



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**“MANUAL DE COMUNICACIÓN  
PARA PYMES EN MÉXICO”**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE  
LA COMUNICACIÓN**

**P R E S E N T A N :**

**MIRANDA SANTILLANES JORGE  
LUIS**

**VICTORIA VÁZQUEZ JESÚS  
RODRIGO**

**DIRECTORA DE TESIS:**

**MTRA. SILVIA GONZÁLEZ MARTÍNEZ**



Ciudad Universitaria, CDMX, 2017.



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## ÍNDICE

### MANUAL DE COMUNICACIÓN PARA PYMES

#### INTRODUCCIÓN

#### CAPITULO I

##### CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS PYMES

1.1 CONCEPTOS BÁSICOS DE EMPRESA .....	1
1.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS PYMES .....	5
1.3 LA PYME COMO NEGOCIO .....	11
1.3.1 PYMES VERDES .....	16
1.4 PYME, UNA AMENAZA PARA LA EMPRESA .....	18
1.5 PYMES EN EL MUNDO.....	20

#### CAPITULO II

##### LA IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN MÉXICO

2.1 METODOLOGÍA JICA .....	30
2.2 DATOS DUROS .....	35
2.3 ACCIÓN DE LAS PYMES EN MÉXICO .....	42
2.4 TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMÉRICA DEL NORTE .....	59

<b>2.5 CÓMO CREAR UNA EMPRESA EN MÉXICO .....</b>	<b>63</b>
<b>2.6 LOGOTIPO “HECHO EN MÉXICO” .....</b>	<b>65</b>
<b>2.7 TIPOS DE FINANCIAMIENTO CROWDFUNDING, LEASING Y SUBSIDIOS.....</b>	<b>70</b>
<b>2.8 LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD EN LA PyMES .....</b>	<b>72</b>

### **CAPITULO III**

#### **MANUAL PARA PYMES**

<b>3.1 INTERNET Y REDES SOCIALES PARA PYMES .....</b>	<b>96</b>
<b>3.1.1 FACEBOOK .....</b>	<b>111</b>
<b>3.1.2 GOOGLE ADWORDS .....</b>	<b>120</b>
<b>3.1.3 TWITTER .....</b>	<b>127</b>
<b>3.1.4 INSTAGRAM .....</b>	<b>135</b>
<b>3.1.5 YOU TUBE .....</b>	<b>140</b>
<b>3.2 DIRECTORIO DE INSTITUCIONES FINANCIERAS PARA LAS PYMES ...</b>	<b>145</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>147</b>

#### **BIBLIOGRAFÍA**

## AGRADECIMIENTOS

Para ti mamá y para ustedes familia  
que saben que emocionado me siento  
de terminar este arduo trabajo.

Para mi compañera de vida  
que vio el primer tintazo en el papel  
y hoy es testigo del punto final de este manual.  
Y gracias a usted querido lector.

Rodrigo Victoria.

GRACIAS,

A la vida por brindarme la oportunidad de lograr un objetivo que me acerca a alcanzar mi meta.

A mis padres, Pedro y Martha, por formar mis valores, por guiarme en la vida, así como apoyarme en todo sentido, por siempre estar ahí en mis éxitos, pero principalmente por siempre estar a mi lado y brindarme su amor en todo momento.

A mi hermano Hugo, quien siempre fue un pilar que me ayudo en cada momento y quien me proporcionó una guía moral en muchas circunstancias.

A mi familia, quienes siempre han sido un gran ejemplo y un constante recordatorio de que siempre se debe de luchar por lo que uno quiere, hasta obtener el EXITO.

A Anet, por estar conmigo, por ser quien llena mi vida con la ilusión de un mejor mañana.

A las personas que siempre han creído en mí y me han brindado su apoyo, y quienes siempre estarán conmigo aun sin importar que ya no estén aquí ... GRACIAS.

Jorge Miranda.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo, pretende aportar los puntos básicos para la formación de una empresa. Partiendo desde su constitución primordial, tomaremos en cuenta los elementos para dicha constitución: empresario, capital, trabajadores, proveedores, transformación de materia prima y publicidad del producto o servicio en internet, principalmente en las redes sociales.

