



Análisis del perfil de las mujeres emprendedoras en Reynosa, Tamaulipas México

Analysis of the profile of women entrepreneurs in Reynosa, Tamaulipas, Mexico

Susana Rojas Montañez¹; Nancy Yadira Márquez Chávez² y Ilse Carolina Razo Medellín³

¹ Universidad Tecnológica de Tamaulipas Norte. Carrera de Administración (México), susana.rojas@uttn.mx, <https://orcid.org/0000-0001-9826-3594>

² Universidad Tecnológica de Tamaulipas Norte. Carrera de Administración (México), nancy.marquez@uttn.mx, <https://orcid.org/0000-0002-7083-5367>

³ Universidad Tecnológica de Tamaulipas Norte. Carrera de Administración (México), ilse.razo@uttn.mx, <https://orcid.org/0000-0001-7549-8243>

Información revisada por pares

Fecha de recepción: Mayo 2023

Fecha de aceptación: Junio 2023

Fecha de publicación en línea: Septiembre 2023

DOI: <https://doi.org/10.29105/vtga9.5-421>

Resumen

Esta investigación fue de tipo descriptiva y longitudinal, donde el objetivo era analizar el perfil de las mujeres emprendedoras a lo largo de tres años consecutivos para detectar el grado porcentual de sus características personales asociadas al emprendedurismo. El enfoque fue el cuantitativo. Se utilizó la técnica de campo para recolectar la información en los años 2020, 2021 y 2022 en los meses de marzo y abril. La técnica fue investigación de campo, por medio de levantamiento de encuestas. El instrumento contó con 20 preguntas, divididas en 4 categorías: 4 preguntas politómicas, 2 preguntas dicotómicas y 14 preguntas de escala Likert de cinco niveles. Las variables fueron: la edad madura, estado civil casada, nivel de estudios altos y tener dependientes económicos. Apoyaron 491 participantes, solo mujeres. Para analizar los datos estadísticamente, se aplicó estadística descriptiva en el software de JAMOVI, y así obtener los resultados de forma porcentual, mostrados en las tablas. Los resultados, la característica personal que más impactó es el tener dependientes económicos con un 82.55% y la característica menos impactante fue el nivel de estudios altos con un 26.05%. La ubicación geográfica de Reynosa ha brindado apertura a las mujeres para que sean emprendedoras.

Palabras clave: Mujeres, emprendedoras, MiPymes
Códigos JEL: L26, M1, M13, O1

Abstract

This research was descriptive and longitudinal, where the objective was to analyze the profile of women entrepreneurs over three consecutive years to detect the percentage degree of their personal characteristics associated with entrepreneurship. The approach was quantitative. The field technique was used to collect the information in the years 2020, 2021 and 2022 in the months of March and April. The technique was field research, by means of surveys. The instrument had 20 questions, divided into 4 categories: 4 polytomous questions, 2 dichotomous questions and 14 five-level Likert scale questions. The variables were: mature age, married marital status, high level of education and having economic dependents. There were 491 participants, only women. To analyze the data statistically, descriptive statistics were applied in JAMOVI software to obtain the results in percentage form, shown in the tables. The results show that the personal characteristic that had the greatest impact was having economic dependents with 82.55% and the characteristic that had the least impact was having a high level of education with 26.05%. Reynosa's geographic location has provided an opening for women to be entrepreneurs.

Key words: Women, entrepreneurs, micro small and medium sized enterprises.

JEL Codes: L26, M1, M13, O1

Introducción

En las últimas décadas, la mujer ha tenido más participación en los cambios sociales, culturales, políticos, así como también se ha abierto camino en el mundo de los negocios. El desarrollo tecnológico digital ha permitido que esté más informada, así como también hacer uso de ello, desde ventas en página web hasta ventas en tiempo real en redes sociales. Hoy en día, sin importar la edad, estado civil ni nivel de estudios, la mujer toma el desafío de emprender un negocio, donde en años anteriores, solo los emprendedores, en su mayoría eran hombres, en base, sobre todo por cuestión cultural. Diferentes autores hay estudiado esta tendencia y las razones son muy variadas. Una de las razones más importantes era apoyar en el gasto familiar y/o por tener dependientes económicos; esta tendencia está cambiando, la mujer soltera se está interesando por ser su propio jefe, por ser un ser autónomo y sobre todo lograr independencia económica.

El objetivo de este estudio fue analizar el perfil de las mujeres emprendedoras a lo largo de tres años consecutivos para detectar el grado porcentual de sus características personales asociadas al emprendedurismo, como edad madura, estado civil casada, nivel de estudios altos y tener dependientes económicos. La pregunta de investigación que se pretende responder es ¿Qué factores contribuyen al emprendedurismo en las mujeres de Reynosa, Tamaulipas? Se considera la siguiente hipótesis: Las mujeres en Reynosa están motivadas para operar/administrar un negocio en base a sus características personales asociadas al emprendedurismo como la edad madura, estado civil casada, nivel de estudios altos y tener dependientes económicos.

Emprender tiene sus raíces en el latín *in* 'en' y *prendĕre* 'coger', cuyo significado es "sostener". Según el diccionario de la Real Academia Española, emprender significa acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro. Según Prieto Sierra (2014) el emprendimiento es “la capacidad de diseñar una idea y, con base en ella, implementar un proyecto a través de la identificación de oportunidades”. (Real Academia Española, s.f.)

De acuerdo con Leiva Bonilla (2013) “Existen muchas investigaciones que han determinado una serie de factores que pueden facilitarle el trabajo de ser un emprendedor exitoso; pero no existen reglas de ningún tipo (genéticas, económicas, sociales, coeficiente intelectual, preparación académica ni otras) para esto”. Por otra parte, Adán y González (2015) sostienen que “el buen emprendedor debe contar con una serie de características que lo definen y lo diferencian y son necesarias: cualidades personales, cualidades sociales y conocimientos profesionales”.

Los autores anteriores no hacen distinción entre género. Sin embargo, desde otra perspectiva de acuerdo con Paredes et al., (2019) que la mujer en México este motivada para emprender un negocio se basa en diferentes rubros:

- Características personales asociadas al emprendedurismo son: la edad madura, estado civil casada, nivel de estudios altos y tener dependientes económicos.
- Los recursos y/o capacidades asociadas al emprendedurismo son: gusto por las actividades y motivación personal, antecedentes de experiencia laboral o conocimiento del negocio, disponibilidad de capital inicial o capacidad de aportar capital propio (poco capital ahorros), menor miedo al fracaso o capacidad de tomar riesgos.
- Los factores del entorno institucional asociados al emprendedurismo son: apoyo financiero o moral de la familia o amigos y redes sociales emprendedoras (asociaciones empresariales).

