

UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO



División de Ciencias Económico-Administrativas

(Investigación para servicio social de segundo componente)

**Retos, estrategias y oportunidades de los
procesos de competencia de las pymes como
una nueva realidad en el estado de
Guanajuato**

Kevin Isaac Monreal Nuñez

347884

Contenido

Introducción.....	2
¿Cuál es el alcance de esta investigación?.....	3
Antecedentes históricos	3
Marco teórico	4
Tipos de Pymes en México	6
Planteamiento del problema	10
¿Cuáles son los principales retos que impiden la competitividad de las Pymes en Guanajuato?	10
Justificación	13
Relevancia de la situación	13
Contribución.....	13
Objetivo general	13
Objetivos específicos.....	15
Hipótesis.....	16
Planteamiento de la Hipótesis	16
Metodología	17
Desarrollo	17
Resultados	24
Propuesta.....	25
Conclusiones	28
Fuentes bibliográficas.....	29

Introducción

El mundo empresarial se ha enfrentado a nuevos desafíos en los últimos años, con un gran número de personas perdiendo sus empleos y algunas empresas sufriendo pérdidas financieras importantes, siendo las pequeñas y medianas empresas las más afectadas. Por lo tanto, debemos reconocer la importancia de las pequeñas empresas en México y los obstáculos que han superado. Debido a la inestabilidad económica global, la situación de las pequeñas y medianas empresas en México es en gran medida incierta. Sin embargo, en este período de crisis también surgieron nuevas empresas que ayudaron a sostener las finanzas públicas.

Según el INEGI, más de 1 millón de negocios han cerrado permanentemente en México en los últimos años. Sin embargo, la importancia de las pequeñas empresas en México sigue siendo fundamental, ya que generan el 72% del empleo y más del 50% del producto interno bruto (PIB).

En este sentido, uno de los principales desafíos para las empresas es: Lo que todavía hay en el mercado son nuevos conocimientos y herramientas para mejorar las oportunidades de crecimiento y las estrategias comerciales para recuperarse del año anterior.

La competitividad de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de Guanajuato se ha convertido en un factor importante en el desarrollo económico del estado a través del establecimiento de relaciones comerciales y la promoción de la inversión extranjera. Las principales entidades económicas que contribuyen al desarrollo económico del estado se encuentran en León, Celaya, Salamanca, Silao, Irapuato, Guanajuato, San Miguel de Allende y Apaseo el Grande.

El municipio de León cuenta con unidades económicas de cuero y calzado junto con San Francisco y Purísima del Rincón. Celaya cuenta con fábrica de automóviles, electrodomésticos, siderurgia, autopartes y construcción. Salamanca cuenta con fábrica de automóviles, derivados del petróleo y productos

químicos. Silao representa el municipio con mayor número de fábricas de automóviles y autopartes. Las empresas de Irapuato se enfocan en productos lácteos, pan industrial y conservantes de alimentos. Guanajuato y San Miguel de Allende destacan por su energía e infraestructura.

¿Cuál es el alcance de esta investigación?

Esta investigación ha tiene como rango de alcance lo que es el estado de Guanajuato, durante esta investigación se tomaron datos de paginas que son seguras para así tener una mejor información de lo que las Pymes se enfrentan en el proceso de crecimiento, además de como por medio de las tecnologías, estas empresas pueden aumentar sus ventas, reconocimiento, popularidad y optimización de procesos que anteriormente podían ser mas tardados al consumir tiempo o inseguros.

Antecedentes históricos

Para hablar un poco de lo ocurrido, Téllez (2023) nos menciona “Económicamente las Pymes surgieron en México hacia los años 50 del siglo XX, categoría que incluía los pequeños y medianos empresarios de un México en desarrollo. Para los años 70 y 80 el Estado mexicano con su modelo populista en poco favoreció el desarrollo de las Pymes”. (Párr. 1) Por otra parte, la globalización con sus cambios comerciales y jurídicos, esto causa que los países vieran la necesidad de celebrar acuerdos o tratados entre ellos en materia comercial desde el GATT, el TLC y hoy con el T-MEC e incluirlas gradualmente en sus textos, haciendo que el derecho cumpla con su papel instrumental y de legitimidad. Las leyes nacionales son importantes para el impulso de las Pymes y a través del T-MEC en el Comercio Internacional.

Marco teórico

El interés por la competitividad surge de la teoría económica clásica del comercio internacional. De esto se derivan dos métodos reconocidos: la teoría de la ventaja absoluta del análisis macro y la teoría de la ventaja comparativa. La escuela neoclásica expuso su punto de vista y añadió el mecanismo de precios al análisis de la competitividad a nivel micro. Estos enfoques teóricos comparten elementos como la división internacional del trabajo, la especialización y la provisión de recursos naturales. La estructura de mercado que ven es competencia perfecta y rendimientos constantes a escala en la producción de bienes homogéneos. Según estos enfoques, los únicos factores de producción son empleos homogéneos con movilidad interna dentro de los sectores dentro de un país, pero sin movilidad entre países. Así, la competitividad está asociada con diferencias entre países resultantes de diferencias tecnológicas en los factores laborales y la dotación relativa de recursos naturales.

Las teorías clásicas de la competitividad han sido duramente criticadas por algunos autores que no están de acuerdo con su capacidad para explicar la competitividad y la complejidad del comercio internacional contemporáneo. Sostienen que la mano de obra no es el único determinante de los costos y precios. También varía en términos de educación, calidad de la educación, experiencia y desarrollo de habilidades de la fuerza laboral. Además, señalan que el modelo clásico de intercambio es estático, mientras que las características de competitividad son dinámicas. Las empresas que desarrollan estrategias competitivas destinadas a crear valor sostenible a largo plazo consideran productos, diseños y tecnologías diferenciados. La gestión de los recursos naturales por sí sola no garantiza la competitividad de un país, y existe movilidad de factores entre países, como la inversión extranjera directa y la movilidad laboral basada en habilidades.

Sin embargo, las críticas más agudas provienen de Helpman y Krugman (1985) sobre dos aspectos específicos: observaciones empíricas y fundamentos teóricos.

Hay al menos cuatro formas en las que las observaciones empíricas han desafiado la teoría tradicional de la competitividad: volumen de comercio, composición del comercio, comercio entre empresas e inversión extranjera directa.

Como resultado de esta crítica, se ha desarrollado un nuevo marco de referencia en la teoría de la competitividad estratégica o ventaja competitiva. Estas teorías se basan en los supuestos de competencia imperfecta y rendimientos crecientes de escala para determinar el éxito de los países y sus empresas en los mercados internacionales.

Porter comienza su artículo "*The Competitive Advantage of Nations*" con la cruda afirmación: "La riqueza nacional se crea, no se hereda" (Porter, 1990, párr. 1). Esta afirmación muestra que la teoría moderna de la competitividad se diferencia de la doctrina clásica al incluir el concepto de estrategia empresarial. En este caso, el objetivo principal de los agentes que producen bienes o servicios es lograr una ventaja competitiva (CV) sostenible a largo plazo (Wang, 2014). Michael Porter ha sido una figura central en el desarrollo de este campo, particularmente con el aporte de las Organizaciones Industriales (IO) (Smith, 2014).

Algunas empresas son capaces de lograr y mantener con éxito un CV superior al promedio de la industria debido a estrategias comerciales a largo plazo diseñadas para aumentar las ganancias y enfrentar la competencia (Porter, 1997). El análisis de la competitividad se centra en características específicas de la empresa o de la industria más que en características específicas del país (Grossman y Helpman, 1990).

Tipos de Pymes en México

Existen tres clasificaciones principales de pymes:

Las microempresas son pequeñas empresas con menos de 10 empleados y ventas anuales de hasta 4 millones de pesos. A menudo utilizan préstamos especiales para ayudar a las microempresas a empezar. Estas empresas suelen estar dirigidas por un único propietario que se encarga de la producción, la gestión y la comercialización. Su proceso de producción muchas veces se limita a máquinas y en ocasiones incluso a artesanías. Algunos ejemplos comunes de microempresas son tiendas de abarrotes, cafeterías para llevar, tiendas en línea que venden productos hechos a mano como joyas, velas, jabones y dulces, así como empresas que venden seminarios y cursos en línea, cerrajería, salones de belleza, etcétera.

Las pequeñas empresas no emplean más de 15 a 100 empleados y su balance anual suele ser de aproximadamente 100 millones. Pueden ser propiedad de uno o más propietarios y estar organizados en equipos que se ocupen de funciones de gestión, producción y marketing. Estas empresas son generalmente eficientes y no necesitan crecer rápidamente, aunque tienen el potencial de mejorar y expandirse con financiamiento de las Pymes.

Algunos ejemplos de pequeñas empresas son los organizadores de eventos, panaderías, talleres de reparación de automóviles, librerías y empresas de consultoría que se especializan en finanzas, marketing, ventas o cuestiones legales.

Las empresas medianas tienen entre 100 y 250 empleados y unas ventas anuales medias de 250 millones de pesos. En comparación con las empresas más pequeñas, sus estructuras organizativas son más complejas e involucran a más

personas en la toma de decisiones. Estas empresas tienen un mayor potencial para expandirse a los mercados locales e internacionales, pero requieren un mayor compromiso de los empleados para lograr sus objetivos comerciales.

Algunos ejemplos de medianas empresas son las agencias de marketing, las editoriales, los hospitales, las escuelas, las gasolineras y la creciente cadena de restaurantes, tiendas de conveniencia y grandes almacenes.

Es importante no sólo entender qué son las Pymes en México, sino también reconocer sus características para poder determinar las oportunidades de crecimiento de tu negocio.

Las Pymes tienen varias características únicas:

1. Su ciclo de vida es prometedor: las pymes en México sobreviven un promedio de 7,8 años. Sin embargo, la mayoría de las empresas (seis de cada 10) tienen más de 11 años, lo que indica que son empresas sólidas y con potencial de crecimiento.
2. Más creativas: Aunque las Pymes tienen recursos limitados en comparación con las grandes empresas, a menudo desarrollan formas originales de competir en el mercado que las hacen destacar.
3. Tu cultura organizacional está más cerca de tus empleados. Con menos personas involucradas en la toma de decisiones, es más probable que los empleados se sientan parte integral del crecimiento de la empresa.
4. Tiende a ser más flexible: las Pymes están menos limitadas por plazos y procesos rígidos y tienen la capacidad de adaptarse más fácilmente a los cambios en el mercado y a las necesidades de los clientes.
5. Herencia. Muchas pymes han surgido como empresas familiares, lo que facilita la gestión continua y fomenta relaciones laborales más estrechas entre los empleados.

6. Satisfacer necesidades especiales. El éxito de muchas Pymes radica en satisfacer las necesidades específicas de las comunidades locales. Por ejemplo, una pequeña empresa puede convertirse en la primera peluquería canina de su barrio que satisfaga las necesidades de los residentes en materia de baño y aseo canino.

Estas características definen el panorama dinámico y prometedor de las Pymes mexicanas, brindando diversas oportunidades de desarrollo empresarial e innovación en el mercado local.

Ahora hablando de algunas de las características que distinguen a las Pymes de Guanajuato de las Pymes de otros estados de México son:

Principales sectores económicos.

Guanajuato se destaca por su fuerte presencia de pequeñas y medianas empresas en sectores estratégicos como manufactura, automotriz, agroindustria e industrias creativas. Esta diversidad difiere de otros estados dominados por los servicios, el comercio o el turismo.

Motivación empresarial.

La cultura emprendedora de Guanajuato está profundamente arraigada y respaldada por un sólido ecosistema de apoyo empresarial. La unidad ofrece una amplia gama de programas e incubadoras que fomentan la creación y crecimiento de nuevas Pymes, impulsando así la economía local.

Enlaces a la cadena de valor.

Muchas de las Pymes de Guanajuato están integradas en cadenas de valor de manufactura y suministro, particularmente en los clusters automotriz y

aeroespacial. Esta integración permite a estas empresas centrarse en nichos de mercado específicos, aprovechar las economías de escala y ampliar su alcance a nivel nacional e internacional.

Tecnología adoptada.

Las Pymes guanajuatenses se destacan por su alta adopción de tecnologías e innovaciones avanzadas, superando el promedio nacional. Este enfoque les otorga una importante ventaja competitiva, permitiéndoles adaptarse rápidamente a los requisitos de la Industria 4.0 y mejorar los procesos de producción y gestión.

Cumplimiento y cooperación.

La cooperación y asociación entre pequeñas y medianas empresas es una práctica en Guanajuato, facilitada por la presencia de cámaras de comercio y grupos industriales. Este enfoque aumenta la competitividad colectiva y promueve el intercambio de conocimientos y mejores prácticas entre empresas, contribuyendo así al crecimiento económico regional sostenible.

Tomando en cuenta estos datos, podemos decir que las Pymes guanajuatenses se caracterizan por una especialización productiva en áreas clave, un buen dinamismo empresarial, una fuerte integración a cadenas de valor estratégicas, una clara propensión a la adopción de tecnología y una fuerte cultura de relevancia comercial. Estos factores no sólo los distinguen a nivel nacional, sino que también los convierten en líderes en innovación y desarrollo del sector empresarial mexicano.

Planteamiento del problema

¿Cuáles son los principales retos que impiden la competitividad de las Pymes en Guanajuato?

Las Pymes en Guanajuato enfrentan desafíos significativos para competir en un mercado globalizado, incluyendo falta de acceso a tecnología avanzada, financiamiento insuficiente, y barreras regulatorias, etcétera. Algunos de los principales desafíos que enfrentan las Pymes en Guanajuato que limitan su competitividad son:

Los canales de financiación son limitados: Las pequeñas y medianas empresas en Guanajuato suelen tener dificultades para obtener crédito y fondos de inversión. A pesar de los esfuerzos de varias instituciones financieras y programas gubernamentales para promover el acceso al crédito, el acceso al crédito para pequeñas empresas en áreas como Guanajuato sigue siendo un desafío importante, según el Banco de México.

La diferencia entre productividad y eficiencia: A pesar de los avances en algunas áreas, muchas Pymes en Guanajuato aún enfrentan desafíos en términos de productividad y eficiencia operativa. Esto se manifiesta en la necesidad de mejorar continuamente los procesos, utilizar tecnologías avanzadas y fortalecer la capacidad de gestión. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la productividad promedio de las Pymes en el país difiere significativamente de otras entidades federativas del país.

Falta de capital humano calificado: El país tiene una persistente escasez de personal calificado en los campos técnicos y de gestión necesarios para el

crecimiento y la innovación de las pequeñas y medianas empresas. Datos del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) muestran que la formación de nuevos talentos en campos como ingeniería, tecnologías de la información y gestión aún no es suficiente para satisfacer las necesidades del sector empresarial.

Dificultades para integrarse a la cadena de valor: Aunque Guanajuato tiene sectores industriales fuertes como la industria automotriz y los productos agrícolas, algunas pequeñas y medianas empresas enfrentan obstáculos importantes para integrarse plenamente a las complejas cadenas de suministro de las grandes empresas. Esto incluye desafíos relacionados con estándares de calidad, requisitos de capacidad y tiempos de entrega, según un informe del Consejo Coordinador Nacional Empresarial.

Innovación e implementación tecnológica limitada: Aunque algunas empresas han logrado adoptar tecnología, muchas Pymes en Guanajuato aún enfrentan barreras para invertir en investigación, desarrollo, digitalización y nuevas tecnologías como la inteligencia artificial y la automatización. Un informe del Instituto Nacional de Investigación sobre Emprendimiento (INADEM) muestra que una mejor infraestructura de innovación y los incentivos fiscales pueden aumentar significativamente la competitividad de las empresas locales.

Falta de comprensión de los mercados y oportunidades: A pesar de los esfuerzos de diversas instituciones educativas y gubernamentales para brindar información y asesoramiento a las Pymes, algunas empresas aún carecen de acceso a los datos más recientes sobre tendencias del mercado, nichos potenciales y oportunidades de expansión. Un análisis del Instituto Nacional de Investigaciones Sociales y Económicas (INAES) muestra que mejorar los mensajes estratégicos puede ayudar a las pymes a identificar nuevas oportunidades de negocio tanto en el país como en el extranjero.

Barreras regulatorias y procesales: Las pequeñas y medianas empresas en Guanajuato enfrentan constantes problemas relacionados con la burocracia y la complejidad de los trámites administrativos. Según el Índice Nacional de Competitividad del Instituto Mexicano de Competitividad (IMCO), agilizar los procesos regulatorios y mejorar la eficiencia en la concesión de licencias son áreas clave que pueden reducir significativamente los costos operativos y mejorar el entorno empresarial de la región.

Débiles relaciones comerciales y de cooperación: Aunque existen iniciativas locales para promover la cooperación entre pequeñas y medianas empresas a través de cámaras de comercio y asociaciones industriales, la integración y la cooperación aún enfrentan desafíos. Según un estudio del Instituto Nacional de Investigaciones Sociales de la Pequeña y Mediana Empresa (INESPYME), el fortalecimiento de redes empresariales y cadenas productivas puede incrementar el tamaño y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas en Guanajuato.

Una solución integral a estos problemas requerirá esfuerzos conjuntos de los sectores público y privado. Para mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas de Guanajuato y asegurar un desarrollo económico sostenible a largo plazo, la clave es implementar políticas públicas efectivas, fortalecer la educación técnica y la innovación, y promover una mayor cooperación entre empresas.

Justificación

Relevancia de la situación

Ante la llegada de mercancías extranjeras como productos de origen chino o brasileño, a México tales como juguetes, accesorios de cocina, calzado, entre otras cosas. Al bajo costo con el que llega el producto hace que la competencia sea injusta con las pequeñas y medianas empresas ya que esto podría causar que poco a poco lleguen a tener un problema donde muchas empresas empiecen a desaparecer.

No solo es esto sino mas problemas que ya se mencionó anteriormente que hacen que esto sea de relevancia para el estado, ya que si hay mucha competencia entre todos los componentes podría llevarnos a la competencia perfecta donde habrá una demanda y oferta optima tanto para los empresarios como para los consumidores.

Contribución

Esta investigación busca dar un mayor conocimiento de la situación de las Pymes en el estado de Guanajuato, para que así el estado pueda apoyar o dar la importancia que se le merece a este tema de modo que al estimular a las Pymes en el estado seamos capaces de aumentar la riqueza de este mismo, así mismo al tener una mayor competencia podremos tener un mercado más balanceado.