Lo anterior es importante para que el emprendedor que no cuente con el conocimiento necesario para hacer de una Pyme una empresa exitosa, pueda lograrlo con mayor facilidad.

Asimismo, los emprendedores mexicanos al comenzar esta travesía llegarán a tener la necesidad de pedir ayuda financiera mediante diversos tipos de financiamiento que otorga la banca.

Las pequeñas y medianas empresas tendrán la oportunidad de pedir un crédito para su expansión, su actualización o para la adquisición de tecnologías que el futuro demande, siempre y cuando cubran o cumplan con los lineamientos que la institución bancaria solicite. Existen otras formas de financiamiento aparte de la banca múltiple como lo son: el crowdfunding, leasing y subsidios en México para una PYME.

Contar con diferentes formas de publicitar un producto o servicio trae como consecuencia un aumento en las ventas y la permanencia de la empresa dentro de la mente del consumidor para futuras compras, ya que si contamos con un consumidor fiel, contaremos con un incremento en las ventas y en las ganancias.

Debe considerarse a una persona que se dedique a difundir los productos o servicios de la empresa, dicho encargado debe de tener una capacitación para poder hacer llegar el mensaje a su público objetivo, es necesario llevar a cabo una investigación que nos brinde el conocimiento para crear y enviar el mensaje con

un costo bajo y que tenga como repercusión un gran impacto a quienes reciben nuestro mensaje.

Actualmente el consumidor mexicano se ha vuelto más exigente y debido a la competencia desleal por parte de la introducción de productos apócrifos, piratería extranjera y una mala calidad en productos nacionales, el comprador requiere de una norma que respalde su alto rango de calidad a la hora de obtener o solicitar un producto o servicio, es por eso que haremos mención del logotipo “Hecho en México” que es también una meta a la que varias pequeñas y medianas empresas tienen que llegar a escalar para tener una sociedad empresarial que produzca u otorgue servicios de calidad.

El Gobierno mexicano ha firmado tratados de libre comercio con países en los cuales, nuestros emprendedores pueden poner en venta sus productos, siempre y cuando cumplan con requisitos que dependerán de cada nación con la que se requiera exportar su mercancía.

Nuestro manual se perfila para brindar a los empresarios una fuente de consulta para ayudarlos a lo largo del camino y con este sustentar los pasos a seguir para la solución de los problemas que se les presenten. Este manual ocupará un lenguaje sencillo para aterrizar los puntos a un nivel de comprensión básico.

A través de nuestra investigación vamos a integrar un directorio que surge de la necesidad, la cual tiene el empresario al querer recurrir al apoyo de programas económicos que en ocasiones brinda el gobierno federal a través de sus secretarías.

Los lectores podrán encontrar un directorio con los beneficios que otorgan las diversas instituciones gubernamentales, ya que estos datos enriquecerán la aportación de este trabajo.



Observamos que la situación actual en el país se encuentra complicada y un gran sector de la población ha intentado o planea emprender, pero para que no se aventure y en realidad comprenda el hecho de formar un historial empresarial nos dimos a la tarea de revisar varios datos actuales de este año que delimitan la planeación, la composición, el financiamiento y la expansión de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES).

Es así que cuando investigamos acerca de las pequeñas y medianas empresas revisamos los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en su encuesta “Encuesta Nacional sobre Productividad y competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas” (ENAPROCE), realizada en 2015, la cual arroja; que en el año 2014 habían 4 millones de micro pequeñas y medianas empresas, de las cuales 96, 121 son PyMES.

En este ejercicio sólo tomaremos como objeto de estudio las pequeñas y medianas empresas, debido que las microempresas para efectos de publicidad en las redes sociales no llegan a tener gran relevancia ya que son pocos los miembros que la conforman y por ende la generación de ganancia llega a ser poca teniendo un impacto de venta local en las calles de alguna colonia de las Ciudad o poblados

Las PyMES están teniendo una vida promedio de cinco años por la falta de entendimiento empresarial debido a la casi nula información del dueño, su inexperiencia para resolver problemáticas básicas en la empresa llevan a las pymes a encontrarse con enormes obstáculos para su subsistencia, pues no se tiene a la mano una gran variedad de opciones para llevar a cabo un plan de negocio.