Los factores socioeconómicos asociados al emprendimiento son: apoyar al ingreso familiar, necesidad de realización o superación profesional y personal, mejorar el nivel de vida, necesidad económica, necesidad de buscar equilibrio entre la familia y la actividad económica, mayor independencia económica o en su vida. (Paredes et al., 2019, pp. 163-164)

Bauer et al. (2008) sugiere que hay dos grupos de mujeres emprendedoras, las que emprenden para subsistir y cubrir las necesidades básicas de su familia y las que eligen emprender un negocio como carrera para aprovechar sus habilidades y competencias. Un 82.55% de las emprendedoras de Reynosa tienen dependientes económicos que concuerda con el primer grupo que se describe. Camarena Adame (2018) en su estudio de la ciudad de México los resultados mostraron que el 60 % de las empresarias son mayores de 40 años, mientras que el 40 % son menores de 40 años. En cuanto a los estudios predomina el nivel de licenciatura (36 %) en el área empresarial (46 %). Por otra parte, el 52 % están casadas o tienen pareja, mientras el resto son solteras (35 %), y en menor proporción están divorciadas o viudas. Comparando con emprendedoras de Reynosa, las mayores de 40 años es un 35.35%. En nivel licenciatura 23.26%, emprendedoras casadas es 56.08% y las solteras 15.31%. Estos dos autores anteriores, detectan características similares para descubrir un perfil para las mujeres emprendedoras.

Son varios los factores que contribuyen al emprendedurismo en la ciudad de Reynosa: Los apoyos económicos gubernamentales para las MiPymes, los trámites ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT) que son más accesibles para realizar por medios digitales los cuales forman parte de sus procesos, la oferta educativa en Reynosa es muy amplia en diferentes modalidades. Es importante destacar la situación geográfica del municipio de Reynosa, por su colindancia con Estados Unidos, del cual se tiene una fuerte influencia comercial, ya que muchos de los suministros, materias primas, productos son obtenidos de ese país.

Este estudio también se extiende para conocer el grado de satisfacción que tienen las emprendedoras con su empresa, si consideran suficiente el ingreso para vivir y si les permite realizarse

como persona. Así como también, conocer estrategias de dirección, como planear objetivos concretos, tener clara la misión y visión de la empresa y compartirla con sus colaboradores.

Por la parte financiera, conocer si las emprendedoras de Reynosa tienen control de sus activos y pasivos para una mejor administración. Es recomendable, por parte de los activos, conocer cuánto dinero se tiene disponible, valor de todo lo que gasta, valor de todo lo que se cobra cada mes, el valor de lo que se vende cada mes, cuánto vale su inventario, cuánto le deben sus clientes, en caso de crédito. Por parte de los pasivos, conocer cuánto debe en préstamos al banco y/u otras instituciones, cuánto debe en préstamos a familiares y conocidos y cuánto debe a sus proveedores.

Toda empresa no importa su giro debe de tener una cultura de responsabilidad social corporativa. Esta investigación también incluye conocer qué porcentaje de mujeres emprendedoras de Reynosa aplican estrategias como tener políticas y procedimientos para el respeto a los derechos humanos, el bienestar de los trabajadores, evitar sobornos, corrupción, competencia desleal entre otros. Así como también, cuidar la confidencialidad.

Método

La investigación presentada es tipo descriptiva y longitudinal, porque se pretende analizar el perfil de las mujeres emprendedoras a lo largo de tres años y detectar patrones de su conducta y/o tendencias en el municipio de Reynosa. El enfoque seleccionado es el cuantitativo. La recopilación de información fue tomada en campo durante los meses de marzo y abril de los años 2020, 2021 y 2022, donde el papel de investigador es no experimental ya que los datos son obtenidos por medio de levantamiento de encuestas digitales creadas mediante la plataforma de Formularios de Google y/o presenciales directamente a las mujeres emprendedoras.

Esta investigación se basa en el paradigma del positivista porque se desea comprobar una hipótesis aplicando cálculos estadísticos. Ricoy Lorenzo (2006) indica que el “paradigma positivista se califica de cuantitativo, empírico-analítico, racionalista, sistemático gerencial y científico tecnológico”. Por tanto, el paradigma positivista sustentará a la investigación que tenga como objetivo comprobar una hipótesis por medios estadísticos o determinar los parámetros de una determinada variable mediante la expresión numérica. (Ricoy Lorenzo, 2006, p. 14).

El proceso del análisis es basado en la hipótesis y en los datos numéricos, éstos se transfirieron a una base de datos en Excel, la cual se analizó mediante el software estadístico Jamovi, a modo sistemático.

Participantes

Las encuestas fueron aplicadas por estudiantes de la carrera de administración de la

Universidad Tecnológica de Tamaulipas Norte, quienes fueron capacitados previamente por los autores de este estudio, así como también dieron seguimiento al levantamiento de los datos. Estas encuestas forman parte de la investigación de la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN) de los últimos tres años 2020, 2021 y 2022, donde la Universidad Tecnológica ha participado. Al ser parte de RELAYN, los miembros pueden hacer uso de las bases de datos generales.

De cada encuesta se eligieron 24 variables para el análisis de este caso de estudio. La base de datos 2020 con un total de 419 encuestados de los cuales se tomaron solo los datos de las mujeres siendo 201 (Posada et al., 2020).

De la base de datos 2021, con un total de 414 encuestados se tomaron solo los datos de las mujeres siendo 185 (Aguilar et al., 2021).

Por último, de la base de datos 2022, con un total de 249 encuestados se tomaron solo los datos de las mujeres siendo 105 (Peña et al., 2023). Ver anexo 1.

El sujeto de estudio son las mujeres emprendedoras de Reynosa, Tamaulipas México. El objeto de estudio son características personales, año de inicio de operaciones y situación fiscal de los negocios, satisfacción con la empresa y estrategias de dirección. Véase tabla 1.

Tabla 1. Cantidad de participantes analizados. Solo mujeres.

Año de encuesta	Muestra total de encuestas RELAYN Hombres y Mujeres	Solo Mujeres. Muestra para estudio
2020	419	201
2021	414	185
2022	249	105

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de encuestas RELAYN

Técnica e Instrumento

La técnica para obtener los datos fue de investigación de campo, por medio de levantamiento de encuestas en modalidad presencial o digital. Los instrumentos de medición fueron los cuestionarios RELAYN, de donde se tomaron resultados seleccionados solo de mujeres de las tres bases de datos originales de 2020, 2021 y 2022. Estos instrumentos fueron validados por RELAYN (Posada et al., 2020), (Aguilar et al., 2021) y (Peña et al., 2023).

