

Business Day deja consejos para estudiantes del Tec Cuernavaca (fotos)



Tres especialistas compartieron consejos sobre finanzas, marca personal y emprendimiento aplicables desde la etapa universitaria

15/05/2026

Ricardo Rodríguez

Armando Presteguin

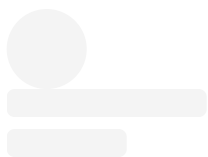
Adzimba Vega

¿Cómo administrar mejor el dinero? ¿Cómo comenzar a construir una reputación profesional? ¿Qué se necesita para emprender?

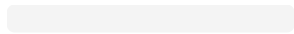
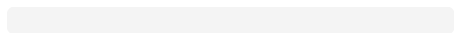
Estas fueron algunas de las **preguntas** abordadas durante el **Business Day**, **evento** organizado por la **Escuela de Negocios** y la **Sociedad de Estudiantes SENEG** del **Tec campus Cuernavaca**.

A través de distintas **conferencias**, **especialistas** compartieron **experiencias** y **recomendaciones** relacionadas con **educación financiera**, **marca personal** y **emprendimiento**, con el objetivo de acercar a **estudiantes** a **herramientas**

aplicables desde la etapa **universitaria**.



[View this post on Instagram](#)



El dinero no solo se trata de números

Daniel Urías, fundador de [Cooltura Financiera](#) y **especialista en educación financiera**, habló sobre la **relación emocional** que muchas personas desarrollan con el **dinero** y cómo ciertos **hábitos de consumo** pueden **impactar** las **finanzas personales**.

Explicó que **factores** como las **compras impulsivas**, la **presión social** o la **influencia de redes sociales** suelen **influir** en las **decisiones económicas**.

“El problema es que muchas veces compramos para sentirnos mejor”.- Daniel Urías.

“El problema es que muchas veces compramos para sentirnos mejor, pero esa satisfacción dura muy poco”, señaló.

Además de abordar temas de **ahorro** e **inversión**, invitó a **cuestionar hábitos de consumo** mediante **preguntas** como:

- ¿Qué pasa si no lo compro?
- ¿Realmente lo necesito?

También **destacó** la importancia de **comenzar a desarrollar hábitos financieros** desde etapas **tempranas**, aunque sea con **pequeñas cantidades**.

“Las pequeñas decisiones también construyen tu futuro”, compartió.

La reputación comienza antes de graduarte

La segunda **conferencia** estuvo a cargo de **Marilú Esponda**, **especialista en comunicación y reputación profesional**, quien habló sobre la **importancia** de construir una **marca personal** desde la etapa **universitaria**.

Durante su participación **explicó** que, además del **desempeño académico**, también es **importante comunicar intereses, habilidades y proyectos personales**. Más que **presumir logros**, la intención es **demostrar**:

- Interés + constancia + especialización

*“El **trabajo** no habla por **sí solo**”, comentó.*

Asimismo, habló sobre la **importancia** de **generar “evidencia pública”** mediante **proyectos, experiencias o publicaciones** que permitan **mostrar conocimientos** y **áreas de interés**.

“La reputación es lo que la gente dice de ti cuando no estás presente”.- Marilú Esponda.

*“La **reputación** es lo que la **gente dice de ti** cuando **no estás** presente”, señaló.*

Entre las **recomendaciones** compartidas estuvieron **desarrollar claridad** sobre **objetivos profesionales**, áreas de **especialización** e **intereses personales**.

*“La **reputación profesional** no se **construye** de un **día para otro**; se construye con **pequeñas acciones** repetidas **constantemente**”, agregó.*

Emprender no empieza con una idea perfecta

Por su parte, **Itzel Bautista**, coordinadora de **Emprendimiento Regional** del **Tecnológico de Monterrey**, abordó algunos de los **mitos** relacionados con el **emprendimiento**, particularmente la **idea** de que **emprender** requiere **desarrollar una idea innovadora**.

“Emprender no empieza con una idea brillante, empieza con una pregunta incómoda”.- Itzel Bautista.

*“**Emprender** no empieza con una **idea brillante**, empieza con una **pregunta incómoda**”, explicó.*

Durante la **conferencia compartió** ejemplos de **empresas** que **identificaron nuevas formas** de **resolver necesidades** ya **existentes**, destacando la importancia de **observar problemas cotidianos** y convertirlos en **oportunidades**.

- Uber no inventó el transporte.
- Spotify no inventó la música.
- Duolingo no inventó aprender idiomas.

De acuerdo con la **especialista**, muchas **oportunidades** de **emprendimiento** surgen al **replantear soluciones** para **problemas** que las **personas** ya han **normalizado**.

También **invitó** a las y los asistentes a **pasar** de las **ideas** a la **acción**, incluso si los **proyectos** comienzan como **versiones iniciales** o **imperfectas**.

*“Lo **importante** es pasar de la **idea** a la **acción**, aunque la **primera versión** no sea **perfecta**”, compartió.*

Más que una **conferencia** sobre **negocios**, fue una invitación a **experimentar**, **actuar** y **dejar** de **subestimar** nuestras **propias ideas**.

Un espacio de aprendizaje y networking

Además de las **conferencias**, estudiantes participaron en **actividades** de **networking** e **intercambio** de **ideas** relacionadas con **negocios**, **desarrollo profesional** y **emprendimiento**.

De acuerdo con los **organizadores**, *Business Day* buscó **acercar** a la **comunidad estudiantil** a **experiencias** y **herramientas** prácticas vinculadas con el **entorno profesional** y **empresarial**.

“Business Day busca acercar a estudiantes a experiencias, herramientas y perspectivas del mundo empresarial”, mencionó Mildred Dimayuda, directora de entrada y programa de la Escuela de Negocios.

Desde 2025, **Business Day** se ha **consolidado** como el **evento** anual de la **Escuela de Negocios**, organizado en **colaboración** con la **Sociedad de Estudiantes** para **fortalecer** la **conexión** entre la **comunidad académica** y el **mundo empresarial**.

SEGURO QUERRÁS LEER:

