



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE
MÉXICO



FACULTAD DE ECONOMÍA

ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LAS TIC's EN LAS MIPYMES EN EL GIRO DE
ALIMENTOS Y BEBIDAS EN TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO 2024.

Tesis

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ECONOMÍA

PRESENTA:

LUIS MANUEL TIERRABLANCA MORALES

ASESORA:

DRA. EN EDU. MA. LUISA HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

REVISORES:

DRA. EN C. ED. MARÍA DEL CARMEN GÓMEZ CHAGOYA

DR. EN C. E. y E. JUAN JOSÉ LECHUGA ARIZMENDI

TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO

OCTUBRE 2025

Índice

Índice	3
índice tablas	5
Índice gráficas	6
Introducción	7
CAPÍTULO I: MARCO DE REFERENCIA	11
1.1 Conceptualización de la globalización.....	11
1.2 Origen del capitalismo moderno	11
1.3 Origen y conceptualización de la empresa.....	12
1.4 Función de la empresa	14
1.5 Impacto de la demanda y oferta en el sector laboral	14
1.6 Inicio de las MIPYMES el ámbito internacional.	15
1.7 Participación económica de los ciudadanos en la economía.....	16
1.8 Origen de la tecnología y conceptualización de las TIC's.....	17
1.9 Aplicación de las TIC's en la empresa.....	19
1.10 Las 5 revoluciones industriales	19
1.11 Participación de las empresas en la economía en México	23
1.12 Personal ocupado y capacitación 2014.....	25
1.13 Las MIPYMES en México 2018 - 2023.....	27
CAPÍTULO II: EVOLUCIÓN DE LAS POLÍTICAS ENFOCADAS A LAS MYPE's EN MÉXICO 2006-2023.....	31
2.1 La política y el crecimiento económico.....	31
2.2 Políticas públicas enfocadas a la MIPYME.....	31
2.3 Políticas enfocadas a la MYPE en México 2012-2018.....	42
2.4 Contribución al mecanismo de eficiencia de los mercados	44
2.5 Fortalecimiento del respaldo a las MIPYMES y el incremento de la cultura emprendedora.	44
2.6 Implementación de política de fomento industrial aplicada a la economía mexicana.....	45
2.7 Fortalecimiento de la integración global y la atracción de inversión extranjera directa	46
2.8 Políticas enfocadas a la MIPYME en México 2019 - 2024.....	47

CAPÍTULO III: LA INCURSIÓN DE LAS TIC'S EN LAS MIPYMES EN TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO, SU DESARROLLO Y SUS ALCANCES.....	50
3.1 Dinamismo de los sectores económicos del Estado de México y de Toluca....	50
3.2 Obstáculos a las que se enfrentan las MIPYMES.	53
3.3 Las MYPES en Toluca, Estado de México.....	54
3.4 Variables a analizar para aumentar las posibilidades de éxito de la empresa	58
3.5 Tecnología e información	61
3.6 Situación legal y fiscal de la empresa de los encuestados.....	63
3.7 Innovación	80
3.8 La importancia de la consultoría empresarial.....	83
3.9 Estrategia de control financiero.....	84
3.10 perfil del comprador por internet	84
3.11 Estrategia de promoción.....	85
3.12 Algunas consideraciones de comercio electrónico en el sector de bebidas y alimentos.....	86
3.13 MIPYMES en México algunos casos de éxito que aplicaron TIC'S.....	87
Conclusiones	90
Referencias.....	93
Anexo 1	101

índice tablas

Numero de tabla	Sección índice	Página
Tabla 1	1.3	13
Tabla 2	1.12	26
Tabla 3	1.13	29
Tabla 4	1.13	29
Tabla 5	2.2	33
Tabla 6	2.2	34
Tabla 7	2.2	40
Tabla 8	2.2	42
Tabla 9	3.1	52
Tabla 10	3.10	85

Índice gráficas

Numero de gráfica	Sección índice	Página
Gráfica 1	1.5	15
Gráfica 2	1.7	17
Gráfica 3	1.11	23
Gráfica 4	1.11	24
Gráfica 5	1.11	24
Gráfica 6	1.12	25
Gráfica 7	1.12	27
Gráfica 8	1.13	30
Gráfica 9	2.3	43
Gráfica 10	2.7	47
Gráfica 11	2.8	49
Gráfica 12	3.2	54
Gráfica 13	3.3	57
Gráfica 14	3.3	57
Gráfica 15	3.4	59
Gráfica 16	3.4	60
Gráfica 17	3.4	61
Gráfica 18	3.6	63
Gráfica 19	3.6	64
Gráfica 20	3.6	65
Gráfica 21	3.6	65
Gráfica 22	3.6	66
Gráfica 23	3.6	67
Gráfica 24	3.6	68
Gráfica 25	3.6	69
Gráfica 26	3.6	70
Gráfica 27	3.6	71
Gráfica 28	3.6	72
Gráfica 29	3.6	72
Gráfica 30	3.6	73
Gráfica 31	3.6	73
Gráfica 32	3.5.2	74
Gráfica 33	3.6	75
Gráfica 34	3.6	76
Gráfica 35	3.6	76
Gráfica 36	3.6	77
Gráfica 37	3.6	78
Gráfica 38	3.6	79
Gráfica 39	3.7	79
Gráfica 40	3.7	80
Gráfica 41	3.7	81
Gráfica 42	3.7	81
Gráfica 43	3.7	82
Gráfica 44	3.7	83

Introducción

A través de esta tesis se explica la situación de la MIPYME en el contexto internacional y a nivel nacional, se abordan temas referentes a la génesis de la empresa y su conexión con el mundo, su comportamiento y desenvolvimiento en el capitalismo, así como la evolución de la economía global, analizando hechos que repercutieron fuertemente a la empresa, como las crisis económicas y cómo estas afectaron el mundo empresarial.

Ante la globalización de los mercados, cada país compite para destacar en los sectores con ventaja competitiva y centrándose en una mejor posición en el mercado de intercambio de bienes y servicios, así como de divisas. Mientras que las grandes empresas con amplia experiencia en mercados nacionales e internacionales han recorrido largos caminos perfeccionando, innovando y usando las Tecnologías de la información y comunicación (TIC's) para el análisis de los mercados, mejoramiento de producto/servicio, atención al cliente, distribución, entrada a nuevos mercados y diseño de diversas estrategias, situación que les ha permitido ser cada día más competitivas.

En México el sector de bebidas y alimentos representa un gran dinamismo, al tratarse de un bien básico y consumible de manera constante. La gastronomía mexicana culinaria, sus tradiciones, sabores y recetas son inigualables, mismas que se han enriquecido de las aportaciones de las diferentes regiones del país; por tanto, México es famoso por su gastronomía, factor que lo hace destacar por naturaleza.

En este sector, hoy en día se lleva a cabo la implementación para las transferencias financieras, contabilidad, compras, ventas, nómina, incluso para implementar los procesos de los establecimientos que cuentan con algún sistema de ambientación tales como pantallas o música predeterminada para el establecimiento como estrategia de publicidad, se pueden incluir algunas funcionalidades de eficiencia también como son los sistemas de asignación de turnos, los procesos especializados como la fabricación de platillos en cada uno de sus pasos es de bastante importancia para el comercio debido a la optimización de procesos económicos, al mismo tiempo el desplazamiento del personal debe ser el mínimo y más eficiente posible.

La composición organizacional de una empresa es fundamental para el correcto funcionamiento de esta en la producción, distribución de los recursos, eficiencia en tiempos de espera, logística de distribución eficiente para obtener el mayor beneficio posible de los recursos invertidos en la empresa. La tecnología ofrece esta nueva oportunidad de facilitar la organización abonando a las metas que la empresa se proponga alcanzar.

El objetivo general de esta tesis es analizar las condiciones de las MIPYMES (Micro pequeñas y medianas empresas) en México y valorar el uso de las TICs para la implementación de estrategias de mercado/ producto y de manera específica en las MYPES (Micro y pequeñas empresas) dedicadas a la industria de bebidas y alimentos en el municipio de Toluca, Estado de México.

La hipótesis planteada es: “El éxito de la incorporación de las TIC’s a las MIPyMES del municipio de Toluca Estado de México en el sector de bebidas y alimentos implica que los empresarios continúen con su nivel preparación, la capacitación de su personal y la identificación de apoyos gubernamentales de apoyo a la empresa y de ser posible ocuparlos”

El proceso metodológico para esta tesis es realizar una investigación no experimental, de correlacional causal, ya que tiene el objetivo de describir las relaciones entre distintas categorías de la empresa, tales como producción, distribución, contabilidad, promoción, distribución de los recursos, eficiencia en tiempos de espera, logística entre otras variables que pretenden explicar las causas y aportar soluciones a la empresa a través de la incorporación de las TICs. Para lo cual se diseña un instrumento de 49 preguntas, para su posterior aplicación a través de un muestreo de tipo intencionado, llevado a cabo en las MyPES del municipio de Toluca.

En el capítulo 1 se aborda el origen de las MIPYMES, así como su contexto y adaptación en el ámbito internacional, englobando las principales compañías que han logrado una trascendencia larga y con un alcance importante.

Se analiza todo lo relacionado con la empresa, así como su origen, conceptualización, su influencia de la globalización y cómo fue que el capitalismo moderno ha surgido a través de los años. Además, se analiza la función de la empresa y su relación con el sector laboral y como esta internacionalización, ha llevado a la implementación de tecnologías de la información (TIC's), las formas de aplicación, su evolución a través de las revoluciones industriales, para así mejorar su funcionamiento, su relación con otras empresas, o bien con sus clientes al permitir una mejora en la comunicación.

Además se expone una realidad de la MIPYME en México para poder comprender los niveles de empleo, desempleo y como es que son clasificadas de acuerdo a sus ingresos y el número de personal, haciendo una comparación de 2016 a 2024, asimismo se analiza la distribución de empresas por sector de actividad económica en el año 2014 y 2023, para precisar las diferencias y similitudes con el personal ocupado de acuerdo a sector de actividad económica, con la finalidad de entender cuál es el sector que más empleo genera y si esto explica la realidad económica y empresarial en México.

En el capítulo 2 se explica la relación de la política económica y el crecimiento económico, una vez explicada la situación general del país se procede a explicar cómo es que las políticas públicas se relacionan con el desempeño de la MIPYME y así explicar si estas tienen una inferencia o no dentro del crecimiento de la empresa, y si el Estado aporta a este crecimiento de la empresa.

El análisis se hace tomando en cuenta cada periodo de gobierno como una referencia en el sentido de los años estudiados, con un enfoque a los principales programas de cada gobierno y su alcance en cada sexenio, tomando en cuenta los proyectos que se generaron. A fin de tratar de exponer como es que el gobierno interviene en la economía para apoyar a la creación de empresas, y analizar si las políticas han tenido algún impacto positivo en la realidad de la economía en México.

En el capítulo 3 se expone la situación económica del Estado de México y de la empresa, así como la situación en la que se desenvuelve. Se busca encontrar las estrategias más adecuada que deben tomar las empresas para poder enfrentar los obstáculos que se van presentando y alcanzar sus objetivos; y valorar si es que

pueden utilizar las herramientas que el gobierno les brinda para poder alcanzar la excelencia empresarial, así como identificar las tecnologías que pueden generar estrategias de adaptación al mercado.

Dentro de este contexto, se busca establecer cuál es la situación de la composición empresarial en el Estado de México y valorar de manera concreta la situación de las micro, pequeñas y medianas empresas y el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en Toluca, Estado de México.

CAPÍTULO I: MARCO DE REFERENCIA

1.1 Conceptualización de la globalización.

El origen de la globalización se empieza a documentar finalizando el siglo XX, lo que se ha traducido en un proceso de condensación de información a nivel mundial, históricamente se refleja en las transformaciones de los productos, su forma de producirlos y de comercializarlos. La globalización se define como la interconexión de las economías mundiales a través del intercambio de productos, cultura, servicios, etc. (Castells, 2005).

1.2 Origen del capitalismo moderno

El capitalismo liberal tiene su surgimiento a finales del siglo XVIII y hasta gran parte del siglo XIX, en la Edad Media, la empresa exhibe la supremacía del dueño, en la que el dueño se muestra como el soberano indiscutible en el ámbito de manufactura y poder de decisión. Cerca del final de las monarquías europeas se establece al apareamiento de la corporación y al mismo tiempo se presenta el apogeo del mercantilismo, en el cual, las insólitas prácticas de articulación de la fabricación rechazaban cierta condición de amparo de los trabajadores (Castillo, 2014).

El capitalismo a través de la historia ha tenido momentos importantes de auge y declive de la economía. En la época de 1929 la economía estadounidense presenta uno de los momentos más críticos de la Economía, conocida como “la gran depresión” o “el jueves negro ante la caída de la bolsa” lo que dio un duro golpe al sistema capitalista, y al estudio de la economía, muchos de los mejores economistas pensaban que esto no sucedería, creían que los precios se iban a mantener creciendo a ritmos estables, pero estaban equivocados (ALLAIS, 1999).

La primera señal de alarma fue el exponencial crecimiento de la economía en un 215%, no obstante, desde enero de 1925 a agosto de 1929 la velocidad de la circulación de los depósitos aumento hasta en un 40%. En este incremento de flujo de efectivo fue como los bancos permitieron el alza de precios en Wall Street, debido a que las expectativas de los inversionistas estaban al alza, por lo cual los mismos

inversionistas seguían socavando aún más el problema, al incrementar el monto de los depósitos, y la sobre apreciación del valor de las acciones (ALLAIS, 1999).

Las consecuencias de esta caída fueron muy graves puesto que resultaron en una contracción en un 20%, lo que hizo que disminuyeran las importaciones y las exportaciones de capital, llevando a un quebranto masivo de las balanzas de pagos y empeoraron los desequilibrios exteriores, en el periodo de 1929-1932, esto sucedió antes de la Segunda Guerra Mundial (FUNDACION BBVA, 2011).

La nueva era de globalización se vislumbró de manera muy clara en la comercialización de bienes y servicios. Posterior a la Segunda Guerra Mundial, los intercambios económicos experimentaron una expansión consecuencia del General Agreement on Tariffs and Trade por sus cifras en inglés (GATT), presentándose la segunda revelación de la globalización de la empresa generando inversión directa entre países (Canals, 1994).

A partir de este acuerdo se hizo realidad el TLCAN que permitió una mayor comercialización entre México, EE. UU. y Canadá, estos cambios en el funcionamiento de la economía también permitieron contrastar las diferencias de culturales, así como el acceso a tecnologías y los procesos de intercambio comercial de los diferentes países, quedando México en el último lugar rezagando a sus pequeñas empresas respecto a Estados Unidos o Canadá en cuestión tecnológica (UXBI, 2022).

1.3 Origen y conceptualización de la empresa

La empresa surge de la necesidad de subsistencia del hombre y cuando la sociedad se organiza y se integra al individuo a ésta aprovechando los talentos y habilidades únicas de cada persona. La empresa está caracterizada por ser el elemento fundamental de fabricación de productos y servicios, estructura una entidad económica y social con ánimo de lucro. Los elementos imprescindibles para fundar una empresa son: capital, trabajo, tierra y capacidades fiscales.

Es necesario definir los conceptos del emprendedor en la micro, pequeña, mediana y gran empresa. En el caso del emprendedor se refiere a hombres y mujeres que tienen una idea de negocio en mente y se encuentran en proceso de crear, desarrollar y consolidarla en un negocio real, algunas veces los emprendedores no cuentan con la suficiente experiencia empresarial, el financiamiento o la tecnología para llevar a cabo sus ideas.

De acuerdo con la tabla 2 el criterio para definir el tamaño de las empresas está determinado en función del número de empleados y el volumen de ventas anual, sin embargo, hoy en día puede haber excepciones ya que gracias a la tecnología hay casos en donde el número de trabajadores es mínimo, aunque el nivel de ventas supera los estándares habituales de las demás empresas.

Tabla 1

Tamaño de empresa según número de trabajadores y ventas en México 2012

Tipo de empresa	Número de trabajadores	Volumen de ventas anual
Microempresa	De 1 a 10	Menos de 4 millones de pesos
Pequeñas empresas	De 11 a 30	Superiores a 4 millones y hasta 100 millones de pesos
Mediana empresa	De 31 a 100	Desde los 100 millones y hasta 250 millones de pesos
Grandes empresas	De 101 a 251	Superiores a los 250 millones de pesos

Fuente: Elaboración propia con datos de la secretaria de economía 2006-2012 Inicio > México Emprende > Empresas, disponible en <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas> consultado el 26/06/2019

Una vez definido el tamaño de las empresas, es necesario hablar también de las funciones que estas cumplen en la economía, tales como; generar riqueza a través de la reinversión de capital, responder a las necesidades y demandas dentro de su nicho de mercado, fomentar la competencia siendo cada vez más productivos, crear nuevos productos modelos y/o técnicas de negocio, generar empleos entre otras funciones.

1.4 Función de la empresa

La empresa tiene un inicio y finalidad, forma parte fundamental de la economía, puesto que su función está más allá de la comprensión básica del conjunto de cuentas y papeles legitimados bajo la ley, sino que también es parte esencial del capitalismo ya que operan bajo este sistema económico, porque es justamente donde las empresas se interactúan con las familias y son ellas mismas el reflejo de la empresa misma, puesto que conforme los trabajadores pasan tiempo de calidad y de cantidad también, forman parte fundamental de la ésta y de su imagen. La empresa es en esencia y materia el sustento de las familias.

La empresa es un organismo, de subsistencia prácticamente duradera, su propósito es la obtención de una utilidad por medio una oferta que satisface una necesidad del mercado se materializa en la oferta de bienes y servicios con la contraprestación de un precio (Villegas, 2012). La empresa como *"Es un organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela"* (Romero, 1997).

Son la explicación de las crisis donde las empresas caen en pérdidas, ante ello una de las primeras alternativas para rescatar la empresa es la disminución de personal, consecuencia de la disminución de la demanda, y a su vez se traduce en una disminución de los ingresos. Pese a las estrategias que se emprenden muchas veces, la empresa no logra subsistir y se ve obligada a cerrar sus operaciones, perdiéndose los empleos.

1.5 Impacto de la demanda y oferta en el sector laboral

Bajo el contexto mencionado anteriormente, la pérdida de empleos se ve reflejada en un aumento en la oferta de la mano de obra, lo que causa una disminución en el precio de esta, como se puede observar en la gráfica 1

Gráfica 1

Relación precio – demanda en el sector laboral



Fuente: Elaboración propia.

Por lo que es importante describir la estructura del empleo y medir cual es el sector que mayor empleo genera, situación que lamentablemente se reflejó significativamente durante la pandemia por COVID 19, en México comenzó el 17 de marzo del 2020.

1.6 Inicio de las MIPYMES el ámbito internacional.

La empresa internacional alcanzó una escala muy importante con el inicio de la globalización intensificando su influencia en el dinamismo económico de todo el mundo de manera muy representativa. Algunos de los elementos que se explican en el umbral de la innovación empresarial incide el aparatoso crecimiento del alcance de internet en todo el mundo.

Las transformaciones en la economía global han transportado a las corporaciones a q que destinen su visión hacia mercados nuevos, de manera que la globalización como manifestación económica y social representa una extensa lista de oportunidades y ofrece el entorno para que dicho objetivo se logre (Puerto Becerra, 2010).

Las MIPYMES en el mundo son de gran importancia, además existen diferencias palpables en cada uno de los niveles de empresas. A nivel internacional, las corporaciones y compañías se hallan luchando de modo progresivo con innovadores modelos de fabricación y comercialización, es decir, que están luchando por el control

del mercado mundial, ocurriendo así una condición de competitividad a nivel internacional, incorporando nuevas mercancías y métodos de producción, de tal manera que existe un crecimiento de transformaciones especializadas en tecnología; además, constan de sobresalientes corporaciones competitivas en la industria mundial.

Los efectos estructurales que tienen las TIC's sobre las empresas tienen resultado en la producción empresarial, así como la actualización del capital humano. Es importante reflexionar el rol que desempeñan las TIC's en la organización en relación a las diversas ocupaciones que representan, así como su contribución y la manera en la que perfeccionan a las empresas. (del Águila Obra, 2003). Al respecto existen distintas reflexiones desde el campo de la investigación mediante las diversas teorías valiosas en los últimos años: Economía Industrial, Economía Organizacional, Teoría de Recursos y Capacidades, Ecología Organizativa, Teoría Institucional, Enfoque de Redes Inter organizativas, etc. (del Águila Obra, 2003).

La aportación de la MIPYME al desarrollo y al crecimiento económico es palpable considerando el número de empresas y la generación de empleo que éstas representaron, las pymes representaban en el año 2016 entre el 95% al 99% de las empresas en la Unión Europea (UE), los Estados Unidos (EEUU) y América Latina, la importancia es tan crucial que en algunos casos representa más del 80% de los empleos creados (Rodríguez & Macías, 2016) .

1.7 Participación económica de los ciudadanos en la economía

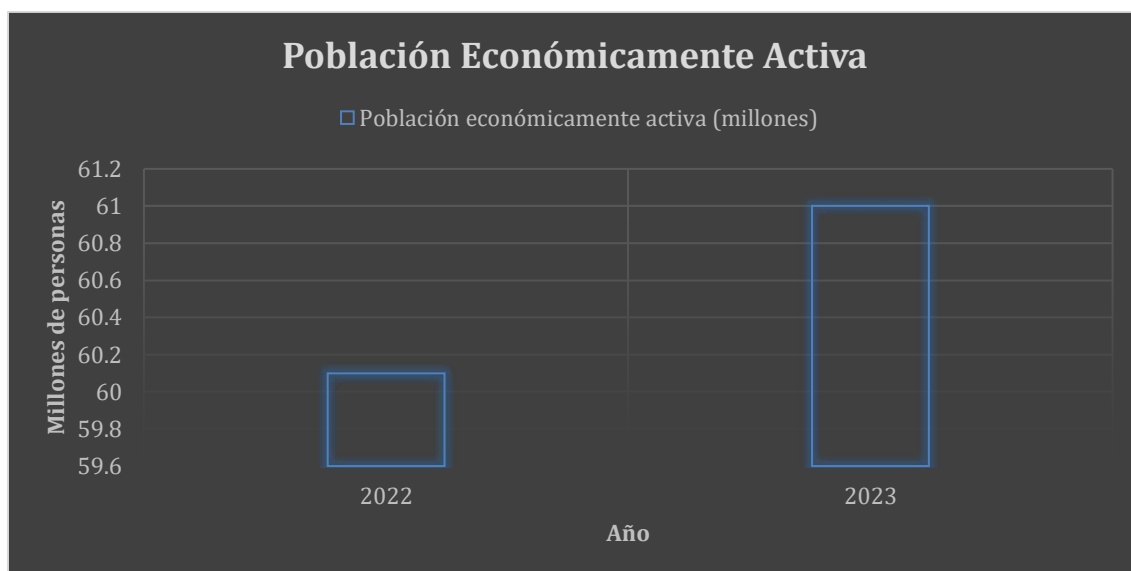
De acuerdo con los datos proporcionados por INEGI en el último trimestre del 2023, los ciudadanos tuvieron una participación económica de 61¹ millones que representan un 60.5% de un total de 100² millones de mano de obra disponible. El año anterior se registraron 60.1 millones (60.4 %), significando un incremento de 898 mil personas (ITS, 2019).

¹ Número real: 61 042 968 personas.

² Número real:100 839 743 personas.

Gráfica 2

Título: *Población Económicamente Activa*



Fuente: Elaboración propia con datos de (ITS, 2019).

1.8 Origen de la tecnología y conceptualización de las TIC's

Al explorar la historia más antigua, se puede afirmar que sus inicios se remontan al período del Paleolítico Inferior, hace unos 600,000 años a.c., cuando el ser humano comenzó a desarrollar tecnología, transformando los recursos naturales en herramientas básicas, como el tallado de piedras afiladas para hacer cortes en la piel de un animal muerto con el propósito de consumirlo (Ávila, 2012).

Mientras que, el término 'informática' se originó en Francia, en 1962, como informatique. Se creó a partir de la combinación de las palabras information y automatique, para expresar la idea de la automatización de la información que se alcanza con los sistemas computacionales (Ávila, 2012)

Existen diferentes definiciones de las tecnologías de la información y comunicación (TIC's), una de ellas "Es el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos (texto, imagen, sonido...)." (Belloch Ortí, 2024). Estas complementan la funcionalidad de la empresa día a día dando como resultado en una mejor

competitividad a comparación de las otras empresas, que no las implementan o hacen uso de estas.

Las tecnologías de la información (TIC´s) representan un gran potencial, al tener usos distintos llegando incluso a los lugares más alejados de la sociedad, donde las personas que tienen acceso a ellas y que además están correctamente capacitados pueden sacar un gran beneficio. Algunas de sus funcionalidades son el uso de datos en la nube, siendo de mucha ayuda en el respaldo de información y seguridad empresarial. En países desarrollados la inclusión de tecnologías de la información ha permitido generar un ambiente empresarial más competitivo y una mejora sustancial en los procesos de negocios.

1. TIC´s enfoque exploratorio

Para analizar la función de las TIC se trata de explicar desde el enfoque exploratorio, que expone como principal objetivo el cual es intentar explicar los aspectos sobresalientes de la utilización de las TIC´s, analizando las raíces tecnológicas de los recientes métodos y la manera en que impactan en la forma cotidiana de efectuar negocios (del Águila Obra, 2003). Es decir que en el caso exploratorio las tecnologías son utilizadas para generar una facilitación de las operaciones, un ejemplo de esto en la vida real, son las transferencias bancarias, las cuales permiten tener una facilidad en la generación de negocios, al permitir la casi inmediatez de mover cantidades de dinero sin un gasto realmente grande.

2. TIC´s enfoque estructural

Por otra parte, el enfoque estructural trata de explicar la relación de adquisición de tecnología con características que determinan la estructura de la compañía, tales como la dimensión, la estratificación, la integración vertical y sus alternativas de desarrollo. Las tecnologías establecen inéditas alternativas en el planteo organizacional y estructural (del Águila Obra, 2003). Este enfoque se orienta al hecho de que la empresa está integrando tecnología directamente dentro de su estructura tal como un sistema de distribución integrado y sistematizado en su empresa, o algún software que permita un mejor manejo del inventario.

1.9 Aplicación de las TIC´s en la empresa

Hoy en día las TIC´s tienen distintos tipos de aplicaciones, como realizar pedidos de distintos servicios tales como pedir un taxi, pedir comida a través de una app, realizar un movimiento bancario, así como solicitar una recarga telefónica o ejecutar una transacción bancaria que en México cualquier persona puede realizar a través de internet por medio de su dispositivo electrónico celular. Asimismo, puede permitir a las empresas tener un mejor control de sus inventarios mediante el código de barras, además de tener también un mejor sistema de contabilidad, que les puede permitir tener un control de los costos de la empresa con mejor exactitud.

Existen empresas con un alto nivel de innovación que han incorporado a sus sistemas de producción programas 3D, utilizando muchas veces piezas impresas, tales son Ford, Nike, y General Electric, esta última realizó grandes inversiones en la impresión 3D con el objetivo de producir más de 85,000 inyectores de combustible para sus nuevos motores a reacción LEAP³. Las impresoras pueden crear las boquillas en una única pieza de metal, lo que da como resultado un producto final considerablemente más fuerte y liviano que aquellos fabricados mediante métodos tradicionales. (IMPRESORAS3D.COM, 2017). También son usadas para la actualización de portales web, el uso de redes sociales, tratamiento de datos, investigación de mercados, inteligencia artificial, publicidad y marketing.

1.10 Las 5 revoluciones industriales

1) Primera revolución industrial

La primera revolución industrial, fue el proceso de cambio económico, social y tecnológico que comenzó en la segunda mitad del siglo XVIII en el Reino de Gran Bretaña, expandiéndose algunas décadas más tarde a gran parte de Europa occidental y América anglosajona, y finalizando entre 1820 y 1840. Este proceso sucedió a la revolución comercial. Durante este periodo se produjo el mayor conjunto de transformaciones económicas, tecnológicas y sociales en la historia de la

³ El LEAP ("Leading Edge Aviation Propulsion")

humanidad desde el Neolítico, en el que se pasó de una economía rural basada principalmente en la agricultura y el comercio a una economía de carácter urbano, industrial y mecanizado.

Desde este momento comenzó una transición que pondría fin a siglos de trabajo basado en la labor manual y el uso de fuerza animal, los cuales fueron reemplazados por maquinaria para la producción industrial y el transporte de bienes y pasajeros. Esta transformación comenzó a finales del siglo XVIII, especialmente en la industria textil y en actividades relacionadas con la extracción y uso del carbón (WIKIPEDIA, 2024) .