Consideramos que la publicidad es un punto esencial para que las empresas le den una difusión a sus productos o servicios, teniendo como objetivo un segmento

específico adecuado, el cual es vital para que las PYMES gocen de una vida económica estable y aspiren a un nivel competitivo de primer nivel.

También tenemos la finalidad de hacerle notar a los empresarios que al revisar estos puntos, puedan darse cuenta de la importancia que tiene una buena capacitación hacia sus empleados, debiendo ser ésta actualizada dependiendo de las necesidades de cada industria pues el trabajador es una parte importante de las empresas.

Queremos poner a disposición de los emprendedores la información recabada en el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), las tablas porcentuales y las estadísticas utilizadas para la elaboración de nuestro manual para que ellos puedan analizarla y con ello, hacer una buena toma de decisiones respecto a sus empresas.

Dicha toma de decisiones puede abarcar la expansión, administración y comunicación; dentro de este último dándole un gran peso al área de publicidad.

Nos damos cuenta que este tema tiene varias vertientes, así que es necesario hacer el trabajo de forma conjunta para poder abarcar un gran número de ellas, por lo que consideramos que este trabajo nos dejará abordar el tema desde diferentes perspectivas para con esto llegar a una síntesis adecuada para los diferentes mercados en los cuales se desarrollan las Pequeñas y Medianas Empresas.

Al ser un tema de estudio donde muchas veces no se cuenta con los datos actualizados, a pesar de que es un tema de mucha importancia a nivel nacional, es necesario ampliar nuestro campo de investigación para la recaudación de información confiable y actualizada, por lo tanto consideramos que la investigación debe realizarse con el objetivo de obtener mejores resultados.

Asimismo, para un mejor entendimiento es importante que el lector conozca que en nuestro primer capítulo abordaremos las definiciones de empresa. Es decir, se explicará por medio de las definiciones más básicas de empresa, cómo es que de este término nacen los conceptos de pequeña y mediana empresa.

A su vez, este capítulo aborda los antecedentes históricos de las pymes, partiendo del presupuesto que las PYMES en sus principios eran el medio de subsistencia e intercambio de productos entre las familias, tomando en cuenta que al ir evolucionando éstas se han convertido en un negocio rentable que aporta una buena cantidad de ingreso al país; seguido del supuesto que explica el por qué el crecimiento de estas pequeñas y medianas empresas representan un peligro para las grandes corporaciones; finalmente en este capítulo, compararemos con otros países el término PyME.

Por su parte el capítulo segundo, expondrá la importancia de las PyMES en nuestro país, introduciéndonos primeramente en la metodología JICA, la cual es un organismo que apoya a diversas organizaciones mexicanas para que se desarrollen socioeconómicamente de manera más eficiente; enseguida hablaremos de los programas y estadísticas que han surgido años atrás con respecto a las PyMES y al comercio en general en México, siendo éstos la antesala para abordar los puntos referentes a cómo crear una empresa en nuestro país, y para el caso de ya tenerla, cómo hacer que nuestros productos o servicios se engloben en la marca “Hecho en México”.

Finalmente, nuestro manual para PyMES será expuesto en el capítulo tres, aquí encontraremos estadísticas detalladas de la Encuesta Nacional sobre Productividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas que reflejarán en dónde y cómo es la manera más efectiva de que el emprendedor de a conocer su producto; especificando que en la actualidad las redes sociales son la manera más eficaz de publicitar una PyME, por lo que también explicaremos cuáles son las redes sociales más usadas para dichos fines y cómo es el proceso que cada red social tiene para poder publicitar nuestro negocio.

**CAPÍTULO I**  
**CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS**  
**PYMES**

# CAPÍTULO I

## CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS PYMES

### 1.1 CONCEPTOS BÁSICOS DE EMPRESA

La empresa suele conceptualizarse de distintas formas, pero al final los autores coinciden en que es un organismo vivo que con independencia de su tamaño reúne en sí, todos los aspectos de una empresa tradicional.

