

ARTÍCULO 4. Censo empresarial 2017-2018 de las MIPYMES de Orizaba, Veracruz como estrategia para detectar áreas de oportunidad que permitan su fortalecimiento

Quezada Fadanelli, María Edith;
Ruiz Contreras, Gabriel;
Velásquez Cortés, Claudia;
Sánchez Anastacio, Isaac
Instituto Tecnológico Superior de
Zongolica

RESUMEN

Este artículo profundiza en el análisis de las MIPYMES con la ejecución de un censo realizado en la ciudad de Orizaba, Veracruz en los años 2017 al 2018, en el cual fueron estudiadas 2348 empresas en colaboración con la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de esta ciudad. La finalidad del estudio fue diagnosticar la situación de las empresas que a su vez generó propuestas inclusivas para el fortalecimiento empresarial en las áreas de oportunidad detectadas. Se aplicó una encuesta cerrada que analizó las variables de capacitación, asesoría, uso de las TIC'S y financiamiento. El instrumento que se presenta ha sido validado y puede ser transferible a otras investigaciones que compartan un objetivo igual o similar de este artículo.

Palabras clave

Áreas de oportunidad, Censo, Diagnóstico,
Fortalecimiento, MIPYMES

Abstract

This article delves into the analysis of MSMEs with the execution of a census conducted in the city of Orizaba, Veracruz in the years 2017 to 2018, in which 2348 companies were studied in collaboration with the National Chamber of Commerce, Services and Tourism of this city. The purpose of the study was to diagnose the situation of the companies that in turn generated inclusive proposals for business strengthening in the areas of opportunity detected. A closed survey was applied that analyzed the variables of training, advice, use of ICTs and financing. The instrument presented has been validated and may be transferable to other researches that share an equal or similar objective of this article.

Keywords

Áreas de oportunidad, Censo, Diagnóstico,
Fortalecimiento, MIPYMES.

INTRODUCCIÓN

Las tendencias mundiales actuales en el campo empresarial reconocen las micro, pequeñas y medianas empresas¹ como una parte fundamental de la economía de cualquier país. Los datos revelan que más del 90% del universo de empresas formales e informales en los distintos países corresponden a este grupo, participando de forma dominante en las ventas totales, las exportaciones, el PIB y el empleo (Valdés y Sánchez, 2012, pág. 153).

A escala mundial se reconoce que las MIPYMES tienen una relevancia socioeconómica muy importante; de acuerdo al Censo Económico

¹ En lo subsecuente se denominara a las micro, pequeñas y medianas empresas, por las siglas MIPYMES.

2009 del INEGI², más de 90% de las empresas son MIPYMES, siendo generadoras de empleos y su participación es relevante para el crecimiento económico de las naciones (Góngora, 2013, pág. 2)

Es importante mencionar que la definición de las MIPYMES varía dependiendo el autor y país, en México la “Ley para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa” es quien define a las MIPYMES, legalmente constituidas, con base en la estratificación establecida por la Secretaría, de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y publicada en el Diario Oficial de la Federación (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2017, pág. 2).

En México las MIPYMES constituyen el soporte de la economía nacional, esta importancia se debe a los acuerdos comerciales que han logrado en los últimos años, el impacto en la generación de empleos y la producción nacional. De acuerdo al INEGI, en México de los poco más de 4 millones de entidades económicas, el 99.8 % son MIPYMES que generan más de la mitad del Producto Interno Bruto (PIB) y son responsables de 7 de cada 10 empleos (Obelsys, 2015).

Con los datos señalados anteriormente es posible dimensionar el impacto que las MIPYMES tienen en la economía nacional, sin embargo, en México como en la mayoría de los países con economía desarrollada o en vías de serlo, existen una serie de políticas públicas cuyos esfuerzos están encaminados al fomento y desarrollo de las empresas, esto con la finalidad de combatir el enfoque externo, es decir, los factores del medio ambiente que puedan afectarla e impedir su desarrollo, pero

dejando atrás a los factores internos, que estos son los decisivos para que una pequeña empresa pueda crecer en el futuro y llegar a internacionalizarse.