De las tres bases de datos de los 3 años, se tomaron las mismas 20 preguntas, divididas en 3 categorías: 4 preguntas politómicas edad, año de inicio de operaciones, estado civil y grado de estudios. 2 preguntas dicotómicas tener hijos (si/no) y Sector al que pertenece (formal o informal). 14 preguntas de escala Likert de cinco niveles: 5 Muy de acuerdo, 4 De acuerdo, 3 No sé/No aplica, 2 En desacuerdo, 1 Muy en desacuerdo.

Para medir la satisfacción con la empresa:

1. Estoy muy satisfecho con el desempeño de la empresa en su conjunto.
2. Mi empresa me deja más que suficiente dinero para vivir
3. Mi empresa me permite realizarme como persona.

Para medir estrategias de Dirección de las emprendedoras

1. Planteo objetivos concretos que tenemos que lograr en la empresa.
2. Tengo clara la misión y visión, la comparto con mis empleados y tratamos de realizarla

Procedimiento

El levantamiento de encuestas se aplicó en tres años consecutivos 2020, 2021 y 2022 en los meses de marzo y abril. Los profesores del cuerpo académico capacitaron a las y los estudiantes de la carrera de Administración de la Universidad Tecnológica de Tamaulipas Norte (UTTN) para llevar a cabo la entrevista con las emprendedoras de un área cerca de su domicilio. Las y los estudiantes gestionaban anticipadamente con los participantes su consentimiento para la recolección de datos y se les explicó que es una encuesta donde no se requiere el nombre ni dirección para respetar la confidencialidad. Así mismo, al concluir la entrevista las y los estudiantes cargaban las respuestas en una base de datos electrónica en el drive digital de RELAYN, donde los datos eran validados por los profesores investigadores de la UTTN. Para analizar los datos estadísticamente, se aplicó estadística descriptiva en el software de JAMOVI, y así obtener los resultados de forma porcentual, mostrados en las tablas.

Resultados

Los resultados de este trabajo de investigación se presentan de forma porcentual. Se hace un comparativo de 3 años de mujeres emprendedoras en Reynosa, Tamaulipas para conocer si cumplen con el perfil que Paredes et al., (2019), asocian como características personales a las mujeres emprendedoras. Estas características son edad madura, ser casada, contar con nivel de estudios altos y tener dependientes económicos.

Para este estudio se consideró como edad madura en las mujeres a partir de los 40 años para emprender un negocio. Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas mostraron que la edad inicial es de 18 y hasta más de 60. También los resultados mostraron que hubo una tendencia de incremento de emprendedoras en la edad de los 20s y un decremento en la edad madura, los 40s. Aunque el promedio fue el más alto en la edad de los 40s, pero esta tendencia iba a la baja. Ver Tabla 2.

Tabla 2. *Edades de las mujeres emprendedoras de Reynosa, Tamaulipas.*

Edad	2020	2021	2022	Promedio
18-19	0.995%	3.784%	1.905%	2.23%
20s	10.448%	14.054%	21.905%	15.47%
30s	30.846%	31.892%	31.429%	31.39%
40s	38.806%	36.757%	30.476%	35.35%
50s	12.438%	10.270%	12.381%	11.70
60s y más	4.478%	3.243	1.905%	0.66%
NC	1.990%	0	0	

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de encuestas RELAYN aplicadas en los años 2020, 2021 y 2022

De acuerdo con Paredes, et al. (2019) asocian tener un nivel de estudios altos como una segunda característica personal para ser mujer emprendedora. Para esta investigación, se considera obtener el grado de educación superior y posgrado como un nivel de estudios altos.

Comparando con la encuesta nacional de ocupación y empleo 2022, el 46.5% de las mujeres tienen nivel de escolaridad media superior o superior y en Reynosa se tiene 71.429%. Es un porcentaje más alto por las condiciones del municipio, que cuenta con un sector industrial consolidado con 13 parques industriales integrando a más de 240 maquiladoras. Estas mismas empresas demandan servicios y productos que las mujeres emprendedoras pueden ofertar. Además, es importante mencionar la oferta educativa con más modalidades aparte de la escolarizada, como la mixta, a distancia y virtual. Todos estos factores contribuyen a que más mujeres estén preparándose académicamente (Instituto Nacional de las Mujeres [IN Mujeres], 2022).

Referente a los estudios altos, se asocian con las mujeres emprendedoras, en Reynosa, la educación media superior tuvo el porcentaje más alto que la educación superior, teniendo de diferencia 6 puntos porcentuales.

La tendencia en incremento está en la educación media superior a diferencia de lo asocia Paredes, et al., (2019), de tener estudios altos, para ser emprendedora. Además de que la educación básica tiene un porcentaje más alto que la educación superior, detectando 8 puntos porcentuales de más alto. Ver tabla 3.

Tabla 3. *Grado de estudios de mujeres emprendedoras de Reynosa, Tamaulipas.*

Grado de estudios	2020	2021	2022	Promedio
Educación básica	41.294%	29.730%	23.810%	31.61%
Educación Media superior	31.841%	35.135%	40.952%	35.98%
Educación Superior trunca	5.473%	5.946%	6.667%	6.03%
Educación Superior titulado	18.408%	27.568%	23.810%	23.26%
Posgrado trunco	0%	0.541%	0.952%	0.50%
Posgrado titulado	1.990%	1.081%	3.809%	2.29%
No contestó	0.995%	0%	0%	0.33%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de encuestas RELAYN aplicadas en los años 2020, 2021 y 2022

De acuerdo con Paredes, et al. (2019) asocian el estado civil casada como característica

personal para ser mujer emprendedora. Los resultados obtenidos muestran que en promedio de los 3 años el porcentaje más alto es estar casada. Aunque una tendencia de incremento se detecta en el estado civil divorciada/separada. Se puede destacar que el estado civil es irrelevante para el interés que demuestran las mujeres de Reynosa para ser emprendedoras. Ver Tabla 4.

Tabla 4. Estado civil de las mujeres emprendedoras de Reynosa, Tamaulipas.