Partiendo de este punto, nos damos cuenta que para poder definir el concepto de PyMES, es necesario partir del concepto genérico de empresa, por lo que de acuerdo a la definición del Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española la empresa es “Una unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.”<sup>1</sup>

Por otro lado en palabras del autor Fernández Arena una empresa es: “... la unidad productiva o de servicios que constituida según estos aspectos prácticos o legales, se integra por recursos y se vale de la administración para lograr sus objetivos.”<sup>2</sup>

La Secretaría de Economía en su portal Web define a las pequeñas, medianas y grandes empresas de la siguiente forma:

#### **Pequeñas empresas**

Representan el 15 por ciento del empleo en el país. Su objetivo es la producción, transformación y prestación de servicios.

#### **Medianas empresas**

Son unidades económicas con la oportunidad de desarrollar competitividad y mejorar las habilidades empresariales.

---

<sup>1</sup> Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, España, Espasa-Calpe, 2016. Dirección URL: [www.rae.es](http://www.rae.es). (Consulta: 13 de octubre de 2016, 6:47 pm).

<sup>2</sup> Fernández Arenas, José Antonio. *El proceso administrativo*. México, Diana, 2000, p. 39.

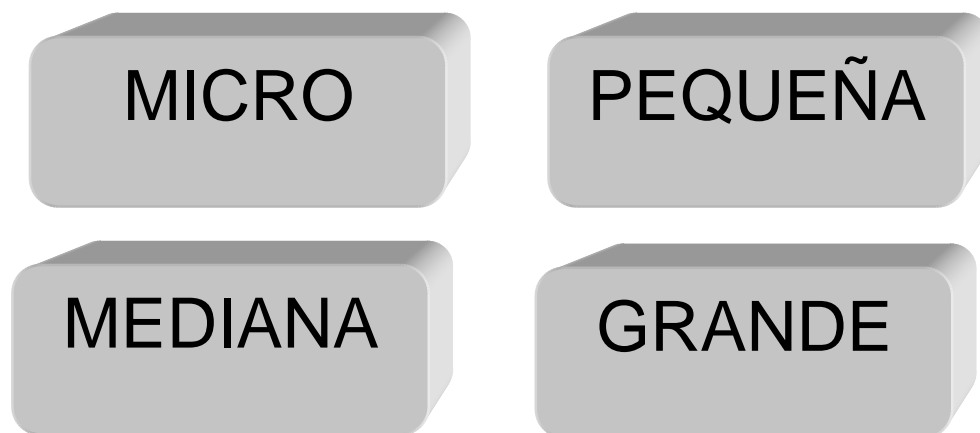
## Grandes empresas

Negocios dedicados a los servicios, en ella participan hasta 251 trabajadores y tienen ventas superiores a los 250 millones de pesos.<sup>3</sup>

Asimismo el Diccionario de Economía y Negocios define la palabra empresa como aquella unidad económica de producción y decisión que mediante la organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo) persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado”<sup>4</sup>, finalmente el autor Juan Rebolledo menciona que una empresa se define como:

Una colectividad organizada e identificable, formada por un grupo social estructurado con una actividad continúa e integrada por personas que desempeñan funciones recíprocas conforme a determinados intereses, normas y principios sociales, para el logro de objetivos que les son comunes. ”<sup>5</sup>

Es importante conocer que dentro de la empresa existen diversas clases o tipos, como lo son:



<sup>3</sup> Secretaria de Economía. México Emprende. Dirección URL: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas> (Consultado 15 de Agosto de 2017, 4:03 am)

<sup>4</sup> Andersen, Arthur. *Diccionario de Economía y Negocios*. España, Espasa, 1999, p. 452.

<sup>5</sup> Rebolledo Lozano, Juan. *Diagnóstico de operaciones de las pymes*. México, Trillas, 2000, p.35.