La gestión, para una pequeña empresa no se encuentra dentro de sus acciones, ya que la mayoría de ellas en México, son empresas familiares que no cuentan con una manera de plasmar sus objetivos a corto, mediano o largo plazo, así como también carecen de planes de trabajo u otros procesos de gestión empresarial. La importancia de no saber llevar bien los procesos de gestión puede influir negativamente dando por resultado diversas deficiencias incluso limitando su crecimiento de la pequeña empresa y/o llevarla al fracaso.

Debido a lo anterior diversas consultoras del país, han demostrado que el 50% de las empresas quiebran durante el primer año de actividad a causa de una mala gestión. Asimismo, el 90% fracasan antes de llegar a los cinco años de vida por la misma causa, la mayoría de los expropietarios de pequeñas empresas que han sido cerradas luego de su fracaso, aseguran que la razón principal de que en México haya tantas empresas que quiebran guarda relación con factores externos a las compañías, sin embargo, debemos ser conscientes de que a pesar de todos estos obstáculos señalados por diversos empresarios lo cierto es que algunas llegan a superar el desafío, y pueden continuar trabajando ¿por qué esta diferencia?. Los analistas contradicen el discurso de los empresarios, asegurando que uno de los motivos fundamentales del fracaso de muchas empresas reside en la mala gestión que desarrollan quienes están a cargo de las mismas. (Marker, 2013).

² Instituto Nacional de Estadística y Geografía

Todo tipo de organización debe evaluar de una forma u otra sus sistemas de trabajo y gestión para conocer si los problemas son internos o externos a ella, ya que, dependiendo de cada tipo, se producen efectos diferentes que requieren también soluciones aplicadas a cada caso. Cada tipo de empresa tiene unas características que la distinguen de otras, por lo que los diferentes tipos de diagnósticos y análisis se deben de adaptar a cada una de ellas. Es muy importante determinar qué es lo que no funciona adecuadamente en la actualidad y qué efectos pueden tener en el funcionamiento de la empresa en el futuro. Es muy importante evitar perder el tiempo y los recursos en problemas que no son relevantes para mantener una empresa en un funcionamiento adecuado en la actualidad y en el futuro. (Muñiz, 2017, pág. 4).

Flores (2013) escribió en la revista Forbes México un artículo titulado "México necesita menos Pymes", el autor comenta que el 82.5% de las pequeñas y medianas empresas que arrancan, desaparecen antes de los 2 años, y, aunque es natural que cierto número de empresas estén destinadas a desaparecer, el análisis de algunas cifras lo que nos indican es que, en el caso de México, la mortalidad es alta. El autor menciona lo siguiente: "Algo está faltando para tener Pymes más exitosas que se conviertan en empresas medianas y más tarde en grandes. Aquí hay una gran área de oportunidad". Menciona que si existieran más empresas grandes sería indicativo de que las Pymes se volvieron exitosas y se convirtieron en más estables y productivas.

En la región centro del Estado de Veracruz las MIPYMES son una parte fundamental del sector económico, por ello es necesario estudiarlas y buscar soluciones a sus problemáticas para enfrentar los desafíos. Sin

lugar a duda el diagnosticarlas y elaborar planes de acción, las ayudará en su permanencia, crecimiento y a ser más competitivas.

El objetivo de esta investigación fue realizar un diagnóstico situacional de las MIPYMES de Orizaba, Veracruz en colaboración con la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de esta ciudad, que dio la pauta para posteriormente generar propuestas inclusivas para el fortalecimiento empresarial.

Revisión literatura

Es importante definir que es un diagnóstico empresarial para poner en contexto sobre el tema, a continuación, se describen dos definiciones:

"El diagnóstico empresarial es una herramienta de gestión organizacional que su importancia radica en identificar la situación actual del negocio en aspectos administrativos, operativos y financieros" (Bernal, Mora, Arellano y Torres, 2014, pág. 2).

El diagnóstico empresarial es una de las herramientas más recurridas y eficaces para conocer la situación de una empresa, y cuáles están siendo los principales obstáculos que le impiden seguir creciendo. (Muñiz, 2017, pág. 9).