2) La segunda revolución industrial

La Segunda Revolución Industrial se refiere a los cambios interconectados que ocurrieron aproximadamente entre 1870 y 1914, cuando comenzó la Primera Guerra Mundial. Durante este período, los cambios se aceleraron considerablemente. El proceso de industrialización modificó su esencia y el modelo de crecimiento económico se transformó.

Tomando en cuenta que “La Segunda Revolución Industrial, a partir de 1870, fue más que una acumulación de inventos: fue una reestructuración profunda de la economía, sustentada por nuevas fuentes de energía y materiales, que transformó la producción, el trabajo y la vida cotidiana”

Los progresos técnicos mantuvieron un rol central, con innovaciones concentradas principalmente en nuevas fuentes de energía, como el gas y la electricidad; nuevos materiales, como el acero y el petróleo; y en nuevos sistemas de transporte (avión, automóvil, nuevas máquinas de vapor) y comunicación (radio, teléfono). Estos avances impulsaron transformaciones en cadena que impactaron el trabajo, el sistema educativo y científico, la gestión empresarial, la organización laboral, el consumo e incluso la política (Landes, 1998).

3) La tercera revolución industrial

La Tercera Revolución Industrial, también conocida como Revolución Científico-Tecnológica se da a finales del siglo XX es una Revolución de la Inteligencia o Revolución Digital, se presentan grandes transformaciones que continúan a inicios

del siglo XXI, especialmente en el ámbito de las tecnologías de la información y comunicación (TIC's). Se presenta la expansión de la informática, la tecnología digital e internet, además de avances en áreas como la biotecnología (Gayubas, 2024).

4) La Cuarta Revolución Industrial

El término Cuarta Revolución Industrial, se conoce también como Industria 4.0, fue introducido por el economista y empresario alemán Klaus Schwab (1938-), se distingue por la aparición de nuevas tecnologías que provocan un cambio profundo en la estructura social y en el modelo económico. El acceso de los usuarios a Internet y a dispositivos tecnológicos, junto con el uso de la Inteligencia Artificial (IA) y el aprendizaje automático (Machine Learning), han dado lugar a una Cuarta Revolución Industrial, que tiene el potencial de empoderar al ser humano a través del uso de las máquinas.

Industria 4.0, es un término acuñado en 2011 por Klaus Schwab, fundador del Foro Económico Mundial. Este concepto describe la producción informatizada, que une técnicas avanzadas de manufactura con tecnologías inteligentes que se incorporan tanto en las organizaciones como en la vida cotidiana de las personas, mismos procesos que desde el año 2024 son ya utilizados por las personas para diferentes finalidades, incluso generar imágenes, videos, y sonidos de forma virtual. (REPSOL, 2024).

Algunos expertos consideran que la Cuarta Revolución Industrial es una extensión de la Tercera Revolución Industrial. Sin embargo, la cuarta Revolución industrial se distingue por el creciente protagonismo de tecnologías como la robótica, la nanotecnología, la computación cuántica, la impresión 3D, la inteligencia artificial y el Big Data (procesamiento masivo de datos), entre otros. (Gayubas, 2024).

5) La quinta revolución industrial

La Industria 5.0 pone el énfasis en una colaboración más estrecha entre humanos y máquinas. En esta nueva etapa, la digitalización de las empresas es esencial y se aplica a través de la personalización y automatización de los procesos.

✓ **Ventajas de la Quinta Revolución Industrial**

La Industria 5.0 juega un rol fundamental en brindar soluciones a diversos desafíos que enfrenta la sociedad, por ejemplo, el cambio climático, el desempleo por la automatización de procesos y la escasez de recursos. La Comunidad Europea respalda las ventajas de esta revolución industrial y su capacidad de generar un impacto positivo en varios ámbitos:

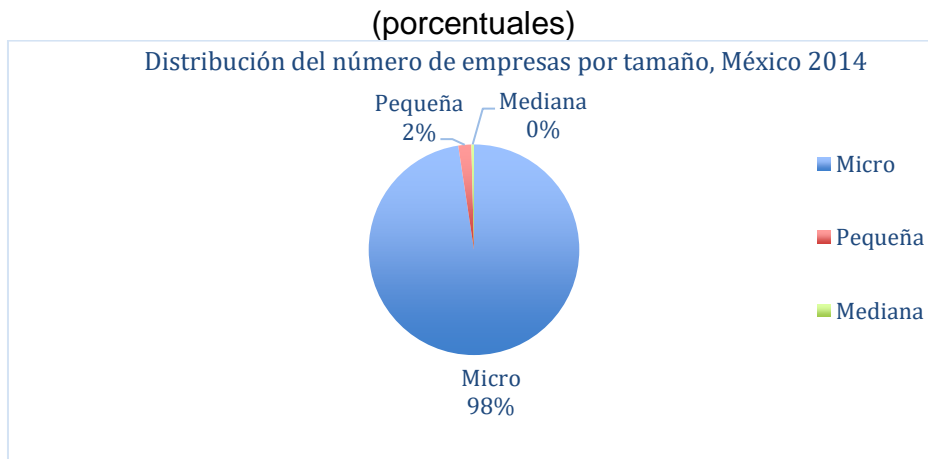
- ✓ **Mayor eficiencia en el trabajo:** La automatización de la producción aumenta la productividad y reduce los costos. Así, los empleados pueden centrarse en tareas estratégicas y de mayor valor, mientras que las máquinas asumen las labores repetitivas y menos críticas.
- ✓ **Mejor experiencia del cliente:** La Industria 5.0 proporciona un valor distintivo a las empresas al ofrecer productos de alta calidad y una interacción satisfactoria con el cliente. Al enfocarse en la relación entre humanos y máquinas, se optimiza esta interacción, impactando favorablemente en los resultados de los negocios.
- ✓ **Procesos personalizados:** La Industria 5.0 permite situar al cliente en el centro de los procesos, respondiendo directamente a sus necesidades. Esto facilita a las empresas una adaptación más eficaz a las expectativas y demandas de sus clientes.
- ✓ **Mayor capacidad de adaptación:** La Industria 5.0 contribuye a una mayor resiliencia empresarial, otorgando a las empresas la capacidad de superar situaciones adversas, como una crisis económica, y adaptarse ágilmente a los cambios del entorno (UNIR, 2023).

1.11 Participación de las empresas en la economía en México

De acuerdo a los resultados de la (ENAPROCE, 2018)⁴, del total de empresas existentes en el país durante 2014, el 97.6% son microempresas seguidas por las empresas pequeñas que representan el 2.0% y las medianas con el 0.4%. (BANCOMEXT, 2016)

Gráfica 3

Distribución del número de empresas por tamaño, México 2014.



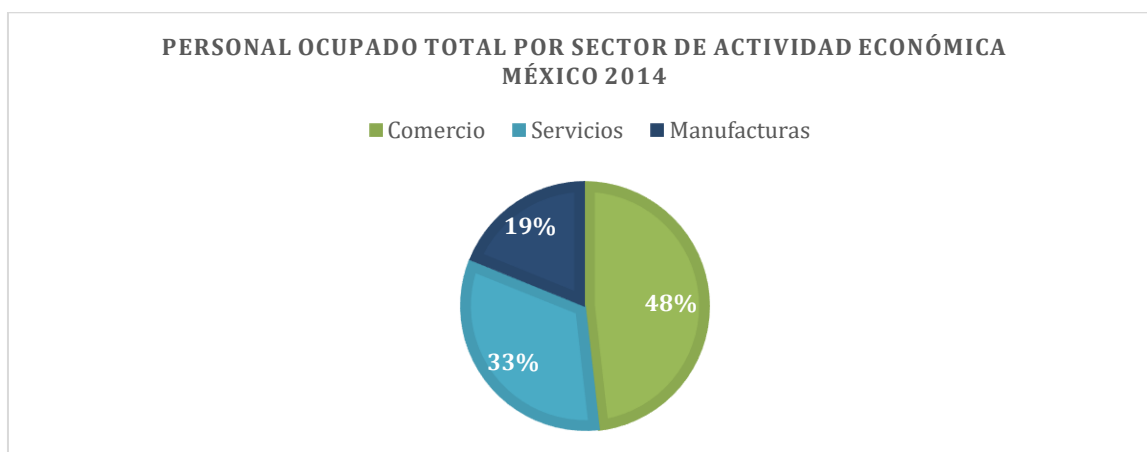
Fuente: Elaboración propia con datos de (ENAPROCE, 2018).

Cabe señalar la participación del personal ocupado total dentro de los sectores de actividad económica, en la gráfica 3 se observa el personal que emplea cada sector, por su parte el comercio ocupa el primer puesto con un 48.2%, por debajo de éste se encuentran los servicios un 32.9% del personal ocupado total, y las manufacturas del 18.9% con el personal ocupado total como se observa en la gráfica 3. (BANCOMEXT, 2016).

⁴ Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (2015)

Gráfica 4

Personal ocupado total por sector de actividad económica México 2014

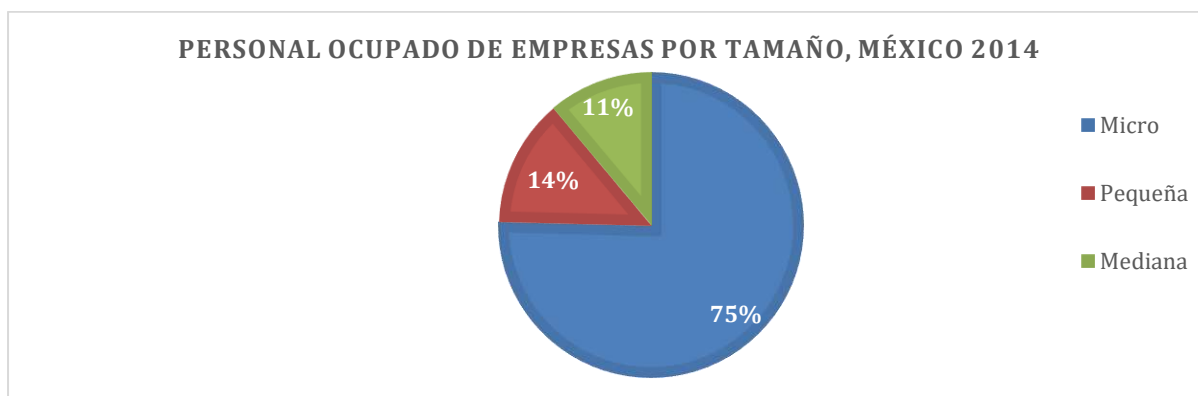


Fuente: Elaboración propia con datos el (BANCOMEXT, 2016)

Una segunda reflexión sobre la ocupación de la fuerza laboral es analizar cuál es el sector que acapara un mayor porcentaje de personal ocupado, es posible intuir y hacer la relación lógica de que, a mayor participación en el mercado, mayor población económicamente activa emplea (PEA), en este caso las microempresas concentran el 75.4% del personal ocupado total, seguidas por las empresas pequeñas que representan el 13.5% y las medianas con el 11.1% como se observa en la gráfica 4. (BANCOMEXT, 2016)

Gráfica 5

Personal ocupado de empresas por tamaño, México 2014



Fuente: Elaboración propia con datos de (ENAPROCE, 2018).

De acuerdo a datos del (CONEVAL, 2016) el 43.6% de la población mexicana en 2016 vive en situación de pobreza, razón por la cual el apoyo a la MIPYME es una decisión acertada si se toma en cuenta que la generación de empleo como política de combate a la pobreza, generando más oportunidades para los más desamparados, es

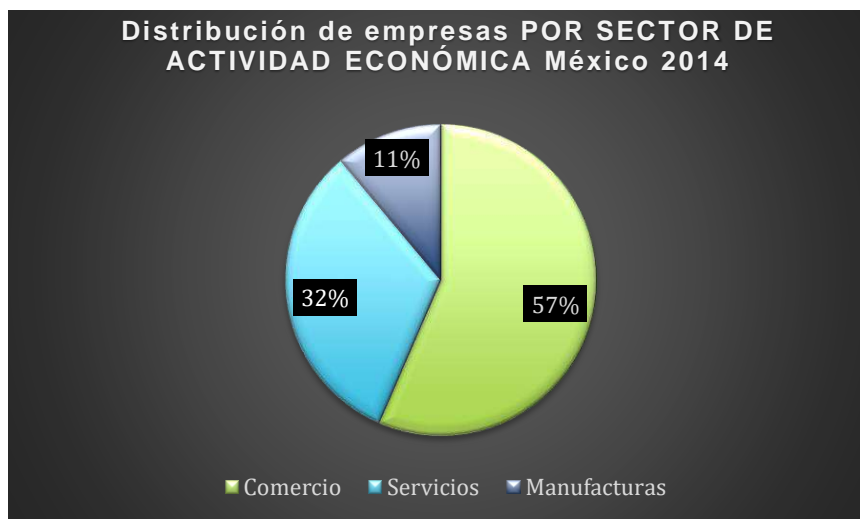
necesario que dichas políticas incluyan el acceso a créditos y que sean planificados y que tengan un efecto positivo a corto, mediano y largo plazo.

1.12 Personal ocupado y capacitación 2014.

La distribución de actividad económica en un país, se encuentra asociada hacia la orientación de la ocupación de las personas en su trabajo, es decir; en qué sector se desempeñan tal como se muestra en la gráfica 5. Se puede observar la distribución de empresas en la economía mexicana, el comercio registró el mayor porcentaje del número de empresas con un 56.5%, los servicios se encuentran en segundo lugar registraron un 32.4% del total de empresas y las manufacturas con una participación del 11.1% (BANCOMEXT, 2016).

Gráfica 6

Distribución de empresas por sector de actividad económica México 2014



Fuente: Elaboración propia con datos el (BANCOMEXT, 2016)

De acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad (ENAPROCE) aplicada en 2015, de manera conjunta el con INEGI, el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), en México la mayoría de las empresas que están establecidas son MIPYMES debido se registró que el 97.6% son microempresas y además concentraron el 75.4% del personal ocupado (INEGI, 2015).

Le siguen las empresas pequeñas, que eran un 2% y tenían el 13.5% del personal ocupado, mientras que las medianas representaron 0.4% de las unidades económicas y tenían poco más del 11% de las personas ocupadas, por lo tanto (ver tabla 2), la mayor parte de la población trabajaba en una microempresa y el autoempleo. (INEGI, 2016)

Tabla 2

Número de empresas por tamaño y personal ocupado México 2016

(en miles y por porcentajes)

Tamaño	No. de Empresas	participación en la economía %	personal ocupado %
Micro	3 952 422	97.6	75.4
Pequeña	79 367	2.0	13.5
Mediana	16 754	0.4	11.1
Total	4 048 543	100.0	100.0

Fuente: (INEGI, 2016)

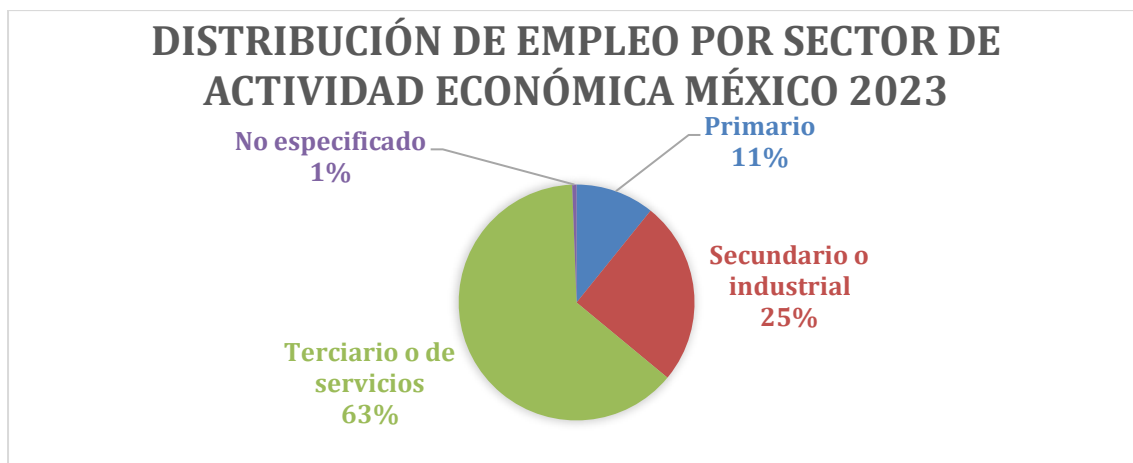
Hasta el año 2018, la información más precisa de las micro, pequeñas y medianas empresas sólo era posible a través de la información provista por los Censos Económicos a cargo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI); sin embargo, estos únicamente proveían información cada cinco años, hoy la generación de estadísticas para este grupo de empresas en períodos inter censales se logra a partir de encuestas (ENAPROCE, 2018)⁵.

En la gráfica 6 se muestra que en 2023 al analizar a la población ocupada en función del sector económico en el que trabaja, 6.4 millones de personas (10.8 % del total) se desempeñaban en el sector primario; 14.9 millones (25.1 %) en el sector secundario o industrial; y 37.7 millones (63.4 %) en el terciario o de servicios. El 0.6 % restante no detalló su actividad económica.

⁵ Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE, 2018)

Gráfica 7

Título: Distribución de empleo por sector de actividad económica México 2023



Fuente: Elaboración propia con datos de (ITS, 2019)

1.13 Las MIPYMES en México 2018 - 2023.

La MIPYME en México es importante a nivel económico y social por el número de empresas, en el año 2018 fueron 4,169, 677 (ENAPROCE, 2018). Mientras que la generación de empleo es muy importante, en un mercado de empleo que funciona con eficiencia y sinergia tecnológica, sin embargo, lo más conveniente es que la población se especialice según el mercado y las necesidades de la empresa, es por eso que para desarrollar sus actividades económicas utilizan capital propio y financiamiento.

En los últimos años en México se han presentado cambios en las políticas de apoyo a las micro, pequeñas empresas y medianas empresas. Los programas para el apoyo de las MIPyMES, en México se implementaron por diferentes administraciones de gobierno que representaron diferentes fuerzas políticas, que contrastaron la diferencia en los programas de desarrollo de la MIPyME. La diferencia de ideologías marcó también una diferencia de políticas económicas, y por ende la evolución de los programas destinados al apoyo de las MIPYMES, así los montos fueron creciendo conforme al paso de los años.

En el periodo sexenal de 2012 a 2018 la Secretaría de Economía, tenía por propósito implementar, establecer y organizar la estrategia gubernamental de respaldo a

emprendedores y a las MIPyMES⁶, promoviendo su renovación, competencia e influencia en las actividades comerciales nacionales y extranjeras para ampliar su aportación al progreso de capital y paz nacional, así como cooperar al impulso de estrategias que impulsen la prosperidad y el rendimiento corporativo. (INADEM, 2019).

Bajo este contexto, cabe destacar que México trata de encontrarse dentro de los primeros lugares de competitividad empresarial, por lo cual es de gran ayuda que existan estas instancias para incentivar la competitividad, primeramente, lograr una eficiencia empresarial y así fortalecer a las MIPyMES y posteriormente acercarlas hacia la comercialización internacional, y alcanzando los perfiles para el acceso al crédito, mejorar la capacitación de capital humano especializado, y el acceso a la tecnología de punta para mejorar sus procesos para establecer negocios en el país y de ser posible en otras economías.

Al tratarse del sector más importante y vulnerable es necesaria la creación e implementación de políticas públicas que protejan a la MIPYME, asimismo es importante incentivar la creación de nuevas empresas que sean generadoras de empleo, deben ser empresas con un comportamiento dinámico que permita altas tasas de crecimiento y salarios bien remunerados para los trabajadores, pues según (Del Rosario Cardozo, 2006) *“la microempresa, cada vez más es vista, como la dimensión de un sector económico, social y político de la sociedad que insertado en su aparato productivo es capaz de generar empleos”*.

Según el Censo Económico, en 2019 existían 4.9 millones de establecimientos, y el Estudio sobre la Demografía de los Negocios (EDN) valoró que en 2020 surgieron 619,443 establecimientos y quebraron de forma definitiva 1 millón 010,857; mientras que en 2021 se crearon 1 millón 187,170 y quebraron 1 millón 583,930 (ITS, 2019).

⁶ Micro, pequeñas y medianas empresas

Tabla 3

Número de empresas por tamaño 2023

(en miles de pesos y por porcentajes)

Tamaño	No. de Empresas	participación en la economía %
Micro	4,936,609.43	96.9%
PyME's	1,597,12.97	3.1%
Total	5,096,322.41	100%

Fuente: Estudio sobre la demografía de los negocios (ITS, 2019)

En el año 2023, el INEGI muestra las estadísticas de las MIPyMES de manera diferente, ahora agrupa las microempresas con 96.9% y las PyME's 3.1%, además de señalar el porcentaje que concentran por sectores de la economía (ver tabla 3) (ITS, 2019).

Mientras que en la tabla 4 se muestra que un 11.9% de las empresas se dedican a la manufactura, mientras que el comercio es la actividad más explotada, y los servicios privados no financieros tienen un 40% y se encuentra en segundo lugar.

Tabla 4

Número de empresas por sector económico 2023

(en miles y por porcentajes)

Tamaño	No. de Empresas	participación en la economía %
Manufacturas	608,131.86	11.9%
Comercio	2,449,371.38	48.1%
Servicios Privados no Financieros	2,038,819.16	40.0%
Total	5,096,322.41	100%

Fuente: Estudio sobre la demografía de los negocios (ITS, 2019)

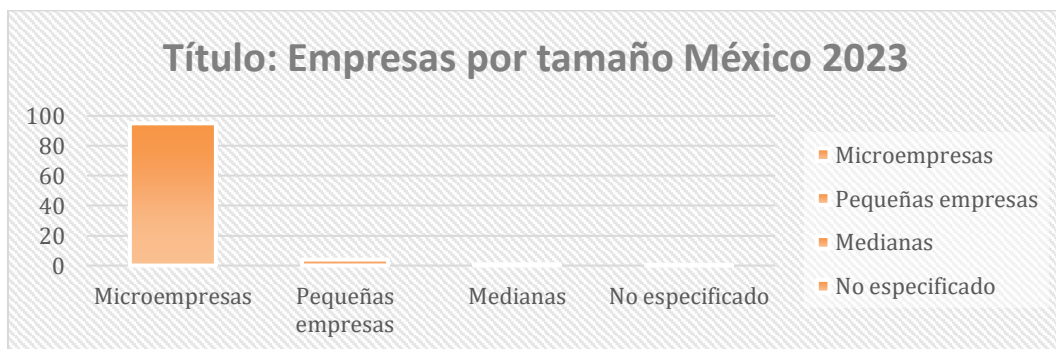
Es importante señalar que la gran parte de la economía mexicana está sustentada por microempresas, siendo estas la mayor generadora de empleos para el país y señalan desafíos para el crecimiento del sector, ya que las microempresas s, sin embargo suelen tener menos acceso a financiamiento y capacitación, y operan con estructuras administrativas más limitadas.

Aunque existe un alto porcentaje de microempresas en el país, esto se contrapone al hecho de que sólo contribuye en un 4.8% a la economía, y a pesar de que el tema del emprendimiento está en auge, el nacimiento, el crecimiento y la perduración de la microempresa en el mercado aún no es una garantía, al enfrentar barreras significativas para y competir con empresas de mayor tamaño.

Fomentar el crecimiento de estas empresas podría contribuir a una mayor formalización y estabilidad del empleo, y a un mejor acceso a tecnología e innovación en el país.

Gráfica 8

Número de empresas por tamaño México 2023



Fuente: Elaboración propia con datos de (ITS, 2019).

Este primer capítulo sirve para describir el escenario en el que las MIPYMES se desenvuelven, remarcando la importancia de generar políticas y acciones concretas que ayuden al desarrollo de la misma, a continuación, se analizan las políticas tomadas por los gobiernos de México.

CAPÍTULO II: EVOLUCIÓN DE LAS POLÍTICAS ENFOCADAS A LAS MYPE´s EN MÉXICO 2006-2023

2.1 La política y el crecimiento económico.

Una política económica por definición de acuerdo a (Nadal, 2002) es “*el conjunto de instrumentos, procedimientos y medidas que se aplican en un sistema político para controlar el crecimiento económico*”, existen dos distintos tipos de política; la política económica expansiva y la política económica restrictiva, la primera se caracteriza por un aumento de la oferta monetaria, incremento en los incentivos al sector privado, disminuyendo el precio del dinero a través de las tasas de interés.

Al implementar una política económica restrictiva en una postura de corte keynesiano para construir una estabilidad, es fundamental contar con un estado fuerte que se encargue del control de la producción de bienes y servicios que se ofertan en el mercado (Navarrete Vela, 2012), limitando la inversión privada y aumentando la inversión pública en áreas estratégicas como el sector energético, extracción minera e infraestructura.

Las políticas públicas que se han implementado a través de los años para el fortalecimiento de la MIPyMES han variado considerablemente, al encontrarse en un contexto distinto en el país ante cada cambio de gobierno, no obstante, los ciudadanos requieren de oportunidades de empleo, siendo indiferente el espectro ideológico del gobierno, sea izquierda, centro o derecha, todos deben tener como prioridad el empleo, situación que requiere de acción y estrategia inmediata.

2.2 Políticas públicas enfocadas a la MIPYME.

Las políticas instrumentadas desde el gobierno son de vital importancia para la creación, supervivencia y fortalecimiento de la empresa, analizar la historia, el contexto económico y político en el cual se han implementado permite valorar local, regional y nacional en base la implementación de estrategias de impulso a la empresa, además de valorar la repercusión directa en el producto interno bruto. En los

siguientes puntos se analizan los hechos históricos que según el gobierno y las distintas fuentes que exponen la evolución de la MIPYME.

2.2.1 Políticas enfocadas a la MIPYME en México 2006-2012.

De acuerdo con el primer informe de ejecución del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, se atendieron a 301,795 unidades productivas de menor tamaño, que según el informe contribuyeron a la creación de 127,130 empleos formales. El acceso al financiamiento se considera un factor clave para el fortalecimiento de la MIPyME, en el mismo periodo, la Secretaría de Economía canalizó recursos por 1,508.9 millones de pesos, a través de 35 programas, con lo que llegaron a beneficiar al menos a 86,355 MIPyMES y emprendedores. Se puede notar en este primer informe que hay una preocupación latente por impulsar a la micro, pequeña y mediana empresa, así como poner en consideración a los emprendedores. (PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA, 2008).

2.2.1.1 Programa de jóvenes emprendedores 2007-2012.

De acuerdo con el sexto informe de labores en el periodo comprendido entre 2007 y julio de 2012 el gobierno apoyo a 66 proyectos con recursos que sumaron 161.4 millones de pesos con un impacto de 189,672 jóvenes a través de foros, ferias y exposiciones (SECRETARIA DE ECONOMÍA, 2012).

2.2.1.2 Caravana del programa nacional del emprendedor

Se trata de un programa que inició operaciones en 2009 con la finalidad de proporcionar a los emprendedores una asesoría, vinculación y capacitación con el reto de que aquellas ideas innovadoras para llegar a convertirse en verdaderas empresas competitivas en el mercado logrando materializar sus proyectos. (SECRETARÍA DE ECONOMÍA, 2012)

En dichos foros se ofrecieron conferencias magistrales y temáticas, así como la instalación de stands denominados expo-emprendedores en 20 de ellos se informó sobre el Sistema Nacional de Incubación de Empresas, también se expusieron los

casos de éxito empresarial que se lograron, además de las oportunidades que brindaban instituciones académicas, e instituciones de apoyo al emprendedor.

Los participantes contaban con la posibilidad de asistir a paneles y simuladores de negocios para incrementar sus habilidades y conocimientos, reconociendo a emprendedores destacados, asimismo se daban a conocer los programas enfocados al emprendimiento que la Secretaría de Economía ofrecía a nivel nacional (ver tabla 5) (SECRETARIA DE ECONOMÍA, 2012)

Tabla 5

Caravana del programa nacional del emprendedor

Concepto	Datos anuales			Meta 2012	Enero-Julio ⁷		
	2009	2010	2011		2011	2012	Var. % ⁸
Proyectos	1	2	1	1	1	1	0.0
Recursos (Millones de pesos)	30	14	16	9.5	7	5.6	-23.0
Caravanas	30	20	20	10	10	7	-30.0
Emprendedores Por Atender	30,000	30,000	30,000	30,241	30,241	17,500	-42.1

Fuente: Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa. (SECRETARIA DE ECONOMÍA, 2012)

2.2.1.3 Sistema Nacional de Incubación de Empresas (SNIE)

El propósito principal que tiene una incubadora de empresas es la fomentar la creación de nuevas empresas y organizaciones, pues el motivo principal de un emprendedor es lograr alcanzar un objetivo para formar una organización. Existen autores que mencionan que la mortalidad de empresas es más alta en los dos primeros años pues son cruciales para ser aceptada por el mercado, se estima un 80% para aquellas que no han estado en una incubadora, y solamente un 20% para aquellas empresas que si han participado en una incubación de (SECRETARIA DE ECONOMÍA, 2012). En julio de 2012, el SNIE estaba integrado por un total de 473 incubadoras, mismas que se desglosan en 200 tradicionales, 250 de tecnología intermedia y 23 de alta tecnología (ver tabla 6).

⁷ Cifras Preliminares

⁸ Las variaciones porcentuales en términos reales de las cifras monetarias se calcularon con base en el Índice Nacional de Precios al Consumidor para el período enero-julio de 2012, respecto a igual lapso de 2011 (1.0395).

Tabla 6
Sistema Nacional de Incubación de Empresas
(SNIE 2007-2012)

Concepto	Datos anuales					Meta 2012	Enero-Julio ⁹		
	2007	2008	2009	2010	2011		2011	2012	Var. % ¹⁰
Proyectos	117	9	5	6	6	n.a.	2	5	150.0
Recursos (Millones de pesos)	167.1	224.4	237.1	262.9	354.7	395	275.4	268.1	-6.3
Empresas Creadas	5,476	6,518	6,107	8,467	10,547	12,000	7,247	8,520	17.6
Empleo Generado	11,317	20,340	24,396	29,625	38,315	36,000	25,365	25,560	0.8
Nuevas Incubadoras	113	50	50	19	50	50	50	0	-100.0
Incubadoras Atendidas	180	221	153	304	109	250	25	243	872.0

Fuente: Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa. (SECRETARÍA DE ECONOMÍA, 2012)

La tabla 6 muestra un crecimiento del número de incubadoras, situación que pudo haber repercutido positivamente a la creación de nuevas empresas, pues son de las principales impulsoras de empresas (SECRETARÍA DE ECONOMÍA, 2012)

2.2.1.4 Incubadoras de empresas en México

En México existen diferentes incubadoras de empresas, algunas muy importantes caracterizadas por su nivel de capital que tienen disponible tal como es el caso de Venture Institute, misma que cuenta con el calificativo de alto impacto, pues ha logrado acelerar a más de 33 empresas en 2 años de operación, la inversión hecha sumó más de 130 millones de pesos. (PYMERANG, 2019)

En el año 2012 se crearon incubadoras de alto impacto que formaron parte de un contexto emprendedor muy ligado al ámbito académico, este conjunto puede ser en parte un círculo virtuoso, pues es de las mismas universidades donde se debieron

⁹ Cifras Preliminares

¹⁰ Las variaciones porcentuales en términos reales de las cifras monetarias se calcularon con base en el Índice Nacional de Precios al Consumidor para el periodo enero-julio de 2012, respecto a igual lapso de 2011 (1.0395).

crear proyectos interesantes, redituables e innovadores, por nombrar algunos ejemplos de incubadoras universitarias como son: el Centro de Incubación de Empresas de Base Tecnológica (CIEBT), se trata de la apuesta del Instituto Politécnico Nacional, es necesario enfatizar que se contemplan diferentes tipos de modelos de negocio tales como:

- ♣ Alta tecnología (desarrollo de tecnología punta).
- ♣ Mediana intensidad tecnológica (negocios industriales basados en procesos tecnológicos).
- ♣ Baja intensidad tecnológica.
- ♣ Otros servicios (diseño gráfico, diseño industrial, propiedad intelectual, etc.)

El logotipo de esta institución es:



Otra institución que ha apostado por el financiamiento a emprendedores es el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), abarcando diferentes redes de incubadoras, con la siguiente clasificación de negocios:

- ♣ De base tecnológica (biotecnología, tecnologías de la información, ingeniería biomédica, energía, aeroespacial y motriz).
- ♣ De tecnología intermedia (consultoría, telecomunicaciones, expansión de franquicias, software, construcción, agronegocios y comercio).
- ♣ Sociales (microempresas de alto impacto económico y social, como carpinterías, avicultura, comercio en general, etc.).

Unincube es una incubadora vinculada a la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP) y está enfocada principalmente con las tecnologías de la información.

El logo de la incubadora es el siguiente:



Por su parte la Universidad Jesuita de Guadalajara (ITESO) recibió el galardón PYME a la mejor incubadora de empresas tecnológicas en 2009. Coexistiendo también otras

universidades que apostaron por el emprendimiento como la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla que cuenta con el Centro de Innovación y Competitividad Empresarial (CICE-BUAP).

El sector privado también estuvo interesado y apoyando con sus iniciativas propias como es el caso de “Angel Ventures México”, cuyo fundador fue Marco Álvarez aseguro que tuvo ventas que crecieron entre un 10% y 15% consecuencia del asesoramiento recibido. (OLAB, 2019), también se presentaron otros casos que dignos de mención y reconocimiento, ya que sus resultados se tradujeron en mayor competitividad y generación de empleos para el país con la materialización de proyectos, y la transición de emprendedores a empresarios, algunos ejemplos son:

- ✓ Smart Impact: logro acumular tres casos de éxitos en dos años.
- ✓ Wayra México: se trata de una de las incubadoras con mayor presencia e impacto a nivel mundial pues entrego en promedio 50,000 dólares a diez emprendedores seleccionados en su ronda de aceleración, así como capacitación, asesoría legal y contactos con inversionistas. (OLAB, 2019)
- ✓ Cinepolisaccelerator: Se trata del acelerador de empresas de cinépolis.
- ✓ Startuplab.mx
- ✓ Institute.vc
- ✓ Hello.orionstartups.com
- ✓ Blueboxmx.com
- ✓ Mindhub.mx
- ✓ llab.net
- ✓ Startupstudio.mx

En México existen las alternativas para desarrollar una empresa y hacer de una idea innovadora y con impacto social positivo una realidad, aunque es claro que no es tarea sencilla, es un reto difícil.

2.2.1.5 Programa Nacional de financiamiento a emprendedores

De acuerdo con datos de la (SECRETARIA DE ECONOMÍA, 2012) en marzo de 2011 se inició el Programa Nacional de Financiamiento a Emprendedores con la Banca Comercial, con la finalidad de incentivar el otorgamientos de créditos, con base en un fideicomiso llamado “México emprende”, y de esta manera se dio inicio a los proyectos

que emergieron de la red de incubadoras del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) Y del Centro de Incubación de empresas de Base Tecnológica del Instituto Politécnico Nacional (CIEBT-IPN), ya antes mencionados.

2.2.1.6 Sistema Nacional de Capacitación y Consultoría

Este programa estaba principalmente enfocado a las MIPyMES con la finalidad de contribuir a su productividad y competitividad, mediante la identificación de esquemas aplicables a una o más áreas de la empresa, el propósito principal que tenía este sistema era claramente impulsar la competitividad de las empresas ya que uno de los principales objetivos del gobierno es mejorar la competitividad.

Bajo esta lógica el gobierno creó el Comité Nacional para la productividad e Innovación Tecnológica (COMPITE), donde destacó que dicho comité apoyó a la productividad, responsabilidad social, competitividad y calidad, mediante talleres de reingeniería de procesos, reingeniería de procesos, gestión operativa, logística y de comercialización, de esta manera también ofrecieron talleres de consultorías en ISO 9000, responsabilidad social y de calidad (SECRETARÍA DE ECONOMÍA, 2012)

2.2.1.7 Sistemas de Información Empresarial (SIEM)

El SIEM¹¹ en su periodo de funcionamiento se consideraba el padrón de empresas más amplio y completo del país, una de sus fortalezas era que permitía la vinculación de empresas y negocios, a través de la posibilidad de formar una cadena productiva, así como poder localizar el tipo de actividad económica que se desarrollaba a nivel nacional (SECRETARÍA DE ECONOMÍA, 2012).

Otra de las virtudes de este sistema fue el Portal Contacto PYME que integraba 20 módulos de información, promoción y asesoría con temas integrales de principal interés dentro de los que se incluían:

- ♥ Oportunidades de negocios.
- ♥ Capacitación.
- ♥ Calidad.

¹¹ Sistema de Información empresarial

- ♥ Financiamiento.
- ♥ Trámites empresariales.
- ♥ Innovación tecnológica.
- ♥ Asesoría contable.
- ♥ Asesoría financiera.
- ♥ Asesoría administrativa, etc.

2.2.1.8 Programa Nacional de Microempresas.

Este programa tenía por objetivo elevar la productividad y competitividad de las empresas principalmente, mediante esquemas de innovación que se podían ver en programas anteriores, con las principales herramientas de la consultoría, capacitación y financiamiento. Las principales metas de este programa se veían reflejados en la siguiente lista:

1. Mejorar condiciones empresariales y oportunidades de negocio.
2. Introducir nuevas y eficientes tecnologías.
3. Reducir los costos de producción y disminuir el consumo de agua, energía y emisión contaminantes.
4. Incrementar la rentabilidad de las empresas asesoradas.
5. Mejorar la calidad de servicio y atención al consumidor.

Dentro de este programa se incluyeron dos sectores que resultan importantes para la economía mexicana, sectores que han sido abandonados últimamente, en especial las tiendas de abarrotes y misceláneas que han sido desplazadas por la cadena de franquicias OXXO, debido principalmente a su sistema de negocio y servicios que ofrecen, los programas mencionados fueron:

- A. Programa nacional de modernización integral de la industria de la masa y la tortilla (Mi tortilla)

El objetivo principal de este programa era contribuir al último eslabón dentro de la cadena productiva de la tortilla, es decir; las tortillerías y molinos de nixtamal¹² capacitando a las tortillerías para que tuvieran una homologación de imagen, compraran energías más eficientes a través de la compra nuevas máquinas

¹² De acuerdo con (WIKIPEDIA, 2019) La nixtamalización es “el proceso mediante el cual se realiza la cocción del maíz con agua y cal viva, para obtener el nixtamal que, después de molido da origen a la masa nixtamalizada utilizada para la elaboración de tortillas, tamales, etc.”

incluyendo la chatarrización de las ya existentes, reducción de gastos en electricidad, gas y agua.

Entre agosto de 2007 y julio de 2012 el programa atendió a 16,870 tortillerías incluyendo a molinos de nixtamal, asegurando que se ayudó a conservar el mismo número de empleos, no obstante, esta afirmación resulta inexacta debido a que para que fuese cierta dicha afirmación, tendría que haber solamente un trabajador por unidad económica, homogeneidad que resulta imposible en la realidad (SECRETARÍA DE ECONOMÍA, 2012).

El informe afirma que se invirtieron 230.8 millones de pesos del fondo PYME, sin embargo, al ponderar el monto que se utilizó en promedio en cada tortillería serían 13681.09 MXN. En otra de las vertientes del programa se indica que de septiembre de 2011 a julio de 2012 se destinaron 108.7 millones de pesos en la aprobación de cinco proyectos, dentro de los cuales 3 de ellos representaron una suma de 106.1 millones atendiendo a 7,000 tortillerías y molinos de nixtamal, es decir en promedio se invirtió 22,871.42 MXN por unidad económica.

B. Programa Nacional de Modernización Integral de Tiendas de Abarrotes y Misceláneas.

Este programa destinó 153.2 millones de pesos a 10 proyectos que atendieron a 12,500 tiendas y misceláneas, es decir; un promedio de 12,556 pesos por tienda, de las cuales 8,240 concluyeron una primera fase que incluye la capacitación y consultoría, que impactó a la conservación de 7,223 empleos formales.

C. Mi Zapatería.

En coordinación con el Estado de Guanajuato, dicho programa fue lanzado el 14 de septiembre de 2010, con una inversión total de 17.5 millones de pesos, lo que se traduce en 17,500 pesos en promedio por zapatería.

De enero a julio de 2012 se destinaron 454.2 millones de pesos mismos que fueron repartidos para la atención de 37,562 empresas. (SECRETARÍA DE ECONOMÍA, 2012) con dichos fondos pretendía impactaren la conservación de 42,675 empleos, monto promedio que corresponden con datos antes mencionados.

2.2.1.9 Programa Nacional de Promoción y Acceso al Financiamiento para PYMES.

El acceso al financiamiento es de vital importancia para cualquier empresa. Este programa estaba integrado por distintos programas enfocados a las pequeñas y medianas empresas como son el sistema nacional de garantías México emprende, el programa de asesoría financiera, el desarrollo de intermediarios financieros especializados, el programa de proyectos productivos PYMES, el programa desarrollo de proveedores y contratistas de la industria petrolera estatal, mercado de deuda para empresas, el programa de apoyo a empresas afectadas por desastres naturales, y el programa de promoción y difusión que incluyó la semana nacional PYME (ver tabla).

Tabla 7

Programa nacional de promoción y acceso al financiamiento para PYMES (2007-2012)

Concepto	Datos anuales					Meta 2012	Enero-Julio		
	2007	2008	2009	2010	2011		2011	2012 ¹³	Var. %
Aportación de la SE (Millones de pesos)¹⁴	1,219.70	1,798.40	3,979.30	3,676.50	3,729.50	3,591.90	1,883.50	2,605.30	33.10
Sistema Nacional de Garantías	825.00	1,100.00	2,434.00	2,350.00	3,002.00	2,793.70	1,270.00	2,560.00	93.90
Fortalecimiento de Intermediarios Financieros	2.70	7.80	18.80	7.30	2.30	2.50	0.00	2.40	n.a.
Asesoría financiera (Extensionismo)	32.00	80.60	50.00	25.20	27.10	20.00	2.00	7.80	275.20
Capital Semilla	120.00	50.00	153.50	200.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Proyectos Productivos	220.00	400.00	915.30	937.60	500.00	620.00 ¹⁵	500.00	300.00	-42.30
Creación de Empleo en Zonas Marginadas	n.a.	n.a.	92.70	31.40	73.00	n.a.	73.00	n.a.	n.a. ¹⁶
Franquicias	20.00	160.00	315.00	125.00	125.00	155.70	38.50	35.10	-12.30
Número de MIPyMES	102,686.00	84,548.00	141,838.00	82,593.00	77,494.00	59,068.00	33,838.00	29,170.00	-24.90
Sistema Nacional de Garantías¹⁷	81,180.00	54,778.00	86,684.00	71,210.00	69,283.00	54,000.00	36,751.00	26,393.00	-28.20
Fortalecimiento de Intermediarios Financieros	100.00	144.00	142.00	143.00	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.

¹³ Cifras preliminares.

¹⁴ Las variaciones porcentuales en términos reales de las cifras monetarias presentadas en este cuadro se calcularon utilizando como deflactor la variación promedio del Índice Nacional de Precios al Consumidor para el periodo enero-julio de 2012 (1.0395).

¹⁵ Según lo dispuesto en el artículo tercero párrafo segundo del Decreto por el que se forma el Programa para la Creación de Empleo en Zonas Marginadas, se recibieron solicitudes de adhesión al 31 de agosto de 2011. Debido a la conclusión de la etapa de inscripción de proyectos al programa 2012, quedan pendientes únicamente acciones de seguimiento a los proyectos previamente autorizados.

¹⁶ No aplica

¹⁷ Los empleos para garantías están estimados sobre un factor de 0.5 empleos generados por cada MIPyME apoyada.

Asesoría Financiera (Extensionismo)	18,711.0	27,774.00	51,402.00	7,067.00	7,710.00	4,000.00	1,465.00	2,636.00	79.90
Capital Semilla¹⁸	530.00	201.00	355.00	532.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Proyectos Productivos¹⁹	2,062.00	886.00	4,381.00	3,062.00	499.00	620.00	499.00	300.00	-39.90
Creación de Empleo en Zonas Marginadas	n.a.	n.a.	9.00 ²⁰	2.00	2.00	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Franquicias	103.00	765.00	865.00	577.00	419.00	448.00	123.00	141.00	14.60
Número de nuevos empleos	45,289.00	32,538.00	52,152.00	42,906.00	39,281.00	29,860.00	20,890.00	13,925.00	-33.30
Sistema Nacional de Garantías	40,590.00	27,389.00	42,342.00	35,605.00	34,641.00	27,000.00	18,375.00	13,196.00	-28.2
Fortalecimiento de Intermediarios Financieros	0.00	2.00	0.00	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Capital Semilla	1,590.00 ²¹	433.00	849.00	1,379.00	0.00 ²²	0.00	0.00	0.00	0.00
Proyectos Productivos	2,757 ²³ .00	1,516.00	213.00	1,761.00	500 ²⁴	620.00	500.00	300.00	-40
Creación de Empleo en Zonas Marginadas	n.a.	n.a.	2,873.00 ¹²	499.00	1,400.00	n.a. ²⁵	1,400.00	n.a.	n.a.
Franquicias	352.00	3,198.00	5,875.00	3,662.00	2,739.00	2,240.00	615.00	728.00	18.4

Fuente: Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa. (SECRETARIA DE ECONOMÍA, 2012)

2.2.1.10 Acceso al financiamiento.

La Secretaría de Economía creó una coordinación de la Banca de Desarrollo (Nacional Financiera), Fideicomisos Públicos de Fomento del Gobierno Federal y la Financiera Rural, también fortalecieron el Sistema Nacional de Garantías México Emprende, de acuerdo a la (SECRETARIA DE ECONOMÍA, 2012), estas acciones permitieron el acceso a créditos a sectores que antes tenían un limitado acceso o muy poca oferta crediticia.

El Sistema Nacional de Garantías estaba integrado por diferentes instancias, la principal función de este organismo era garantizar el acceso al financiamiento a los

¹⁸ La generación de empleos se da durante la vigencia y aplicación del financiamiento.

¹⁹ La generación de empleos se da durante la vigencia y aplicación del financiamiento.

²⁰ Se reportan los resultados de los proyectos vigentes relacionados a los 92.7 millones de pesos de 2009.

²¹ De los 200 millones de pesos asignados en 2009 al programa, 30 millones de pesos del PCEZM fueron destinados al Programa Emergente de Apoyo a Ex trabajadores de Luz y Fuerza del Centro, siete proyectos de los aprobados en el ejercicio fiscal 2009 fueron cancelados por un importe de 77.3 millones de pesos, por lo que se reportan los recursos ejercidos en el programa.

²² De los 160 millones de pesos que se tenía como meta destinar al Programa de Capital Semilla 2011, sólo se autorizaron 50 millones de pesos al organismo intermedio FOCIR, quien desistió de la operación del programa en 2011 y por tanto no se ejercieron recursos. Para el Programa de Capital Semilla 2012, se autorizaron 100 millones de pesos, los cuales se redirigieron al esquema del Programa de Financiamiento a Emprendedores con la Banca Comercial.

²³ La cifra podría diferir de lo reportado en el quinto informe de gobierno de Felipe Calderón Hinojosa →

²⁴ De acuerdo con la suficiencia presupuestaria de 850 millones de pesos que se tenían programados, fueron destinados 500 millones de pesos, motivo por el cual la cifra difiere del Quinto Informe de Gobierno. El proyecto se encuentra en ejecución por lo que los importes reportados corresponden a los programados.

²⁵ El número de empleos difiere de lo reportado en el Quinto Informe de Gobierno debido a que se cancelaron proyectos del ejercicio fiscal 2009.

sectores más desprotegidos de la sociedad. En la tabla 8 se puede observar que los proyectos apoyados son pocos en proporción con la derrama económica que estos representaron.

De la misma forma es importante destacar que los intermediarios desaparecieron a partir del año 2010, situación que fue de beneficio para una mejor implementación de los créditos ya que siempre un intermediario cobraría por sus servicios y esto incrementa el riesgo de costos más altos y corrupción ya que los intermediarios pueden caer en malas prácticas, pues en este caso pueden existir favoritismos.

Tabla 8

**Programa nacional de promoción y acceso al financiamiento para PYMES
(2007-2012)**

Concepto	Datos anuales						Enero-Julio		
	2007	2008	2009	2010	2011	Meta 2012	2011	2012	Var. %
Total, de recursos comprometidos (Millones de pesos)	891	1,100	2,469	2,350	3,002	2,794	1,270	2,660	101.5
Secretaría de Economía	825	1,100	2,434	2,350	3,002	2,794	1,270	2,660	101.5
Otros organismos Intermediarios	66	0	35	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Derrama crediticia (Millones de pesos)	21,854	63,751	77,656	67,390	74,285	40,000	33,588	55,473	58.9
Proyectos apoyados	12	6	4	7	10	n.a.	2	10	400.0
MIPyMES beneficiadas	81,180	54,778	84,684	71,210	69,283	54,000	36,129	48,877	35.3
Promedio por MIPYME	10,975.61	20,081.05	29,155.45	33,000.98	43,329.53	51,740.74	35,151.82	54,422.33	

Fuente: Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa. (SECRETARÍA DE ECONOMÍA, 2012)

2.3 Políticas enfocadas a la MYPE en México 2012-2018.

Para este apartado se toman en cuenta los datos del último informe de gobierno del presidente en turno del periodo estudiado, se menciona la mejora del ambiente empresarial al disminuir el costo país, que se refiere a uno de los elementos básicos en la admisión para formalizar la introducción de nuevas inversiones a la nación en donde instalar y desenvolver modernos proyectos industriales. (SID, 2024)

Se impulso el arranque de nuevas empresas, acortando de 9 a 4 días el lapso para abrir un negocio en el Registro Público de Comercio, formando posibilidades de

fundar una compañía con entradas de máximo cinco millones de pesos anuales, en un día, de manera gratuita y mediante Internet. (SECRETARÍA DE ECONOMÍA, 2018)

Se menciona la promulgación de la Ley General de Mejora Regulatoria, que sirve para mejora regulatoria una política de Estado imperativa para los tres órdenes de gobierno. Durante este sexenio, se disminuyó la carga regulatoria de 4.25% a 2.50% del PIB, que se traduce en un ahorro aproximadamente de 209 mil millones de pesos para los habitantes y las compañías.

En 2018 el gobierno logro colocar a México en la posición 46 en el Índice de Competitividad Global del WEF, siendo la 2° posición de Latinoamérica. De acuerdo con los datos del instituto mexicano para la competitividad, en el mismo año México se encuentra en el lugar 31, siendo la mejor posición que tenía desde 2009, sin embargo a partir de 2018 empieza a decaer hasta posicionarse en el lugar 37 (INSTITUTO MEXICANO PARA LA COMPETITIVIDAD, 2022).

Grafica 9

Desempeño de competitividad de México (2005 – 2022)

DESEMPEÑO A LO LARGO DEL TIEMPO

Desde el 2021, México se ha mantenido con un nivel de competitividad bajo.
Posición (entre 43 países)



Fuente: (INSTITUTO MEXICANO PARA LA COMPETITIVIDAD, 2022)

2.4 Contribución al mecanismo de eficiencia de los mercados.

La Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) hizo tres indagaciones:

1. Las probables actividades de monopolio de tortilla en Jalisco;
2. Una serie de impedimentos a la competitividad en el sector de transportes de carga en Sinaloa
3. por trabas a la competitividad y libre tránsito, producida de la regulación en Chihuahua.

Se reformó la Ley Federal de Protección al Consumidor, que “garantizaba” un aumento en la certeza en la compra de bienes y servicios, se consiguió que 76.96% de los descontentos de los consumidores en el México se resolvieran a favor de los compradores.

Se garantizó el suministro de productos, publicando aranceles libres de impuesto a la adquisición de artículos de primera mano como: carne de res, arroz, carne de pollo, cebolla y limón, etc.

Durante este periodo se disminuyó el Índice General de Inflación Acumulada (IGIA): en septiembre de 2018 fue de 21.1%, en contraparte con lo señalado en los dos gobiernos antecesores de 27.4% en el lapso de Felipe Calderón Hinojosa y 29.2% en tiempos de Vicente Fox Quezada. En mercancías como la tortilla, la inflación acumulada llegó a 17.7% en comparación al 66.2% de Felipe Calderón Hinojosa, en el caso del pollo pasó de 58.2% en el periodo de Felipe Calderón Hinojosa a 17.9%.

2.5 Fortalecimiento del respaldo a las MIPYMES y el incremento de la cultura emprendedora.

Se instauró el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) apoyando aproximadamente a 106 mil proyectos de inversión y dispersando 6,432 créditos por medio del programa Crédito Joven equivalente a un monto de 2,446 millones de pesos, es decir si los créditos fueran del mismo valor sería un total de 21,755 mxn por crédito o proyecto.

Se entregó por medio de PRONAFIM, 13,151 millones de pesos a establecimientos de micro financiamiento, favoreciendo a 4 millones de ciudadanos, considerando 2,144 municipios.

2.6 Implementación de política de fomento industrial aplicada a la economía mexicana.

En la constitución de esta política, se desarrollaron 28 agendas regionales lo que resultó en un incremento al Valor Agregado de las exportaciones en manufactura mundial, siendo que aumento de 33 centavos por dólar en el periodo de 2007 a 2009, con un aumento a 36.8 centavos en el periodo de 2013 a 2016, siendo que únicamente se vio un incremento real de 3.8 centavos, casi un centavo por año (ARGENTINA.GOB.AR, 2024). México ya se situaba como el más grande generador y exportador de vehículos en Latinoamérica; y a nivel mundial, en 2017, como el 7º generador y el 4º mayor exportador de automóviles. Además, se llevaron a cabo medidas para fomentar la transición a la Industria 4.0 en el contexto nacional e internacional.

El término Industria 4.0 se refiere a una nueva forma de producción mediante la incorporación de tecnologías 4.0, es decir, de soluciones centradas en la interconectividad, la automatización y los datos en tiempo real. (ARGENTINA.GOB.AR, 2024). Se estableció el Observatorio Mexicano de Innovación, que coordinaba las políticas públicas en el área y evalúa el avance de México hacia la Industria 4.0.

Se modificó la Ley de Propiedad Industrial en relación con las marcas, lo que robusteció el sistema de propiedad industrial, incrementando en un 35.21% la patentabilidad de mexicanos, en un 58.73% los signos distintivos y se consiguió denominación de origen al cacao Grijalva y al chile de Yahualica en el transcurso del sexenio de Enrique Peña Nieto.

2.7 Fortalecimiento de la integración global y la atracción de inversión extranjera directa

La administración de Enrique Peña Nieto concluyó con más de 200 mil millones de dólares en Inversión Extranjera Directa (IED), una cifra histórica en México. A través de ProMéxico, se logró captar inversiones multianuales y estimular 4,832 proyectos de exportación con un valor superior a 17 mil millones de dólares.

Se reafirmó la presencia de México como figurante global, creando Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRIS) con Baréin, Kuwait, Turquía, Haití y Hong Kong; firmando la Alianza del Pacífico; el TLC con Panamá; modernizando el Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea (TLCUEM) y se firmó el Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico [CPTPP].

Asimismo, se renovó el TLCAN logrando un acuerdo [T-MEC] que proporciona certeza al comercio y a las inversiones, transformando al comercio regional más inclusivo y responsable al incluir modernas secciones como PYMES, medio ambiente, anticorrupción y trabajo. Concretamente, en el área laboral, el T-MEC refuerza y extiende la seguridad de los derechos de los trabajadores e instaura la obligación de respetar los derechos y reglas laborales reconocidas a nivel internacional por la Organización Internacional del Trabajo.

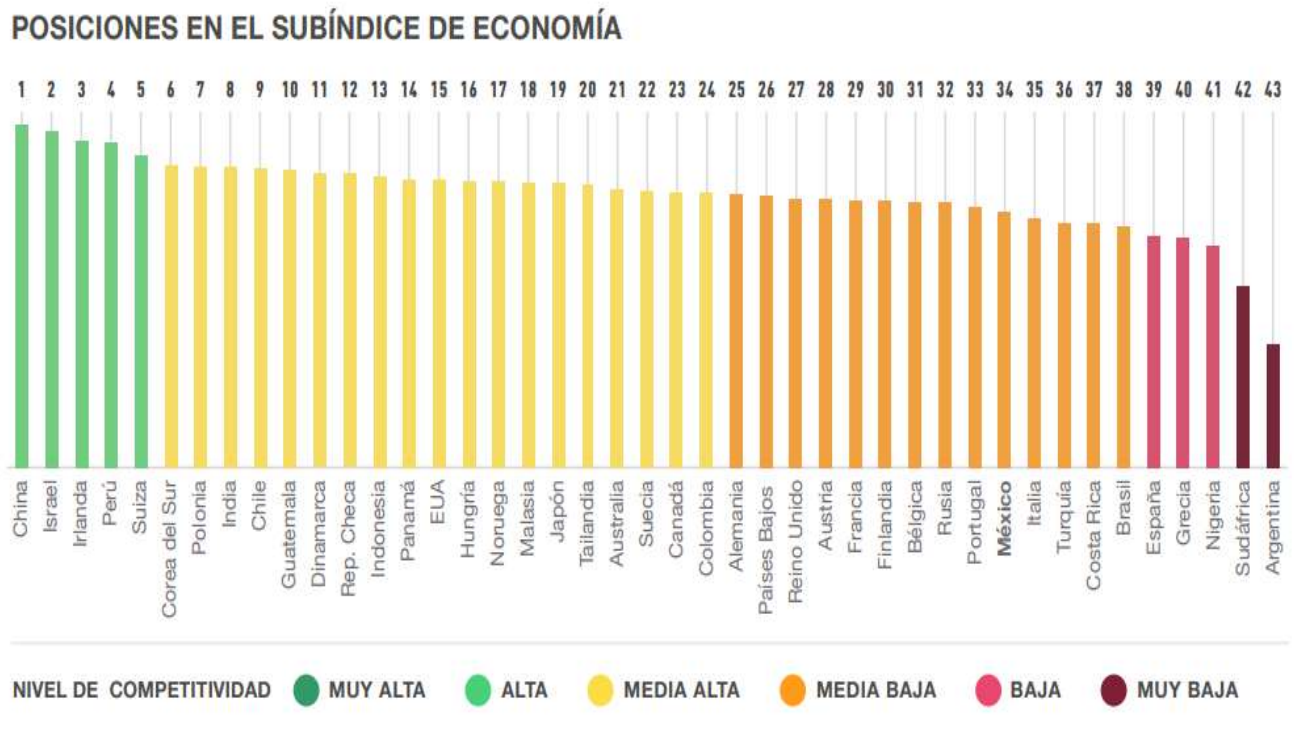
Este fue un sexenio que se caracterizó por tener resultados favorables en el sentido de las exportaciones que en México las empresas tuvieron la oportunidad de generar riqueza y empleos en el país, además se creó el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) perfilado hacia el emprendimiento y orientado principalmente a las micro empresas, (SECRETARÍA DE ECONOMÍA, 2018).