Estado civil	2020	2021	2022	Promedio
Soltera	10.945%	17.838%	17.143%	15.31%
Casada	62.189%	50.811%	55.238%	56.08%
Divorciada/separada	6.965%	8.649%	10.476%	8.70%
Madre soltera	4.478%	5.405%	5.714%	5.20%
Unión libre	12.935%	15.676%	7.619%	12.08%
Viuda	2.488%	1.622%	2.857%	2.32%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de encuestas RELAYN aplicadas en los años 2020, 2021 y 2022

De acuerdo con Paredes, et al. (2019) asocian el tener hijos o dependientes económicos como cuarta característica personal para ser mujer emprendedora. Para esta característica si se presenta en Reynosa, ya que el porcentaje en promedio de los tres años es 82.55%, esto se atribuye a la necesidad de contribuir al gasto familiar a diferencia de las mujeres solteras. Ver Tabla 5.

Tabla 5. Cantidad de mujeres emprendedoras con hijos de Reynosa, Tamaulipas.

Tiene hijos	2020	2021	2022	Promedio
Si	86.567%	81.081%	80%	82.55%
No	12.935%	18.919%	20%	17.28%
No contestó	0.498%	0%	0%	0.17%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de encuestas RELAYN aplicadas en los años 2020, 2021 y 2022

Uno de los factores que benefician a la apertura y/o fortalecimiento de MiPymes es el otorgamiento de financiamientos; en Tamaulipas, el Plan Estatal de Desarrollo 2016-2022, (Gobierno del Estado de Tamaulipas, 2022) tiene como una de sus prioridades el apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas porque constituyen en el Estado el 98% de las entidades productoras de bienes y servicios, y generan el 50% del empleo formal. Por lo anterior, el gobierno estatal 2016-2022 entregó en Reynosa créditos a través de los programas Microcréditos y Empresariales de inversión Tamaulipas

- 30 de noviembre 2021 invierte 1,600mdp (Gobierno del Estado de Tamaulipas, 2021).
- 15 de octubre 2021 más de 281 millones 249 mil pesos (Gobierno del Estado de Tamaulipas, 2021).
- 13 de agosto 2021 más de 267 millones de pesos (Gobierno del Estado de Tamaulipas, 2021).
- 10 de enero 2021 entrega más apoyos económicos a jóvenes emprendedores y microempresarios (Gobierno del Estado de Tamaulipas, 2021).

- 21 de diciembre 2020 entrega de microcréditos con \$4.8 millones de pesos del programa de Inversión Joven (Gobierno del Estado de Tamaulipas, 2020).
- 5 de noviembre 2018 invierte 191 millones 400 mil pesos en la administración estatal en conjunto con el Gobierno Federal en apenas un año, beneficiando a pequeñas y medianas empresas y colocando a Tamaulipas en el segundo lugar nacional en gestión y aprobación de proyectos ante la Secretaría de Economía y el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) (Gobierno del Estado de Tamaulipas, 2018).

Tabla 6. Año de inicio de operaciones de negocios de mujeres emprendedoras de Reynosa, Tamaulipas.

Año de inicio de operaciones	Encuesta aplicada en 2020	Encuesta aplicada en 2021	Encuesta aplicada en 2022	Promedio
80s	0.995%	0.541%	0.952%	0.83%
90s	4.478%	3.784%	2.857%	3.71%
2000-2009	26.368%	17.297%	15.238%	19.63%
2010-2019	68.159%	63.243%	51.429%	60.94%
2020-2021	0%	15.135%	29.524%	14.98%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de encuestas RELAYN aplicadas en los años 2020, 2021 y 2022

Comparando con la encuesta nacional de ocupación y empleo 2022, el 55.1% de las mujeres empleadoras se encuentran en el sector formal y el 44.9% en el informal. En Reynosa, se tiene el 41.905% en el formal y el 53.333% en el informal. Ver tabla 7.

Tabla 7. Situación fiscal de los negocios de las mujeres emprendedoras de Reynosa, Tamaulipas.

Sector	2020	2021	2022	Promedio
Sector informal	47.264%	46.154%	53.333%	48.92%
Sector formal	51.244%	53.846%	41.905%	49.00%
No contestó	1.493%	0%	4.762%	2.09%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de encuestas RELAYN aplicadas en los años 2020, 2021 y 2022

Sin tomar en cuenta si la empresa pertenece al sector formal o informal, las emprendedoras externan su satisfacción tanto con el desempeño en conjunto de la misma además de tener la expectativa de realizarse como persona. Parte de los factores que pueden fundamentar su motivación en sentirse útil, elevar su autoestima y lograr independencia económica, aunque solo el 81.85% refiere que deja más que suficiente para vivir. Otro de los motivos que cubre una emprendedora no solo es la administración de un establecimiento, si no, el tiempo tanto de cantidad como de calidad que las dueñas utilizan para balancear su vida empresarial con la familiar. Al 18.15% no le deja suficiente para vivir, pero, aun así, no desiste de su intento, se puede considerar a la afectación durante y post pandemia COVID-19 como una limitante, ya que muchos negocios se vieron limitados en recorte de horas operativas, de personal y de salario por los bajos ingresos. Ver tabla 8.

Tabla 8. Satisfacción con la empresa

Satisfacción	2020	2021	2022	Promedio
Estoy muy satisfecho con el desempeño de la empresa en su conjunto.	91.542%	95.675%	98.096%	95.10%
Mi empresa me deja más que suficiente dinero para vivir	80.109%	81.622%	83.810%	81.85%
Mi empresa me permite realizarme como persona.	89.532%	92.432%	93.334	91.764

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de encuestas RELAYN aplicadas en los años 2020, 2021 y 2022

Las emprendedoras enriquecen sus dinámicas administrativas con diversas estrategias para seguir vigentes de manera que el plantearse objetivos concretos, el tener clara la misión y su visión de su empresa además de compartirlo con sus empleados para trabajar en equipo. Cada año a excepción de los dos años de pandemia por cumplimiento de las medidas sanitarias, las emprendedoras de la Región aprovechan la capacitación que, a través de un programa denominado “Orientación y Asesoría para tu negocio” para MiPymes, establecido entre la Secretaría de Economía y la Universidad Tecnológica de Tamaulipas Norte, el cual consiste en la elaboración de un plan de negocios a través de una consultoría aplicando herramientas de diagnóstico y generando propuestas de estrategias administrativas, financieras y de mercado. Cabe destacar que cada año se elaboran en promedio 80 planes de negocios y se brindan asesorías a través de pláticas informativas presenciales en promedio a 200 MiPymes.