En el proceso de búsqueda sobre diagnósticos empresariales a las MIPYMES en México y Latinoamérica, podemos mencionar los siguientes:

Santamaría y Gutiérrez (2014), realizaron un diagnóstico de la productividad en microempresas en el sector comercio en Toluca, Estado de México, a partir de la prueba piloto aplicado a 40 microempresarios de esa zona, dos de los principales problemas detectados fueron capacitación y desconocimiento de las reformas impulsadas por el Gobierno Federal. Ellos comentan que la capacitación repercute en una

mayor y mejor realización de las operaciones, siendo posible un mejor aprovechamiento de las capacidades de los recursos humanos. Con base en el incremento de la productividad y la competitividad, pueden lograrse otros objetivos como: calidad y servicio, precios competitivos, permanencia en el mercado, establecimiento del negocio en el largo plazo, seguridad y mejor nivel de vida para quienes laboran en la empresa, estabilidad empresarial y personal, dignificación del trabajo, desarrollo y mejora personales, todo lo que se traduce en progreso continuo y elevación de la productividad (pág. 918).

Solano, Merino y Uc (2016) en su proyecto, mencionan que la aplicación del proceso administrativo en empresas de la región mixteca poblana para contribuir al desarrollo de las áreas económico-administrativas, tiene como objetivo llevar a la práctica cada una de las fases del mismo como resultado de un estudio preliminar acerca de su situación administrativa actual. La investigación de tipo cuantitativa y cualitativa con diseño de investigación descriptivo, ya que se realiza un estudio preliminar a través del instrumento que es validado por expertos, con preguntas de identificación y determinando tres niveles 1. ¿Conocen los elementos del proceso administrativo?, 2. ¿La empresa cuenta con los elementos de cada fase? y 3. ¿Son aplicados en sus operaciones cotidianas? Ellos describen en su artículo, lo referente a la primera de tres etapas, que consistió en mostrar los resultados de la investigación realizada mediante un instrumento aplicado en empresas de la región mixteca poblana. En las siguientes etapas se procederá a capacitar y sensibilizar a los empresarios acerca de los beneficios que podrán obtener si deciden llevar a la práctica los elementos del proceso administrativo, para

Censo empresarial 2017-2018 de las MIPYMES de Orizaba, Veracruz como estrategia para detectar áreas de oportunidad que permitan su fortalecimiento

finalmente evaluar los resultados en términos de desarrollo de la misma. (pág.1).

Flores (2013) escribió en la revista Forbes México un artículo titulado "México necesita menos Pymes", el autor comenta que el 82.5% de las pequeñas y medianas empresas que arrancan, desaparecen antes de los 2 años, y, aunque es natural que cierto número de empresas estén destinadas a desaparecer, el análisis de algunas cifras lo que nos indican es que, en el caso de México, la mortalidad es alta. El autor menciona lo siguiente: "Algo está faltando para tener Pymes más exitosas que se conviertan en empresas medianas y más tarde en grandes. Aquí hay una gran área de oportunidad". Menciona que si existieran más empresas grandes sería indicativo de que las Pymes se volvieron exitosas y se convirtieron en más estables y productivas. (párr. 3).

Metodología

El diseño de la investigación que se aplicó se describe a continuación.

Tipo de investigación

La presente investigación presenta un enfoque cuantitativo ya que se evaluará la realidad de las MIPYMES del sector comercio y servicio en la ciudad de Orizaba, Veracruz en cuanto a cuatro indicadores principales: Capacitación, asesoría, uso de las TIC's y financiamiento.

Procedimiento de recolección de datos

Para Hernández, Fernández, y Baptista (2014): La unidad de análisis (personas, organizaciones, periódicos, comunidades, situaciones, eventos, etc.) el sobre qué o quiénes se van a recolectar datos depende del planteamiento del problema a Investigar y de los alcances del estudio. Estas acciones nos llevarán al siguiente paso, que consiste en delimitar una población (pág. 236).

En esta investigación las unidades de análisis fueron las empresas MIPYMES de la ciudad de Orizaba, Veracruz, el proceso de recolección de datos se describe a continuación:

Delimitación de la población o universo del estudio

Zorrilla (2010) define por “universo o población al conjunto total de elementos que constituyen un área de interés analítico, así como cualquier conjunto de individuos y objetos teniendo una característica en común observable constituye una población o universo” (pág. 125).