Objetivo general

Mejorar la productividad y la eficiencia es esencial para el crecimiento y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas (Pymes). Para lograr estos objetivos, las pymes utilizan tecnologías avanzadas de automatización,

digitalización y gestión de procesos. Estas herramientas no sólo están diseñadas para optimizar la producción y reducir los costos operativos, sino que también tienen un impacto significativo en la calidad del producto y satisfacen la demanda del mercado.

La automatización de procesos permite a las Pymes eliminar tareas repetitivas y propensas a errores y reemplazarlas con sistemas precisos y eficientes que aumentan la precisión y la velocidad. Esto no sólo libera recursos humanos para tareas más estratégicas, sino que también garantiza una producción más consistente y confiable.

La digitalización facilita el acceso inmediato y la gestión de datos críticos, proporcionando a las Pymes información precisa para la toma de decisiones basada en datos. Además, la integración de sistemas digitales permite una comunicación más fluida dentro de la organización y con los socios comerciales, agilizando los procesos y mejorando la capacidad de respuesta a los cambios del mercado.

Además de utilizar tecnologías avanzadas, las Pymes implementan programas especializados de capacitación y asistencia técnica. Estos programas están diseñados para capacitar y apoyar a los empleados para que utilicen eficazmente nuevas tecnologías y métodos. La capacitación no sólo garantiza que los empleados estén preparados para implementar y utilizar eficazmente estas herramientas, sino que también fomenta una cultura organizacional de mejora continua y adaptabilidad.

La asistencia técnica brinda a las PYMES acceso a expertos que pueden brindar orientación específica y personalizada para superar los desafíos técnicos y operativos. Este apoyo dedicado es esencial para garantizar que la implementación de mejoras no sólo sea eficaz sino también sostenible a largo plazo.

Objetivos específicos

1. Explorar las estrategias de innovación y adopción de tecnología utilizadas por las Pymes en Guanajuato para aumentar la competitividad, incluyendo un análisis detallado de cómo estas empresas implementan herramientas avanzadas como la automatización de procesos, la digitalización de operaciones y la integración de sistemas inteligentes. Esta investigación no sólo examinará cómo estas tecnologías pueden optimizar la eficiencia y reducir los costos operativos, sino también cómo pueden facilitar la adaptación de nuevos modelos de negocio y mejorar la calidad de los productos y servicios. También explorará cómo las Pymes pueden utilizar programas de capacitación especializados y asistencia técnica para garantizar la implementación efectiva y sostenible de estas innovaciones.
2. Análisis de nuevas oportunidades de mercado para las Pymes en Guanajuato, incluyendo los sectores de turismo, comercio internacional y tecnología, incluyendo una evaluación de cómo la innovación y la implementación de tecnología pueden convertirse en ventajas competitivas en estos sectores. Por ejemplo, las Pymes que integran tecnologías avanzadas pueden brindar servicios de viajes personalizados a través de aplicaciones móviles o plataformas de reserva en línea, mejorando así la experiencia del turista y mejorando su competitividad en el nuevo mercado turístico de Guanajuato. De manera similar, en el comercio internacional, las empresas que utilizan tecnología de inventario en tiempo real o plataformas de comercio electrónico pueden aprovechar más fácilmente las oportunidades del mercado global y adaptarse de manera flexible a las necesidades cambiantes del mercado internacional.

Hipótesis

Planteamiento de la Hipótesis

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de Guanajuato que deciden invertir en tecnologías digitales tienen una importante ventaja competitiva sobre aquellas que optan por mantener su enfoque tradicional. Este argumento está respaldado por un creciente conjunto de pruebas que muestran cómo la adopción de tecnologías digitales puede cambiar positivamente el entorno empresarial. En primer lugar, las tecnologías digitales brindan a las pequeñas y medianas empresas herramientas para mejorar la eficiencia operativa. La automatización de procesos, la gestión integrada de datos y el análisis avanzado le permiten optimizar recursos y reducir costos, que son esenciales para mantener ganancias competitivas en un mercado dinámico.

Además, las tecnologías digitales no sólo optimizan las operaciones internas, sino que también amplían el alcance de mercado de una empresa. A través de plataformas en línea, redes sociales y comercio electrónico, las pymes pueden llegar a nuevos grupos de clientes tanto a nivel local como internacional. Esta expansión del mercado no sólo aumenta las oportunidades de ventas, sino que también fortalece la competitividad al diversificar las fuentes de ingresos y reducir la dependencia de mercados geográficos limitados.

En el clima actual de globalización y digitalización, la capacidad de adaptarse y utilizar herramientas tecnológicas se ha convertido en un factor decisivo para el éxito empresarial a largo plazo. Las pequeñas y medianas empresas guanajuatenses que reconozcan y abracen esta realidad no sólo podrán asegurar su supervivencia, sino también crecer y liderar sus industrias. Por tanto, la inversión en tecnologías digitales no es sólo una opción estratégica, sino también una necesidad urgente para mantener y mejorar la competitividad actual del mercado.

Metodología

Revisión de literatura: Se realiza una revisión integral de la literatura existente sobre innovación de las Pymes, adopción de tecnología por parte de las Pymes y oportunidades de mercado en Guanajuato. Lo cual permite comprender el contexto actual, identificar tendencias y conocer investigaciones relevantes previas.

Caso de estudio: Elegir algunas Pyme reconocidas que hayan implementado con éxito innovaciones tecnológicas o estén explotando nuevas oportunidades de mercado. Estos casos se exploran en detalle para comprender mejor las prácticas efectivas y los factores críticos de éxito.

Análisis comparativo: Realizar análisis comparativos entre industrias (turismo, comercio internacional, tecnología, etc.) para identificar cosas en común.