Ante el grado de apertura tan amplio del país, las MIPYMES compiten con empresas nacionales e internacionales. Tomando en el Índice de Competitividad Internacional, en el año 2022, México pasó de posición 37 de 43, considerándose aún un país con una competitividad media baja (ver gráfica 9), sin embargo, con estas medidas y en colaboración con los sectores productivos del país, la Secretaría de Economía reportó

que la apertura comercial ayudó a México a ser un país más competitivo para invertir, producir y exportar (SECRETARÍA DE ECONOMÍA, 2018).

Gráfica 10

Posiciones en el subíndice de competitividad mundial.



Fuente: (INSTITUTO MEXICANO PARA LA COMPETITIVIDAD, 2022)

2.8 Políticas enfocadas a la MIPYME en México 2019 - 2024.

En términos generales, durante gestión de Andrés Manuel López Obrador, el respaldo a las MIPyMES fue limitado, no existió una estrategia de fomento o crecimiento empresarial. Durante la crisis sanitaria, más de un millón de micro, pequeñas y medianas empresas cerraron; algunas lograron recuperarse, sin embargo, el saldo final fue la desaparición de muchos miles de empresas que quebraron de forma definitiva 1 millón 010,857; mientras que en 2021 se crearon 1 millón 187,170 y quebraron 1 millón 583,930. (ITS, 2019).

Enrique Alcázar, vicepresidente de Franquicias, Marcas y Propiedad Intelectual en Concanaco Servytur declaró que, desde el inicio hubo una política bien establecida

de parar de respaldar al sector empresarial y, en cambio, brindar mucho apoyo a programas sociales. Considera que aunque los programas sociales son esenciales, no se puede ignorar que los principales creadores de empleo y riqueza provienen del sector empresarial, incluidas las Pymes. (FORBES, 2023)

Dentro del Plan Nacional Desarrollo no existió una sección dedicada al sector empresarial, solo algunas referencias al sector agrario en el apartado número 6 contemplando los estados Campeche, Chiapas, Chihuahua, Colima, Durango, Guerrero, Hidalgo, Michoacán, Morelos, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz y Yucatán en la cual motiva a los sujetos agrarios a implementar sistemas agroforestales productivos, los cuales combinan el cultivo de plantas tradicionales junto con árboles frutales y maderables, así como el sistema de Milpa Intercalada entre Árboles Frutales (MIAF). Se menciona que estos contribuirían a la creación de empleos, promover la autosuficiencia alimentaria, mejorar los ingresos de la población y restaurar la cobertura forestal en un millón de hectáreas en el país.

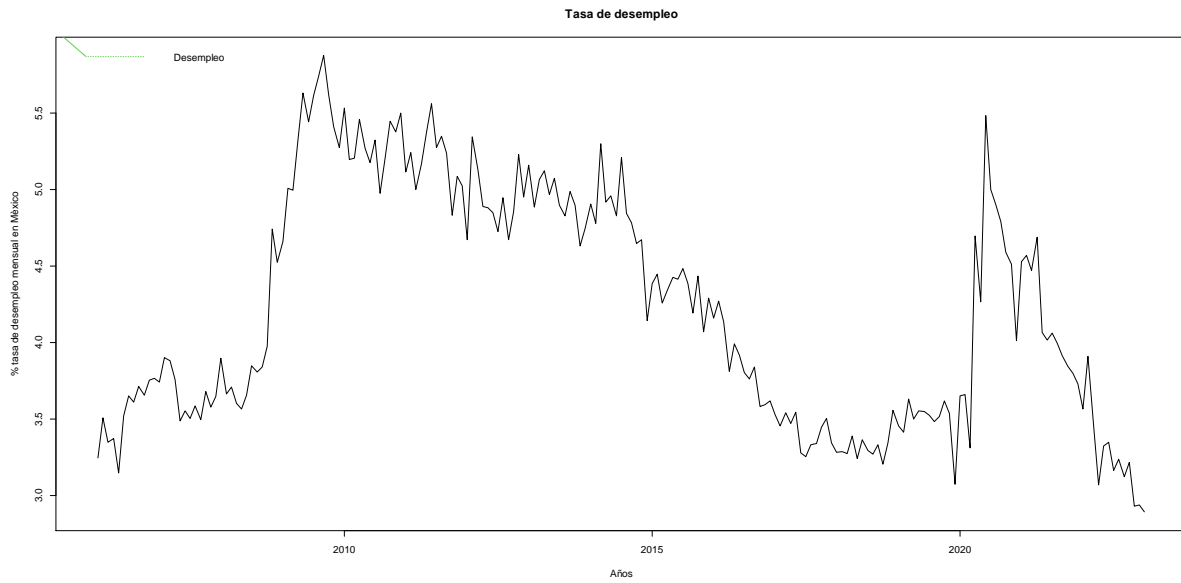
Las condiciones para acceder a este programa fueron que se brindara apoyo económico a sujetos agrarios mayores de edad que residieran en áreas rurales, cuyos ingresos sean menores a la línea de bienestar rural y que dispongan de 2.5 hectáreas para proyectos agroforestales. Los beneficiarios recibirán un apoyo mensual de 5 mil pesos, así como insumos en especie para la producción agroforestal (plantas, materiales, herramientas) y asistencia técnica para la implementación de sistemas agroforestales. Además en el apartado 9 se mencionan las “Tandas del bienestar” (GOBIERNO DE MÉXICO, 2019) .

En este sexenio se optó por quitar el funcionamiento del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) tras señalar una serie de fraudes financieros no canalizados hacia donde deberían ir, y tras un intenso debate de casi cinco horas, Morena aprobó la minuta con 57 votos a favor y 44 en contra, eliminando el Instituto, el cual, a lo largo de sus años de funcionamiento (EL ECONOMISTA, 2019).

En la gráfica se muestra la variación de la tasa de desempleo en los periodos de estudio, redactar la variación del empleo

Gráfica 11

Tasa de desempleo 2006 – 2023 (en porcentaje de variación)



Fuente: Elaboración propia con datos de (INEGI, 2024)

CAPÍTULO III: LA INCURSIÓN DE LAS TIC'S EN LAS MIPYMES EN TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO, SU DESARROLLO Y SUS ALCANCES.

Toda empresa necesita identificar sus ingresos y egresos, con ello hacer una buena planeación financiera que le permita crecer, invertir, así como pagar impuestos de forma debida, bajo este esquema la estrategia de comercialización es también parte fundamental para una correcta promoción, incorporando también una mejora constante del servicio y una promoción de los productos de forma innovadora, inclusiva y eficiente, dichas necesidades requieren del uso de las TICS en la MIPyME.

Toda empresa tiene alcances de crecimiento exponencial pues hoy en día con los alcances que tiene el internet, además con el desarrollo de software y la incorporación del hardware en todos los ámbitos de la empresa, un pequeño negocio puede crecer y expandirse a mercados que hace unos años era imposible alcanzar. Otra de las herramientas más conocidas y que están generando un cambio en la forma de comercializar los productos, es la venta en línea, uno de los ejemplos más claros es el de la empresa mercado libre, siendo una de las pioneras en México en invertir en el comercio en línea.

3.1 Dinamismo de los sectores económicos del Estado de México y de Toluca.

MIPYME en el Estado de México

Una vez que se ha definido la situación nacional, es necesario analizar la situación en el Estado de México, definiendo el contexto de la MYPE, en el año 2014, en la entidad existían 534, 838 unidades económicas cifra que representó el 12.6% del total del país, ocupando el tercer lugar en la producción bruta total nacional, lo que era equivalente al valor de todos sus bienes y servicios producidos o comercializados por cada unidad económica, resultado de sus actividades (INEGI, 2014).

En contraste 10 años después con los Censos Económicos 2024, en enero de 2024 había 896,931 establecimientos activos en la entidad de los cuales 747,999 correspondían al sector privado y empresas paraestatales en 2023, empleando a 2,775,555 personas, de estas unidades:

97.2 % eran microempresas (0–10 personas), que representaron 51.6 % del personal ocupado y aportaron el 18.7 % de los ingresos estatales. (INSTITUTO MEXICANO PARA LA COMPETITIVIDAD, 2022) (_INEGI, 2025)

Adicionalmente, el crecimiento de estas unidades fue notable: entre 2019 y 2024, se incrementó en 129 384 establecimientos, un crecimiento "cuatro veces mayor que el de Nuevo León y seis veces el de Querétaro (AMEXI, 2025)

En términos porcentuales, en el año 2025 de acuerdo con fuentes de INEGI el Estado de México concentró 12.7 % del total nacional de unidades económicas, ocupando el primer lugar entre las entidades federativas. (Mexiquense, 2025)

Mientras que en 2014 , los municipios que concentraron las participaciones más altas de producción en el Estado de México son Toluca, Cuautitlán Izcalli y Tlalnepantla de Baz (INEGI, 2014).

A continuación, se presenta una tabla con los datos de la actividad económica y su distribución ocupacional, en el caso de Toluca, en el año 2023 el sector de manufacturas representó el 12.9% del total de personal ocupado en el estado debido a que cuenta con uno de los corredores industriales más grandes de México, en segundo lugar se encuentra el sector servicios con el 9.9% siendo superado en este caso por Ecatepec y Cuautitlán Izcalli, mientras que el sector del comercio se encuentra en tercer lugar con un 8.2%, sin embargo seguía siendo una ponderación importante en comparación con los demás municipios (INEGI, 2014)

En Toluca, el sector manufacturero representó cerca del 40 % del empleo municipal en 2023, debido a su papel como uno de los corredores industriales más importantes del país (Ayuntamiento de Toluca, 2025). A nivel estatal, el INEGI reporta que la manufactura genera el 28 % del PIB del Estado de México, seguido por los servicios (22 %) y el comercio (20 %) (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2025)

En el caso de la generación de empleo es necesario exponer cuales son los factores clave dentro de las empresas, las cuales tienen que desarrollar más fortalezas para abonar positivamente en las tasas de crecimiento del empleo, asimismo cabe señalar que las pequeñas y medianas empresas tienen como objetivo principal el crecimiento

y la expansión mientras que las microempresas buscan en principio la subsistencia en el mercado.

En la tabla 9 se describen algunos de los efectos positivos o negativos que tiene la implementación de acciones concretas en el crecimiento de la empresa, la tabla 9 muestra una de las alternativas que pueden tomar los empresarios para generar planes de desarrollo, o bien consultorías para el mejoramiento de las condiciones actuales de la empresa.

Tabla 9

Efecto de las características de las empresas en las tasas de crecimiento del empleo.

Factor	Descripción	Efecto sobre la tasa de crecimiento del empleo
Tamaño de la empresa	De acuerdo con número de empleados	Negativo
Edad de la empresa	Años	Negativo
Estrategias de la empresa		
Innovación	Introducción de nuevos productos o procesos de producción	Positivo
Orientación hacia la exportación de la empresa	Vender algunos productos en mercados internacionales	Positivo
Intensidad de capital	El nivel de capital y/o activos fijos	Positivo
Otras características de la empresa		
Localización	Si la empresa está situada en una ciudad altamente poblada (p.e. una gran ciudad)	0
Capital Humano	Conocimientos y habilidades de los trabajadores adquiridos a través del entrenamiento formal	Positivo
Propiedad	Si tiene propietarios extranjeros	Positivo
Orientación del sector hacia la importación	La participación en el sector que exporta	Positivo
Características propias		
Edad del propietario	Edad del dueño de la empresa en años	Positivo
Capital humano	Conocimientos y habilidades del dueño, entrenamiento escolar adquirido y/o previa experiencia en los negocios	Mixto

Fuente: Traducción propia, extraída de (De Kok, Deijl, & Veldhuis-Van Essen, 2013)

3.2 Obstáculos a las que se enfrentan las MIPYMES.

Es necesario identificar cuáles son los principales problemas por los que las empresas se ven afectadas para su crecimiento, expansión o simple sobrevivencia, según (Zevallos V., 2006) los tres principales obstáculos en América Latina son la falta de acceso al financiamiento, recursos humanos y la tecnología e información según un estudio comparativo entre algunos países de Latinoamérica²⁶.

Bajo esta lógica es importante destacar la problemática empezando por el acceso al financiamiento, “el financiamiento es la aportación de fondos y recursos económicos necesarios para el desarrollo de una actividad productiva, así como, para poder emprender, y también invertir en actividades innovadoras, tecnológicas y de comunicación, cuyo costo está representado por los intereses o dividendos.” (León Vite & Saavedra García, 2018)

3.2.1 Financiamiento

Las crisis financieras que han aquejado a todo el planeta en los últimos años, han hecho que el financiamiento sea un tema de interés creciente, toda empresa emergente requiere de capital para poder subsistir en el mercado, en este apartado se analiza la situación de México partiendo de que *“La información asimétrica en el mercado de crédito provoca que las entidades financieras no puedan valorar adecuadamente los proyectos de inversión debido a la escasa y poco fiable información de sus prestatarios especialmente la PYME. Como medida de protección, los acreedores interrumpen el crédito, dando lugar al racionamiento de éste y como consecuencia las PYMES no disponen de financiamiento bancario en la cantidad y costo requerido”* a (Saavedra García, Milla Toro, & Tapia Sánchez, 2012)

Según la Encuesta de Evaluación Coyuntural del Mercado Crediticio 2015-2019, el porcentaje de las empresas que utilizaron algún tipo de crédito, (en el caso de aquellas empresas que tienen hasta 100 empleados), en promedio el 83% de las empresas que tienen un crédito lo usan, mientras que el 76% de estos créditos son provenientes de los proveedores, presentándose en este en el caso un ligero crecimiento 2018, no obstante, regresa a su nivel habitual en el periodo de 2019

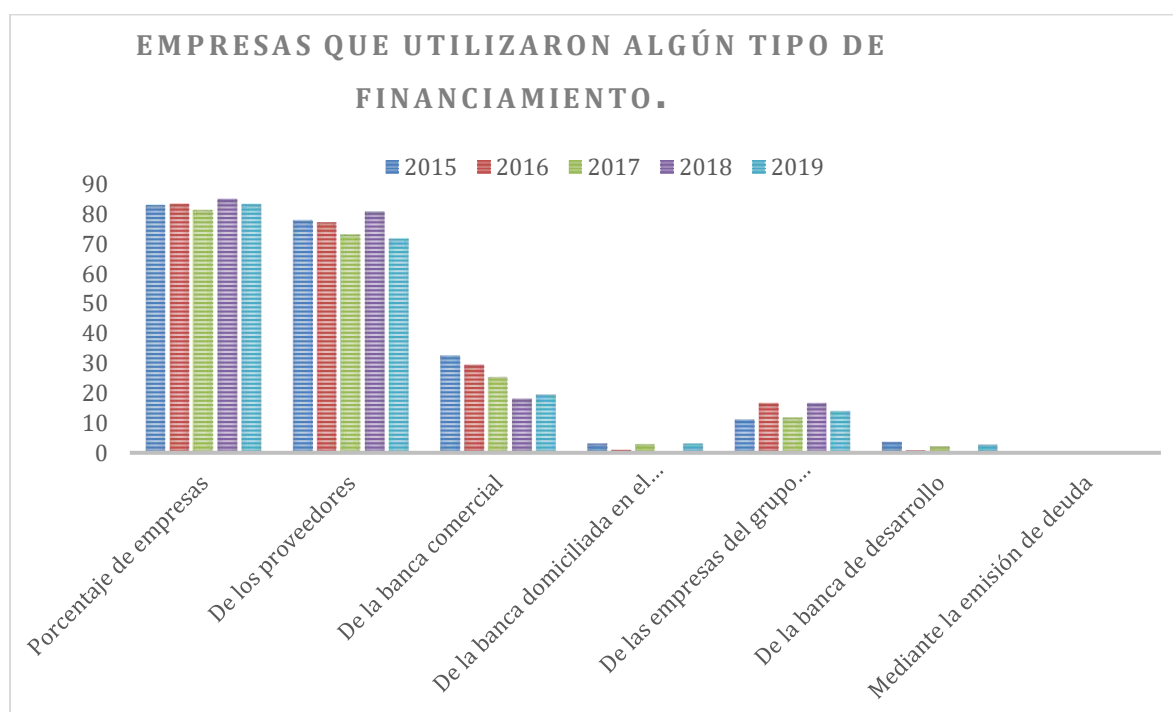
²⁶ (Argentina, Colombia, Chile, Costa Rica, El Salvador, Panamá)

(gráfica 2) (Saavedra García , Milla Toro, & Tapia Sánchez, 2012). El acceso al crédito de la banca comercial tuvo una disminución considerable pasando de 32.5% en 2015 a tan solo 19.4% en 2019, estas cifras fueron preocupantes ya que se tradujo en una disminución de las posibilidades de crecimiento de las empresas, y por lo tanto menor creación de empleos.

Es conveniente poner en énfasis que “en la industria, el financiamiento principal se obtiene de los proveedores, además, el total de empresas tiene acceso a una fuente de financiamiento, sin embargo, no solicitaron un crédito financiero por las altas tasas de interés y la falta de cumplimiento de requisitos” (Saavedra García , Milla Toro, & Tapia Sánchez, 2012)

Gráfica 12

Empresas que utilizaron algún tipo de financiamiento, comparación 2015-2019.



Fuente: Elaboración propia con información de (BANCO DE MÉXICO, 2015-2018), Resultados de la Encuesta de Evaluación Coyuntural del Mercado Crediticio, trimestre octubre-diciembre, (BANCO DE MÉXICO, 2019) trimestre enero-marzo.

3.3 Las MYPES en Toluca, Estado de México

Es importante analizar el caso de la pequeña y mediana empresa en el Estado de México, para lo cual se llevó a cabo una encuesta realizada a dueños o directivos de pequeñas y medianas empresas en el municipio de Toluca, Estado de México

pertenecientes al sector de alimentos y bebidas. La encuesta se orienta al análisis de los aspectos principales, de acuerdo con este estudio las variables del análisis sistémico se evaluaron utilizando una escala tipo Likert de cinco niveles: muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo, muy en desacuerdo y no sé/no aplica. El estudio se llevó a cabo con un enfoque cuantitativo, mediante un diseño transversal-descriptivo, utilizando una muestra de 161 encuestas dirigidas a micro y pequeños empresarios

En esta tesis se tomaron en cuenta las preguntas que resultan de mayor relevancia y que se apegan al uso de las tecnologías de la información, (La encuesta se encuentra en el anexo 1 de esta tesis).

podrá utilizar la siguiente técnica para el cálculo del tamaño de la muestra, de acuerdo con el libro de metodología de la investigación

La fórmula para la estimación del tamaño de muestra es la siguiente:

$$n = \frac{NZ^2pq}{E^2(N - 1) + Z^2pq}$$

Donde:

N = población total

Z = distribución normalizada. Si Z = 1.96 el porcentaje de confiabilidad es de 95%

p = Proporción esperada de éxito

q = 1 - p, es la proporción de “no éxito” o el resto.

E = porcentaje deseado de error

(Baca, 2010)

En el año 2018 Toluca contaba con 44,955 unidades económicas de las cuales el 44,173 era micro y pequeñas empresas que representaron 98.3% del total de las empresas de las unidades económicas”, situación que refleja que la gran mayoría de las empresas son micro y pequeños negocios, sustituyendo en la formula se obtiene lo siguiente

Se toma un 88% de confianza en “p” debido a que es el nivel de confianza de que responda el dueño la encuesta y representa la desviación típica o estándar de la muestra. (ITS, 2019)

<p>N= 44,995</p> <p>Z= 1.96</p> <p>p= 88%</p> <p>q= 12%</p> <p>E= 5%</p>	$n = \frac{(44,995)(1.96^2)(.88)(.12)}{.05^2(44,995 - 1) + (1.96^2)(.88)(.12)}$ <p>Tomando en cuenta un 95% de confianza</p> <p>Se tiene que n=161.3</p>
--	--

Entonces n=161.3

Mientras en 2025, el municipio de Toluca contaba con aproximadamente 56 917 unidades económicas, de las cuales más del 98 % eran micro y pequeñas empresas, consolidando su perfil de predominio de negocios pequeños, estos datos el inegi los actualiza en tiempo real en su directorio estadístico nacional de unidades económicas (DENUE, 2025).

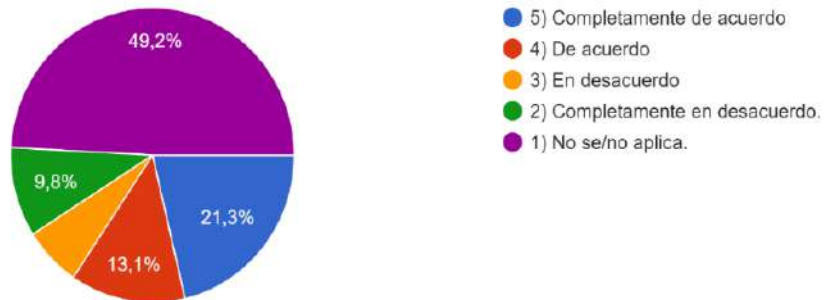
<p>N= 56,917</p> <p>Z= 1.96</p> <p>p= 88%</p> <p>q= 12%</p> <p>E= 5%</p>	$n = \frac{(56,917)(1.96^2)(.88)(.12)}{.05^2(56,917 - 1) + (1.96^2)(.88)(.12)}$ <p>Tomando en cuenta un 95% de confianza</p> <p>Se tiene que n=161.85</p>
--	---

Una vez obtenidos los resultados se tiene que el 49.2% de los empresarios por lo general no adquieren algún crédito incluso si el financiamiento viene de fuentes no convencionales como son familiares y conocidos, mientras que el 21.3% si tiene endeudamiento, el 13.1% declaro que está de acuerdo con conocer este dato, por su parte el 9.9% está en desacuerdo con este tipo de financiamiento, y solamente el 6.6% declaro que se encuentra en desacuerdo con la obtención de un crédito (ver grafica 13).

Gráfica 13

Tengo muy claro cuando debo en préstamos familiares y conocidos.

32f) Tengo muy claro cuánto debo en préstamos familiares y conocidos.



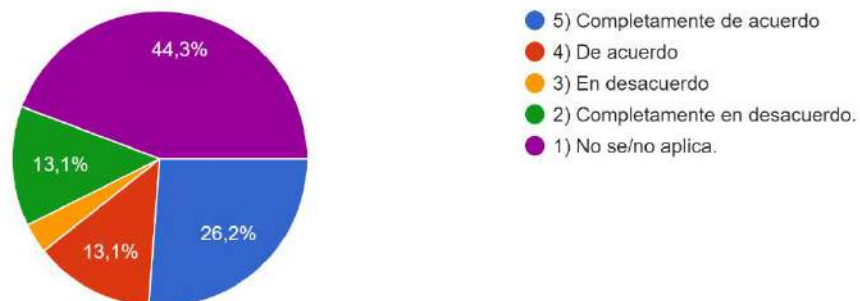
Fuente: Elaboración propia

En el caso del financiamiento bancario y otras instituciones de crédito, el 44.3% de las empresas encuestadas declaro no tener algún préstamo bancario, mientras que el 26.2% si tiene crédito con estas instituciones, por su parte el 13.1% estuvo de acuerdo en conocer este dato, por otro lado, el 13.1% declaro estar completamente en desacuerdo con esta práctica y el 3.3% restante simplemente declaro estar en desacuerdo (ver gráfica 14).

Gráfica 14

Tengo muy claro cuando debo al banco y otras instituciones.

32g) Tengo muy claro cuánto le debo al banco y a otras instituciones.



Fuente: Elaboración propia

Este análisis se corrobora que más MyPES acudirán al endeudamiento bancario, sin embargo, es muy bajo el nivel de créditos otorgados a las empresas, situación que puede afectar negativamente al desarrollo de las empresas.

3.3.1 Recursos humanos

Es necesario reconocer que cada empresa tiene diferentes necesidades de personal especializado, así como de capacitación y consultoría, lo que se traduce en mayor dinamismo, mejora y crecimiento de la empresa, sin embargo, generalmente es la mediana y gran empresa quien implementa estas estrategias (Zevallos V., 2006)

La pregunta ¿Cuántos familiares trabajan permanentemente en su empresa? la encuesta arrojó que en promedio las MYPE cuentan con 2 trabajadores que son parte de la familia del propietario, son muy pocos los casos donde existan trabajadores ajenos a la familia, si tomamos en cuenta que normalmente cada una de estas empresas cuenta con 4 trabajadores podemos concluir que normalmente el 50% de los empleados son familiares.

3.4 Variables a analizar para aumentar las posibilidades de éxito de la empresa

3.4.1 Incentivar la competitividad y gestión de capital humano

Otros rubros importantes que la empresa debe tomar en cuenta para aumentar las posibilidades de éxito en el mercado, tales como incentivar la competitividad dentro de la empresa, y por consecuente desenvolver y gestionar el capital humano relacionado está aumentando en las corporaciones (Katzenbach & Smith, 1994)

3.4.2 Satisfacción laboral de los empleados.

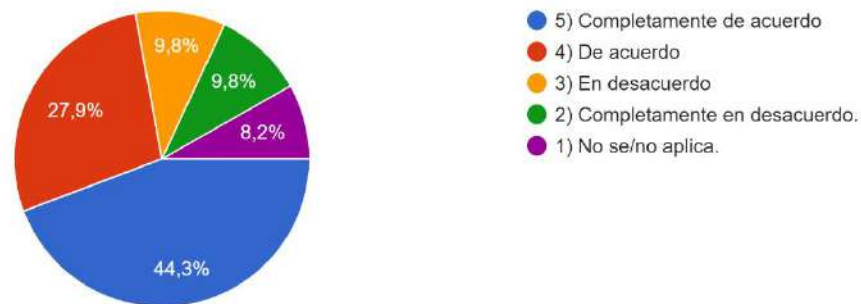
En cuanto a la administración de capital humano es de vital importancia que los empleados estén motivados, si ellos ganan dinero y su esfuerzo es recompensado, seguirán trabajando de manera ardua aumentando sus ingresos debido a que en condiciones razonables la empresa comenzará a dar incentivos para mejorar la competitividad de sus empleados.

El 44.3% de los dueños o directivos de las micro y pequeñas empresas declaro que evalúa la situación laboral de sus empleados asimismo el 27.9% también evalúa la satisfacción laboral, sin embargo, el 19.6% declaro estar en desacuerdo y completamente en desacuerdo. (Ver gráfica 15)

Gráfica 15

Evaluó la satisfacción laboral de mis empleados.

26g) Evaluó la satisfacción laboral de mis empleados.



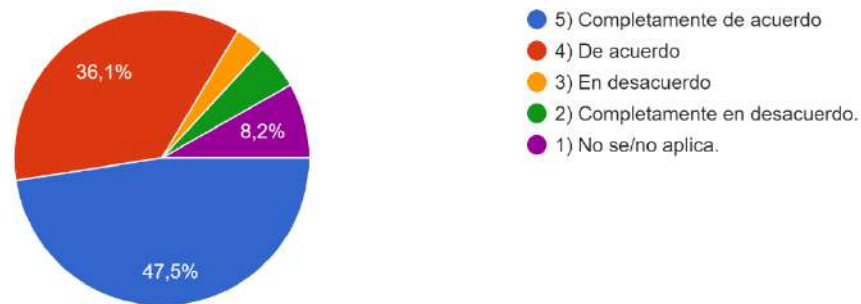
Fuente: Elaboración propia

El 47% de los encuestados opinó que está completamente de acuerdo respecto a que las consecuencias de los actos de los empleados deben de ser severas según su comportamiento, y que también deben establecer una relación de respeto, cordialidad, honestidad; mientras que el 36.1% está de acuerdo respecto a lo mismo y el 8.2% no sabe nada del tema (ver gráfica 16). Este último porcentaje da cuenta que aún existen microempresarios que no le dan la importancia debida al desarrollo humano en la empresa de gran relevancia.

