

Artículo 2. Estrategias de mercadotecnia que implementan las mipymes cuando se encuentran en ambientes violentos y de inseguridad

Marketing strategies that SMEs implement when they are in violent and insecurity environments

García Villanueva, Migdalia Annel;
Sánchez Baltasar, Laura Berenice
Universidad Tecnológica de la
Región Norte de Guerrero

La idea central

Este proyecto propone revisar el impacto de la violencia e inseguridad que han tenido las mipymes en la zona centro de Guerrero, teniendo como objetivo principal diagnosticar los tipos de estrategias de mercadotecnia que implementan las mipymes cuando se encuentran en ambientes violentos y de inseguridad.

Palabras clave

Mipymes, mercadotecnia, inseguridad, violencia, competitividad.

Problema de investigación

La mercadotecnia se ha conceptualizado como el intercambio de bienes y servicios a fin de satisfacer las necesidades del consumidor (Fisher, 2018). Durante el tiempo se han diseñado estrategias que tienen como objetivo cumplir con tal encomienda; sin embargo, esta situación no aplica igual para las mipymes, quienes enfrentan retos, mercados cambiantes y turbulentos. El tema de inseguridad en la actualidad está teniendo repercusiones no

sólo en el ámbito social, sino también en el empresarial. Algunos autores mencionan los costos que han tenido que afrontar los empresarios al encontrarse en esta situación y las medidas cautelares que han tenido que establecer a fin de resguardarse.

Las pequeñas y medianas empresas (mipymes), en los últimos años, han despertado gran interés como objeto de estudio, porque se caracterizan como un sector decisivo para la estabilidad, riqueza y economía de un país. De acuerdo con la Secretaría de Economía (2009), las mipymes no logran consolidarse o desarrollarse como se pudiera esperar y su tasa de éxito se encuentra aun debajo de la media mundial con valores alrededor de 25% y 30%, contra 40% de la escala mundial. A pesar de los numerosos trabajos científicos realizados en el campo del fracaso empresarial, aún no se ha logrado establecer una única teoría sobre este tema ni sobre sus factores determinantes (Rubio 2008 citado en Ortiz 2013), e incluso en la literatura se utilizan distintos términos para referirse al mismo, tales como mortalidad, salida, discontinuidad, bancarrota, declive y fracaso (Justo 2008 citado en Ortiz 2013). Acorde con Arce (2007), la mayoría de los problemas que enfrentan las mipymes son por falta de visión empresarial, financiero o de mercado, pero cabe considerar que actualmente los ambientes turbulentos y de inseguridad que se viven en diferentes países también están siendo un factor determinante para el éxito o fracaso de las mismas, por lo que deben adaptarse constantemente a los cambios, haciéndolos de forma incremental en el modelo de negocios para subsistir en estos entornos.

El tema de inseguridad está repercutiendo de manera directa en el crecimiento de las mipymes,

de acuerdo con datos emitidos por el Inegi (2016), considera que 34.5% de las unidades económicas han sufrido algún delito, dentro de los temas que más afectan se encuentran inseguridad y delincuencia, bajo poder adquisitivo de la población, falta de apoyos económicos de gobierno, impuestos y por último la falta de castigo a los delincuentes. Por otro lado, los dueños de los negocios invierten en protección, extorsiones, recuperación por asaltos, entre otros. Aunado a esta situación, la falta de acceso a fuentes de financiamiento, capacitación deficiente en el recurso humano, falta de vinculación del empresario con sus clientes y la implementación de estrategias de mercadotecnia, son factores que no están permitiendo que las mipymes trasciendan y tengan éxito en el mercado nacional e internacional (Inegi, 2016).

Guerrero se ha visto afectado por el entorno de inseguridad que vive, repercutiendo de manera importante en el crecimiento de las mipymes. Dicha afectación provoca cancelación de inversiones y la competitividad de las empresas. De acuerdo con los resultados del Imco (2016), el estado de Guerrero se encuentra en el lugar 31 en el sistema de derecho confiable y objetivo, y penúltimo en innovación de los sectores económicos, por lo que se puede inferir la afectación que se ha tenido en el estado por cuestiones de inseguridad. De acuerdo con el Inegi (2016), los delitos más frecuentes de las mipymes en Guerrero son la extorsión, el fraude, los actos de corrupción y el robo de mercancía en tránsito; siendo el sector más afectado servicios con 95.47%, industria con 94.68% y comercio con 92.16 por ciento. Es preocupante que los niveles de violencia en el estado vayan en aumento, ya que una de las principales cosas que exigen los empresarios para que puedan invertir en algún