Todo lo anterior, surge gracias a la vinculación entre estudiantes, emprendedoras y docentes quienes a través de los programas educativos guían a las y los estudiantes a cumplir con la competencia de administrar los recursos de las organizaciones, mediante la aplicación de metodologías y herramientas tecnológicas de planeación estratégica, financieras, mercadotecnia y gestión de calidad para contribuir a su desarrollo económico, social y ambiental y de su entorno. Todo este trabajo culmina con un foro ofrecido a las MiPymes en donde se participan dependencias gubernamentales como CANACINTRA, CANACO, PROFECO, SAT, Secretaría de economía y la Universidad Tecnológica de Tamaulipas Norte entre otras. Cabe mencionar que el último foro XI se llevó a cabo en agosto del 2022 (Universidad Tecnológica de Tamaulipas Norte [UTTN], 2022).

Cabe mencionar que las encuestas del 2020 fueron antes de pandemia, y las encuestas del 2022 fueron post pandemia, se puede destacar que, debido a la situación de la pandemia, las dueñas de los negocios se vieron obligadas a ser más cautelosas y tomar una perspectiva resiliente adaptándose a las tendencias que surgieron, como por ejemplo las ventas en redes sociales a través de transmisiones en vivo llamados “live” de los cuales las entregas han sido en puntos intermedios. Otras estrategias de las unidades económicas en general fue tomar pedidos en línea y entregar a domicilio y/o los mismos clientes recogían en el negocio para evitar aglomeraciones y/o contagios. Todo esto con el

objetivo de seguir en operaciones y fortalecer sus procesos de administración de recursos. Esto se ve reflejado entre el incremento del 2020 y el 2022 del 10.8%. Así como también, durante la pandemia en el 2021, hay un incremento con respecto al 2022 de un 5.07%, Ver 9.

Tabla 9. Estrategias de Dirección de las emprendedoras en Reynosa, Tamaulipas.

Estrategias	2020	2021	2022	Promedio
Planteo objetivos concretos que tenemos que lograr en la empresa.	79.602%	85.406%	90.476%	85.161%
Tengo clara la misión y visión, la comparto con mis empleados y tratamos de realizarla	70.775%	84.865%	89.52%	81.721%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de encuestas RELAYN aplicadas en los años 2020, 2021 y 2022

Parte del proceso administrativo que se lleva en un negocio contempla el control de activos que se encuentra dentro del aspecto financiero, se observa que desde el 2020 al 2021 hubo un aumento de un 5.196% donde las empresarias consideran que tienen muy claro cuánto dinero tienen disponible, del 2021 al 2022 el aumento de este mismo rubro fue del 0.408% lo que demuestra que año tras año el control de estos activos es parte de lo que hace que las empresas sigan a flote. La medida que muestra el más alto nivel de control es: *tengo muy claro cuánto dinero tengo disponible*, resultado de que su dirección estratégica es oportuna en tiempo y forma. La medida que resulta ser una oportunidad de mejora es: *conozco el valor de todo lo que gasto*, en este rubro se debe considerar tener servicios contables. Ver tabla 10.

Tabla 10. Finanzas. Control de activos

Control de activos	2020	2021	2022	Promedio
Tengo muy claro cuánto dinero tengo disponible.	91.543%	96.739%	97.147%	91.54%
Conozco el valor de todo lo que gasto	87.065%	93.514%	99.047%	87.07%
Conozco el valor de todo lo que cobro cada mes	87.064%	91.892%	95.238%	91.40%
Conozco el valor de lo que vendo cada mes	86.567%	91.892%	93.333%	90.60%
Conozco cuánto vale mi inventario	78.109%	91.892%	93.333%	87.78%
Conozco cuánto me deben mis clientes	86.07%	88.108%	88.571%	87.58%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de encuestas RELAYN aplicadas en los años 2020, 2021 y 2022

Los resultados del control de pasivos son más bajos que el control de activos. Sin embargo, sigue mostrando una tendencia de incremento del 2021 y 2022, que se puede asociar con la necesidad primero de sobrevivir al COVID-19, y después a la responsabilidad de aportar al ingreso familiar por los dependientes económicos, ver tabla 5.

Lo que se puede asociar a estos resultados notoriamente más bajos, es que el 31.61% cuenta

solo con educación básica y que el 48.92% está en el sector informal; estando en este sector, puede que no se tenga el conocimiento de la importancia del control de ingresos y egresos, además de desconocer las obligaciones de pertenecer al sector formal, lo cual puede disminuir la presión de llevar el control de sus préstamos, así como también llevar registros contables. Ver tabla 11.

Tabla 11. Finanzas. Control de pasivos

Control de pasivos	2020	2021	2022	Promedio
Conozco cuánto debo en préstamos al banco y/u otras instituciones	72.636%	83.243%	87.619%	81.17%
Conozco cuánto debo en préstamos a familiares y conocidos	71.144%	85.946%	90.476%	82.52%
Conozco cuánto debo a mis proveedores	85.573%	89.729%	94.285%	89.86%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de encuestas RELAYN aplicadas en los años 2020, 2021 y 2022

El 78.930% afirmó que cuenta con políticas y procedimientos para el respeto a los derechos humanos, el resto tiene una oportunidad de mejora para evitar caer en situaciones legales, donde se pueda ver afectada la rentabilidad de la empresa, lo cual va de la mano con el prestigio y la pérdida de clientes fieles.

Los medios de comunicación social pueden servir para divulgar un acto que no sea apto para la percepción del cliente y/o empleado y este puede difamar erróneamente a la empresa sin fundamento legal, en contraposición, puede ayudar a divulgar un acto que viole los derechos del mismo consumidor y/o empleado. Tabla 12.

El procurar el bienestar de los trabajadores es primordial en cualquier empresa, puesto que genera un ambiente laboral saludable, en los tres últimos años, se ha mostrado una tendencia en incremento, donde la toma de consciencia por la seguridad del empleado, brindar acceso a los servicios de salud, deben ser una prioridad, para prevenir sanciones legales de las instancias correspondientes. Así como también, las emprendedoras deben de dar cumplimiento a los artículos de la Ley Federal del Trabajo para contribuir a la vida balanceada del trabajador, respetando la jornada laboral.

La ética en los negocios, con las emprendedoras de Reynosa, el 94.081% mostró que evitan involucrarse en malas prácticas como en sobornos, corrupción, piratería o competencia desleal y tampoco lo permiten en sus clientes y proveedores. Esto habla de empresas fundadas con valores y ética empresarial que cuidan el prestigio para consolidar su negocio.

Para toda empresa, la prioridad la satisfacción y lealtad de sus clientes, el 96.957% comprende muy bien esta frase, cuidar su confidencialidad, atender sus quejas, comunicar sin engaños la información que les interesa respecto a precios, costos, términos de servicio, contratos y ofrecer productos que son seguros.

Tabla 12. Responsabilidad Social Corporativa.

RSC	2020	2021	2022	Promedio
Tenemos políticas y procedimientos para el respeto a los derechos humanos y para evitar complicidad en actos contra los derechos civiles, económicos, sociales y laborales y para evitar la discriminación.	71.642%	83.244%	81.905%	78.930%
En mi empresa procuramos el bienestar de los trabajadores, escuchando sus necesidades, dándoles un ambiente seguro, acceso a servicios de salud y una vida personal balanceada.	85.074%	87.027%	92.381%	88.161%
En mi empresa evitamos involucrarnos en malas prácticas como en sobornos, corrupción, piratería o competencia desleal y tampoco la permitimos en nuestros clientes y proveedores.	91.045%	94.054%	97.143%	94.081%
En mi empresa somos responsables con nuestros clientes: Cuidamos su confidencialidad, atendemos sus quejas, comunicamos sin engaños la información que les interesa respecto a precios, costos, términos de servicio, contratos y ofrecemos productos que son seguros.	94.527%	97.297%	99.047%	96.957%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de encuestas RELAYN aplicadas en los años 2020, 2021 y 2022

Discusión

Este estudio se pretende integrar a la futura línea de investigación: operatividad de la MiPymes en México, la cual está siendo desarrollada por docentes de tiempo completo de la carrera de Administración de la Universidad Tecnológica de Tamaulipas Norte en Reynosa, quienes están en espera de la convocatoria para su registro. Una de las limitaciones para este estudio fue que algunas microempresarias no respondían por desconfianza, por consiguiente, se buscaba a otra que si estuviera de acuerdo con colaborar. Otra de las limitaciones fue el poco tiempo asignado para el desarrollo de este artículo de investigación.

Para este estudio se considera la siguiente hipótesis: Las mujeres en Reynosa están motivadas para operar/administrar un negocio en base a sus características personales asociadas al emprendedurismo como la edad madura, estado civil casada, nivel de estudios altos y tener dependientes económicos.

Los resultados mostraron que hay una tendencia de incremento de emprendedoras en la edad de los 20s y 30s. A las mujeres de estos rangos de edad se les facilita el uso de las Tics y redes sociales para estrategias de ventas y mercadotecnia, un ejemplo de ello son las transmisiones en vivo para ventas de ropa, zapatos, productos para el hogar, para los bebés, etc., en la red social Facebook. Otra característica es la habilidad de comunicación que tienen para la interacción con clientes potenciales. Además de tener preparación académica que les da seguridad para llevar el control de su contabilidad.

Por otra parte, se detectó un decremento de mujeres emprendedoras en edad madura de los 40s. Aunque el promedio de los tres años es el más alto el cual concuerda con los autores Paredes, et al., (2019) quienes asocian la edad madura como una característica de una mujer emprendedora. Esta tendencia fue a la baja en el mismo periodo.

Con respecto al grado de estudios, cabe mencionar que se observó que el nivel básico mostró en promedio un 31.61%; destaca este porcentaje alto porque en la ciudad hay mucho apoyo para seguir estudiando como el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA), telesecundarias públicas, escuelas privadas de modalidad presencial y virtual (Instituto Nacional para la Educación de los Adultos [INEA], 2023). Sin embargo, estas emprendedoras desarrollan habilidades de emprendimiento y administración por necesidad. El porcentaje más alto fue el de Educación Media Superior con un 35.98%, también se destaca por el hecho de que estas emprendedoras prefieren abrir un negocio que incursionar en el sector industrial desempeñándose como operarias con este nivel de estudios.

El estado civil de las mujeres emprendedoras se detectó muy variado, siendo que el 56.08% concuerda con Paredes, et al., (2019) que asocian ser casada para ser emprendedora y el resto 44% se divide entre solteras, divorciadas/separadas, madre soltera, unión libre y viuda, ser casada no es una característica predominante.

La característica personal que más impacta es el tener dependientes económicos con un 82.55%, esto concuerda con lo que Paredes et al., (2019) asocian para ser emprendedora. La característica menos impactante fue el nivel de estudios altos con un 26.05%, sin embargo, haciendo un comparativo con la encuesta nacional de ocupación y empleo 2022, el 46.5% de las mujeres emprendedoras tienen nivel de escolaridad media superior o superior y en Reynosa se tiene un 71.429%.

Aunque según Leiva Bonilla (2013), no existen reglas para ser un emprendedor exitoso. Por otra parte, Adán Mico y González López (2015) sostienen que “el buen emprendedor debe contar con conocimientos profesionales, los resultados mostraron que solo el 26.05% tiene alto nivel de estudios.

Tabla 13. *Porcentaje de características personales asociadas al emprendedurismo, promedio de 2020, 2021 y 2022.*

Característica personal	Promedio
Edad madura	33.35%
Alto nivel de estudios	26.05%
Estado civil	56.08%
Tener hijos	82.55%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de encuestas RELAYN aplicadas en los años 2020, 2021 y 2022

Con lo referente a la pregunta, ¿Qué factores contribuyen al emprendedurismo en las mujeres de Reynosa, Tamaulipas? Se consideran los siguientes:

- La administración del gobierno estatal (2016-2022) otorgó apoyos económicos del 2018 al 2021 para las MiPymes, esto tiene una relación directa con el año de inicio de operaciones más alto del 2010-2019.
- Con respecto a la situación fiscal, el sector formal e informal están muy a la par, con el 49% y el 48.92% respectivamente. Hoy en día, los trámites ante el Servicio de Administración Tributaria son más accesibles para realizar por los medios digitales los cuales forman parte de los procesos.
- Se destaca como oportunidad la ubicación geográfica del municipio ya que favorece a la apertura, permanencia y desarrollo de los negocios que favorece la logística para el transporte de materias primas, así como envíos de productos. Se pueden considerar como fortalezas su conectividad ferroviaria con 937 kilómetros de vías férreas con conexiones a los principales mercados de México y el Este de Estados Unidos. Las líneas ferroviarias son: Ferromex, Kansas City Southern, Coahuila-Durango, Ferrosur, Chiapas-Mayab y Oaxaca-Sur; además de su conectividad carretera con 14,014 kilómetros de carreteras y caminos conectando de manera eficiente regiones geográficas y económicas de Norteamérica. También se le suma sus 5 cruces internacionales: Anzaldúas, Hidalgo, Pharr (carga), Donna y Nuevo Progreso (carga). Estar en frontera les permite analizar un ambiente mercadológico internacional para crear sus propias estrategias considerando las tendencias, innovaciones en productos y/o servicios, estimación de costos. Otra oportunidad que favorece a las emprendedoras es que el municipio cuenta con 13 parques industriales con más de 240 maquiladoras generando empleos, lo que aumenta en la ciudadanía el poder adquisitivo y es aquí donde juegan un papel importante las mujeres emprendedoras para ofertar sus productos y/o servicios. (Invest Tamaulipas, 2023).
- El municipio cuenta con variedad de oferta educativa tanta modalidad virtual, presencial y/o mixta, la cual les permite a las emprendedoras seleccionar entre 25 instituciones de nivel superior y 27 de formación para el trabajo. Así como también, modalidad a distancia y abierta para educación media superior.

De acuerdo con los resultados, las emprendedoras de Reynosa sienten satisfacción del desempeño de su empresa, esto las motiva a mantener operando el negocio, la encuesta arrojó una tendencia de incremento en los tres años analizados, según los resultados: el 95.10% se siente satisfecha con el desempeño, el 81.85% comenta que el negocio le deja más que suficiente dinero para vivir y el 91.76% afirma que les permite realizarse como persona. Todo esto se puede asociar a

que siguen en la preferencia de sus clientes por sus productos y/o servicios.

Para cualquier empresa es primordial manejar de forma eficiente sus estrategias de dirección, las mujeres emprendedoras de la ciudad de Reynosa demostraron a través de los resultados en promedio, un incremento en los últimos tres años, del cual un 85.16% plantea objetivos concretos y un 81.72% tiene clara la misión y visión. Ver tabla 9.

Con lo referente a las finanzas, mostradas en este estudio, en promedio fueron, para control de activos fue 89.32% y el control de pasivos fue 84.51%. Estos resultados son sorprendentes, ya que el 31.61% tiene educación básica, otro aspecto importante a mencionar, es que se está viviendo en una situación post pandemia, donde las emprendedoras, continúan operando con buenas prácticas que les permiten la permanencia.

Por otra parte, la responsabilidad social corporativa en tres rubros. bienestar de los trabajadores, evitar malas prácticas y la responsabilidad con los clientes, han ido en incremento estos tres últimos años, a pesar de que el 31.61% solo cuenta con educación básica y el 35.98% cuenta con educación media superior. Se tiene conciencia de la importancia de contar con políticas establecidas que hacer valer y cumplir con esta responsabilidad. Cabe mencionar que el respeto a los derechos humanos en promedio es el más bajo con un 78.930%, los resultados mostraron un descenso en el 2022, llama la atención ya que debería de ir en incremento.

Por todo lo anterior, las emprendedoras de Reynosa, Tamaulipas, tienen fortalezas como oportunidades de mejora. La pandemia COVID 19, les dejó lecciones de resiliencia para enfrentar los retos que conlleva sobrevivir, esto las llevó a mejorar sus prácticas en su negocio de gestión administrativa, financiera y de dirección.

Independientemente del perfil para ser emprendedora, las estrategias de dirección, la satisfacción con la empresa y el control financiero deben de ser una parte inherente para iniciar y mantener un negocio.

Referencias

- Adán, P y González, A. (2015). El potencial del emprendedor. *Emprender con éxito 10: Claves para generar modelos de negocio*. Colombia: Alpha Editorial.
- Aguilar, O. C., Peña, N. B. & Posada, R. (2021). *Metodología y resultados generales del estudio de cultura financiera en microempresarios de Latinoamérica*. En Posada, R., Peña, N.B. & Aguilar, O.C. (Coord.), *Cultura financiera en la micro y pequeñas empresas de Latinoamérica*, Tomo I. Querétaro: Editorial McGraw-Hill.
- Bauer, S., Finnegan, G., Haspels, N. (2008). *GET Ahead for Women in Enterprise: Training Package and Resource Kit*. International Labour Organization.
- Camarena, M (2018) Capacitación en las PYME dirigidas por mujeres en la ciudad de México. *Revista Universidad y Empresa*. Vol. 21 (Num.37), 76-107. <https://doi.org/10.12804/revistas.uosario.edu.co/empresa/a.6467>