Gráfica 16

Tengo reglas claras sobre las consecuencias buenas y malas de lo que hacen mis empleados.

26k) Tengo reglas claras sobre las consecuencias buenas y malas de lo que hacen mis empleados.



Fuente: Elaboración propia

Respecto a la pregunta: “Mi empresa paga sueldos muy superiores a los de otras empresas de la zona”.

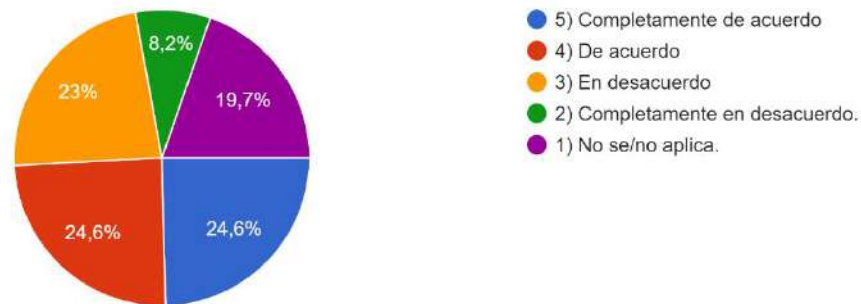
El 49.2% de los empresarios dijo estar completamente de acuerdo y de acuerdo. El 23% no estuvo de acuerdo, 8.2% completamente en desacuerdo y un 19.7% declaró no aplicar o no saber nada al respecto. Los resultados muestran una importancia por mostrar interés en la competitividad de los sueldos, mismos que pueden llegar a mejorar las condiciones actuales de los empleados (Ver gráfica 17).

La importancia de tener un buen sueldo en cualquier trabajo es una de las ventajas competitivas que puede diferenciar a una empresa de otra, esta diferencia puede ser clave en la toma de decisiones de los empleados, cuando les va mejor a los empleados éstos deciden permanecer por mucho más tiempo en una empresa.

Gráfica 17

Mi empresa paga sueldos muy superiores a los de otras empresas en la zona.

26) Mi empresa paga sueldos muy superiores a los de otras empresas de la zona.



Fuente: Elaboración propia

Los salarios en México son un tema que ha sido controversial para muchos gobiernos, de acuerdo con (Vázquez, 2015) la literatura ha encontrado que un aumento de salario mínimo, se traslada a los precios, pero también tiene otras implicaciones en cuanto a mejoras de eficiencia dentro de las empresas, al tener una mejor remuneración económica, los empleados están más motivados, lo que permite a la empresa tener una rotación de personal baja, lo que implica reducir costos en capacitación y entrenamiento de nuevos empleados, bajo este tenor la empresa puede entonces enfocarse en otros sectores como el uso de la tecnología, la reducción de costos y mejorar sus procesos de producción para hacerlos más eficientes.

3.5 Tecnología e información

Para entender las Tecnologías de la Información y Comunicaciones es necesario dar su definición; "Las TIC, según (Gil, 2002) constituyen un conjunto de aplicaciones, sistemas, herramientas, técnicas y metodologías asociadas a la digitalización de señales analógicas, sonidos, texto (BANCOMEXT, 2016) e imágenes, manejables en tiempo real. Por su parte, (Ochoa & Cordero, 2002), establecen que son un conjunto

de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (hardware y software), soportes y canales de comunicación, relacionados con el almacenamiento, procesamiento y la transmisión digitalizada de la información. Asimismo, (Strickland, 2004) definen las tecnologías de información y comunicación, como aquellos dispositivos, herramientas, equipos y componentes electrónicos, capaces de manipular información que soportan el desarrollo y crecimiento económico de cualquier organización.²⁷

La evolución de la tecnología ha permitido también cambiar la perspectiva económica de las empresas, generando un ambiente de cercanía con el cliente, tal es el caso del uso de las plataformas de redes sociales tales como: Facebook, Twitter, LinkedIn, entre otros.

Las Tecnologías de la Información (Tics) son herramientas que han permitido crear nuevas formas de negocios, que las grandes empresas han aprovechado exitosamente. “En un día promedio, 70 millones de personas se conectan en línea y 140 millones envían correo electrónico, 5 millones escriben en sus blogs, 4 millones comparten música en redes de igual a igual y 3 millones utilizan internet para evaluar a una persona, un producto o un servicio” (Laudon & Laudon, 2008)

A partir de la pandemia del COVID-1, la economía ha tornado un escenario aún más tecnológico, cada día hay más personas que realizan actividades en internet y en consecuencia más clientes potenciales. Muchas de las Pequeñas y Medianas Empresas han valorado y tomado la decisión de implementar el uso de algunas TIC's para permanecer en un mercado donde aún las MIPyMES compiten con empresas nacionales e internacionales.

De acuerdo con un reciente estudio comisionado por Microsoft México el 66% de las PyMEs mexicanas implementaron el teletrabajo a raíz de la pandemia de COVID-19, la adopción de éste incrementa en el caso de las industrias de Manufactura (86%) y de Educación (79%). El mismo estudio revela que el 66% de los líderes de las PyMEs

²⁷ Galo, E. (2018), Las TICs en las empresas: evolución de la tecnología y cambio estructural en las organizaciones, Ecuador, Vol. 4, núm. 1, enero, 2018, pp. 499-510

mexicanas están al tanto de la reforma a la Ley Federal del Trabajo en materia de teletrabajo, conocimiento que es más prevalente en medianas empresas con más de 150 empleados.

Entre las principales medidas adoptadas por las PyMEs para facilitar el teletrabajo se encuentran el uso de software para videollamadas (70%), la provisión de equipos de cómputo portátil (56%) y la capacitación en tecnologías para los empleados (43%). (NEWS CENTER MICROSOFT LATINOAMERICA, 2021).

3.6 Situación legal y fiscal de la empresa de los encuestados

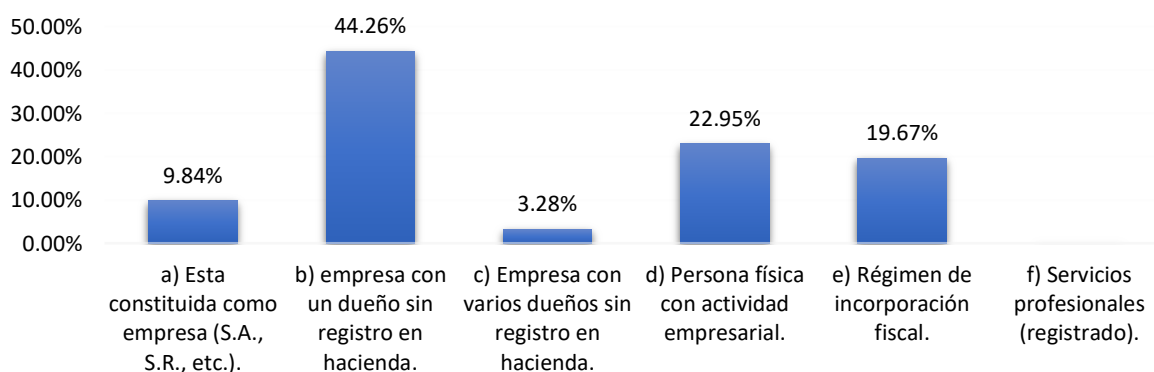
Situación legal y fiscal de la empresa: Es una situación preocupante, el 44,26% de las MIPES las empresas encuestadas no cuentan con un registro en hacienda, esto limita el acceso a oportunidades gubernamentales y deja sin seguridad social a sus empleados (ver gráfica 18).

1)

Gráfica 18

Situación legal y fiscal de la empresa, México

2) Situación legal y fiscal de la empresa, México



Fuente: Elaboración propia

3.6.1 Número de trabajadores, y numero de familiares trabajando.

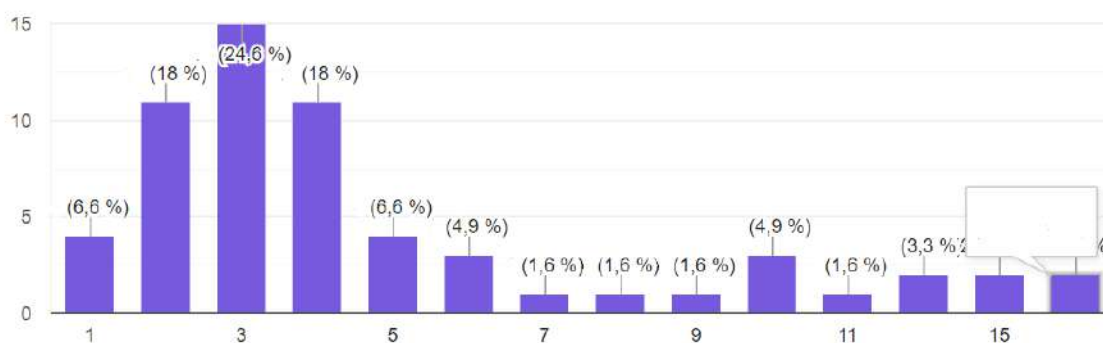
Sé tomó en cuenta esta pregunta debido a que ayuda a saber el nivel de empleo que generan las empresas en Toluca y con ello conocer el mínimo y el máximo número de empleados.

Esta pregunta ha arrojado como resultado como se observa en la gráfica 19 que, en promedio cada uno de los establecimientos cuenta con 5 trabajadores. Únicamente dos empresas respondieron que tienen permanentemente trabajando a 20 personas, en la mayoría de los casos solamente consideran de 2 a 4 trabajadores permanentes dentro de su empresa e incluso hay empresas donde solamente el dueño se considera empleado permanente.

Gráfica 19

Número de trabajadores en promedio, México 2018.

3a) ¿Cuántas personas trabajan permanentemente en tu empresa actualmente?



Fuente: Elaboración propia

3b) ¿Cuántas mujeres trabajan permanentemente en tu empresa actualmente?

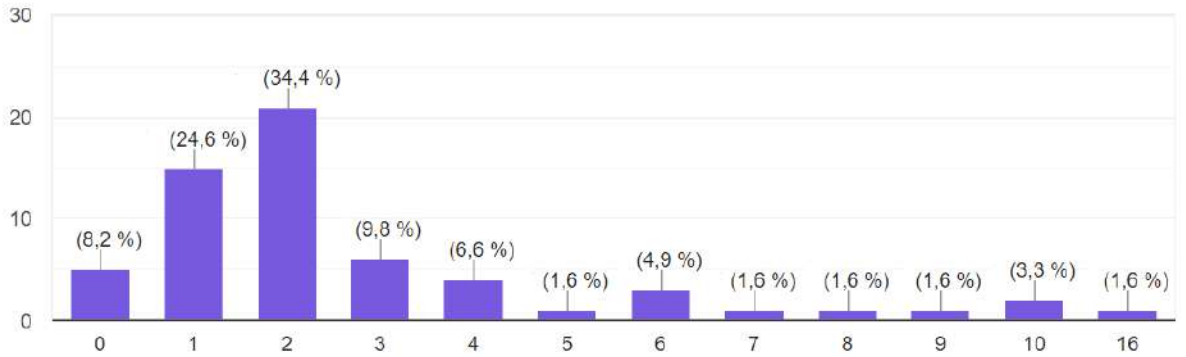
En la actualidad²⁸ un tema muy controversial, es que las mujeres tienen menos oportunidades de trabajo que los hombres, tomando en cuenta esta pregunta, las respuestas de las encuestas reflejan que en la mayoría de los comercios consideran al menos una trabajadora permanente, mientras que el máximo a considerar fue una sola empresa con 16 mujeres trabajando como se observa en la gráfica 20.

²⁸ Año 2021

Gráfica 20

Número de trabajadoras en promedio, México 2018.

3b) ¿Cuántas mujeres trabajan permanentemente en tu empresa actualmente?



Fuente: Elaboración propia

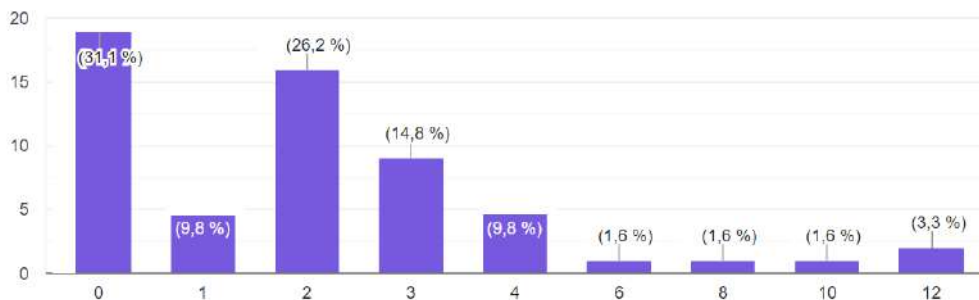
3c) ¿Cuántos familiares trabajan permanentemente en tu empresa actualmente?

En la gráfica 21 el 68.9% de los casos el resultado fue que las empresas tenían familiares trabajando, predominando 2 trabajadores en promedio, hasta un máximo de 12, mientras que, el 31.1% de los encuestados respondió que no tiene ningún familiar trabajando.

Gráfica 21

Número de familiares laborando en promedio, México 2018.

3c) ¿Cuántos familiares trabajan permanentemente en tu empresa actualmente?



Fuente: Elaboración propia

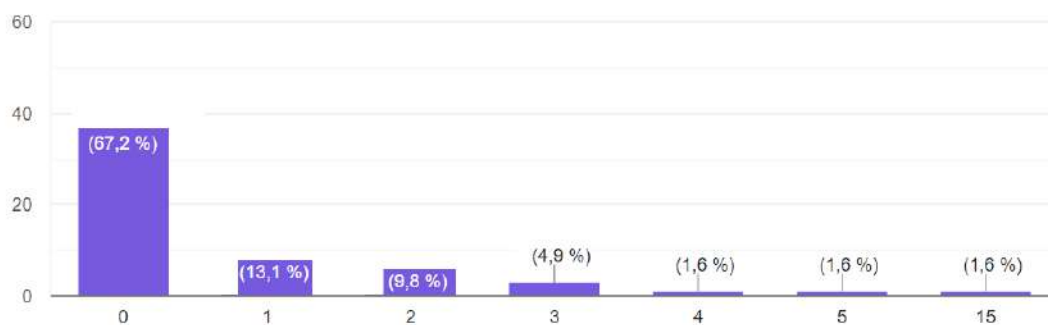
3.6.2 Número de personas usando computadora en las MYPES, programas para administración de empresas y empleados con celular o línea telefónica para su trabajo en Toluca, Méx.

3) ¿Cuántas personas usan computadora para su trabajo en tu empresa actualmente? En la gráfica 22 la mayoría de las empresas siendo un 67.2% de las encuestadas, respondió que ninguno de sus empleados usa computadora para realizar sus funciones, y solamente el 13.1% cuenta con una computadora, mientras que solamente el 9.8% de las empresas encuestadas tiene a dos empleados usando computadora.

Gráfica 22

Número de personas usando computadora en las MYPES, Toluca, Méx.

¿Cuántas personas usan computadora para su trabajo en tu empresa actualmente?



Fuente: Elaboración propia

El uso de la computadora en el trabajo de las MyPES es muy importante, pues puede derivar en bastantes aplicaciones que le pueden dar a la empresa una cantidad importante de diferenciación de las demás empresas ya que, de acuerdo con los datos del estudio, la mayor parte de las empresas no cuentan con computadora alguna, perdiendo la oportunidad de poder contar con diferentes ventajas competitivas tales como:

- ❖ Llevar una contabilidad más exacta a través de un programa de administración.
- ❖ Tener un control sobre los horarios de apertura e inicio más eficaz.
- ❖ La certeza de conocer las ventas totales diarias, mensuales y anuales.
- ❖ Control de inventarios.
- ❖ Turnos de personal.
- ❖ Posibilidad de conexión a través de email con proveedores.

Cabe señalar que quizá el sector en el que se encuentran las empresas encuestadas el dueño cree que no es necesaria una computadora, sin embargo, es preocupante que en promedio los establecimientos cuentan con 0.73 computadoras, lo que se traduce en que solo el 23% de los encuestados cuentan con una computadora, lo que puede llegar a limitar en gran medida su competitividad.

Es decir que hay muy poca incorporación de tecnología en las MyPES de Toluca, esta baja incorporación de tecnología se podría traducir en un desempeño bajo por parte de los trabajadores, además de no tener un control claro sobre los datos de la empresa.

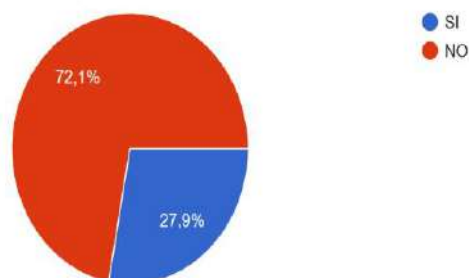
46j) ¿Usas programas de computadora especiales para administrar empresas? (manejo de punto de venta, contabilidad, inventarios, ventas, etc.)

En la gráfica 23 se puede notar que un 72.1% de los encuestados declaro no usar ningún programa para administrar empresas, escenario que resulta terrible en la actualidad, ya que la incorporación de este tipo de tecnología podría ayudar a las empresas a tener un mejor control de sus activos y pasivos, además de otras herramientas como un punto de venta, donde se pueda registrar cada una de las operaciones que se realizan.

Gráfica 23

MIYPES usando programas para administración de empresas, México.

46j) ¿Usas programas de computadora especiales para administrar empresas? (manejo de punto de venta, contabilidad, inventarios, ventas, etc.)



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de las empresas del sector alimenticio, no cuentan con el suficiente equipamiento para realizar la contabilidad, así como otros procesos importantes dentro de la empresa como las líneas de espera en las cuales los clientes llegan o los

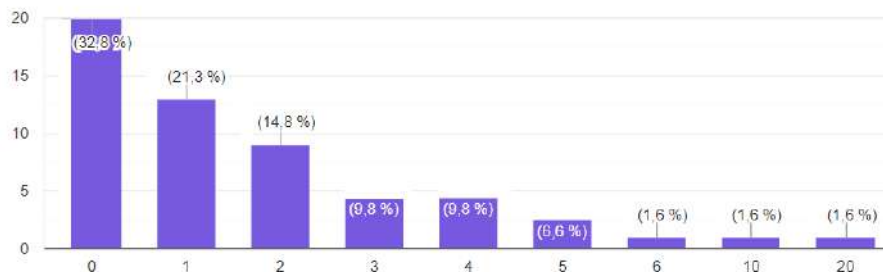
preparadores de las órdenes, o incluso se trata de comercios donde solamente se tiene lo indispensable para poder laborar.

Los resultados representados en la gráfica 24 muestran que un 32.8% de los encuestados declaro que ninguno de sus empleados cuenta con celular durante sus labores, mientras que un 21.3% dijo que solamente uno de sus empleados cuenta con un celular, siendo un 9.8% los que declararon que 3 de sus empleados tienen acceso a una línea telefónica, también un 9.8% expresó que 4 empleados cuentan con línea telefónica, el restante 4.8% señalaron que más de 5 empleados cuentan con línea telefónica o celular.

Gráfica 24

Número de empleados con celular o línea telefónica para su trabajo, México 2018.

5) ¿Cuántos empleados una teléfono celular o línea telefónica para su trabajo?



Fuente: Elaboración propia

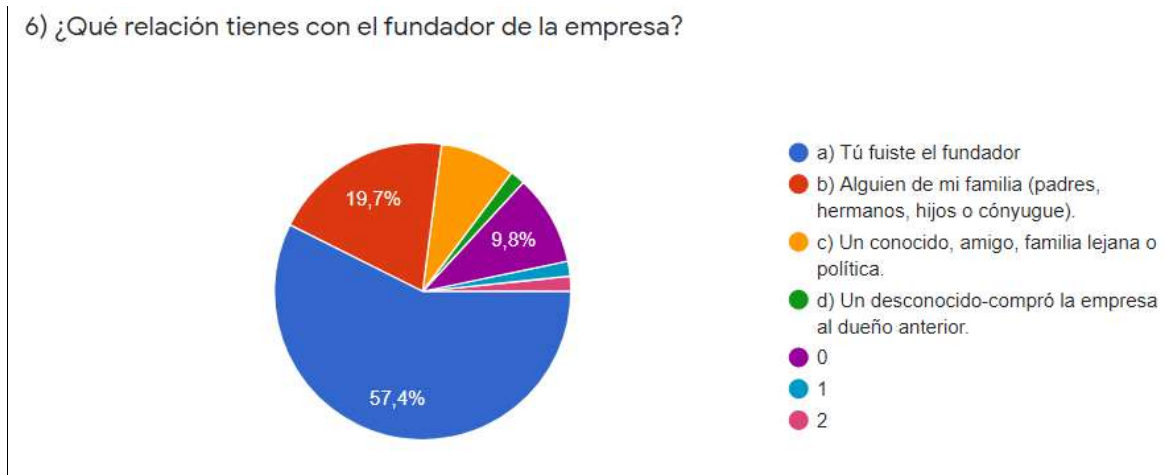
La permisividad del teléfono celular depende de cada empresa, pero si puede llegar a ser una gran herramienta a la hora de ejecutar tareas como la recepción de pedidos o intercomunicación empresarial, para atender cualquier asunto relacionado con el trabajo desempeñado.

3.6.3 ¿Qué relación tienes con el fundador de la empresa? Y edad de los propietarios.

En la gráfica 25 se muestra que un 57.4% de los encuestados son directamente los dueños de la empresa, un significativo 19.7% contestó que el fundador es alguien de su familia, un 8.2% declaró que un conocido, amigo, familia lejana o política es el fundador, el 1.6% declaro que compro la empresa al dueño anterior, el 13% restante no dio una respuesta objetiva.

Gráfica 25

Relación con el fundador de la empresa, México 2018.



Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta permite conocer cómo fue que se fundaron las empresas, se afirma que las empresas en su mayoría son empresas familiares ya que según las encuestas la mayoría respondió que la empresa le pertenece a alguno de sus familiares, en algunos casos incluso la empresa es heredada por varias generaciones, situación que puede tener vértices muy sentimentales pues la gente puede caer en el sentimentalismo y seguir manteniendo el negocio en las mismas condiciones que las heredadas sin prestar atención a la innovación.

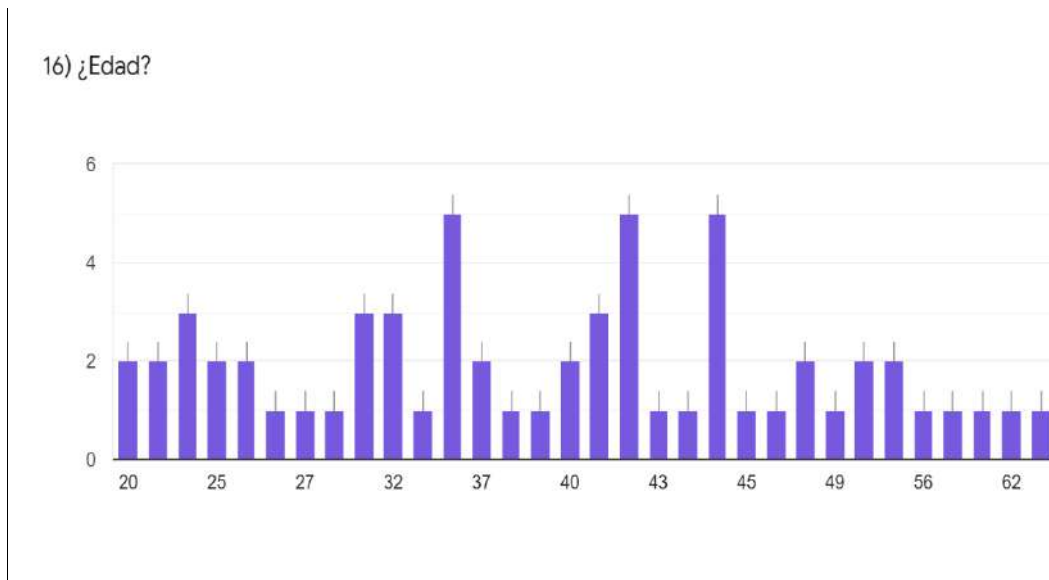
¿Cuál es la edad de los propietarios de la MlyPES?

De acuerdo con los resultados de la encuesta se encontró un rango de edad desde los 20 años hasta los 67 años, en promedio la mayor parte de los empresarios tienen una edad que va desde los 35 años a los 45 años.

La edad de los propietarios puede estar relacionado al uso de las tecnologías de la información, de acuerdo la generación en la que nacieron según datos de (CONDUSEF, 2016) dentro de la generación "x" algunos tienen la oportunidad de ser propietarios de sus empresas, aún prefieren ver la televisión y cuentan con un nivel más alto de endeudamiento, se trata de todas aquellas personas que han cumplido de 30 a 40 años nacidos de 1961 a 1981 de acuerdo con (Chirinos, 2009)

Gráfica 26

Edad de los empresarios encuestados en Toluca, Estado de México.



Fuente: Elaboración propia

Por su parte la generación “y” (millennials) son todos aquellos nacidos de 1982-2000 se caracterizan por estar rodeados de tecnología pues su vida y desarrollo estuvo rodeado de progreso tecnológico, por lo que están más apegados al uso de las mismas, dentro del estudio se encontró que algunos cumplen con este rango de edad.

En promedio los propietarios de las pequeñas y medianas empresas tienen 40 años, siendo los más jóvenes de 20 años y los mayores hasta con 67, es posible intuir que quizá las edades de los propietarios pueden ubicarlos dentro de un posible rezago tecnológico que puede hacerlos perder competitividad al no tomar en cuenta las nuevas oportunidades que la innovación empresarial ofrece (Chirinos, 2009).

3.6.4 Ventas y razones por las que se compra o no en internet e ingresos del negocio

¿Cuál es la razón principal por la que no haces compras por internet?

El 24.6% de los encuestados declaró que no hay nada que pueda comprar para su negocio en internet, en segundo lugar el 21.3% dijo que es más fácil comprar con su proveedor directamente, un 18% se siente más cómodo al ver físicamente el producto, el 11.5% declaró que no le interesa hacer compras por internet, el 6.6% declaró que no cuenta con una computadora, solamente un 4.9% declaró hacer compras por esta vía, y por último un 3.3% declaró que es más lento comprar por internet que físicamente como se observa en la gráfica 27.

Gráfica 27

Razón principal por la que no hacen compras en internet, Toluca, Estado de México.



Fuente: Elaboración propia

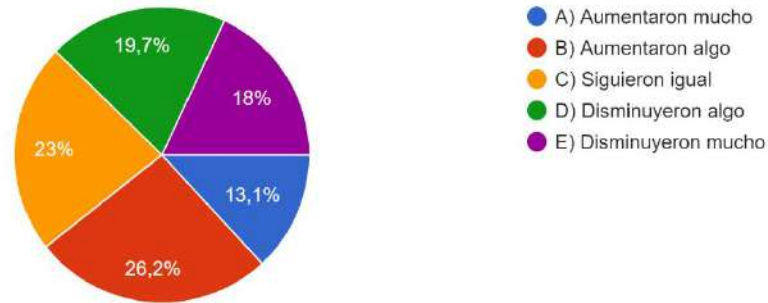
El comercio electrónico hoy en día juega cada día un papel más importante en la economía y solamente aquellos empresarios que tienen una comprensión y mayor acercamiento a la innovación pueden aprovechar con mayor virtud las ventajas que este ofrece, la generación de los millennials es la que ha crecido con todos estos avances y que confía más en comprar en línea (Chirinos, 2009).

Las motivaciones que perciben los usuarios de comprar en internet son distintas a que si lo hicieran de manera presencial, por ejemplo se otorgan beneficios a las personas que están dispuestas a pagar por un precio superior, además de que cuentan con la disposición del tiempo que ellos decidan tomar para hacer su compra, al ser internet un servicio que tiene disponibilidad las 24 horas del día (Ruiz & Sanz, 2006). En la gráfica 28 se puede observar que un 39.3% respondió que aumentaron en general sus ventas, mientras que un 37.7% respondió que disminuyeron, y solamente un 23% dijo que se mantuvieron igual.

Gráfica 28

¿En los últimos tres años qué ha pasado con las ventas de tu empresa?

9) En los últimos tres años ¿qué ha pasado con las ventas (anuales)?