En concreto; las pequeñas empresas son aquellas que cuentan con una iniciativa modesta en magnitud y capacidades, siendo principalmente de tipo familiar o que su característica sea contar con un mínimo de recursos y con una supervivencia precaria; mientras que las medianas son aquellas que cuentan con un esfuerzo más sólido, con productos, servicios, prestigio y calidad. Es decir, es una empresa en proceso de crecimiento habiendo superado ya, la etapa de taller familiar o artesanal.

Las principales características con las que define la Secretaria de Economía a las Pymes son las siguientes:

“Las pequeñas empresas son aquellos negocios dedicados al comercio, que tiene entre 11 y 30 trabajadores o generan ventas anuales superiores a los 4 millones y hasta 100 millones de pesos.”<sup>6</sup>

Son entidades independientes, creadas para ser rentables, cuyo objetivo es dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad

Representan más del 3 por ciento del total de las empresas y casi el 15 por ciento del empleo en el país, asimismo producen más del 14 por ciento del Producto Interno Bruto.

“Las medianas empresas son los negocios dedicados al comercio que tiene desde 31 hasta 100 trabajadores, y generan anualmente ventas que van desde los 100 millones y pueden superar hasta 250 millones de pesos.”<sup>7</sup>

Son unidades económicas con la oportunidad de desarrollar su competitividad en base a la mejora de su organización y procesos, así como de mejorar sus habilidades empresariales.

---

<sup>6</sup> Secretaria de Economía. México Emprende. Dirección URL: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas> (Consultado 15 de Agosto de 2017, 4:03 am)

<sup>7</sup> idem

Representan casi el 1 por ciento de las empresas del país y casi el 17 por ciento del empleo; además generan más del 22 por ciento del Producto Interno Bruto.

Por lo anterior, concluimos que las llamadas PyMES o pequeñas y medianas empresas son unidades económicas de producción que cuentan con características similares a las de las grandes empresas (capital y trabajo), pero que a diferencia de éstas, las PyMES están formadas con un menor número de elementos humanos.

Las PyMES son negocios con características distintivas que ofrecen crecimiento al sector empresarial y a la economía de cada país, son una fuente inagotable de la cual surgen gran cantidad de ideas e innovaciones; de hecho es reconocido mundialmente que las grandes innovaciones provienen tanto de las PyMES como de las grandes empresas.

En estricto sentido, las PyMES pueden definirse como “un tipo de empresa con un número reducido de trabajadores y una facturación moderada.”<sup>8</sup>

## **1.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS PYMES.**

Históricamente podemos mencionar que el antecedente de las PyMES es remoto, ya que como se menciona en el libro “PyMES: su economía y organización”; éste fue el medio de subsistencia e intercambio de productos entre las familias. En su origen, la actividad del campesino o del artesano exigió cada vez más cantidad de recursos para alimentar a la familia; la incorporación de los hijos, la necesidad de alguna forma de organización en el trabajo y el proceso posterior de sucesión conformaron la estructura inicial de lo que hoy conocemos como PyME.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Enlace empresarial. Revista Digital. Dirección URL: [ww.enlaceempresarial.com](http://ww.enlaceempresarial.com). (Consulta: 13 de octubre de 2016, 6:58 pm).

<sup>9</sup> Irigoyen, Horacio Alejandro y Francisco A., Puebla. *Pymes: su economía y organización*. Buenos Aires, Machi, 1997, p. 15.



Estas organizaciones como ya lo hemos citado, desde su definición más básica fueron apareciendo alrededor de todo el mundo y es así como en varios países se llegaron a clasificar de distintas formas tomando en cuenta diversos factores que sirvieron como tabla para poder darles nombre.

Las diferentes empresas que aparecieron alrededor del mundo y que en la actualidad existen como grandes carteles o holding comenzaron como pequeños negocios que a lo largo del tiempo, fueron evolucionando gracias al gran aporte que la tecnología le brindó a los propietarios.

Actualmente en nuestro país se han tomado ciertas medidas para proveer de distintos medios y apoyos para las PyMES, lo cual iremos viendo a lo largo de nuestro manual, la situación aquí es que las pequeñas y medianas empresas han estado tambaleándose, ya que no siempre han obtenido el apoyo del gobierno mexicano, siendo que actualmente tienen que jugar un rol muy importante.