Desarrollo

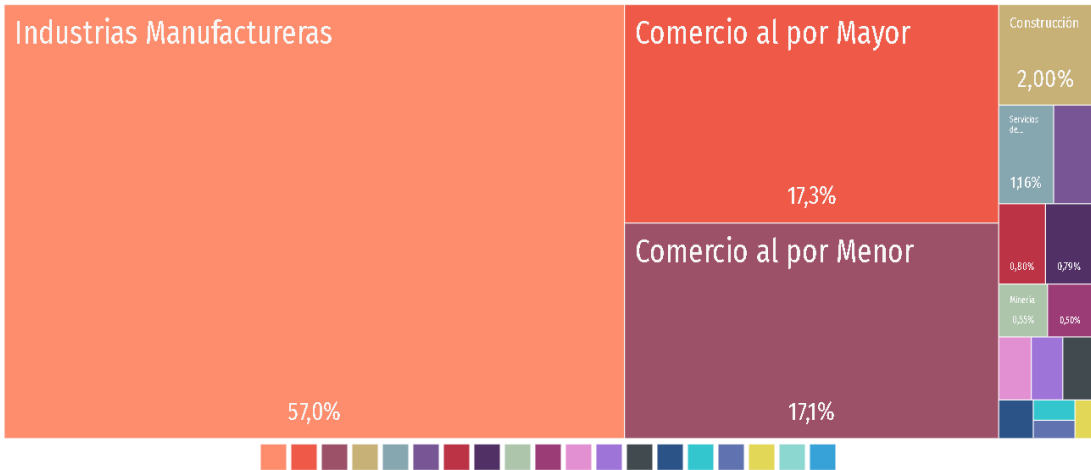
Dentro de esta Investigación, se encontró información relevante con la que el gobierno nos puede dar acerca de los gastos que hicieron las industrias, como tal, no es exactamente lo que se necesita ya que los datos pueden estar bastante ocultos por detrás de estos porcentajes.

Viendo la Tabla 1 vemos como la industria manufacturera se lleva más de la mitad del total de gasto en compras por internet en el estado, podemos meter a las Pymes en muchas de estas categorías, pero ¿Cuánto es realmente el gasto de las Pymes sin incluir a las grandes empresas? Esto es muy difícil de saber.

Tabla 1

Compras por internet
(distribución por sector económico en 2018)

Compras por internet: \$160,352M MX



Nota. Esta tabla muestra los gastos de las industrias por internet en Guanajuato durante el 2018

De acuerdo a datos del gobierno de Puerto Interior “Guanajuato ocupa actualmente el sexto lugar a nivel nacional con el mayor número de Mipymes; las cuales generan más del 70 por ciento de los empleos formales en la entidad.” (gobierno de Puerto Interior, 2023). Tomando datos del mismo gobierno sabemos que hay alrededor de 5 millones de Pymes en el país, de las cuales al menos 4 millones son microempresas, las cuales en conjunto crean más del 78% de los empleos formales en el país y representan el 43% de todos los empleos del país.

El estado ha mencionado sus objetivos con las Pymes, según la **Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable del estado de Guanajuato** menciona en su portal de internet: “Incorporar a las unidades económicas a la dinámica económica, promoviendo y desarrollando proyectos y estrategias para contribuir al incremento de su competitividad a fin de promover su integración al mercado.” (Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable del estado de Guanajuato, 2024)

Esto nos da una visión clara de que el estado tiene la disposición para ayudar a las Pymes en su crecimiento y para poder incorporarse en un mercado que tiene una barrera de entrada como altos costes de inversión y pocas ventas, el apoyo del gobierno es para que generen empleo en dado caso se generan otros beneficios como sobrevivir más tiempo ya que debemos conocer que las estimaciones sobre la supervivencia de las empresas oficiales que brindan vivienda en el Infonavit México revelan datos importantes sobre la estabilidad del negocio en el país. Utilizando datos administrativos de 2013 a 2019, las posibilidades de supervivencia de la empresa después de un año se estiman en un 76,7%. Para las empresas que sobreviven el primer año, esta cifra aumenta significativamente con un 88,1% de posibilidades de sobrevivir el sexto año.

Además, se ha demostrado que el tamaño de las empresas desempeña un papel crucial en esta dinámica. Estas empresas más grandes tienen más posibilidades de sobrevivir, medidas por el número de empleados y las tasas de crecimiento, en comparación con las empresas más pequeñas o con tasas de crecimiento decrecientes. Este hallazgo resalta la importancia del tamaño y la escala para la resiliencia y adaptabilidad de las empresas en el entorno empresarial mexicano.

Otro determinante es el salario promedio que una empresa paga a sus empleados, que se correlaciona positivamente con la probabilidad de supervivencia. Esto sugiere que las empresas que ofrecen mejores condiciones laborales no sólo son más efectivas para atraer y retener talento, sino que también tienden a tener mayor estabilidad y longevidad en el mercado.

La globalización y transformación de la sociedad de la información y la integración de las tecnologías de la información y la comunicación [TIC] son los motores que están cerrando la brecha de la superconectividad que impide a los ciudadanos emprendedores unirse al mundo. El concepto de "analfabetismo" está resurgiendo en la sociedad actual, pero esta alfabetización ahora se refiere a la alfabetización informacional y la alfabetización digital.

Según el instituto federal de telecomunicaciones (2023) “La transformación digital de PyMEs permite que las empresas transiten a una inclusión financiera y

bancaria. La digitalización les permite a las empresas que tengan acceso, hagan uso y puedan **explotar los datos** en su beneficio, de sus clientes y de sus empleados. En la realidad actual, las PyMEs podrían mediante plataformas como SAP *Ariba Business Network* que se integren empresas mexicanas a las cadenas de valor y suministro y que se conviertan en proveedores de distintas grandes empresas en México y en más de 190 países y no sólo eso si no que se beneficien de la exportación de sus productos y servicios con base en el instrumento del T-MEC.”

Con lo visto podemos suponer que las Pymes con un acceso a herramientas digitales tienen una mayor probabilidad de supervivencia que las que no lo tienen o que tienen asegurado un mayor número de ventas, pero hay que ver las cifras ya que una de cada cuatro empresas no tiene acceso a herramientas digitales y esto puede causar que en un mundo cada vez más conectado, si una Pyme no tiene difusión, será más difícil que sobreviva en los primeros años.

Ahora para continuar veremos una empresa que empezó cuando en una reunión varias personas notaron que tenían cosas en común y decidieron crear una empresa llamada Las Organizers, esta es una Pyme que empezó como una idea de amigos, se fijaron que tenían un gusto en organizar de manera que fuera optima la distribución de los objetos en un lugar, así comenzó esta idea, un negocio que se dedica a rentar su servicio para organizar algún área, ya sea los muebles de una casa, la cocina, una oficina, etc.

Empezaron a crecer cuando fueron al programa Shark Tank México donde se dieron a conocer ante la audiencia, esto las ayudo, aunque para los empresarios del programa no les intereso la idea, la difusión de su servicio por l televisión fue algo que las impulso.

Sigamos con la siguiente historia. Mariana Castillo, estudiante de MBA de la Escuela de Negocios Booth de la Universidad de Chicago, se inspiró en 2015 después de comprar un par de anteojos en un sitio web con un concepto óptico

innovador no disponible en México. Junto con Eduardo Paulsen, Benigno Pérez y María José Madero, decidieron crear Ben & Frank para vender lentes recetados online a precios competitivos. Lograron vender 100 unidades en su primer mes de lanzamiento, consolidándose como una marca 100% digital con un enfoque fresco, dirigido a un público más joven y con un tono informal.

En 2016, un año después de su fundación, Ben & Frank tomó una importante decisión estratégica para fortalecer su presencia en el mercado mexicano de gafas: abrir su primera tienda física en Polanco, Ciudad de México. La medida no sólo marca el comienzo de su expansión hacia un modelo omnicanal, sino que también marca un paso audaz en su fuerte compromiso de mejorar continuamente la experiencia del cliente.

En 2021, Ben & Frank ha fortalecido su posición con casi 30 sucursales ubicadas en 10 ciudades de todo el país. Este crecimiento no se limita al espacio físico, sino que también incluye un fuerte desempeño en la plataforma de ventas online, donde han vendido con éxito más de 100.000 lentes recetados. Este logro no sólo pone de relieve su capacidad para adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado, sino que también cumple con su compromiso de promover productos de calidad en el campo óptico.

Pero como muchas empresas, Ben & Frank no ha sido inmune a los desafíos de la pandemia. Aunque se enfrentó a la difícil decisión de cerrar temporalmente algunas tiendas físicas, la empresa convirtió estos obstáculos en oportunidades para aprender y crecer. Este período no sólo fortaleció su resiliencia organizacional, sino que también condujo a mejoras significativas en su estrategia comercial, permitiéndoles redoblar esfuerzos y reafirmar su compromiso con la excelencia y la innovación en la industria óptica. Como tal, Ben & Frank continúa trazando un camino sólido hacia adelante con una visión clara de brindar soluciones asequibles y de calidad que no solo cumplan, sino que superen las expectativas de los clientes en cada interacción, tanto cara a cara como a través de plataformas digitales.

El crecimiento de las ópticas mexicanas es impresionante y se extiende mucho más allá del comercio electrónico. Actualmente la empresa cuenta con una red de 120 sucursales que cubren la mayor parte de la República Mexicana, Ciudad de México, Puebla, Querétaro, Guadalajara, Quintan Roo y Que. Las ciudades más grandes como Nahuaca están fuertemente influenciadas. Este crecimiento no se limita al mercado interno.

En 2021, la empresa dio un gran paso al expandir sus operaciones a Chile, donde hasta el momento ha abierto casi diez sucursales. La expansión internacional no queda ahí, con la apertura de su primera tienda física el pasado mes de diciembre, la compañía también ha comenzado a conquistar el mercado colombiano. Este movimiento estratégico marca un hito importante, especialmente después de centrarse inicialmente en ventas exclusivas en línea. Los fundadores de la empresa tenían una visión clara de seguir popularizando sus ideas y democratizando sus productos en otros países de América Latina. El objetivo es atraer clientes que prefieran el comercio electrónico y aquellos que prefieran una experiencia de compra en la tienda. A través de esta estrategia pretenden posicionarse como líder en innovación y gafas en la región.

Este crecimiento y expansión refleja no sólo el éxito de la empresa en adaptarse a las demandas del mercado y las preferencias de los consumidores, sino también su capacidad para permanecer ágil y proactivo frente a los desafíos del mercado internacional. Con cada nueva apertura de tienda y cada avance en su estrategia omnicanal, Ben & Frank fortalecerá su posición como una marca innovadora y centrada en el cliente, lista para afrontar los desafíos y capitalizar las oportunidades dinámicas del comercio minorista de gafas.

Como podemos ver, esta empresa inicio en 2015 y quiso crecer inicialmente como una empresa 100% digital, pero al poco tiempo decidió abrir un punto de venta físico, por sus ingresos y demás, podemos decir que dejo de ser una Pyme, pero gracias a la digitalización y una buena difusión logro crecer.

Ahora daré un ejemplo particular de como la automatización también ha jugado un papel importante como parte del proceso de desarrollo tecnológico de las Pymes en el camino a crecer. Hay un minisúper llamado “El Rifles” que comenzó alrededor de 2012 cuando comenzó como una tienda de abarrotes como todos conocemos, tiendita donde generalmente es el dueño o algún familiar el que atiende, fue hasta 2018 que se cambió de lugar ya que donde estaba era algo pequeño y fue así que comenzó a modificar y adaptar un local cerca para que tuviera las dimensiones necesarias para los productos, instalo cámaras para mejorar la seguridad, así como alarmas, cerraduras y contrato a personas para atender, dado que había robo de dinero o productos por los clientes y empleados, en 2022 instalo cajas registradoras con computadora (esto para tener un mayor control del dinero y productos), así como una unidad para el cobro por tarjeta. Con esto podemos comparar de como paso de una simple tiendita sin mucho que sobresalir a un minisúper.

Revisando las diferentes industrias, como la de turismo, comercio exterior, tecnológico y de servicios, señalare los patrones que en común que tienen dichas industrias.

En la era digital, la conexión entre turismo, comercio exterior, tecnología y servicios es muy importante y cada vez más estrecha. La tecnología ha desempeñado un papel fundamentalmente transformador en la industria de viajes, permitiendo a los viajeros acceder a información detallada, reservar viajes y experiencias, y conectarse con otros viajeros de forma instantánea y sencilla.

Las plataformas de reserva online, las aplicaciones móviles de viajes y las redes sociales han revolucionado la planificación y la vida en viajes. Estos avances tecnológicos democratizan el acceso a destinos y servicios de viaje, permitiendo a los viajeros explorar opciones, comparar precios y leer reseñas de otros usuarios antes de tomar una decisión informada.

Además, la tecnología siempre ha sido un motor clave del crecimiento del comercio exterior en la industria del turismo. Con herramientas digitales, las empresas turísticas ahora pueden llegar e involucrar a una audiencia global más amplia. Por ejemplo, los proveedores de alojamiento pueden publicar sus propiedades en plataformas en línea, llegando así a huéspedes potenciales de todo el mundo. Asimismo, las agencias de viajes pueden crear y promocionar paquetes de viajes personalizados en sus sitios web y aplicaciones móviles para llegar a clientes internacionales de manera efectiva y eficiente.

O séase, la integración de la tecnología en el turismo ha contribuido a la expansión del comercio exterior de la industria, ha hecho que las empresas sean más internacionales y ha mejorado significativamente la experiencia general de los viajeros al personalizar y garantizar la disponibilidad de servicios globales.

Resultados

La tecnología ha sido el componente fundamental que ha permitido el crecimiento sostenido de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) a lo largo del tiempo. Esta afirmación se basa en la capacidad de la tecnología para conectar sectores de diversas industrias, ayudando a que los negocios se beneficien mutuamente, ya sea de forma directa o indirecta.

El uso de tecnologías ha sido crucial para el crecimiento de las Pymes. Por ejemplo, la adopción de herramientas digitales y la sistematización de procesos organizativos han demostrado ser decisivas en la consecución de resultados concretos. Los medios digitales, los componentes tecnológicos avanzados y la presencia en redes sociales no solo son herramientas útiles, sino imprescindibles en la actualidad. Estos elementos no solo destacan a las Pymes por encima de la competencia, sino que también amplían significativamente las oportunidades de

aumentar las ventas y, en última instancia, aseguran la supervivencia de la Pyme en un mercado cada vez más competitivo.

En general, la integración y el aprovechamiento adecuado de la tecnología, desde simples herramientas digitales hasta la compleja relación entre sectores industriales, son clave para el éxito y la continuidad de las pequeñas y medianas empresas en el panorama actual.

Propuesta

Comenzaré ahora que propongo, para enriquecer esta investigación sobre el impacto positivo de la tecnología digital en las Pymes de Guanajuato y cómo contribuyen al desarrollo sostenible.

La **digitalización de las ventas y marketing** para Pymes en Guanajuato analizando cómo estas herramientas pueden beneficiar a la empresa y brindar estrategias detalladas de implementación.

Lo siguiente será solo una propuesta con muchos componentes y describiré lo mejor que pueda cada parte, así como dar las ventajas y como llevar a cabo la implementación de cada parte, esto con el fin de que cualquiera que lo lea y planee montar una empresa tenga una forma para empezar a tener reconocimiento y por ende poder generar ventas y así hacer que la empresa pueda seguir compitiendo mas tiempo en el mercado.

Plataforma de comercio electrónico

Ventaja;

- Alcance global: permite a las Pymes vender productos y servicios más allá de las fronteras locales e ingresar a los mercados internacionales.

- Disponibilidad 24 horas al día, 7 días a la semana: aumente sus ventas en cualquier momento del día y aumente su potencial de ganancias.
- Costos reducidos: reduce la necesidad de espacio físico para tiendas minoristas y puede reducir los costos asociados con las tiendas físicas.

Estrategia de implementación.

- Selección de plataforma: Evaluar y seleccionar una plataforma adecuada como Shopify, WooCommerce, Magento o Etsy, según las necesidades y el tipo de producto o servicio.
- Desarrollo de tienda online: Crear una tienda online con un diseño intuitivo y optimizado para la experiencia del usuario, garantizando una fácil navegación y compra.
- Integración de métodos de pago: implemente una variedad de opciones de pago seguras, como tarjeta de crédito, PayPal y transferencia bancaria.
- Optimización Móvil: Asegurarse de que la tienda online esté optimizada para dispositivos móviles, ya que un gran porcentaje de las compras se realizan a través de estos dispositivos.

El uso de redes sociales.

Ventajas;

- Visibilidad y conocimiento de la marca: las redes sociales ayudan a aumentar el conocimiento de la marca y le permiten conectarse con una audiencia más amplia.
- Interacción con el cliente: Facilitan la comunicación directa con los clientes, dando como resultado una atención más ágil y personalizada.
- Publicidad segmentada: la plataforma proporciona herramientas avanzadas para segmentar anuncios para llegar a consumidores específicos que puedan estar interesados en un producto o servicio.

Estrategia de implementación.

- Elegir la plataforma adecuada: determinar la red social que mejor se adapte al perfil de cliente objetivo, como Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter o TikTok.
- Crear contenido de calidad: desarrollar contenido relevante y atractivo que pueda incluir noticias, imágenes, videos y actualizaciones de estado. Utilizar un calendario de contenido para mantener una presencia continua.
- Publicidad en redes sociales: el uso de herramientas publicitarias como anuncios de Facebook o anuncios de Instagram para crear campañas publicitarias dirigidas puede generar tráfico a su tienda en línea y aumentar las ventas.
- Compromiso y comunidad: fomentar la interacción con los seguidores como responder a comentarios y mensajes. Crear una comunidad en torno a la marca.

Marketing digital

Ventajas;

- Segmentación precisa: permite a las pequeñas y medianas empresas dirigir los esfuerzos de marketing a segmentos de mercado específicos y mejorar la eficacia de las actividades de marketing.
- Análisis y métricas: otorga herramientas para medir instantáneamente la efectividad de la campaña y ajustar las estrategias.
- Rentable: suele ser más económico que los métodos de marketing tradicionales y permite a las pymes con presupuestos limitados llegar a su público objetivo.

Estrategia de implementación.

- SEO (Optimización de Motores de Búsqueda): Optimización de su sitio web y contenido para que aparezca entre los primeros resultados de búsqueda en Google y otros motores de búsqueda. Esto incluye

investigación de palabras clave, optimización de contenido y mejora de la estructura del sitio.

