIBU MATI es una modalidad de atención de MATI cuyo objetivo es brindar seguimiento a las egresadas del programa que requieren continuar con sus procesos de fortalecimiento empresarial, a través de procesos formativos de actualización y asesoramiento especializado en tres ejes: **finanzas** (costos, finanzas personales y de la empresa y SAT de emprendedoras), **marketing** (fotografía de producto y marketing digital), y **regularización legal** (registro de marca).

Estos ejes se definieron gracias al proceso de sistematización del pilotaje que se realizó en el 2022, donde se recuperó la experiencia de todas las actividades que se realizaron como parte de la TRIBU, lo cual incluye: los talleres formativos, la administración de los grupos de Whatsapp, el Exhibidor MATI, el evento de PITCH y el BAZAR Navideño.

Actualmente contamos con una comunidad de 180 egresadas que siguen con sus emprendimientos activos; la comunicación con ellas es directa pues están dentro de un grupo interactivo de whatsapp donde comparten sus experiencias. Este año la modalidad de atención TRIBU MATI atendió a 49 mujeres egresadas tanto de la modalidad presencial (de la primera a la tercera generación) como de la modalidad virtual (de la primera a la quinta generación). Cabe resaltar que este año 2023 las egresadas de la cuarta generación de MATI presencial no participaron en las actividades de TRIBU MATI debido a que se graduaron al finalizar el año, sin embargo, en diciembre se integraron al grupo de whatsapp para que comiencen su proceso de seguimiento en el 2024.

Estas **49 mujeres egresadas** participaron en al menos un taller de actualización, así como en un evento o actividad realizado por la TRIBU MATI: exhibidor MATI, el evento de PITCH o el BAZAR Navideño. Como en todo proceso, hay mujeres más activas que otras, es decir, hay perfiles de participación baja, quienes solo asistieron a un taller de actualización, y perfiles de participación alta, quienes asistieron a todos los talleres y eventos de la TRIBU MATI.

A continuación, se desarrollan brevemente todas las actividades realizadas este año en TRIBU MATI 2023. Para información más detallada sobre el desarrollo de esta modalidad de atención, así como los perfiles de participación de las egresadas, recomendamos se revise el documento de seguimiento que se encuentran en: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1SSQ4oelY5-LvxR75yaVexrzGZGlxSaSr/edit?usp=sharing&oid=105460086467855168284&rtpof=true&sd=true>

4.1 TALLERES FORMATIVOS

La meta de la TRIBU MATI este año fue implementar el proceso formativo que se compone por 6 talleres impartidos de manera bimestral, facilitados por talleristas expertos: costos, finanzas personales y del negocio, SAT para emprendedoras, marketing digital, fotografía de producto y registro de marca. Sin embargo, se gestionaron otros 3 talleres complementarios brindados por voluntarios que se quisieron sumar como aliados del programa: actualización para estilistas, comercio electrónico y formas de pago, y libérate del miedo a emprender; tal como se muestra en la tabla 9.

Tabla 9. Talleres impartidos en TRIBU MATI durante el 2023

TALLER	TALLERISTA	FECHA	DURACIÓN	PARTICIPANTES	INVERSIÓN
Costos	María José Orozco	21/02/2023 y 07/03/2023	2 sesiones de 3 hrs	20	\$5,220.00
Fotografía de producto (Modalidad virtual)	Juana Cázares (voluntaria)	30/03/2023	1 sesión de 3 hrs	15	-
Finanzas personales y del negocio	Giovanna Beltrán	18/04/2023 al 30/05/2023	4 sesiones de 3 hrs	18	\$8,500.00
Comercio electrónico y formas de pago	Alumnos UTEG (voluntarios)	5/06/2023 al 08/06/2023	3 sesiones de 2 hrs	16	-