Estrategias de mercadotecnia que implementan las mipymes cuando se encuentran en ambientes violentos y de inseguridad.

lugar determinado —y que se pueda garantizar el buen desarrollo de sus negocios— es la seguridad. Durante los últimos años la falta de seguridad ha tomado por sorpresa a la gran mayoría de los ciudadanos que habitan en Guerrero, porque por el aumento de la inseguridad los negocios locales no se han mantenido, lo que implica que una gran cantidad de ciudadanos son desplazados viéndose en la necesidad de buscar otro trabajo que les garantice un salario que les permita cubrir sus necesidades (Sánchez, 2015).

Ante esta situación surgen las siguientes preguntas de investigación: ¿cómo sobreviven las mipymes en entornos violentos? ¿Cómo aplican los dueños de las mipymes las estrategias de mercadotecnia? ¿Cómo realizan las actividades de comercialización?

Justificación

Poco se ha estudiado al respecto de cómo las mipymes han aplicado estrategias de mercadotecnia en entornos violentos y de inseguridad. La mayor parte de los estudios académicos se han enfocado en las causas y el escalamiento de la violencia, las consecuencias económicas de la violencia relacionada con el narcotráfico, considerando que la situación de inseguridad ha ido acrecentándose en algunos estados de la república mexicana afectando directamente a las mipymes. Por esto es importante saber qué es lo que han hecho hasta el momento los empresarios que se encuentran en estos ambientes y cómo han logrado sobrevivir, para tener un panorama claro sobre las estrategias que han hecho a pesar de las condiciones de violencia e inseguridad.

Contribución que se hace con el estudio

Los estudios hechos hasta el momento hablan sobre las repercusiones que tienen la violencia e inseguridad en las mipymes, pero no han considerado cómo éstas han utilizado las estrategias de *marketing* para subsistir. Será importante la obtención de la información de este estudio, para identificar las estrategias de mercadotecnia que apoyen en su desarrollo y crecimiento, identificando cómo la visión del empresario, las estrategias de crecimiento y la comercialización se han adaptado para subsistir en este tipo de entornos.

Se espera conocer cómo sobreviven las mipymes en entornos violentos, cómo aplican los dueños de las mipymes las estrategias de mercadotecnia y cómo realizan las actividades de comercialización, a continuación, se ilustra en la figura 5.1.



Figura 5.1 Factores que afectan a las mipymes

Fuente: elaboración propia.

Referencias

- Anzola, S. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. México: McGraw Hill.
- Arce B., L. (2007). La supervivencia como arma estratégica en mercados turbulentos. *Perspectivas*, (19), 61-73. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942453006.pdf>.

- Fisher, L., & Espejo, J. (2018). *Mercadotecnia*. México: McGraw Hill.
- Hernández, S., Fernández, C., & Pilar, B. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Hernández, S., Fernández, C., Pilar, B. (2018). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Instituto Mexicano para la Competitividad (Imco.) (2016). Índice de competitividad estatal. Recuperado de <http://imco.org.mx/indices/un-puente-entre-dos-mexicos/>.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) (2016a). *Directorio estadística nacional de unidades económicas*. Recuperado de <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) (2016b). *Encuesta Nacional de Victimización de Empresas (ENVE)*. Recuperado de <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/encestablecimientos/especiales/enve/2016/>.

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) (2016c). *Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE)*. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>.
- Malhotra, K. N. (2008). *Investigación de mercados*. México: Prentice Hall.
- Ortiz, M. (2013). El fracaso de la microempresa relacionado con las características individuales del propietario: un estudio empírico en República Dominicana. *Faedpyme International*

- Review*, 2(3), 39-48. Recuperado de
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4834630>.
- Pimienta, J. H., & Orden, A. de la. (2013).
Metodología de la investigación. México:
Pearson.
- Rodríguez, V. J. (2010). *Administración de
pequeñas y medianas empresas*. México:
Cengage Learning.
- Sánchez, D. (2015). *La violencia como limitante
para el desarrollo y el crecimiento
económico en el estado de Guerrero*.
Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas,
1, 385-390. Recuperado de
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263139243051>.
- Secretaría de Economía (2009). Pymes eslabón
fundamental para el crecimiento en
México. ProMéxico: inversión y comercio.
Recuperado de
<http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/Pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>, 2009.
- Secretaría de Economía (2018). Información
económica y estatal Guerrero.
Recuperado de
<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/43336/Guerrero.pdf>.