La población en esta investigación fue el total de negocios existentes en la ciudad de Orizaba, Veracruz.

Instrumento de medición

Hernández, Fernández, y Baptista, (2014) mencionan que con la finalidad de recolectar datos se dispone de una gran variedad de instrumentos o técnicas, tanto cuantitativas como cualitativas, por ello, en un mismo estudio se pueden utilizar ambos tipos. (pág. 274)

De acuerdo con las necesidades del estudio, el instrumento de evaluación (cuestionario) fue diseñado para conocer ciertos aspectos de las variables de financiamiento, TIC's, capacitación y asesoría.

Aplicación del instrumento

La aplicación del instrumento de recolección de información constituye un proceso sistematizado, rigurosamente controlado, que atiende los lineamientos establecidos por la Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Orizaba y el ITS de Zongolica. Se aplicó en seis rutas diferentes con el objetivo de cubrir la población completa.

Para el análisis de la información se utilizó el software libre R, que es un entorno para el

análisis estadístico. “Considerado como uno de los más interesantes. Apoyan esta opinión la vasta variedad de métodos estadísticos que cubre, las capacidades gráficas que ofrece y, también muy importante, el hecho de ser un software libre, es decir, gratuito”, (Escuela Andaluza de Salud Pública, 2018, párr. 2)

Validez del instrumento

La validez del instrumento utilizado en la presente investigación se llevó a cabo con el método de consistencia interna Alfa de Cronbach, que permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados, donde se espera que midan el mismo constructo o dimensión teórica. Se considera como criterio general lo descrito por George y Mallery (citados por Frías-Navarro, 2014), sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach: -Coeficiente alfa $>.9$ es excelente - Coeficiente alfa $>.8$ es bueno -Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable.

Resultados

La presente investigación se realizó en la ciudad de Orizaba, Ver., encuestando en total 2348 empresas, obteniendo un **Alfa de Cronbach de 0.788**, por lo que la validación de este análisis se determina como **aceptable**. Los resultados se muestran a continuación:

En la Figura 1 se muestra el porcentaje de la denominación de las empresas encuestadas, siendo las MIPYMES un 99.96%, (micro 96.42%, pequeñas 3.19% y medianas 0.34%) y las empresas grandes en un porcentaje de 0.04%. Los datos mostrados anteriormente nos permiten observar que predominan las MIPYMES en la región de Orizaba, Ver.

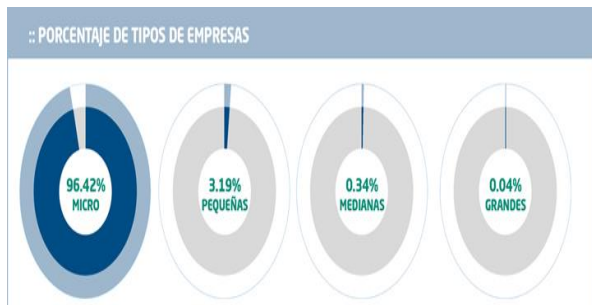


Figura 1 Porcentaje de tipos de empresas

Fuente Elaboración propia (ITESZO-CA-4) a partir del censo empresarial 2017-2018

En este estudio se analizó la variable de capacitación en las empresas, representada en la Figura 2 y que muestra que el 68% de ellas no dan capacitación a sus empleados, que el 11% la proporciona cada mes, el 6% cada trimestre, el 7% cada semestre y el 8% anualmente.