- Gobierno de Tamaulipas. (2018). *Estado de Tamaulipas*. Tamaulipas ocupa segundo lugar nacional en aprobación de proyectos MiPymes: <https://www.tamaulipas.gob.mx/2018/12/ocupa-tamaulipas-segundo-lugar-nacional-en-aprobacion-de-proyectos-mipymes/>
- Gobierno de Tamaulipas. (2020). *Estado de Tamaulipas*. Gobierno de Tamaulipas triplicará créditos para micro y medianas empresas: [https://www.tamaulipas.gob.mx/2020/11/gobierno-de-tamaulipas-triplic\(Muj22\)ara-creditos-para-micro-y-medianas-empresas/](https://www.tamaulipas.gob.mx/2020/11/gobierno-de-tamaulipas-triplic(Muj22)ara-creditos-para-micro-y-medianas-empresas/)
- Gobierno de Tamaulipas. (2020). *Estado de Tamaulipas*. Impulsando a jóvenes, gobierno de Tamaulipas entregó créditos a emprendedores. <https://www.tamaulipas.gob.mx/2020/12/gobernador-cabeza-de-vaca-continua-impulsando-a-jovenes-entrego-creditos-a-emprendedores/>
- Gobierno de Tamaulipas. (2021). *Estado de Tamaulipas*. Con el objetivo de impulsar los negocios de los emprendedores tamaulipecos y fortalecer la reactivación económica de la entidad.: <https://www.tamaulipas.gob.mx/2021/01/gobernador-entrega-mas-apoyos-economicos-a-jovenes-emprendedores-y-micro-empresarios/>
- Gobierno de Tamaulipas. (2021). *Estado de Tamaulipas*. Destina gobierno de Tamaulipas más de 267 millones de pesos para fortalecer a las MiPymes tamaulipecas: <https://www.tamaulipas.gob.mx/2021/08/destina-gobierno-de-tamaulipas-mas-de-267-millones-de-pesos-para-fortalecer-a-las-mipymes-tamaulipecas/>
- Gobierno de Tamaulipas. (2021). *Estado de Tamaulipas*. Invierte gobierno de Tamaulipas cerca de 1600 mdp para fortalecer MiPymes tamaulipecas: <https://www.tamaulipas.gob.mx/2021/11/invierte-gobtam-cerca-de-1600-mdp-para-fortalecer-mipymes-tamaulipecas/>
- Gobierno de Tamaulipas. (2021). *Estado de Tamaulipas*. Refrenda gobierno de Tamaulipas compromiso con fortalecimiento a MiPymes tamaulipecas. <https://www.tamaulipas.gob.mx/2021/10/refrenda-gobtam-compromiso-con-fortalecimiento-a-mipymes-tamaulipecas/>
- Gobierno de Tamaulipas. (2022). *Gobierno de Tamaulipas*. Obtenido de Plan Estatal de Desarrollo: <https://www.tamaulipas.gob.mx/planestatal/plan-estatal-de-desarrollo-2016-2022-v2.pdf>
- INADEM. (2022). *Las MiPymes en México: retos y oportunidades*. Secretaría de Economía: En: <https://www.inadem.gob.mx/las-mipyme-en-mexico-retos-y-oportunidades/>
- Instituto Nacional de las Mujeres. (2022). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Sistema de indicadores de Género: Empleadoras*. CDMX. En: <http://estadistica-sig.inmujeres.gob.mx/formas/tarjetas/Empleadoras.pdf>
- Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (2023) *Movimiento Nacional para la Alfabetización y la Educación. Oferta Educativa*. CDMX. En: <http://laeducaciontransforma.inea.gob.mx/info.html>
- Invest Tamaulipas. (2023). *¿Por qué invertir en Reynosa? Conectividad carretera*. Tamaulipas. En: <https://view.officeapps.live.com/op/embed.aspx?src=https://www.investintamaulipas.com/public/documents/presentaciones/espanol/por-que-invertir-en-reynosa.pptx>
- Invest Tamaulipas. (2023). *¿Por qué invertir en Reynosa? Cruces internacionales*. Tamaulipas. En: <https://view.officeapps.live.com/op/embed.aspx?src=https://www.investintamaulipas.com/public/documents/presentaciones/espanol/por-que-invertir-en-reynosa.pptx>
- Leiva Bonilla, J. C. (2013). *Los emprendedores y la creación de empresas*. Colombia: Instituto Tecnológico de Costa Rica.
- Paredes Hernández, S. P., Castillo Leal, M., & Saavedra García, M. L. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de negocios*, 158-167. En: <https://www.redalyc.org/journal/6099/609964312008/>
- Peña, N.B., Posada, R., y Aguilar, O.C. (2023). *Método y resultados generales del estudio de las diferencias entre las estrategias de gestión en directores y directoras de la mype de Latinoamérica*. En Peña, N.B., Posada, R., y Aguilar, O.C. (Coords.). *Diferencia entre las estrategias de gestión en directores y directoras de la mype Latinoamérica*. Tomo I (pp.1-9).

- Ciudad de México: McGraw Hill.
- Posada, R., Peña, N. B., & Aguilar, O. C. (2020). *Resultados generales del estudio de innovación e industria 4.0 en las micro y pequeñas empresas en América Latina*. En Fernández, A., Reyes, A., Demesa, J. C. & Gómez, M. A. (Coord.), *Innovación e industria 4.0 en las micro y pequeñas empresas en América Latina*. Tomo I (pp. XV-XX). Ciudad de México: Editorial McGraw-Hill
- Prieto Sierra, C (2014). Conceptos de innovación y emprendimiento. *Emprendimiento: conceptos y plan de negocios*. México: Pearson Educación.
- Real Academia Española. (s.f.). *Emprender*. En Diccionario de la lengua española. Recuperado el 16 de mayo, 2023, de <https://dle.rae.es/emprender?m=form>
- Ricoy Lorenzo, C. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. *Revista do Centro de Educação, 31(1)*, 11-22. En: <https://www.redalyc.org/pdf/1171/117117257002.pdf>
- Universidad Tecnológica de Tamaulipas Norte. (26 de agosto de 2022). *ORGANIZAN ALUMNOS DE LA UTTN TALLER DE CAPACITACIÓN A MICROEMPRESARIOS*. Universidad Tecnológica de Tamaulipas Norte. <http://www.uttm.edu.mx/prensa/organizan-alumnos-de-la-uttm-taller-de-capacitacion-a-microempresarios/>

ANEXO 1

24 preguntas seleccionadas de las encuestas originales de RELAYN 2020, 2021 y 2022.

Enlace para ver encuesta original de RELAYN 2020 <https://shorturl.at/jtvDS>

Enlace para ver encuesta original de RELAYN 2021 <https://shorturl.at/hiPRW>

Enlace para ver encuesta original de RELAYN 2022 <https://shorturl.at/ahCO3>

1. Edades de las mujeres
2. Grado de estudios
3. Estado civil
4. Cantidad de mujeres emprendedoras con hijos
5. Año de inicio de operaciones
6. Situación fiscal de los negocios

FINANZAS. CONTROL DE ACTIVOS

7. Tengo muy claro cuánto dinero tengo disponible.
8. Conozco el valor de todo lo que gasto
9. Conozco el valor de todo lo que cobro cada mes
10. Conozco el valor de lo que vendo cada mes

11. Conozco cuánto vale mi inventario
12. Conozco cuánto me deben mis clientes

CONTROL DE PASIVOS

13. Conozco cuánto debo en préstamos al banco y/u otras instituciones
14. Conozco cuánto debo en préstamos a familiares y conocidos
15. Conozco cuánto debo a mis proveedores

PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN CON LA EMPRESA:

16. Estoy muy satisfecho con el desempeño de la empresa en su conjunto.
17. Mi empresa me deja más que suficiente dinero para vivir
18. Mi empresa me permite realizarme como persona.

PARA MEDIR ESTRATEGIAS DE DIRECCIÓN DE LAS EMPRENDEDORAS

19. Planteo objetivos concretos que tenemos que lograr en la empresa.
20. Tengo clara la misión y visión, la comparto con mis empleados y tratamos de realizarla

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

21. Tenemos políticas y procedimientos para el respeto a los derechos humanos y para evitar complicidad en actos contra los derechos civiles, económicos, sociales y laborales y para evitar la discriminación.
22. En mi empresa procuramos el bienestar de los trabajadores, escuchando sus necesidades, dándoles un ambiente seguro, acceso a servicios de salud y una vida personal balanceada.
23. En mi empresa evitamos involucrarnos en malas prácticas como en sobornos, corrupción, piratería o competencia desleal y tampoco la permitimos en nuestros clientes y proveedores.
24. En mi empresa somos responsables con nuestros clientes: Cuidamos su confidencialidad, atendemos sus quejas, comunicamos sin engaños la información que les interesa respecto a precios, costos, términos de servicio, contratos y ofrecemos productos que son seguros.