(Modalidad virtual)					
SAT para emprendedoras	Natalia Jimenez (voluntaria)	01/08/2023 y 15/08/2023	2 sesiones de 3 hrs	20	-
Marketing Digital	Grupo Anqa (voluntarios)	08/06/2023	3 sesiones de 3 hrs	23	-
Actualización para estilistas	Grupo Frati (voluntarias)	14/07/2023	4 sesiones de 7 hrs	11	-
Libérate del miedo a emprender (Modalidad virtual)	Osmar Reyes (voluntario)	18/19/2023	1 sesión de 2 hrs	20	-
Registro de marca (Modalidad virtual)	Arturo Alujas (voluntario)	31/10/2023	1 sesión de 3 hrs	34	-

Como se puede observar en la tabla 9, se superó la meta anual en cuanto a la gestión y facilitación de talleres de actualización, pues en total se impartieron 9 talleres, divididos en 21 sesiones de capacitación durante el 2023. Estos talleres estuvieron abiertos para todas las egresadas y tenían un cupo limitado de 25 participantes para la modalidad presencial y 40 participantes para la modalidad virtual, sin embargo, nunca se sobrepasó la cantidad máxima de cupo.

Tabla 10, numeralía de talleres formativos TRIBU MATI

Talleres brindados	9
Temáticas abordadas	9
Sesiones brindadas	21
Mujeres egresadas participantes	49
Talleristas voluntarios	7
Talleristas contratados	2

Como se muestra en la tabla 10, los talleres contaron con la participación de 49 de las 179 egresadas activas, es decir, 130 microempresarias no asistieron a talleres de actualización, esto se debe a que este año la mayoría de los talleres se

impartieron en formato presencial, por lo que la mayoría de egresadas del formato virtual no tuvieron los medios para asistir de forma presencial.

Las evidencias de cada taller se pueden encontrar en la siguiente carpeta:

https://drive.google.com/drive/folders/1eBQRjLJQr1uStf4-0vXMcqHJJli6NOrP?usp=drive_link

4.2 PITCH 2023

Una vez al año TRIBU MATI organiza un evento para que las egresadas de Proyecto MATI fortalezcan sus habilidades de comunicación y su pitch de ventas. Este año se decidió seguir con el mismo formato que se ha usado en años anteriores, que consiste en un proceso formativo de cuatro sesiones y un evento de cierre donde las participantes presentan su pitch de ventas frente a un panel de empresarias quienes les dan retroalimentación y las evalúan según ciertos criterios construidos por el equipo operativo MATI.

Este año contamos con la participación de nueve egresadas, quienes asistieron a todos los talleres formativos y presentaron su pitch en el evento final. Del total de las participantes se eligieron a cuatro ganadoras a quienes se les otorgaron diversos premios en especie (valorados en un total de \$38,144 00/100 M.N.) que ellas mismas eligieron de acuerdo a sus diagnósticos de necesidades desarrollados durante su proceso formativo. En la tabla 11 se presenta la relación de las participantes y/o ganadoras de PITCH 2023.

Tabla 11. Participantes y/o ganadoras de PITCH 2023

EGRESADA MATI	EMPRESA	PREMIO
María Amelia Solorzano Iglesias	Gelatinas Reyes	Primer lugar
Patricia del Carmen Rodríguez Bautista	Piñatas y Bolos Toy	Segundo lugar
Dalys Fernanda Girón Villalaz	Dalys Fernanda	Tercer lugar
Karla María Licon González	La cocina de Karla	Tercer lugar

Fabiola Ramirez Galindo	Pastelería y repostería Galys	-
Cristina Margarita Rodríguez Silva	EDAKI aguas frescas de temporada	-
María Laura Sahagún Guerrero	Florpitaya	-
Monica Nallely Estrada Ortiz	Kassun Bakery	-
Georgina Machuca Díaz de Guzmán	Beaucadeu	-

Todo el proceso de implementación de PTICH 2023 tuvo una duración de dos meses, del 14 de junio al 18 de agosto. Los primeros quince días se implementó el proceso de convocatoria en la TRIBU MATI a través del grupo de Whatsapp y se seleccionó a las participantes, mientras que el resto del mes y medio se realizó el proceso formativo y el evento de cierre.

Para información más detallada sobre el proceso de convocatoria y ejecución de PITCH 2023 así como las evidencias de compra y entrega de premios recomendamos se revise el informe que se encuentran en: <https://docs.google.com/document/d/1oo4K0j7Y0nWTjtQwQdkUSp8oriHuoxTIDrbf0qMoGOk/edit?usp=sharing>

4.3 BAZAR NAVIDEÑO 2023

Una vez al año, durante el mes de diciembre, Proyecto MATI gestiona un espacio para que las egresadas del programa puedan exhibir y comercializar sus productos, sin embargo, el objetivo primordial de este evento, más allá de abrir o crear espacios de venta, es que las microempresarias pongan en práctica las estrategias aprendidas durante su proceso formativo en MATI, y que consoliden redes de trabajo colaborativas entre ellas. También este tipo de eventos se aprovechan para continuar con el seguimiento a las egresadas, brindándoles asesoría personalizada en cuanto a la calidad y presentación de sus productos.

Así pues, los bazares gestionados por TRIBU MATI están enfocados en brindarle una experiencia de aprendizaje a las egresadas, para que con ello puedan crear alianzas estratégicas entre ellas y con clientes potenciales. Es importante hacer hincapié que este tipo de eventos no tienen como fin último el aumento de las ventas y/o ganancias de las mujeres participantes, ya que eso varía mucho dependiendo del tipo de producto, segmento de cliente y desarrollo de cada microempresa.

Este año se hizo una revisión de varios bazares navideños que ya están consolidados en Guadalajara, entre los cuales se encuentran Jacaranto Bazar, Pink bazar, Mercado TOCA, Mercado orgánico SANIA, y Weekend BAZAR, siendo este último el elegido para participar como Proyecto MATI.

Este año, al apoyo de MATI hacia las participantes fue en la compra de su mobiliario y amenidades para el montaje de su stand, mientras que ellas invirtieron en el costo del espacio. El Weekend BAZAR se llevó a cabo el domingo 26 de noviembre en Casa Blanca con horario de venta de las 10:00 am a las 7:00 pm. Como se muestra en la tabla 12, se contó con la participación de ocho egresadas MATI, quienes lograron recaudar \$8,090 00/100 M.N. en ventas.

Tabla 12. Participantes del BAZAR Navideño 2023

	EMPRESARIA	EMPRESA
1	Daniela Villegas	Aisha Velas
2	Gabriela Galaviz	Amapola
3	Mónica Estrada	Kassun Bakery
4	Sandra Soriano	Sorcer
5	Jess Plascencia	Cake y choco
6	Yari Xazmín	Detalles Yael
7	María Laura Sahagun Guerrero	Florpitaya
8	Fabiola Ramirez Galindo	Pastelería y repostería Galy's

Las actividades para la implementación del BAZAR Navideño comenzaron con tres semanas de anticipación. Durante el mes de octubre 2023 se realizó el scouting de bazares, mientras que desde principios de noviembre se realizaron actividades de gestión y convocatoria, entre ellas el contacto con las organizadoras del bazar, la organización y asesoramiento de las participantes, la recolección del pago correspondiente por el stand, la compra y entrega del mobiliario y amenidades, y el proceso de facturación. Toda la gestión y logística de esta actividad fue realizada por la encargada de Vinculación Microempresarial y la Coordinadora General de Proyecto MATI.

Para información más detallada sobre el proceso de convocatoria y ejecución del Bazar Navideño 2023 recomendamos se revise el informe que se encuentran en: https://docs.google.com/document/d/1Ne4Kqb3_HvZojVNEu2qOm1hoMiyiVDInVIM_C3ZO38c/edit?usp=sharing

4.4 EXHIBIDOR MATI

Otra de las estrategias implementadas este año para dar seguimiento a las egresadas de MATI, en cualquiera de sus modalidades, es el exhibidor MATI que se encuentra en las oficinas de Corporativa de Fundaciones. El objetivo principal de este exhibidor es mantener el contacto con las egresadas y conocer sus productos de primera mano para poder realizar un seguimiento puntual en cuestiones de calidad, presentación, embalaje y costos. Además de este seguimiento y asesoramiento personalizado, todos los productos del exhibidor se presentan con una ficha técnica de la egresada y su microempresa, que contiene sus redes sociales y número de contacto, esto con la finalidad de que las personas que visitan nuestras oficinas conozcan de primera mano a las microempresarias MATI y tengan un medio para contactarlas en caso de que quieran consumir sus productos y/o servicios.