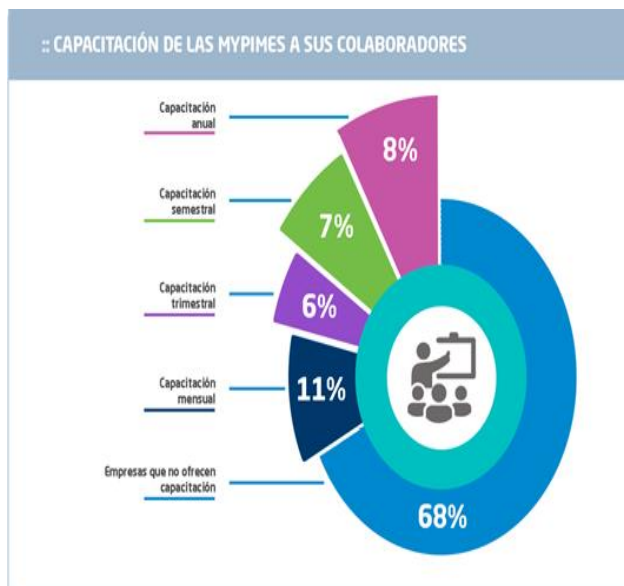


Figura 2 Porcentajes de capacitación de las MIPYMES a sus colaboradores

Fuente Elaboración propia (ITESZO-CA-4) a partir del censo empresarial 2017-2018

mayor porcentaje con un 16%, seguido de la administración con un 12%, mercadotecnia y legislación laboral ocupando el tercer porcentaje mayor con un 10%, finalmente las demás áreas obtuvieron porcentajes menores; sin embargo, son temas de suma importancia que deben ser fortalecidos en las empresas.

En la Figura 4, se muestran los tipos de capacitación que prefieren los empresarios, enfatizando que el 57% considera que no cuenta con los recursos para proporcionarla y que el 28% les gusta que sea de forma presencial, 2% en línea y el 13% ambas. Estos resultados dejan un antecedente de cómo podría impartirse la capacitación.

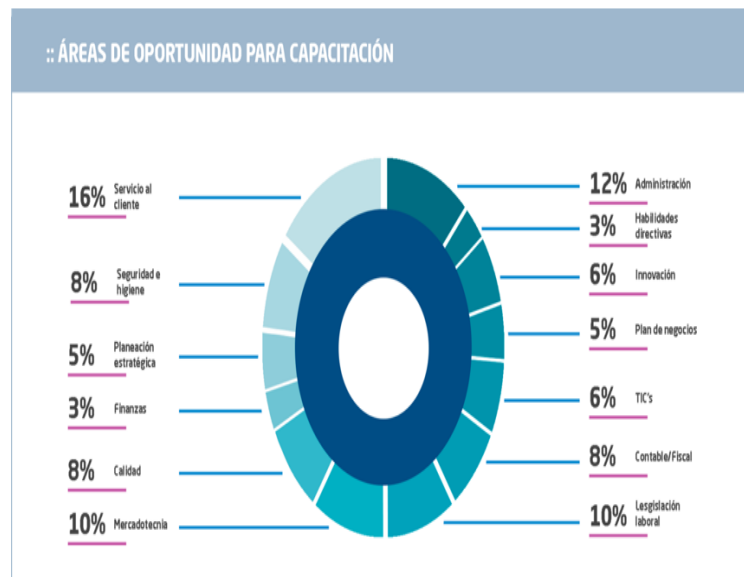


Figura 3 áreas de oportunidad para capacitación

Fuente Elaboración propia (ITESZO-CA-4) a partir del censo empresarial 2017-2018

En la Figura 3 se muestran los porcentajes de las áreas de oportunidad que se identificaron en el estudio, representando el servicio al cliente el de

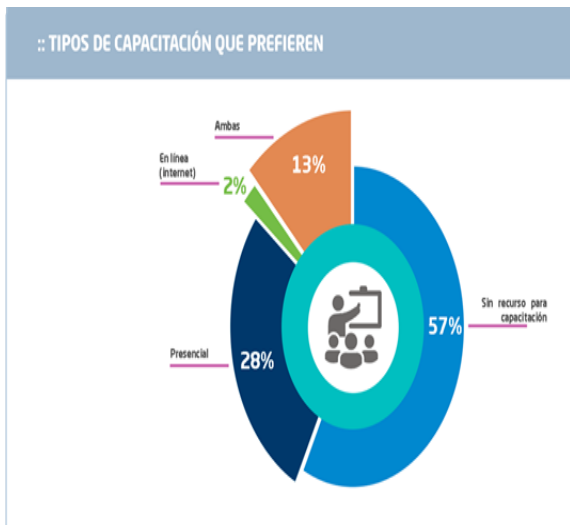


Figura 4 Tipos de capacitación que prefieren las MIPYMES

Fuente Elaboración propia (ITESZO-CA-4) a partir del censo empresarial 2017-20183

En la variable que hace referencia a si se ha recibido algún beneficio económico por parte del gobierno estatal o federal como apoyo a las MIPYMES, los hallazgos muestran que el 50.60% no han recibido ningún recurso, el 49.06% decidió no contestar y solo el 0.34 % afirmaron haber recibido algún beneficio por parte del gobierno en sus distintos ámbitos. Estos resultados se muestran en la Figura 5, y permiten observar que existe una amplia oportunidad para asesorar a los empresarios en cuestiones de financiamiento.