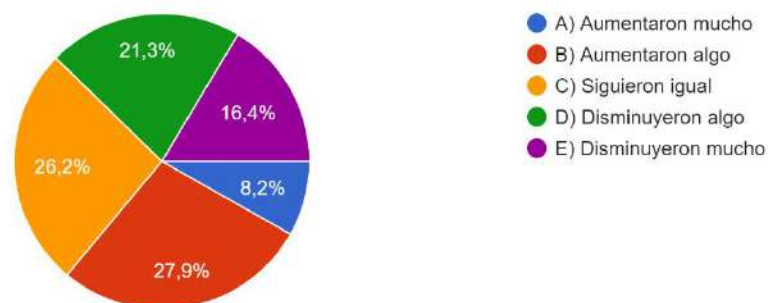
Fuente: Elaboración propia.

Las utilidades son la ganancia real del valor agregado que se crea en las empresas, es decir lo que queda después de impuestos y de todos los gastos de la empresa, es por ello que la gráfica 29 indica que el 26.2% siguieron igual, mientras que en su mayoría indicó que aumentaron con un 36.1%, y solo el 37.7% dijo que disminuyeron.

Gráfica 29

¿En los últimos tres años qué ha pasado con las utilidades de tu empresa?

10) En los últimos tres años ¿qué ha pasado con las utilidades (anuales)?



Fuente: Elaboración propia.

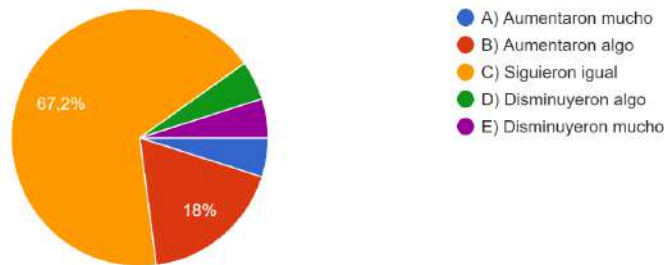
Las empresas son las principales generadoras de empleos del país, en términos económicos, es muy probable que esta pregunta esté correlacionada con las utilidades, ya que estas permiten que la empresa se pueda expandir, y eso implica

que se genera una demanda de trabajadores más grande, en la gráfica 30 se aprecia que el 67.2% opina que siguieron igual.

Gráfica 30

En los últimos tres años ¿qué ha pasado con el número de empleados de tu empresa?

11) En los últimos tres años ¿qué ha pasado con el número de empleados?



Fuente: Elaboración propia.

El sueldo del dueño es de vital importancia pues este lo motiva a seguir adelante con la empresa o desistir del negocio, ya que si el empresario no ve reeditados sus esfuerzos de una manera sustancial es más probable que cierre el negocio.

En la gráfica 31 se puede observar que un 31.1% indicó que siguieron igual, mientras que un 37.7% indicó que disminuyeron en general mientras que un 31.2% declaró que aumentaron sus ganancias personales con respecto al negocio.

Gráfica 31

¿En los últimos tres años qué ha pasado con los ingresos personales del negocio?



Fuente: Elaboración propia.

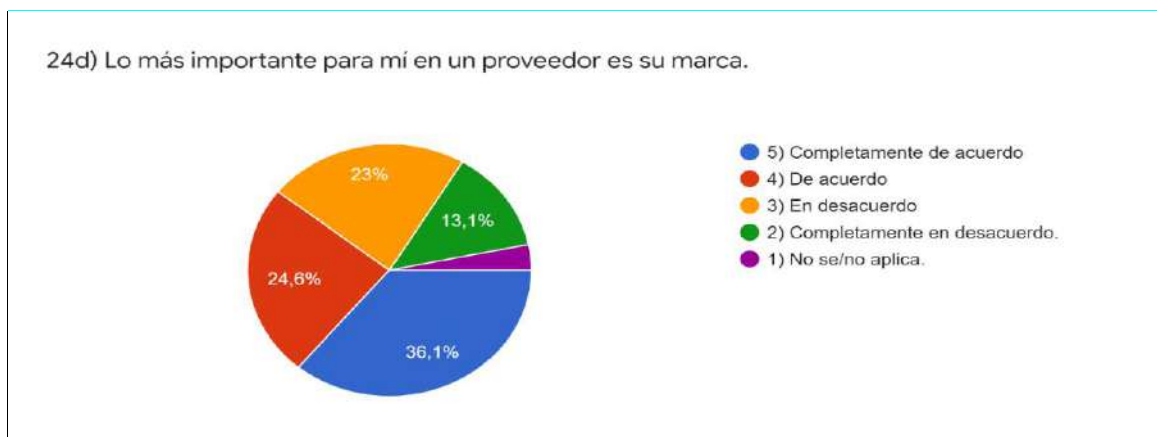
La preparación escolar de las personas que dirigen un negocio es muy importante porque esto les permite tener mayor perspectiva para la toma de decisiones y en seguirse preparando para manejar mejor su negocio cada vez, además de tener más conocimiento acerca de la administración correcta del negocio, utilizando nuevas herramientas de las TICS.

3.6.5 Proveedores y análisis de mercado

Los proveedores pueden ser de gran calidad, sin embargo, pueden existir proveedores que ofrezcan un menor precio y la misma calidad, o mejor tiempo de entrega, pero estos segundos pueden no tener una marca reconocida, por lo cual los dueños tienen que analizar lo que los clientes prefieren. Es por ello que en la gráfica 32 se observa que el 60.7% declaró que está de acuerdo con que la marca del proveedor importa, pues muchas veces en cuestión de elaboración un producto con una marca registrada puede estar asociada con una mejor calidad, mientras que un 36.1% declaró no estar de acuerdo con que la marca sea lo más importante

Gráfica 32

Lo más importante para mí en un proveedor es su marca.



Fuente: Elaboración propia.

Si se está mejorando el nivel de profesionalismo de la empresa es preciso que la empresa tome en cuenta a valiosos aliados estratégicos que mantengan una visión, que mantenga los mismos valores que la empresa como son: Responsabilidad, compromiso, lealtad, comunicación y eficacia.

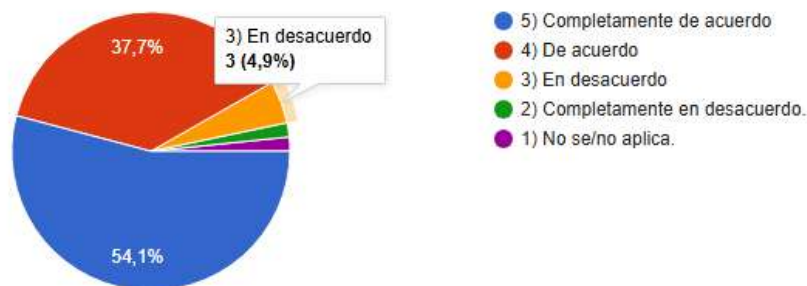
Parte importante del compromiso es que atienda quejas y tenga una atención óptima, en la gráfica 33 el 91.8% declaró estar de acuerdo con esta afirmación, esto es primordial en cualquier negocio, ya que quejas no atendidas con los proveedores, por

ejemplo sobre la caducidad de los productos, el maltrato de la mercancía al momento del traslado, así como los faltantes son imprescindibles ser solucionados lo más pronto posible.

Gráfica 33

Lo más importante para mí en un proveedor es que me trate muy bien y atienda mis quejas.

24e) Lo más importante para mí en un proveedor es que me atienda muy bien y atienda mis quejas. [Copiar gráfico](#)



Fuente: Elaboración propia.

Análisis de mercado

El análisis de mercado es de vital importancia para cualquier empresa puesto que permite saber qué es lo que las personas que forman parte de su nicho quieren. En economía la relación precio-ventas está muy relacionada pues los bienes de consumo como son los restaurantes las personas están dispuestas a comprar menor cantidad a mayor precio, además de que la utilidad que estas compras les representa debe satisfacer sus necesidades.

Otra aplicación muy interesante es cuando se tiene un problema de precios, situación en la cual lo óptimo sería que estos bajarán, no obstante, muchas veces por la inflación y la variable precio de los insumos los dueños se blindan a estas variaciones manteniendo el precio o incrementándolo por temporadas. En la gráfica 34 solamente el 49.2% declaro tener métodos eficaces para evaluar los precios en el mercado, mientras que el 37.7% declaro no tener estos métodos para medir el precio en el mercado, y un 13.1% declaro no saber cómo hacer esta medición.

Gráfica 34

Tengo métodos eficaces para evaluar si el precio de mis productos o servicios es adecuado.



Fuente: Elaboración propia.

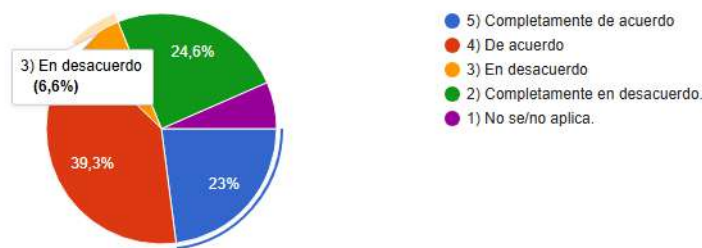
De la misma manera es importante contar con un método eficaz para evaluar la calidad de los productos, ya que esto permite hacer ajustes al producto en caso de que así lo requiera, en la gráfica 35 un 62.3% declaro estar de acuerdo con esta afirmación, es decir que están al tanto de la calidad de sus productos, mientras que un 31.2% dijo no estar de acuerdo con estas afirmaciones, y solamente un 6.6% declaró no saber cómo hacer esta labor.

Gráfica 35

Tengo métodos eficaces para evaluar la calidad de mis productos o servicios.

25b) Tengo métodos eficaces para evaluar si la calidad de mis productos o servicios.

[Copiar gráfico](#)



Fuente: Elaboración propia.

La retroalimentación de los clientes sirve para saber que se puede mejorar del producto o servicio, por ejemplo, si la empresa está incursionando en el mercado de la comida, a muchos clientes no les puede gustar la cebolla en un platillo una posible solución es poner dicho complemento como opcional de esta manera los comensales podrán elegir y se solucionará el problema.

Existen encuestas que se integran a la entrega de los pedidos elaborados en el restaurante, en el caso específico de Uber, por ejemplo, como usuarios nos brinda la opción de responder una encuesta de satisfacción basando esta calificación en un puntaje de estrellas, siendo 5 la más alta, y 1 la más baja, además de poder incluir un mensaje agradeciendo al establecimiento e incluso con la posibilidad de pagar un extra al repartidor, esto como usuario.

En la gráfica 36 se puede observar que un 54.7% está de acuerdo con tener métodos para conocer las necesidades y preferencias de sus clientes, mientras que un 32.8% declaró no estar de acuerdo, un 9.8% no sabe acerca de estas prácticas, esta acción sin duda es importante pues puede ayudar por ejemplo a conocer que sabor se puede vender más, o si un grupo en específico requiere por ejemplo una bebida sin azúcar, o si el cliente es alérgico a algún ingrediente.

Gráfica 36

Tengo métodos eficaces para conocer a mis clientes, sus necesidades y preferencias.



Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica 37 se explora la facilidad con que aparezcan otras empresas iguales un 57.4% declaró estar de acuerdo con dicha afirmación, la originalidad de las marcas es diferente en cualquier empresa, así como el valor agregado que cada empresario le invierte a su producto, mientras que un 32.8% dijo estar en desacuerdo, y un 9.8% dijo no saber o si esto aplica para su comercio.

Este diferenciador puede ser clave de su subsistencia en el mercado, pues puede suceder que una nueva empresa “B” aparezca y ofrezca el/los mismos productos que la empresa “A”, pero con mejores precios, embalaje, responsabilidad empresarial, etc.

Gráfica 37

Es fácil que aparezcan otras empresas iguales a la mía.



Fuente: Elaboración propia.

Lo anterior descrito se puede traducir en una desaparición de la empresa, debido principalmente a las ventajas competitivas que la empresa “B” puede llegar a tener, aunque esto no sea totalmente negativo pues de acuerdo a la hipótesis del mercado eficiente los mercados tienden a la eficiencia conforme a (Wikipedia, 2019) inclusive aunque este concepto se aplica generalmente al ramo financiero, puede entenderse que los servicios y productos tienen que ir disminuyendo de precio debido a que las empresas se adaptan a la información y tecnología disponible.

Conocer el mercado es de las cosas más importantes en todo negocio saber a qué segmento de la sociedad pertenece, pues cada uno de estos segmentos tiene diferentes necesidades y gustos. En la gráfica 38 se observa que un 88.5% estuvo de acuerdo en que es fácil que aparezcan productos que puedan sustituir a los productos que el vendedor ya está ofertando, es por ello que ahí radica la importancia de la innovación, que permite tener un factor diferenciador.

Gráfica 38

Es fácil que aparezcan otros productos o servicios que suplan a los que yo ofrezco.

25h) Es fácil que aparezcan otros productos o servicios que suplan a los que yo ofrezco. [Copiar gráfico](#)



Fuente: Elaboración propia.

El valor agregado que cada productor ofrece a sus clientes es diferente para cada consumidor debido a que algunos consumidores pueden apreciar, por ejemplo: la velocidad de entrega del producto, mientras que otros la calidad del empaque/embalaje, aunque normalmente la primera impresión de los clientes es la calidad del producto. En la gráfica 39 un 42.6% respondió seguir las acciones tomadas por las demás empresas, esto quiere decir que solamente 1 de cada tres está enfocada, en una competencia y tiene identificados a sus competidores, mientras que un 58.8% declaró no estar de acuerdo con esta práctica.

Gráfica 39

La empresa da seguimiento a acciones tomadas por la competencia.



Fuente: Elaboración propia.

3.7 Innovación

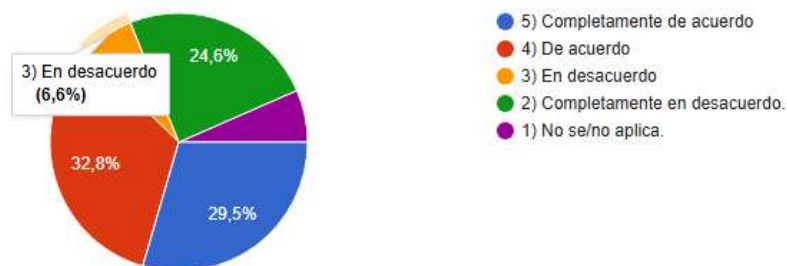
Las demás empresas también se encuentran en un proceso creativo en algunos casos es incluso muy a la vanguardia, y probablemente tengan estrategias de mercadotecnia de la cual los empresarios pueden aprender y en algunas ocasiones seguir los pasos de sus competidores pues puede ser que les esté dando buenos resultados en ventas. En la gráfica 40 se observa que un 62.3% de los encuestados promueve que los empleados propongan cambios en los productos y o servicios que el patrón oferta, por el otro lado un 31.2% declaró no estar de acuerdo con esta práctica.

Gráfica 40

Promuevo que los empleados propongan cambios en mis productos, servicios y procesos.

29a) Promuevo que los empleados propongan cambios en mis productos, servicios y procesos.

 Copiar gráfico

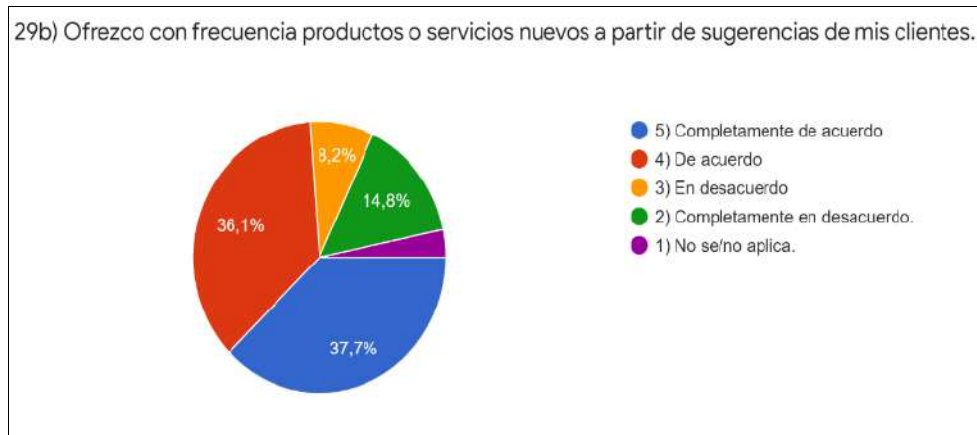


Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica 41 se puede observar que un 73.8% está de acuerdo en ofrecer productos o servicios innovadores que distingan a su empresa la innovación es de vital importancia para cualquier empresa, y tomar los comentarios de los empleados también es de vital importancia, ellos son colaboradores que pueden tener una visión de diferentes aristas que la del dueño, sin embargo, un 23% declaró no estar de acuerdo con esta práctica.

Gráfica 41

Ofrezco con frecuencia productos o servicios innovadores que distingan a la empresa.

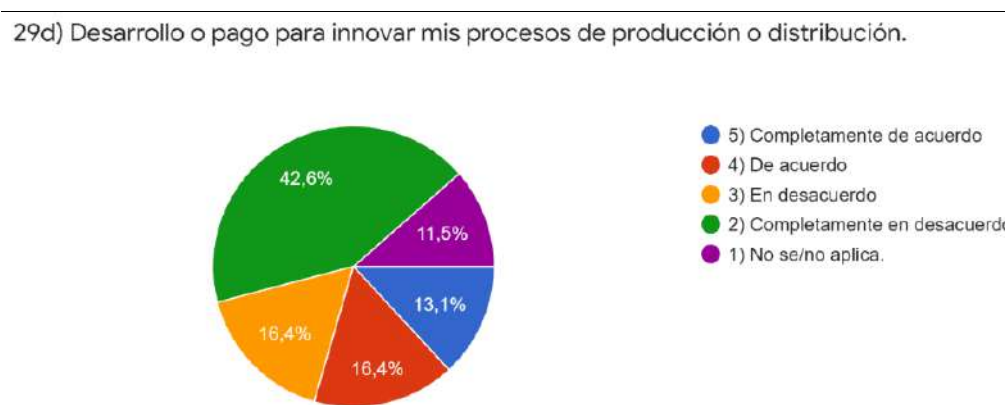


Fuente: Elaboración propia.

La frase “el cliente siempre tiene la razón”, tiene mucho de cierto, los consumidores saben lo que quieren, y escucharlos ayuda a mejorar el negocio, es por ello que estas prácticas para conocer las verdaderas preferencias de los consumidores, tiene que ser llevada a cabo por un grupo de expertos. Por ello es que en la gráfica 42 se observa que solo el 29.5% declaró estar de acuerdo con tener esta práctica, mientras que un 59% declaró no estar de acuerdo con esta práctica, situación que influye en la inversión de la empresa en investigación y desarrollo.

Gráfica 42

Desarrollo o pago para innovar mis procesos de producción o distribución.



Fuente: Elaboración propia.

La mercadotecnia es una de las causas más fuertes de esta tesis, pues nos puede ayudar a mejorar el producto, el precio, la plaza y la promoción con la finalidad de mejorar e incrementar las ventas. Es por ello que en la gráfica 43 solo el 29.5% de los encuestados declaró estar de acuerdo con este tipo de prácticas, mientras que un 63.9% declaró no estar de acuerdo con este tipo de prácticas, sin embargo, puede ayudar a mejorar las ventas, pero los comerciantes pueden no estar al tanto de estos beneficios.

Gráfica 43

Desarrollo o pago para innovar la forma en la que vendo mi producto o servicio.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la ingeniería industrial es muy importante que se innove constantemente en procesos para la mejora de la eficiencia en la empresa. La innovación de productos que sean cada vez más incluyentes del medio ambiente muestra una tendencia creciente pues el planeta está cada vez más contaminado por los plásticos que se han vertido en el mar, los árboles que se han deforestado, la expansión de la industria. Al pagar por un servicio las empresas estas reciben también la mejora del funcionamiento de su industria, por ejemplo, una mejor conexión a internet, o un software más seguro para la protección o transferencia de datos, sin embargo, en la gráfica 44 un 72.2% declaró no estar de acuerdo con esta práctica, y solamente un 21.3% contestó estar de acuerdo con esta práctica, es por ello que es importante tener en cuenta la inversión en investigación más desarrollo en las empresas (I +D)

Gráfica 44

Desarrollo o pago para innovar la forma en la que organizo la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

3.8 La importancia de la consultoría empresarial

Las consultorías en diferentes ámbitos son de gran ayuda para cualquier empresa si no se tiene un gran equipo o subdivisión dentro de la organización que se dedique especialmente al estudio de los problemas y la resolución de esto, existen consultorías de marketing, de finanzas con personal capacitado y algunas con bastante experiencia en el ramo.

Algunos ejemplos de empresas que han salido exitosas de la incubación y siguen en funcionamiento son:

Carrot, Diego Solórzano & Jimena Pardo

Se trata de una compañía de vehículos compartidos en México. Con un esquema de alquiler de vehículos por hora y un sistema de aparcadores en las regiones de aguda concentración poblacional de la Ciudad de México, brinda una opción más barata y eficaz a ser propietario de un automóvil. Inmediatamente de su triunfante salida al mercado en Junio de 2012, Carrot aumentó su servicio en Ciudad de México y se expandió a las principales ciudades de la República Mexicana. (VENTURE INSTITUTE, 2016)

Fondeadora, René Serrano & Norman Muller

En junio de 2011 se crea Fondeadora con el propósito de promover el acercamiento al financiamiento y ofrecer oportunidad a las compañías creativas en México. En un contexto en el que el crowd-funding era desconocido para los emprendedores en el

país, se posiciono como la primera plataforma que consiguió apropiarse el esquema tradicional empleado en este medio a las particularidades del comercio latinoamericano y especialmente del mexicano. (VENTURE INSTITUTE, 2016)

Cabe destacar que, en el caso de fondeadora, es posible impulsar cualquier tipo de proyecto creativo, incluyendo videos musicales, obras de arte, e incluso proyectos tecnológicos.

29h) asisto a ferias, cursos, congresos, o a otras actividades relacionadas con el negocio.

El dueño tiene en la mejor de las situaciones se encuentra constantemente en actualización y conociendo a personas que sean del mismo ramo al que se dedica.

3.9 Estrategia de control financiero.

Los negocios son una inversión y es de vital importancia tener un control absoluto sobre qué es lo que pasa con el dinero, cuál es tu tasa interna de retorno (TIR), conocer el flujo de efectivo las entradas, las salidas, las cuentas importantes de contabilidad, por ejemplo: los costos de administración, los costos de venta, costos de operación, impuestos, la cuenta de acreedores diversos, deudores diversos, ventas, efectivo, activos, activos corrientes, cuentas por pagar, intereses por pagar. Además de manejar un flujo de efectivo bien organizado e incluyen los siguientes tópicos: Flujo de efectivo, Inventario, Balance General, Estado de Resultados.

3.10 perfil del comprador por internet

Bajo el esquema de que un ejercicio de ventas incluye bastantes aspectos involucrados, incluyendo el siguiente esquema:

¿Cuáles son las edades de los compradores en línea?

Según el estudio de comercio electrónico en México²⁹, las edades de compra se encuentran distribuidas de la siguiente manera.

²⁹ (ASOCIACIÓN DE INTERNET.MX, 2018)

Tabla 10

Porcentaje de compras en internet según edad

Edad	Porcentaje de compra en internet
18 a 24 años	15%
25 a 34 años	32%
35 a 44 años	32%
45 a 54 años	12%
55 años o más	9%

Fuente: Elaboración propia con datos de (ASOCIACIÓN DE INTERNET.MX, 2018) Según el mismo estudio el porcentaje de zonas donde se presenta el comercio electrónico dentro de la república mexicana son: centro sur 23%, noroeste 16%, oeste 14%, noroeste 13%, centro norte 11%, este 10%, sureste 7%, suroeste 6%, conforme a estos datos implica que la mayor parte del comercio electrónico sucede en el centro sur de la República Mexicana, que comprende al Estado de México, Ciudad de México, Morelos y Puebla.

3.11 Estrategia de promoción.

El marketing y la publicidad han formado parte de las empresas desde tiempos inmemorables, por lo que una buena planeación de promoción es fundamental, sin embargo, una buena estrategia de publicidad no garantiza el éxito, ya que este depende de muchos otros factores.

Existen nuevas herramientas electrónicas que permiten tener una eficacia favorable en marketing, como es el uso de plataformas electrónicas que se encuentren en el uso diario de las personas tales como Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, Snapchat, entre muchos otros.

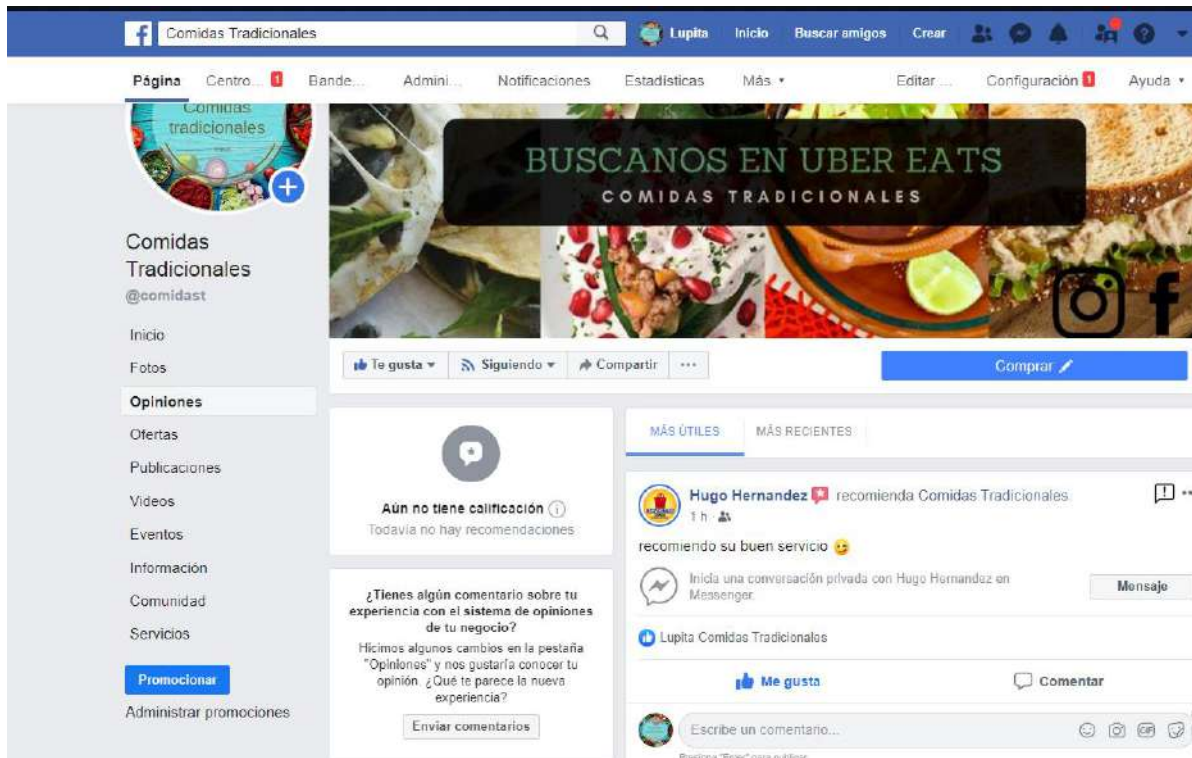
Por ejemplo, en el caso práctico de Facebook, la herramienta del celular, Tablet, y computadora, permite crear una campaña de mercadotecnia, incluso como usuario puede brindar crédito sobre anuncios dentro de la misma plataforma, y se pueden seleccionar bastantes opciones, para delimitar el público al que se pretende llegar, o tratamos que la marca se destaque.

La promoción es una herramienta que es un gran aliado a la hora de mejorar las ventas de la empresa Hacer una recopilación de datos de las opiniones de los clientes

es muy importante, actualmente existen algunas herramientas tecnológicas de las cuales los empresarios se pueden ayudar, como son las opiniones de Facebook.

Imagen 1

Ejemplo: Herramienta de opiniones de Facebook



Fuente: Elaboración propia con ejemplo de página de propia autoría.

3.12 Algunas consideraciones de comercio electrónico en el sector de bebidas y alimentos

La importancia de innovar en el comercio electrónico

La importancia del comercio electrónico es masiva hoy en día, y se está apoderando de la manera de hacer negocios y existen compañías muy grandes como mercado libre, que permite un intercambio de bienes mediante su página y su aplicación móvil, bajo este contexto se puede dimensionar un poco acerca del alcance y repercusión que el comercio electrónico puede llegar a tener.

En el caso específico del sector de bebidas y alimentos.

En junio de 2020, el gobierno municipal de Toluca lanzó el Directorio Empresarial Digital, registrando inicialmente 203 pequeñas y medianas empresas locales de diversos giros comerciales. (TOLUCA CAPITAL, 2020)

Para diciembre de 2020, este directorio contaba con 256 empresas registradas, lo que indica un incremento en la participación empresarial en plataformas digitales (TOLUCA CAPITAL, 2021).