Los productos exhibidos se van rotando cada dos meses, en este periodo se trabaja de la mano con las egresadas en mejorar los aspectos que se detecten pertinentes

por el área de vinculación microempresarial de MATI. Es importante recalcar que se intenta que en cada periodo las participantes sean diferentes para que la mayoría de las egresadas tenga la oportunidad de participar. En la siguiente tabla se enlista a las 22 egresadas que participaron en el exhibidor 2023.

Tabla 13. Participantes del Exhibidor MATI 2023

	EMPRESARIA	EMPRESA
1	Cyndi Díaz Cupil	Agridulce
2	Yari Xazmin vazquez Ibarra	Delicias & Detalles Yael
3	Martha Elena Guerrero Hernández	Repostería Santa Martha
4	Dalys Fernanda Girón Villalaz	Dalys Fernanda
5	Nancy Guillermina Avilán Morán	Sauvage
6	Quetzali Martínez Rosado	Zoé Colorettes
7	Sandra Guadalupe Soriano Cervantes	SORCER
8	Maria Cristina Correa Carrillo	CRISKABILL
9	Sandra Morán González	SA&DI Biocosmetic
10	Blanca Azucena López Ramírez	YERSAU
11	Mónica Estrada Ortiz	Kassun Bakery
12	Angela Francisca Morales Hernández	Angela Morales Accesorios
13	María del Rosario Najar Llanes	Vidaterra
14	Maria de la Cruz Muro Barajas	Arte y Trigo
15	Rosa María Cuevas Lopez	Azúcar y Cocoa

16	María Guadalupe Correa Landeros	Shemia artesanias
17	Sindy Daniela Villegas Beltrán	Aisha Velas
18	Faby Lizárraga Galván	Sugary Season
19	Fabiola Ramirez Galindo	Pastelería Repostería Galy's
20	Jessica Araceli Plascencia Tapia	Cake & Choco
21	María Laura Sahagún Guerrero	Florpitaya
22	Sandra Gabriela Galaviz	Amapola Artesanal

La relación detallada de cada participante del exhibidor la pueden encontrar en el siguiente documento:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/15HXbltyfrrh9QWikm2A3GjOv_4xokPcbYKkV2xDAZ5w/edit?usp=sharing

5. COMENTARIOS FINALES DE LA COORDINACIÓN DE MATI

Proyecto MATI es un programa cuya solidez metodológica y fuerza teórica le dan la estabilidad necesaria para enfrentar y superar cualquier adversidad contextual. El éxito de este programa es producto del trabajo colaborativo y horizontal con las mujeres microempresarias con las que trabajamos. La perspectiva de género dota a MATI de un espíritu que logra cuestionar y darle la vuelta a las violencias y opresiones a las que nos enfrentamos las mujeres, ayudándonos también a crear espacios y situaciones donde se coloca a la mujer en el centro.

El diferenciador más grande de MATI a comparación de otros programas o políticas públicas que buscan beneficiar a las mujeres mexicanas es que, al poner al centro a la mujer y su contexto, nuestros objetivos no están en los números y sí en las personas. Alcanzar un total de **373 mujeres beneficiadas en un plazo de 12 años**, cuantitativamente, no representa un logro extraordinario ni pretende competir con

otro tipo de programas gubernamentales o privados, sin embargo, el control minucioso en nuestros indicadores y el seguimiento puntual y sostenido que se realiza a las participantes y egresadas del programa hacen de MATI un programa único en calidad e impacto social.

Este programa está listo para dar el siguiente paso, y comenzar a llevar el tema de género y economía a la discusión con otros actores sociales. Proyecto MATI posee la información y trayectoria para replicarse en otros contextos, y para que su experiencia sea convertida en teoría que aporte conocimiento que impacte en la forma en que gobierno y sociedad civil trabajan con grupos de mujeres.