Figura 5. Relación de MIPYMES con algún tipo de apoyo financiero

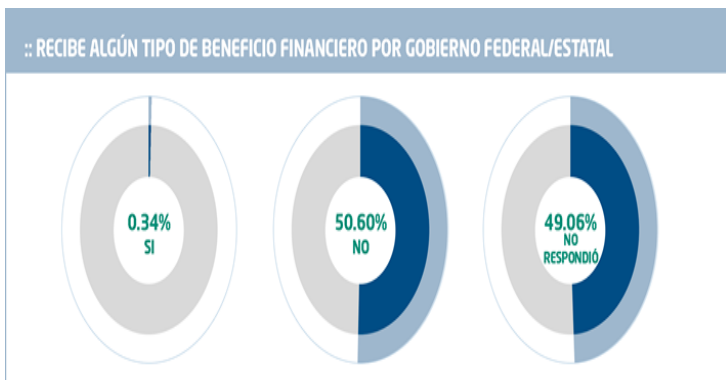


Figura 5 Relación de MIPYMES con algún tipo de apoyo financiero

En cuanto al acceso a internet en sus negocios (Figura 6), se encontró que el 48.17% prefirió no responder, el 26.11% no cuenta con el servicio y que solo el 25.72% sí lo tiene.

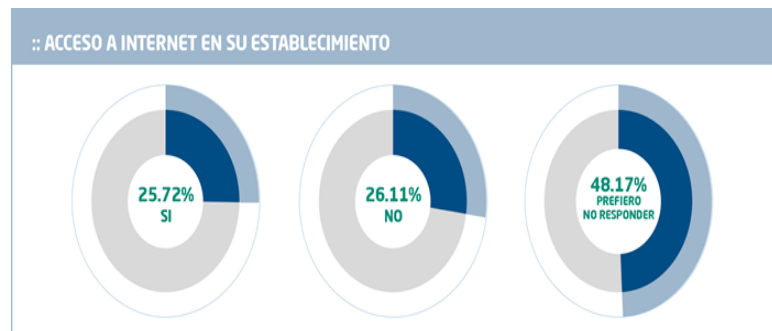


Figura 6 Relación de MIPYMES con acceso a internet

Fuente Elaboración propia (ITESZO-CA-4) a partir del censo empresarial 2017-20184

Respecto al uso de páginas web, redes sociales y mercadotecnia en línea como estrategia de negocio se encontró que solo el 17.25% cuenta con alguna de ellas, el 34.45% no las usa y el 48.30% prefirió no responder. Estos resultados (Figura 7), muestran que aún hay un porcentaje bajo de empresarios que utilizan las TIC'S como estrategia de negocio y queda la oportunidad para fortalecer a las MIPYMES en el uso de las tecnologías de información y comunicaciones para hacer competitivo su negocio.

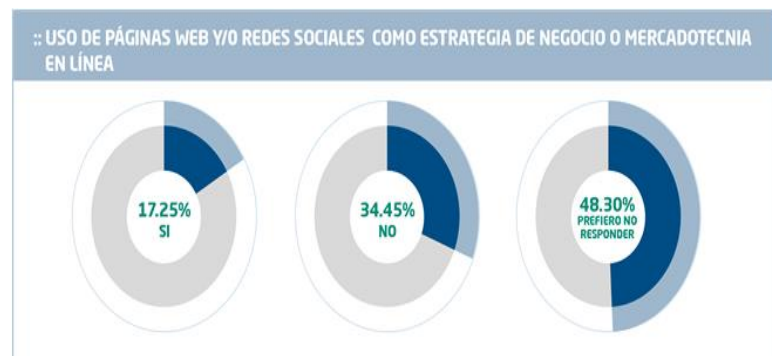


Figura 7 MIPYMES que usan páginas web y/o redes sociales como estrategia

Finalmente, la Figura 8 muestra la relación de MIPYMES que usan algún tipo de software para administrar su negocio, los resultados muestran que solamente un 14.01% lo ocupan, 37.69% no lo usan y que el 48.21% prefirió no responder.