A nivel nacional, el comercio electrónico en México ha experimentado un crecimiento significativo. En 2023, se estimó que el número de compradores digitales en el país alcanzó aproximadamente 68 millones, con una concentración notable en las regiones central y oriental, donde se ubica Toluca (STATISTA RESEARCH , 2024). Además, se proyecta que el comercio electrónico en México tendrá una tasa de crecimiento anual compuesta del 33% entre 2023 y 2026, hasta llegar a los US \$176,8 mil millones (AMERICAS MARKET INTELLIGENCE, 2023).

Estas tendencias permiten inferir que para 2025, un número creciente de empresas en Toluca habrá adoptado el comercio electrónico como parte de sus operaciones comerciales, alineándose con el panorama nacional de expansión en las ventas en línea, situación que es muy probable que siga proliferando.

3.13 Algunas MIPYMES en México exitosas y que aplicaron TIC'S

Algunos ejemplos de empresas provenientes de México que han logrado sobresalir gracias a su organización, planeación, internacionalización y que aplicaron TIC's son:

- Chorizos DM Toluca

“Ubicada en el corazón de Toluca, en el Estado de México, esta microempresa familiar con más de 20 años de historia está dedicada a la elaboración del tradicional chorizo toluqueño. Además de elaborar los clásicos chorizo rojo, verde y estilo argentino, ha innovado con nuevos sabores como el de chile morita con arándanos y el de chile manzano con habanero. Este negocio con tres sucursales, además, incorpora una pequeña vitrina para apoyar la venta de algunos productos artesanales como quesos,

salsas, licores y cervezas, promoviendo la importancia del consumo local.” (ENTREPRENEUR EN ESPAÑOL, 2019)

- Koen

“Esta compañía combina la artesanía mexicana con la gastronomía. Elabora y vende mandiles para chefs y estuches para cuchillos hechos de cuero 100% natural y fabricados con un proceso semi-artesanal por artesanos locales de segunda y tercera generación. Promueven un sistema de comercio justo para sus colaboradores. Gracias al alcance de redes sociales y de internet, sus productos han llegado a destinos como Tokio, Dinamarca y Tasmania, entre otros. Ubicados en Guadalajara, Jalisco, comenzaron operaciones en enero del 2016.” (ENTREPRENEUR EN ESPAÑOL, 2019)

En el caso de Koen se tiene a una compañía que ha logrado internacionalizar sus productos, demostrando que es posible llegar a mercados internacionales, de acuerdo con el sector que se desempeña la empresa y las características del producto, tomando en cuenta durabilidad, facilidad de embalaje, entre otros factores importantes, así como la demanda internacional.

- Salsa Perrona

“Esta empresa 100% mexicana se dedica a la elaboración y venta de salsas a base de chiltepín, habanero y salsas negras. Está ubicada en Tijuana, Baja California. Inició con dos licuadoras en 2014 en la casa de Luis Naranjo. Actualmente el producto ya se vende en Estados Unidos. Genera más de 35 empleos y tiene alrededor de 3 mil 550 puntos de venta.” (ENTREPRENEUR EN ESPAÑOL, 2019)

En el caso de Salsa perrona son ejemplo claro de que se puede construir una red de distribución bastante amplia y con alcances internacionales, generando alianzas estratégicas con otras empresas y así aumentar el volumen de producción de forma exponencial.

Amazon – Amazon Web Services (AWS)

Proyecto: Lanzamiento de Amazon Web Services en 2006, ofreciendo servicios de infraestructura de TI como servicios web, comúnmente conocidos como computación en la nube.

Impacto: AWS ha transformado la industria de la computación en la nube, proporcionando tecnologías líderes a nivel mundial que permiten a organizaciones e individuos construir soluciones innovadoras (AMAZON, 2024).

Empanadas La Porteña (Tamaulipas)

Ganadora en el concurso de Nestlé Professional y Shark Tank México, esta mipyme integra plataformas digitales, redes sociales y e-commerce para optimizar su distribución nacional.

Es una iniciativa nacida en Tamaulipas, creada por Christian Aranzas, que recibió un reconocimiento económico de 500,000 pesos, "En el evento participaron emprendedores del programa Nestlé Professional Emprendedor y de la comunidad Nestlé, quienes recibieron consejos, recomendaciones y herramientas útiles por parte de un panel de expertos integrado por Juan Martín Vignart (Country Manager de Tiendanube en México), Rubén Romero (Director de Distrito Emprendedor) y Lilia Bárcena (Directora de la Licenciatura en Emprendimiento del Tecnológico de Monterrey)

Perfil en Instagram/Facebook: búscala como @empanadaslaportenamx

Café Punta del Cielo

Café Punta del Cielo es una empresa mexicana reconocida por su café de alta calidad y su proyección nacional e internacional. Su crecimiento se ha sustentado en la innovación constante, prácticas sustentables y una experiencia diferenciada para el cliente. La incorporación de herramientas tecnológicas para ventas en línea y control de inventarios ha sido clave en su expansión.

Perfil en Instagram búscala como: puntadelcielopc

Mencion honorífica, Tequila "gran malo" por Luisito Comunica.

Conclusiones

De acuerdo a lo abordado a través de esta tesis se concluye que el impacto de las tecnologías de la información y comunicación (TIC's) es un aspecto positivo en las empresas y significa una diferencia de competitividad en el mercado de manera importante, ya que permite explotar las capacidades de la empresa de una manera mucho más eficiente y rápida, al funcionar incluso como una forma de obtener recursos a través de las plataformas digitales que se ubican como fondeadoras, esta última funcionando como un motor económico para proyectos nuevos.

Por esta razón, se aprueba la hipótesis que se planteó: “El éxito de la incorporación de las TIC's a las MIPYMES y especialmente de las MyPES del municipio de Toluca Estado de México en el sector de bebidas y alimentos implica que los empresarios continúen con su nivel preparación, la capacitación e implementación de las TIC's, así como la identificación de apoyos gubernamentales para la empresa y de ser posible ocuparlos”

En general, de acuerdo a los resultados que arrojó la encuesta aplicada a los dueños o directivos de las MyPES, se detectó que los empresarios carecen de conocimientos para realizar el seguimiento y estudios de proyección para identificar los factores internos y externos que permiten lograr la estabilidad, el crecimiento de la empresa y su permanencia en el mercado, además no tienen el conocimiento a cerca del diseño de estrategias de mercado/producto para generar empleo y riqueza.

Aquellos empresarios con una planeación minuciosa y el seguimiento de sus finanzas, capacitación constante de sus empleados especialmente en la implementación de las TIC's, innovación y análisis de mercado; sin duda significa una gran diferencia entre el éxito y el fracaso, además los empresarios que quieran crecer y satisfacer las demandas del mercado, es necesario que obtengan la especialización necesaria, para poder conocer las expectativas de éste.

Es necesaria la realización de una investigación de mercado minuciosa, en consecuencia, detectar las estrategias para que los empresarios obtengan el capital

esperado por concepto de ventas esperadas, y por ende el adecuado nivel de salarios para sus empleados, y la posibilidad de aumentar el número de sucursales

Es cierto que, en México existen programas para incentivar la competitividad económica, el acceso a la información para solicitar apoyos del gobierno, sin embargo, hay otros factores que determinan también la situación de la empresa, tales como algunos apoyos y los tramites gubernamentales para iniciar algunas de las operaciones que muchas compañías necesitan, mismos que el gobierno ha estado mejorando y acercando a la ciudadanía, sin embargo, un factor clave para que pueda existir este desarrollo es tener la suficiente instrucción educativa y la capacitación constante para que le pueda permitir al personal acercarse a las instituciones pertinentes o competentes que puedan generar el apoyo deseado.

Una recomendación es que el gobierno debe tomar como prioridad la formalización de los negocios como primer paso para lograr que estas empresas se conviertan en líderes municipales, estatales, nacionales e internacionales.

En lo que refiere a la promoción de los productos de la comida mexicana, al ser mundialmente famosa por sus exquisitos sabores, los empresarios también deben adecuarse a las demandas de mercado ya que existen paladares que exigen contenidos calóricos específicos, o ingredientes especiales, este problema puede ser resuelto al diversificar menús que puedan ser para veganos, deportistas, vegetarianos, e incluso algunos factores religiosos es decir, identificando la naturaleza, el contexto y la problemática de la MIPYME en México y el mundo

La ubicación de las empresas siempre es un factor que influye fuertemente en el ingreso de las mismas, debido a características que tienen que ver con el nivel de servicios públicos disponibles en la región, de acuerdo al último dato de conteo de negocios por parte del INEGI se determinó que hay 5,096,322.41 empresas en 2024 de las cuales el 96.9% son negocios micro negocios, siendo en su mayoría el 63.4% que se dedica al sector terciario o de servicios. (INEGI, 2024)

Respecto a la Detección del grado de incorporación de las TIC's en las empresas de la industria de bebidas y alimentos del municipio de Toluca, Estado de México, se

encontró que muchas de las empresas están incorporando de manera importante la tecnología lo que sin duda, lleva a desarrollar un mejor mercado, más competitivo y próspero.

También, la MIPyME se encuentra en un mundo globalizado, donde compite con empresas nacionales e internacionales de manera que, si desea tener éxito necesariamente tendrá que implementar de manera seria estrategias altamente sofisticadas o similares a las que impulsa la mediana y la gran empresa, sea nacional o extranjera.

Dicho contexto es todo un reto para la MyPE. No cabe duda que la tecnología sirve como plataforma de expansión y también de diferenciador, sin duda en una economía competitiva y en constante cambio, es importante adaptarse a la tecnología para poder enfrentar tiempos futuros, en donde existirán en México nuevas corrientes gastronómicas, que día con día son uno de los motores económicos más importantes, es imprescindible seguir innovando.

Sin embargo, la globalización también representa al ser humano en un mundo que consume, en especial a través de las transferencias electrónicas. El internet ha facilitado que más empresas tengan la oportunidad de ofrecer al mercado sus productos y que más clientes tomen la opción de pagar en internet. Las empresas que han tomado esta oportunidad y debido a sus alcances y grado de especialización, han tomado ventaja respecto a las demás empresas en el mercado.

Referencias

- ALLAIS. (26 de March de 1999). The Great Depression of 1929-1934. *Executive Intelligence Review*, 6-8.
- AMAZON. (27 de Agosto de 2024). *Descripción general de Amazon Web Services*. Obtenido de Aws Amazon: https://docs.aws.amazon.com/es_es/whitepapers/latest/aws-overview/introduction.html
- AMERICAS MARKET INTELLIGENCE. (15 de Julio de 2023). *Comercio electrónico en México: datos y estadísticas 2023*. Obtenido de Americas Market Intelligence: <https://americasmi.com/insights/lo-que-mas-compran-los-mexicanos-por-internet>
- ARGENTINA.GOB.AR. (2024). Obtenido de ¿Qué es la Industria 4.0?: <https://www.argentina.gob.ar/produccion/planargentina40/industria-4-0#:~:text=El%20concepto%20de%20Industria%204.0,los%20datos%20en%20tiempo%20real>.
- ASOCIACIÓN DE INTERNET.MX. (Diciembre de 2018). *Asociación de internet.mx*. Obtenido de <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/function/startdown/95/lang,es-es/?Itemid=>
- Ávila, W. D. (25 de Abril de 2012). *Redalyc*. Obtenido de Hacia una reflexión histórica de las TIC: <https://www.redalyc.org/pdf/4138/413835217013.pdf>
- BANCO DE MÉXICO. (2015-2018). *Evolución trimestral del financiamiento a las empresas durante el trimestre octubre-diciembre de 2015-2018*. México: Banco de México: Comunicado de prensa.
- BANCO DE MÉXICO. (2019). *Evolución trimestral del financiamiento a las empresas durante el trimestre enero-marzo de 2019*. México: Banco de México: Banco de México.
- BANCOMEXT. (2016). *Se difunden estadísticas detalladas sobre las micro, pequeñas y medianas empresas del país*. INEGI: México: INEGI; INADEM; Bancomext.
- Belloch Ortí, C. (2024). *Universidad de Valencia*. (U. d. Educativa, Ed.) Recuperado el 2024, de <https://www.uv.es/~bellochc/pdf/pwtic1.pdf>

- Canals, J. (1994). *La internacionalización de la empresa*. España: S.A. McGraw-Hill / Interamericana de España.
- Castells, M. (2005). *La sociedad red*. Editorial Alianza.
- Castillo, C. R. (2014). Las transformaciones del concepto de empresa . *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 133-158.
- Chagoya, M. G., Hernandez, M. M., & Cuenca, Q. S. (2018). Caso Toluca, Estado de México. En S. d. santos, *otencial tecnologico de las micro y pequeñas empresas latinoamericanas a partir del análisis sistémico* (pág. 481). Fontamara.
- Chirinos, N. (2009). Características generacionales y los valores. Su impacto en lo laboral. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 133-153.
- CONDUSEF. (07 de 2016). *Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros*. Obtenido de <https://www.condusef.gob.mx/Revista/PDF-s/2016/197/genera.pdf>: <https://www.condusef.gob.mx/Revista/PDF-s/2016/197/genera.pdf>
- CONEVAL. (31 de Diciembre de 2016). *Consejo Nacional de la Evaluación de la Política de Desarrollo Social*. Obtenido de https://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Paginas/Pobreza_2016.aspx
- De Kok, J., Deijl, C., & Veldhuis-Van Essen, C. (2013). Is Small Still Beautiful? *Deutsche Gesellschaft für Internationale*, 1-72.
- del Águila Obra, Á. R. (2003). Las tecnologías de la información y de la comunicación en la organización de empresas. Cuestiones de investigación en un nuevo paradigma. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 63-80.
- Del Rosario Cardozo, E. (2006). La conceptualización de microempresa, microemprendimientos y unidad productiva de pequeña escala. *COPÉRNICO Revista Arbitrada Interdisciplinaria*, 23-30.
- EL ECONOMISTA. (21 de Junio de 2019). Obtenido de Inadem desaparece; Morena aprueba minuta con 57 votos a favor: <https://www.economista.com.mx/el-empresario/Inadem-desaparece-Morena-aprueba-minuta-con-57-votos-a-favor-20190621-0059.html>
- ENAPROCE. (2018). *Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas*. Aguascalientes, México: INEGI. Obtenido de

<https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/especiales/ENAPROCE2018.pdf>

- ENAPROCE. (2018). *Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas*. INEGI: México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).
- ENTREPRENEUR EN ESPAÑOL. (25 de Noviembre de 2019). *Las 20 Pymes más rockstars de México en 2019*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/342868>
- EXPANSION. (30 de Octubre de 2012). *Bimbo estrena parque eólico en Oaxaca*. Obtenido de Expansion: <https://expansion.mx/negocios/2012/10/30/bimbo-ya-tiene-energia-limpia>
- Figuroa González, E. (2015). Rentabilidad y uso de comercio electrónico en las micro,. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 1-25.
- FORBES. (13 de Septiembre de 2023). *‘Apoyo de AMLO a emprendedores fue pobre’; líderes confían en cambio con nuevo gobierno*. Obtenido de <https://forbes.com.mx/apoyo-de-amlo-a-emprendedores-fue-pobre-lideres-confian-en-cambio-con-nuevo-gobierno/>
- FUNDACION BBVA. (2011). *Pasado y presente: de la Gran Depresión del siglo XX a la Gran Recesión del siglo XXI*. Bilbao, España: Fundación BBVA.
- Galo, E. (1 de Enero de 2018). Las TICs en las empresas: evolución de la tecnología y cambio estructural en las organizaciones. *Dominio de las Ciencias*, 499-510.
- Gayubas, A. (6 de Noviembre de 2024). *Tercera Revolución Industrial*. (E. Concepto, Ed.) Obtenido de Enciclopedia Concepto: <https://concepto.de/tercera-revolucion-industrial/>
- Gil, E. (2002). *Identidad y Nuevas Tecnologías*. Obtenido de <http://www.voc.edu/web/esplart/gil0902/htm>
- GOBIERNO DE MÉXICO. (30 de Septiembre de 2019). *Plan Nacional de Desarrollo Gobierno de México 2019 - 2024*. Obtenido de <https://www.gob.mx/agricultura/documentos/plan-nacional-de-desarrollo-gobierno-de-mexico-2019-2024>
- Heredia Rodríguez, L., & Sánchez Macías, J. (2016). Evolución de las políticas públicas de fomento a las pymes en la Comunidad Andina de Naciones y la

- Unión Europea: un análisis comparativo. *Revista Finanzas y Política Económica*, 221-249.
- IMPRESORAS3D.COM. (06 de Noviembre de 2017). *Impresoras3D.com Everything to create*. Obtenido de 10 empresas que utilizan la impresión 3D de forma innovadora: <https://www.impresoras3d.com/10-empresas-que-utilizan-la-impresion-3d-de-forma-innovadora/>
- INADEM. (2019). *Instituto Nacional del Emprededor*. Obtenido de <https://www.inadem.gob.mx/institucional/>
- INEGI. (2014). *Censo económico, Minimonografía*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI): Dirección General de Estadísticas Económicas (DGEE).
- INEGI. (2015). *Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas*. México: INEGI: INEGI.
- INEGI. (13 de Julio de 2016). *Se difunden estadísticas detalladas sobre las micro, pequeñas y medianas empresas del país*. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/330/download/19214>
- INEGI. (26 de 02 de 2024). Obtenido de https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/ENOE/ENOE2024_02.pdf
- INEGI. (2024). *Demografía y Sociedad*. Obtenido de Empleo y educación < tabla: <https://www.inegi.org.mx/temas/empleo/>
- INEGI. (31 de Enero de 2024). *Estudio sobre la demografía de los negocios (EDN) 2023*. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/EDN/EDN2023.pdf>
- INSTITUTO MEXICANO PARA LA COMPETITIVIDAD. (2022). Obtenido de ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL 2022: <https://imco.org.mx/wp-content/uploads/2022/09/Indice-de-Competitividad-Internacional-2022.pdf>
- Katzenbach, J., & Smith, D. (1994). *Sabiduría de los equipos*. Madrid: Lavel S.A.
- Landes. (1998). *La riqueza y la pobreza de las naciones: Por qué algunas son tan ricas y otras tan pobres*. Barcelona: Editorial Crítica.
- Laudon, K., & Laudon, G. (2008). *Sistemas de información gerencial*. México D.F.: Pearson Education.

- León Vite, E., & Saavedra García, M. (2018). Fuentes de financiamiento para las MIPYME en México. *Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas; Revista Ciencia Administrativa*, 159-175.
- Montañez Sanchez, J. (2006). *Proyecto empresarial: restaurante "el galapago"*. Bogotá: Universidad de la Salle.
- Nadal, A. (2002). Contradicciones del modelo de economía abierta aplicado en México. En J. L. Calva, *Política económica para el desarrollo sostenido con equidad* (pág. 168). México: Coedición Casa Juan Pablos, UNAM y IIEC.
- Navarrete Vela, J. (2012). *Política Económica*. Tlalnepantla, Estado de México, Mexico: RED TERCER MILENIO.
- NEWS CENTER MICROSOFT LATINOAMERICA. (4 de Agosto de 2021). *El 66% de las PyMEs en México adoptaron el teletrabajo con motivo de la pandemia*. Obtenido de https://news.microsoft.com/es-xl/el-66-de-las-pymes-en-mexico-adoptaron-el-teletrabajo-con-motivo-de-la-pandemia/?utm_source=chatgpt.com
- Ochoa, & Cordero. (2002). Tecnologías de información y comunicación. *Revista del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales (CICAG)*, 77-86.
- OLAB. (03 de 09 de 2019). *Open Laboratory (Coworking + Agencia de comunicación + Incubadora + Open technology)*. Obtenido de <http://www.o-labs.org/las-10-mejores-incubadoras-de-mexico/>
- PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA. (2008). *Primer informe de ejecución del plan nacional de desarrollo*. México: Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos.
- Puerto Becerra, D. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Pensamiento & Gestión*, 171-195.
- PYMERANG. (2019 de 09 de 2019). *PYMERANG.COM*. Obtenido de <http://www.pymerang.com/emprender/1036-con-erasmus-la-busqueda-de-alojamiento-internacional-para-estudiantes-es-ahora-mas-simple>
- RELAYN. (2018). *Perfil tecnológico de la micro y pequeña empresa de Latinoamérica*. Toluca, Estado de México, México: RELAYN.
- REPSOL. (07 de Noviembre de 2024). *La Cuarta Revolución Industrial Todo sobre la industria 4.0*. Obtenido de <https://www.repsol.com/es/energia-futuro/tecnologia-innovacion/cuarta-revolucion-industrial/index.cshtml#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20Cuarta>

%20Revoluci%C3%B3n%20Industrial%20y%20c%C3%B3mo%20surge?,la%20vida%20de%20las%20personas.

- Rodríguez, L., & Macías, J. S. (2016). Evolución de las políticas públicas de fomento a las pymes en la Comunidad Andina de Naciones y la Unión Europea: un análisis comparativo. *Revista Finanzas y Política Económica*, 221-249.
- Romero, R. (1997). *Marketing*. Ecuador: Editora palmir.
- Ruiz, M., & Sanz, B. (2006). Influencia de las motivaciones en la decisión de compra y la lealtad en internet. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 195-215.
- Saavedra García , M., Milla Toro, S., & Tapia Sánchez, B. (2012). *El financiamiento de la MIPYME en México: el caso del estado de Querétaro*. Ciudad de México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- SECRETARIA DE ECONOMÍA. (25 de Noviembre de 2012). *Secretaría de economía 2006-2012*. Obtenido de Secretaría de economía 2006-2012: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/eventos-noticias/eventos/9197-caravana-del-emprendedor-tlaxcala-2012>
- SECRETARÍA DE ECONOMÍA. (2012). *Sexto Informe de Labores*. Ciudad de México: Presidencia de la república mexicana.
- SECRETARÍA DE ECONOMÍA. (2018). *6 años de resultados del sector Economía*. Obtenido de <https://www.gob.mx/se/articulos/6-anos-de-resultados-del-sector-economia>
- SID. (2024). *Sindicato de indicadores de desarrollo*. Obtenido de <http://biblioteca.utec.edu.sv/observatorio/index.php/factores/costo-pais#:~:text=Para%20los%20inversionistas%2C%20el%20%E2%80%9Ccosto,y%20desarrollar%20nuevos%20proyectos%20industriales>.
- STATISTA RESEARCH . (10 de Septiembre de 2024). *Statista*. Obtenido de El comercio electrónico en México – Datos estadísticos: <https://es.statista.com/temas/6370/el-comercio-electronico-en-mexico/#editorsPicks>
- Strickland, L. (2004). *Administración estratégica*. México: Mc Graw Hill.
- SUSTRAENDO H ECONOMIA. (19 de Marzo de 2018). *Youtube*. Obtenido de Como hacer un Proyecto de Inversión paso a paso: <https://www.youtube.com/watch?v=LVs-YXoC-oo>

- TOLUCA CAPITAL. (27 de Junio de 2020). *En Toluca, más de 200 PyMEs se han registrado en el Directorio Empresarial Digital*. Obtenido de Toluca Capital: <https://www2.toluca.gob.mx/tol-comsoc-394-20/>
- TOLUCA CAPITAL. (23 de Enero de 2021). *Invita Toluca a consultar el Directorio Empresarial Digital*. Obtenido de Toluca capital: <https://www2.toluca.gob.mx/invita-toluca-a-consultar-el-directorio-empresarial-digital/>
- UNIR. (11 de Octubre de 2023). *UNIR - Universidad Internacional de La Rioja La quinta revolución industrial o Industria 5.0: el futuro llama a la puerta*. Obtenido de UNIR Revista: <https://www.unir.net/revista/empresa/quinta-revolucion-industrial/#:~:text=La%20quinta%20revoluci%C3%B3n%20industrial%20promueve,mayor%20resistencia%20las%20situaciones%20adversas.>
- UXBI. (11 de 04 de 2022). *El rezago tecnológico de las pyme en México*. Obtenido de [https://www.uxbi.mx/el-rezago-tecnologico-de-las-pymes-en-mexico/#:~:text=Rezago%20tecnol%C3%B3gico%20actual%20en%20M%C3%A9xico,%25%20en%20las%20empresas%20mexicanas\).](https://www.uxbi.mx/el-rezago-tecnologico-de-las-pymes-en-mexico/#:~:text=Rezago%20tecnol%C3%B3gico%20actual%20en%20M%C3%A9xico,%25%20en%20las%20empresas%20mexicanas).)
- Vázquez, R. M. (2015). El salario mínimo y el empleo: Evidencia internacional y posibles impactos para el caso mexicano. *Journal of Economic Literature (JEL)*: J31, J21, J38 *economíaunam vol. 12 núm. 36*, 90-106.
- VENTURE INSTITUTE. (2016). *webadictos*. Obtenido de <https://webadictos.com/media/2016/04/Libro-venture-institute-5-impacto.pdf>
- Villegas. (julio-diciembre de 2012). Las MIPYMES en el contexto mundial: sus particularidades en México. *Iberóforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 126-156. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2110/211026873005.pdf>
- Wikipedia. (30 de Julio de 2019). *Hipótesis del mercado eficiente*. Obtenido de Hipótesis del mercado eficiente: https://es.wikipedia.org/wiki/Hip%C3%B3tesis_del_mercado_eficiente#targetText=En%20finanzas%20la%20hip%C3%B3tesis%20del,su%20precio%20te%C3%B3rico%20o%20intr%C3%ADnseco.
- WIKIPEDIA. (28 de Septiembre de 2019). *www.wikipedia.com*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Nixtamalizaci%C3%B3n>
- WIKIPEDIA. (04 de Noviembre de 2024). Obtenido de Revolución Industrial: https://es.wikipedia.org/wiki/Revoluci%C3%B3n_Industrial

WIKIPEDIA. (06 de Noviembre de 2024). *Wikipedia*. Obtenido de Segunda Revolución Industrial:

https://es.wikipedia.org/wiki/Segunda_Revoluci%C3%B3n_Industrial

Zevallos V., E. (2006). Obstáculos al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en América Latina. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 75-96.

Gil, E. (2002). <http://www.voc.edu/web/esplart/gil0902/htm>. Recuperado el 02 de mayo 2017, de <http://www.voc.edu/web/esplart/gil0902/htm>

Secretaría de Economía | 13 de noviembre de 2018
<https://www.gob.mx/se/articulos/6-anos-de-resultados-del-sector-economia>

Anexo 1

Encuesta

Perfil tecnológico de la micro y pequeña empresa
De las opciones qué tipo de asociación describe mejor tu empresa

I) CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA.

1) Inicio de operaciones (año):

2) Elige

- a) Está constituida como empresa (S.A., S.R., etc.).
- b) empresa con un dueño sin registro en hacienda.
- c) Empresa con varios dueños sin registro en hacienda.
- d) Persona física con actividad empresarial.
- e) Régimen de incorporación fiscal.
- f) Servicios profesionales (registrado).

3a) ¿Cuántas personas trabajan permanentemente en tu empresa actualmente? *

3b) ¿Cuántas mujeres trabajan permanentemente en tu empresa actualmente? *

3c) ¿Cuántos familiares trabajan permanentemente en tu empresa actualmente? *

4) ¿Cuántas personas usan computadora para su trabajo en tu empresa actualmente? *

5) ¿Cuántos empleados una teléfono celular o línea telefónica para su trabajo?

6) ¿Qué relación tienes con el fundador de la empresa? *

Marca solo un óvalo.

- a) Tú fuiste el fundador
- b) Alguien de mi familia (padres, hermanos, hijos o cónyugue).
- c) Un conocido, amigo, familia lejana o política.
- d) Un desconocido-compró la empresa al dueño anterior.

Otro:

7) ¿Con cuántos locales cuenta tu empresa? *

8) el lugar en donde se genera la mayor parte del valor agregado de tu empresa * es:

Marca solo un óvalo.

- a) Un espacio privado en mi casa
- b) Un espacio en mi casa con atención a clientes.
- c) Un espacio especial para el negocio.