- Marketing de contenidos: creación y distribución de contenido valioso y relevante para atraer y retener una audiencia. Esto puede incluir blogs, infografías, vídeos y estudios de casos.
- Email Marketing: Implementar campañas de email marketing para informar a los clientes sobre promociones, nuevos productos o novedades de la empresa. Utilice la segmentación para personalizar sus mensajes.
- Análisis de datos: utilizar herramientas como Google Analytics para monitorear el tráfico web, las tasas de conversión y otros indicadores clave de rendimiento. Ajustar las estrategias en función de los datos recopilados.

Esta estrategia puede ayudar a las Pymes de Guanajuato a aprovechar al máximo la digitalización de ventas y marketing, aumentar su visibilidad, optimizar procesos y, en última instancia, aumentar las ventas y la sostenibilidad.

Conclusiones

Para finalizar esta investigación, solo queda mencionar que si bien la tecnología es un componente importante para que una empresa pueda crecer y destacar entre la competencia, no solo es la única cosa que hace que crezca, hay más teorías que hablan de un crecimiento en base a un modelo de trabajo donde dependan mas de accionistas y capital que de herramientas como podrían ser las tecnologías.

Fuentes bibliográficas

- Admin. (2022, October 24). *Tecnología en la industria: Definición e importancia*. MESbook. <https://mesbook.com/tecnologia-en-la-industria/>
- BBVA MEXICO & BBVA. (2024, March 19). Importancia de las pymes en México. *BBVA México*. <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/creditos/porque-son-importantes-las-pymes-en-mexico.html>
- BBVA MEXICO & BBVA. (2024, 25 abril). ¿Qué son las pymes en México? Conoce todo de ellas. *BBVA MEXICO & BBVA*. <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/creditos/que-son-las-pymes-en-mexico.html#empresas-medianas>
- *Cruce de caminos*. (2023, July 7). IMF. <https://www.imf.org/es/Publications/fandd/issues/2023/06/intersecting-paths-caroline-freund>
- De Docusign, C. (2023, May 4). La importancia de la tecnología en el servicio al cliente: ¿Cómo agrega valor? *Docusign*. <https://www.docusign.com/es-mx/blog/la-importancia-tecnologia-servicio-al-cliente>
- De Lourdes Tiburcio-Sánchez, M., Lozano-Montero, E., & Odínez-López, R. (2023). *La Digitalización de las MiPyMEs : caso de estudio Guanajuato-Jalisco*. <http://portal.amelica.org/ameli/journal/658/6583875010/html/>
- Fundación UNAM. (2019, August 14). *La tecnología y su impacto en los turistas* / Fundación UNAM. Fecha de acceso 22 de julio 2024 de <https://www.fundacionunam.org.mx/unam-al-dia/la-tecnologia-y-su-impacto-en-los-turistas/>
- GPI NEWS. (2023, June 28). *Guanajuato ocupa 6° lugar con mayor número de Mipymes*. Blog | GPI NEWS. <https://puertointerior.guanajuato.gob.mx/blog/2023/06/28/guanajuato-ocupa-6-lugar-con-mayor-numero-de-mipymes/>

- *Guanajuato: Economía, empleo, equidad, calidad de vida, educación, salud y seguridad pública* / Data México. (n.d.). Data México.
<https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/guanajuato-gt?internetPurchaseSale=internetSale&redirect=true>
- *Incrementó a 79.9% el porcentaje de MiPymes que utilizan internet fijo para sus operaciones.* (Comunicado 48/2023) 4 de mayo / Instituto Federal de Telecomunicaciones - IFT. (n.d.).
<https://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/incremento-799-el-porcentaje-de-mipymes-que-utilizan-internet-fijo-para-sus-operaciones-comunicado>
- *La Transformación Digital de la PyMEs y su impacto en el desarrollo económico de México* / Instituto Federal de Telecomunicaciones - IFT. (2023, October 6).
<https://www.ift.org.mx/transformacion-digital/blog/la-transformacion-digital-de-la-pymes-y-su-impacto-en-el-desarrollo-economico-de-mexico>
- Las Organizers. (n.d.). *Acerca de nosotros*. <https://lasorganizers.com/pages/acerca-de-nosotros>
- Las Pymes y el capítulo 25 del T-MEC: análisis jurídico, comercial y de desarrollo. (2023). *Universidad Autónoma del Estado de México*, 6(11), 2594-1356.
- Lizarazo, C. (2023, August 14). *Las PyMEs en México: Retos e Importancia*.
<https://www.conekta.com/blog/las-pymes-en-mexico-retos-e-importancia>
- México, G. (2018, 6 noviembre). Beneficio de la tecnología para el crecimiento de PyMEs. *GSI México*. <https://blog.gslmexico.org/el-beneficio-de-la-tecnologia-para-pymes#:~:text=La%20tecnolog%C3%ADa%20est%C3%A1%20poniendo%20al,el%2072%25%20de%20los%20empleos.>
- *MiPYME al 100 – Secretaría de Desarrollo Económico Sustentable*. (n.d.).
<https://sde.guanajuato.gob.mx/sdes/mipyme-al-100/>

- Nel, P., Jimenez, W., & Buitrago, J. (2021). LAS TEORÍAS DE LA COMPETITIVIDAD: UNA SÍNTESE. *Revista Republicana*, 31, 119–144.
<https://doi.org/10.21017/rev.repub.2021.v31.a110>
- Porter, M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Bussines Review*, March-April Issue. <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations>
- Ramírez Sierra, G. D., González Martínez, A. A., Villegas Rojas, F. F., & Medina Martínez, I. (s. f.). Probabilidad de supervivencia de las empresas formales en México y sus determinantes. *Infonavit*.
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjB4L-B5bSHAxVNLkQIHZHJBPEQFnoECCEQAQ&url=https%3A%2F%2Fportalmx.infonavit.org.mx%2Fwps%2Fwcm%2Fconnect%2F6f848823-2186-43b0-a400-93d05deb29b5%2FPaper_Ciclo_de_Vida_20220624_V02.pdf%3FMOD%3DAJPERES&usg=__AOvVaw0xFEAN0cX21UXXvH_7rqMk&opi=89978449
- User, S. (n.d.). *La competitividad de las PyMES en Guanajuato: Retos y oportunidades*. MasterBootStrap. <https://www.ugto.mx/investigacionyposgrado/eugreka//contribuciones/181-la-competitividad-de-las-pymes-en-guanajuato-retos-y-oportunidades>