Figura 8. MIPYMES que usan software para la administración de su negocio

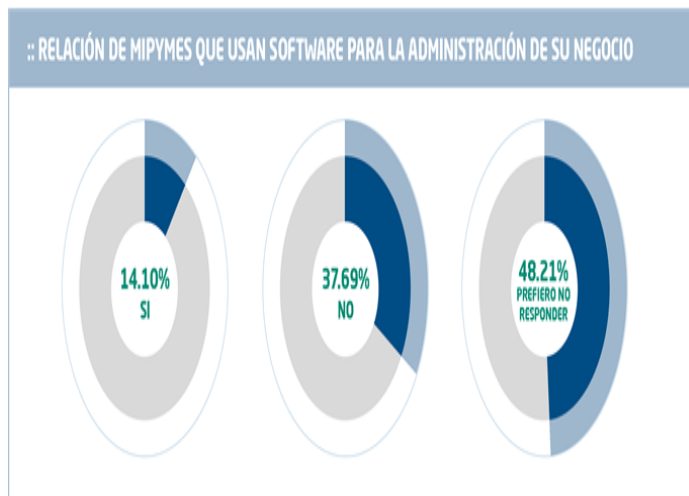


Figura 8 MIPYMES que usan software para la administración de su negocio

Fuente Elaboración propia (ITESZO-CA-4) a partir del censo empresarial 2017-20185

Discusión

De las empresas encuestadas el 99.96% son MIPYMES y el 0.04 % corresponde a grandes empresas, lo que demuestra no tan solo la representatividad de este tipo de negocios, sino la gran importancia que tienen estas empresas en la economía de la ciudad de Orizaba, Veracruz y por lo tanto la necesidad de apoyarlas en su desarrollo.

Respecto a la capacitación realizada en las MIPYMES se identificó que el 68% de ellas no proporciona capacitación a sus colaboradores contra un 32% que lo hacen de manera regular. En cuanto a las necesidades de capacitación se encontró que el servicio al cliente es la principal

área de oportunidad (16%), seguida de la administración (12%) y mercadotecnia (10%).

En lo referente al tipo de capacitación que prefieren los negocios, la mayoría sigue prefiriendo la forma presencial (28%), sin embargo, el resto menciona carecer de los recursos necesarios para dar capacitación a su personal (57%).

Puede observarse que existe desconfianza por parte de algunos propietarios para proporcionar información, ya que, existe un elevado porcentaje de empresas que se negaron a responder el cuestionario. Tal es el caso de la variable referente al uso de página web y redes sociales en los negocios donde el 48% prefirió no responder.

Otro hallazgo importante fue que de los negocios encuestados referente a si contaban con algún tipo de beneficio financiero para su negocio por parte del gobierno federal y/o estatal, más de la mitad de las empresas encuestadas (50.60%) respondió que no, mientras que el 49.06% se abstuvo de responder, siendo éste un factor asequible para abordar prioritariamente que permita fortalecer a las MIPYMES de la región ya que sólo el 0.34% contestó de manera afirmativa.

Otro factor importante es conocer los tipos de financiamientos a los que pueden acceder los empresarios y los requisitos que deben cumplir. Se recomienda tener apertura a las tecnologías de información y comunicaciones para alcanzar un segmento de mercado muy prometedor, de hecho, solo el 25.72% afirmo tener acceso a internet, el 17.25% dice utilizar páginas web y redes sociales como estrategia de negocio y/o mercadotecnia y solo el 14.10% menciona tener software especializado para la administración de su negocio.

El panorama de la microempresa se vislumbra con diversas oportunidades que requieren de acciones inmediatas que las hagan más competitivas. Sin lugar a duda las MIPYMES son el motor de la economía en México y requieren de estrategias efectivas en sus áreas de oportunidad específicas. Un esfuerzo en conjunto de investigadores, gobierno y empresa podrán dar soluciones pertinentes en lo que se requiera.