- d) No tengo ningún espacio para el negocio.
- 9) En los últimos tres años ¿qué ha pasado con las ventas (anuales)? *
- Marca solo un óvalo.*
- A) Aumentaron mucho
 - B) Aumentaron algo
 - C) Siguieron igual
 - D) Disminuyeron algo
 - E) Disminuyeron mucho
- 10) En los últimos tres años ¿qué ha pasado con las utilidades (anuales)? *
- Marca solo un óvalo.*
- A) Aumentaron mucho
 - B) Aumentaron algo
 - C) Siguieron igual
 - D) Disminuyeron algo
 - E) Disminuyeron mucho
- 11) En los últimos tres años ¿qué ha pasado con el número de empleados? *
- Marca solo un óvalo.*
- A) Aumentaron mucho
 - B) Aumentaron algo
 - C) Siguieron igual
 - D) Disminuyeron algo
 - E) Disminuyeron mucho
- 12) En los últimos tres años ¿qué ha pasado con mis ingresos personales del * negocio?
- Marca solo un óvalo.*
- A) Aumentaron mucho
 - B) Aumentaron algo
 - C) Siguieron igual
 - D) Disminuyeron algo
 - E) Disminuyeron mucho
- 13) En los últimos tres años ¿qué ha pasado con el nivel de vida que disfruto con * mi familia?
- Marca solo un óvalo.*
- A) Aumentaron mucho
 - B) Aumentaron algo
 - C) Siguieron igual
 - D) Disminuyeron algo
 - E) Disminuyeron mucho
- 14) ¿Cuál es la razón principal por la que no haces compras por internet? *
- Marca solo un óvalo.*
- A) Si realizo compras en internet
 - B) No tengo internet o computadora
 - C) No hay nada que pueda comprar para mi negocio por internet
 - D) No sé comprar por internet
 - E) Me da miedo, puedo ser víctima de un hacker o que me estafen.
 - F) Me gusta ver físicamente el producto antes de comprarlo.
 - G) Es más lento.
 - H) No me gusta / no me interesa
 - I) Es más fácil comprar directamente con mi proveedor.
- 15a) ¿Cómo calificaría su habilidad para usar redes sociales? *

Marca solo un óvalo.

- 1) Muy buena
- 2) Buena
- 3) Regular
- 4) Mala
- 5) Muy mala

15b) ¿Cómo calificaría su habilidad para usar internet? *

Marca solo un óvalo.

- 1) Muy buena
- 2) Buena
- 3) Regular
- 4) Mala
- 5) Muy mala

15c) ¿Cómo calificaría su habilidad para usar celular? *

Marca solo un óvalo.

- 1) Muy buena
- 2) Buena
- 3) Regular
- 4) Mala
- 5) Muy mala

15d) ¿Cómo calificaría su habilidad para usar computadora? *

Marca solo un óvalo.

- 1) Muy buena
- 2) Buena
- 3) Regular
- 4) Mala
- 5) Muy mala

15e) ¿Cómo calificaría su habilidad para usar tablet? *

Marca solo un óvalo.

- 1) Muy buena
- 2) Buena
- 3) Regular
- 4) Mala
- 5) Muy mala

2) DATOS GENERALES DEL DIRECTOR (A) DE QUIEN CONTESTA LA ENCUESTA.

16) ¿Edad? *

17) ¿Estado civil? *

Marca solo un óvalo.

- A) Soltero
- B) Casado
- C) Divorciado/separado
- D) Madre soltera
- E) Unión libre
- F) Viudo

18) ¿Tienes hijos? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

19) Sexo *

Marca solo un óvalo.

- A) Hombre
- B) Mujer

20) País donde naciste: *

Marca solo un óvalo.

- México
- Otro:

21) Último año de estudios que terminaste: *

Marca solo un óvalo.

- A) 1ro primaria.
- B) 2do primaria.
- C) 3ro primaria. D) 4to primaria.
- E) 5to primaria. F) 6to primaria.
- G) 1ro secundaria. H) 2ro secundaria.
- I) 3ro secundaria.
- J) 1ro bachillerato o técnico.
- K) 2ro bachillerato o técnico.
- L) 3ro bachillerato o técnico.
- M) Más de 1 año de universidad sin título.
- N) Titulado de técnico superior o universitario.
- O) Titulado de una licenciatura o ingeniería.
- P) Al menos un año de maestría.
- Q) Título de maestría
- R) Título de doctorado.

22a) ¿Cuántas horas a la semana le dedicas a tu empresa? *

Marca solo un óvalo.

- 0: Nada de tiempo a la semana
- 1: 3 horas al día (hasta 18 hrs/semana)
- 2: 6 horas al día (hasta 36 hrs/semana)
- 3: 9 horas al día (hasta 54 hrs/semana)
- 4: 12 horas al día (hasta 72 hrs/semana)
- 5: 15 horas al día (hasta 90 hrs/semana) 6: Más de 90 horas a la semana.

22b) ¿Cuántas horas le dedicas a otra empresa? *

Marca solo un óvalo.

- 0: Nada de tiempo a la semana
- 1: 3 horas al día (hasta 18 hrs/semana)
- 2: 6 horas al día (hasta 36 hrs/semana)
- 3: 9 horas al día (hasta 54 hrs/semana)
- 4: 12 horas al día (hasta 72 hrs/semana)
- 5: 15 horas al día (hasta 90 hrs/semana) 6: Más de 90 horas a la semana.

22c) ¿Cuántas horas a la semana le dedicas a las labores del hogar? *

Marca solo un óvalo.

- 0: Nada de tiempo a la semana
- 1: 3 horas al día (hasta 18 hrs/semana)

- 2: 6 horas al día (hasta 36 hrs/semana)
- 3: 9 horas al día (hasta 54 hrs/semana)
- 4: 12 horas al día (hasta 72 hrs/semana)
- 5: 15 horas al día (hasta 90 hrs/semana)
- 6: Más de 90 horas a la semana.

23a) ¿Qué tan de acuerdo estas con la mayoría de las cosas?, ¿tu vida esta * cerca del ideal?

Marca solo un óvalo.

- 7) Completamente de acuerdo
- 6) De acuerdo
- 5) Más bien de acuerdo.
- 4) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo.
- 3) Más bien en desacuerdo.
- 2) En desacuerdo
- 1) Completamente en desacuerdo.

23b) ¿Las condiciones de la vida son excelentes?. *

Marca solo un óvalo.

- 8) Completamente de acuerdo
- 6) De acuerdo
- 5) Más bien de acuerdo.
- 4) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo.
- 3) Más bien en desacuerdo.
- 2) En desacuerdo
- 1) Completamente en desacuerdo.

23c) Estoy satisfecho con mi vida. *

Marca solo un óvalo.

- 9) Completamente de acuerdo
- 6) De acuerdo
- 5) Más bien de acuerdo.
- 4) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo.
- 3) Más bien en desacuerdo.
- 2) En desacuerdo
- 1) Completamente en desacuerdo.

23d) Hasta ahora, he conseguido las cosas que para mí son importantes en la * vida.

Marca solo un óvalo.

- 10) Completamente de acuerdo
- 6) De acuerdo
- 5) Más bien de acuerdo.
- 4) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo.
- 3) Más bien en desacuerdo.
- 2) En desacuerdo
- 1) Completamente en desacuerdo.

23e) Si volviese a nacer, no cambiaría casi nada de mi vida. *

Marca solo un óvalo.

- 11) Completamente de acuerdo
- 6) De acuerdo
- 5) Más bien de acuerdo.
- 4) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo.
- 3) Más bien en desacuerdo.

- 2) En desacuerdo
- 1) Completamente en desacuerdo.

23f) Tener esta empresa contribuye mucho a que yo sea feliz. *

Marca solo un óvalo.

- 12) Completamente de acuerdo
- 6) De acuerdo
- 5) Más bien de acuerdo.
- 4) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo.
- 3) Más bien en desacuerdo.
- 2) En desacuerdo
- 1) Completamente en desacuerdo.

3) INSUMOS DEL SISTEMA.

24a) Lo más importante para mí en un proveedor es que me dé el mejor precio. *

Marca solo un óvalo.

- 5) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

24b) Lo más importante para mí en un proveedor es la calidad de su producto o * servicio.

Marca solo un óvalo.

- 6) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

24c) Lo más importante para mí en un proveedor es que siempre tenga lo que * necesito.

Marca solo un óvalo.

- 7) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

24d) Lo más importante para mí en un proveedor es su marca. *

Marca solo un óvalo.

- 8) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

24e) Lo más importante para mí en un proveedor es que me atienda muy bien y * atienda mis quejas.

Marca solo un óvalo.

- 9) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

24f) Mis proveedores tienen un poder de negociación muy fuerte sobre la empresa. *

Marca solo un óvalo.

10) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

25a) Tengo métodos eficaces para evaluar si el precio de mis productos o servicios es adecuado. *

Marca solo un óvalo.

11) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

25b) Tengo métodos eficaces para evaluar si la calidad de mis productos o servicios.

Marca solo un óvalo.

12) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

25c) Tengo métodos eficaces para conocer a mis clientes, sus necesidades y * preferencias.

Marca solo un óvalo.

13) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

25d) Tengo métodos eficaces para evaluar la calidad de la atención que doy a * mis clientes.

Marca solo un óvalo.

14) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

25e) Realizo actividades para detectar las fortalezas y debilidades de mi * competencia.

Marca solo un óvalo.

15) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

25f) Comparo frecuentemente los resultados de mi empresa con los de otras * empresas.

Marca solo un óvalo.

- 16) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

25g) Es fácil que aparezcan otras empresas igual a la mía. *

Marca solo un óvalo.

- 17) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

25h) Es fácil que aparezcan otros productos o servicios que suplan a los que yo * ofrezco.

Marca solo un óvalo.

- 18) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

25i) La empresa da seguimiento a acciones tomadas por la competencia. *

Marca solo un óvalo.

- 19) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

26a) Mi empresa ha logrado conseguir empleados muy honestos. *

Marca solo un óvalo.

- 20) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

26b) Mi empresa ha logrado conseguir empleados muy responsables. *

Marca solo un óvalo.

- 21) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

26c) Mi empresa ha logrado conseguir empleados muy leales. *

Marca solo un óvalo.

- 22) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

26d) Mi empresa ha logrado conseguir empleados muy capaces. *

Marca solo un óvalo.

23) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

26e) Mi empresa ha logrado conseguir empleados que tienen buen trato con * todos.

Marca solo un óvalo.

24) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

26f) Me enfoco principalmente en mejorar el bienestar de los empleados. *

Marca solo un óvalo.

25) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

26g) Evaluó la satisfacción laboral de mis empleados. *

Marca solo un óvalo.

26) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

26h) Me enfoco principalmente en mejorar el bienestar de mis empleados. *

Marca solo un óvalo.

27) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

26i) Evaluo el desempeño de mis empleados. *

Marca solo un óvalo.

28) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

26j) Involucro a mis empleados en la toma de decisiones. *

Marca solo un óvalo.

29) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

26k) Tengo reglas claras sobre las consecuencias buenas y malas de lo que * hacen mis empleados.

Marca solo un óvalo.

3) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

26l) Mi empresa paga sueldos muy superiores a los de otras empresas de la * zona.

Marca solo un óvalo.

3) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

4) PROCESOS DEL SISTEMA.

27a) Estoy atento para detectar las nuevas tendencias en mi negocio y * enterarme de lo que está haciendo mi competencia.

Marca solo un óvalo.

5) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

27b) Estoy atento para detectar las nuevas tendencias en mi negocio y * enterarme de lo que está haciendo mi competencia.

Marca solo un óvalo.

6) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

27c) Estoy atento para detectar las nuevas tendencias en mi negocio y * enterarme de lo que está haciendo mi competencia.

Marca solo un óvalo.

7) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

27d) Invierto muchas ganancias de mi empresa para hacerla crecer. *

Marca solo un óvalo.

8) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

27e) Tengo clara la misión y visión, la comparto con mis empleados y tratamos de * realizarla.

Marca solo un óvalo.

- 9) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

27f) Planeo con anticipación lo que voy a gastar y cuánto debo vender para no * perder dinero.

Marca solo un óvalo.

- 10) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

27g) Planteo objetivos concretos que tenemos que lograr en la empresa. *

Marca solo un óvalo.

- 11) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

27h) Cuanto tengo un problema o una idea, consulto con expertos en el tema. *

Marca solo un óvalo.

- 12) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

28a) Realizo actividades para detectar y agregar nuevos clientes a la empresa. *

Marca solo un óvalo.

- 13) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

28b) Realizo actividades para vender en un área más grande o en más lugares. *

Marca solo un óvalo.

- 14) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

28c) Realizo actividades para promocionar las ventas. *

Marca solo un óvalo.

- 15) Completamente de acuerdo

- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

28d) Hago descuentos a algunos clientes para cerrar las ventas. *

Marca solo un óvalo.

- 16) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

28e) Hago cambios y adaptaciones en mis productos o servicios para cerrar * algunas ventas.

Marca solo un óvalo.

- 17) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

28f) Invierto tiempo y dinero en mejorar las relaciones con los clientes aun * cuando no pretendo venderles inmediatamente.

Marca solo un óvalo.

- 18) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

29a) Promuevo que los empleados propongan cambios en mis productos, * servicios y procesos.

Marca solo un óvalo.

- 19) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

29b) Ofrezco con frecuencia productos o servicios nuevos a partir de sugerencias * de mis clientes.

Marca solo un óvalo.

- 20) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

29c) Me enfoco mucho en ofrecer productos o servicios innovadores que * distingan a la empresa.

Marca solo un óvalo.

- 21) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

29d) Desarrollo o pago para innovar mis procesos de producción o distribución. *

Marca solo un óvalo.

2) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

29e) Desarrollo o pago para innovar los productos o servicios que ofrezco. *

Marca solo un óvalo.

23) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

29f) Desarrollo o pago para innovar la forma en la que vendo mi producto o * servicio.

Marca solo un óvalo.

24) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

29g) Desarrollo o pago para innovar la forma en la que organizo la empresa. *

Marca solo un óvalo.

25) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

29h) Asisto a ferias, cursos, congresos, o a otras actividades relacionadas con el * negocio.

Marca solo un óvalo.

26) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

30a) Me enfoco mucho en la calidad de mis productos o servicios. *

Marca solo un óvalo.

27) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

30b) Me enfoco mucho en reducir el tiempo entre que el cliente solicita y recibe * su producto o servicio.

Marca solo un óvalo.

- 28) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

30c) Me enfoco mucho en entregar mi servicio siempre en tiempo y forma. *

Marca solo un óvalo.

- 29) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

30d) Me enfoco mucho en adaptar mis productos o servicios para satisfacer a * cada cliente.

Marca solo un óvalo.

- 30) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

30e) Me enfoco mucho en reducir mis costos en todas las áreas. *

Marca solo un óvalo.

- 31) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

31a) Me enfoco principalmente en dar un muy buen servicio a mis clientes. *

Marca solo un óvalo.

- 32) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

31b) Fijo los precio de mis productos y servicios en función de mis clientes y mi * competencia.

Marca solo un óvalo.

- 33) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

31c) Busco crear, desarrollar y usar una marca para que mis clientes identifiquen * mi empresa.

Marca solo un óvalo.

- 34) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

31d) Como estrategia de distribución, vendo principalmente al usuario final. *

Marca solo un óvalo.

- 35) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

31e) Como estrategia de distribución, vendo principalmente a mayoristas o * intermediarios.

Marca solo un óvalo.

- 36) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

31f) Tengo como estrategia dar crédito a mis clientes. *

Marca solo un óvalo.

- 37) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

31g) Realizo actividades de publicidad y promoción sobre mi producto o servicio. *

Marca solo un óvalo.

- 38) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

31h) Hago pruebas de mis productos o servicios antes de lanzarlos al mercado. *

Marca solo un óvalo.

- 39) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

31i) Realizo acciones concretas para que mis clientes sean fieles a la empresa. *

Marca solo un óvalo.

- 40) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

31j) Mis clientes tienen un poder de negociación muy fuerte sobre la empresa. *

Marca solo un óvalo.

- 41) Completamente de acuerdo

- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

31k) Hay una competencia fuerte en el sector de mi empresa. *

Marca solo un óvalo.

- 42) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

32a) Tengo muy claro cuánto dinero tengo disponible (ya sea en efectivo o en el * banco).

Marca solo un óvalo.

- 43) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

32b) Tengo muy claro cuánto me deben mis clientes. *

Marca solo un óvalo.

- 44) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

32c) Tengo muy claro cuánto vale mi inventario. *

Marca solo un óvalo.

- 45) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

32d) Tengo muy claro cuánto valen los bienes de mi empresa. *

Marca solo un óvalo.

- 46) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

32e) Tengo muy claro cuánto debo a mis proveedores. *

Marca solo un óvalo.

- 47) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

32f) Tengo muy claro cuánto debo en préstamos familiares y conocidos. *

Marca solo un óvalo.

- 48) Completamente de acuerdo

- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

32g) Tengo muy claro cuánto le debo al banco y a otras instituciones. *

Marca solo un óvalo.

- 49) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

32h) Tengo muy claro cuánto obtendría por vender todo lo que tengo en mi
* empresa.

Marca solo un óvalo.

- 50) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

32i) Tengo muy claro el valor de lo que vendo cada mes. *

Marca solo un óvalo.

- 51) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

32j) Tengo muy claro el valor de todo lo que cobro este mes. *

Marca solo un óvalo.

- 52) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

32k) Tengo muy claro el valor de todo lo que compro a proveedores cada mes. *

Marca solo un óvalo.

- 53) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

32L) Tengo muy claro el valor de todo lo que pago a proveedores cada mes.
*

Marca solo un óvalo.

- 54) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

32m) Tengo muy claro el valor de todo lo que gasto. *

Marca solo un óvalo.

- 55) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

5) RESULTADOS DEL SISTEMA.

33a) Estoy muy satisfecho con el desempeño de la empresa en su conjunto.

*

Marca solo un óvalo.

- 5) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

33b) Mi empresa me deja más que suficiente dinero para vivir. *

Marca solo un óvalo.

- 6) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

33c) Mi empresa me permite realizarme como persona. *

Marca solo un óvalo.

- 7) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

33d) En el último año, las expectativas de crecimiento de mi empresa han sido * muy altas.

Marca solo un óvalo.

- 8) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

33e) En el último año, las posibilidades de verme obligado a cerrar la empresa * han sido muy altas.

Marca solo un óvalo.

- 9) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

34a) los clientes nos eligen porque nuestro producto o servicio. *

Marca solo un óvalo.

- 10) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

34b) Los clientes nos eligen porque los tratamos muy bien. *

Marca solo un óvalo.

11) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

34c) Los clientes nos eligen porque ofrecemos el mejor precio. *

Marca solo un óvalo.

12) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

34d) Nos enfocamos sólo en una parte de los clientes para adaptarnos a sus
* necesidades.

34e) Los clientes nos eligen porque aprecian nuestra marca. *

Marca solo un óvalo.

13) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

34f) Los clientes nos eligen porque saben que siempre tenemos disponible el
* producto o servicio.

Marca solo un óvalo.

14) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

35a) Las ventas a clientes de mi colonia son importantes para mi empresa. *

Marca solo un óvalo.

15) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

35b) Las ventas a clientes de mi ciudad son importantes para mi empresa. *

35c) Las ventas a clientes de otras poblaciones son importantes para mi
empresa.

Marca solo un óvalo.

16) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

35d) Las ventas a clientes en el extranjero son importantes para mi empresa.

*

Marca solo un óvalo.

- 17) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

35e) Las ventas a otras empresas son importantes para mi empresa. *

Marca solo un óvalo.

- 18) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

35f) Las ventas a gobierno son importantes para mi empresa.

Marca solo un óvalo.

- 19) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica

36a) En mi empresa, estamos dispuestos a responde ante la sociedad por el impacto de nuestras actividades.

Marca solo un óvalo.

- 20) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

36b) Cuando se requiere, en mi empresa estamos dispuestos a dar a conocer * nuestra actividades particularmente las que pudieran impactar a la sociedad.

Marca solo un óvalo.

- 21) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

36c) En mi empresa tenemos reglas que promueven el comportamiento con * ética.

Marca solo un óvalo.

- 22) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

36d) En mi empresa nos interesamos por los que pueden ser afectados por * nuestras operaciones.

Marca solo un óvalo.

23) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

36e) En mi empresa procuramos acatar todo lo que las normas y leyes nos obligan.

Marca solo un óvalo.

24) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

36f) En mi empresa procuramos respetar las normas de comportamiento * internacionales.

Marca solo un óvalo.

25) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

36g) En mi empresa promovemos que los empleados se comparten socialmente * responsables.

Marca solo un óvalo.

26) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

36h) En mi empresa hacemos acciones concretas que son socialmente * responsables.

Marca solo un óvalo.

27) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

37a) En mi empresa tenemos políticas y procedimientos para el respeto a los derechos humanos y para evitar complicidad en actos de agravio a los derechos civiles, políticos, económicos, sociales, culturales y laborales y para evitar la discriminación.

Marca solo un óvalo.

28) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

37b) En mi empresa procuramos prevenir la contaminación y la producción de * desechos que impactan en el medio, ambiente y procuramos reciclar y cuidar el medio ambiente.

Marca solo un óvalo.

- 29) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

37c) En mi empresa procuramos el bienestar de los trabajadores escuchando * sus necesidades dándoles un ambiente seguro, acceso a servicios de salud y a una vida personal balanceada.

Marca solo un óvalo.

- 30) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

37d) En mi empresa evitamos involucrarnos en malas prácticas como en sobornos, corrupción, piratería o competencia desleal y tampoco permitimos en nuestros clientes y proveedores.

Marca solo un óvalo.

- 31) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

37e) 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.

Marca solo un óvalo.

- 32) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica.

37f) La empresa promueve actividades de desarrollo comunitario con gente de * la comunidad en donde se encuentra ubicada. Se preocupa por no provocar e incluso solucionar problemas sociales locales. Preferimos proveedores locales que foráneo.

Marca solo un óvalo.

- 33) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.
- 1) No se/no aplica

38a) En mi empresa nos preocupa todo el dinero que debemos. *

Marca solo un óvalo.

- 34) Completamente de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) En desacuerdo
- 2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

38b) En mi empresa nos preocupa todo el dinero que nos deben nuestros *
clientes.

Marca solo un óvalo.

35) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

38c) En mi empresa nos preocupa la situación económica del país. *

Marca solo un óvalo.

36) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

38d) En mi empresa nos preocupa la situación económica del país. *

Marca solo un óvalo.

37) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

38e) En mi empresa nos preocupa el abasto de mercancía y materia prima. *

Marca solo un óvalo.

38) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

38f) En mi empresa nos preocupan las bajas ventas. *

Marca solo un óvalo.

39) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

38g) En mi empresa nos preocupa lo mucho que pagamos en impuestos. *

Marca solo un óvalo.

40) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

39a) Tengo métodos para recolectar la opinión de mis clientes sobre mi *
producto o servicio.

Marca solo un óvalo.

41) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

39b) Realizo acciones concretas para recuperar clientes perdidos. *

Marca solo un óvalo.

42) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

39c) Realizo acciones de colaboración con mis competidores. *

Marca solo un óvalo.

43) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

39d) Tengo una relación solida con mis proveedores. *

Marca solo un óvalo.

44) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

39e) Cuento en la empresa con bastantes proveedores. *

Marca solo un óvalo.

45) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

39f) Realizo alianzas estratégicas con mis proveedores para beneficiar ambas * partes.

Marca solo un óvalo.

46) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

39g) Asisto a eventos de mis clientes de manera personal. *

Marca solo un óvalo.

47) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

39h) Asisto a eventos de mis proveedores de manera personal. *

Marca solo un óvalo.

48) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

39i) He creado vinculos de amistar con mis clientes. *

Marca solo un óvalo.

49) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

39j) He creado vinculos de amistar con mis proveedos. *

Marca solo un óvalo.

50) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

39k) Comparto actividades fuera del negocio con mis clientes. *

Marca solo un óvalo.

51) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

39L) Comparto actividades fuera del negocio con mis proveedores. *

Marca solo un óvalo.

52) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

39m) Comparto actividades fuera del negocio con mis competencia. *

Marca solo un óvalo.

53) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

39n) Establezco vínculos de amistad con algunos competidores. *

Marca solo un óvalo.

54) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

39o) Considero necesarias as relaciones personales con clientes, proveedores * y competidores.

Marca solo un óvalo.

55) Completamente de acuerdo

4) De acuerdo

3) En desacuerdo

2) Completamente en desacuerdo.

1) No se/no aplica.

40) Ahora selecciona el índice de productividad mensual de tu empresa *

Marca solo un óvalo.

A) 0- 249

B) 250-499

C) 500-999

D) 1,000-1,999

E) 2,000-3,999

F) 4,000-7,999

G) 8,000-15,999

H) 16,000-31,999

I) 32,000-63,999

J) 64,000-127,999

K) 128,000-255,999

L) 256,000 o más.

41) ¿Crees que tu empresa es muy exitosa?. *

Marca solo un óvalo.

SI

NO

42) ¿Crees que tu empresa está en riesgo de cerrar?. *

Marca solo un óvalo.

SI

NO

43) En una palabra, ¿Cuál es la mayor desventaja de tu empresa?. *

44) En una palabra, ¿Cuál es la mayor ventaja de tu empresa?. *

6) TECNOLOGÍA

45a) Uso computadora, tablet o un electrónico similar para administrar la empresa. *

Marca solo un óvalo.

1) Nunca

2) Pocas veces

3) Cuando lo necesito

4) Algunas veces

5) Siempre

45b) Uso internet en mi empresa. *

Marca solo un óvalo.

6) Nunca

7) Pocas veces

8) Cuando lo necesito

9) Algunas veces

10) Siempre

45c) Cobro con tarjeta de crédito o vía transferencia electrónica. *

Marca solo un óvalo.

11) Nunca

12) Pocas veces

13) Cuando lo necesito

14) Algunas veces

- 15) Siempre
45d) Uso maquinaria o software especializado para vender o atender a mis
* clientes (incluye ventas en línea).

Marca solo un óvalo.

- 16) Nunca
17) Pocas veces
18) Cuando lo necesito
19) Algunas veces
20) Siempre

- 45e) Uso maquinaria o software especializado para producir o realizar los *
servicios.

Marca solo un óvalo.

- 21) Nunca
22) Pocas veces
23) Cuando lo necesito
24) Algunas veces
25) Siempre

- 45f) La falta de maquinaria o software especializado dificulta mis actividades.
*

Marca solo un óvalo.

- 26) Nunca
27) Pocas veces
28) Cuando lo necesito
29) Algunas veces
30) Siempre

- 45g) Mi producción o servicios requieren que una gran parte se realice de *
manera manual.

Marca solo un óvalo.

- 31) Nunca
32) Pocas veces
33) Cuando lo necesito
34) Algunas veces
35) Siempre

- 45h) Hago compras en Internet por la computadora. *

Marca solo un óvalo.

- 36) Nunca
37) Pocas veces
38) Cuando lo necesito
39) Algunas veces
40) Siempre

- 45i) Hago compras en Internet por el celular. *

Marca solo un óvalo.

- 41) Nunca
42) Pocas veces
43) Cuando lo necesito
44) Algunas veces
45) Siempre

- 45j) Hago compras en Internet por la tablet. *

Marca solo un óvalo.

- 46) Nunca

- 47) Pocas veces
- 48) Cuando lo necesito
- 49) Algunas veces
- 50) Siempre

45k) pido a alguien más que realice mis compras por internet para mi empresa. *

Marca solo un óvalo.

- 51) Nunca
- 52) Pocas veces
- 53) Cuando lo necesito
- 54) Algunas veces
- 55) Siempre

46a) ¿Tienes cuenta en redes sociales? *

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO

46b) ¿Tienes correo electrónico? *

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO

46c) ¿Tienes página web? *

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO

46d) ¿Usas la banca por internet? *

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO

46e) ¿Usas la hoja de cálculo en la computadora? (por ejemplo excel) *

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO

46f) ¿Usas un procesador de texto en la computadora? (por ejemplo word) *

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO

46g) ¿Usas programas de presentaciones en la computadora? (por ejemplo * power point)

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO

46h) ¿Usas programas de bases de datos en la computadora? (por ejemplo * Access, Sql, Oracle, etc.) *Marca solo un óvalo.*

- SI
- NO

46i) ¿Usas algún buscador de internet? *

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO

46j) ¿Usas programas de computadora especiales para administrar empresas? *

(manejo de punto de venta, contabilidad, inventarios, ventas, etc.)

Marca solo un óvalo.

SI

NO

46k) ¿Usas programas de apoyo a la producción? (SAP, MRP, ERP, etc.) *

Marca solo un óvalo.

SI

NO

46L) ¿Usas en el celular correo electrónico? *

Marca solo un óvalo.

SI

NO

46m) ¿Usas en el celular paquetería de oficina? (Hojas de cálculo, Word, Excel).

Marca solo un óvalo.

SI

NO

46n) ¿Usas Whatsapp en el celular? *

Marca solo un óvalo.

SI

NO

46o) ¿Usas otras redes sociales en el celular? *

Marca solo un óvalo.

SI

NO

46p) ¿Haces facturas electrónicas para tus clientes? *

Marca solo un óvalo.

SI

NO

46q) ¿Has adquirido para tu empresa tecnología que nunca usas? (ejemplo: * apps, programas de cómputo, computadoras, maquinaria) *Marca solo un*

óvalo.

SI

NO