Este estudio permitió tener un primer acercamiento con las entidades económicas, sin embargo, se requiere atender las necesidades identificadas, por medio de capacitación, asesorías, diagnósticos específicos, el desarrollo de una plataforma web y de la creación de organismos que impulsen el desarrollo empresarial.

Referencias

Bernal, D. Mora, C. E. Arellano, G. G. & Torres, K. M. (2014). La alternativa del diagnóstico empresarial para la gestión directiva en las pequeñas empresas comerciales en Sinaloa. *Telos*, 16(2). Recuperado de <http://www3.redalyc.org/articulo.oa?id=99331125005>.

Camacho, Y. Arámbula, Y. (2016). Instrumentos de diagnóstico de eficiencia y efectividad en los procesos productivos de las MIPYMES del sector confecciones de Barrancabermeja, Santander a través modelos mixtos. *Revista Científica Integral*. Vol.5. No. 1. Recuperado de <http://revistas.sena.edu.co/index.php/int/article/view/668/736>.

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2017). Ley para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa. Recuperado de

http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/247_190517.pdf.

Escuela Andaluza de Salud Pública (2018). Tutorial R. Recuperado de <http://www.tutorialr.es/es/index.html>

Flores Kelly, J. (2013). México necesita menos Pymes. *FORBES*.

Góngora, J. (2013). El panorama de las micro pequeñas y medianas empresas. Recuperado de http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/754/1/El_panorama_de_las_micros.pdf

González, L. M. (2017). *Check-list para el diagnóstico empresarial: Una herramienta clave para el control de gestión*. Profit Editorial.

Hernández, S. y Pulido, A. (2011). *Fundamentos de la gestión empresarial*. México: McGraw Hill.

INEGI (2015). Encuesta nacional sobre productividad y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (ENAPROCE). Recuperado de http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/establecimientos/otras/enaproce/default_t.aspx

Juárez, P. (2018). Seis estrategias para fortalecer tu Pyme. *El Financiero*. Obtenido de <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/seis-recomendaciones-para-fortalecer-y-consolidar-su-pyme>

Marker, G. (2013). *Gestion.org*. Recuperado de: <http://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35717/casi-la-mitad-de-las-pymes-mexicanas-fracasan-por-una-mala-gestion/>

Muñiz, L. (2017). *Check-List para el Diagnóstico Empresarial*. Barcelona: Profit.

Obelsys. (23 de 03 de 2015). *PyMES, eslabón fundamental para el crecimiento en México*. Obtenido de <https://www.obelsys.mx/blog/negocios/py-mes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico/>

Santamaría, A. S. & Gutiérrez, E. E. (2014). *Diagnóstico de la productividad en microempresas en el sector comercio en Toluca, Estado de México, 2013*. In *Global Conference on Business & Finance Proceedings* (Vol. 9, No. 2, p. 918). Institute for Business & Finance Research. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Jorge_Restrepo-Morales/publication/259752741_Detrimento_Patrimonial_por_Hurto_Vehiculos_en_Colombia_una_aproximacion_estocastica/links/56d0db3508ae85c823487934.pdf#page=919

SIEM. (2018). Sistema de Información Empresarial Mexicano - Directorio de Establecimientos. Orizaba: SIEM. Obtenido de <https://www.siem.gob.mx/siem/portal/consultas/respuesta2017.asp?language=0&captcha=1>

Solano, N. Merino, J. y Uc, L. A. (2016). Aplicación del proceso administrativo en empresas de la región mixteca poblana, para contribuir al desarrollo de las áreas económico-administrativas. *Revista Administración y Finanzas*. Vol.3 No.7. Pág.1-9. Recuperado de http://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Administracion_y_Finanzas/vol3num7/Revista_de_Administracion_y_Finanzas_V3_N7_1.pdf

Valdés, J. A. Sánchez, G. A. (2012). Las MIPYMES en el contexto mundial: sus particularidades en México. *Iberoforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, vol. VII, núm. 14, pp. 126-156 Universidad Iberoamericana. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/2110/211026873005.pdf>.