Para poder consolidar una PyME se necesita del subsidio en forma de apoyo gubernamental, la banca múltiple, el crowdfunding y leasing que son formas de financiamiento, conjuntado con el tiempo que el dueño deberá aguantar para obtener resultados, los cuales evidentemente en ocasiones, no serán los más adecuados, por algunas fallas que se puedan tener como consecuencia de un mal manejo.

“La actividad económica de México se lleva a cabo en gran medida, en la operación de las micro, pequeñas y medianas empresas, célula básica del tejido productivo nacional y elemento indispensable para el crecimiento económico. Es por ello que mientras este vasto sector reciba apoyos y se fortalezca es posible

lograr un crecimiento, distribuidor de la riqueza y no concentrador como en el pasado.”<sup>10</sup>

Es por ello, que del gobierno mexicano depende que se brinden las mejores oportunidades para las PyMES en concreto en un país en vías de desarrollo como el nuestro, pues se necesita de un apoyo en enorme medida ya que “Las PyMES son la raíz de la actividad empresarial de cada país” como lo señala la Organización Nacional del Trabajo que dice:

“Las PyMES son la raíz de la actividad empresarial de cada país. Su desarrollo y su crecimiento contribuyen al bienestar de toda nación, además de ser las principales fuentes de empleo del sector privado tanto en las economías industrializadas como en las emergentes. Cuando el mercado de empleo formal no ofrece el número suficiente de oportunidades de trabajo, muchas personas se ven obligadas a iniciar actividades empresariales como medio de sustento económico. Podemos diferenciar dos tipos. Los emprendedores por oportunidad los cuales son una fuente fundamental para la creación y el aumento de puestos de trabajo, mientras que los emprendedores por auto-empleo aseguran la subsistencia de sus familias”<sup>11</sup>

Hay que tener en cuenta que existen dos tipos de emprendedores como los muestra la OIT, de ahí que existan personas que después de terminar su

---

<sup>10</sup> Espinosa Villareal, Oscar. *El impulso a la micro, pequeña y mediana empresa*. México, Fondo de Cultura Económica, 1993, p. 8.

<sup>11</sup> Organización Internacional del Trabajo. *Formación en gestión de la PYME e iniciativa empresarial*. Dirección URL: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---américas/---ro-lima/---sro-lima/documents/instructionalmaterial/wcms\\_204147.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---américas/---ro-lima/---sro-lima/documents/instructionalmaterial/wcms_204147.pdf). (Consulta: 13 de Octubre de 2016, 8:33 pm).

compromiso dentro del gobierno tienden a generar su propio negocio y la otra parte de personas, aquellas que han heredado alguna PyME de familia, es decir, de generación en generación para que así enseñen la administración a sus hijos principalmente.

Algunas de estas apuestas que se fueron realizando a través de los años en México tuvieron su punto clave cuando la SECOFI en 1985(ahora la Secretaría de Economía) diera los primeros señalamientos para poder conjuntar una PyME en nuestro país como lo señala el INEGI en sus censos económicos del 2009 que en un dato histórico dice:

“El 30 de Abril de 1985 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el programa para el Desarrollo Integral de la Industria Pequeña y Mediana, en el que se establece la clasificación bajo los siguientes estratos: Industria Pequeña: Las empresas que ocuparan hasta 100 personas y sus ventas netas no rebasaran la cantidad de 400 millones de pesos al año. Industria Mediana. Las empresas que ocuparan hasta 250 personas y el valor de sus ventas no rebasara la cantidad de mil 100 millones de pesos al año. Desde entonces el mercado normativo y regulatorio de las actividades económicas de las micro pequeñas y medianas empresas lo ha establecido la Secretaría de Economía .“<sup>12</sup>

**CUADRO 1**

<b>INDUSTRIA</b>	<b>PERSONAS</b>	<b>MILLONES DE PESOS AÑO</b>
<b>PEQUEÑA</b>	<b>100</b>	<b>400</b>
<b>MEDIANA</b>	<b>250</b>	<b>1100</b>

***Fuente: INEGI. Micro, Pequeña y Mediana Empresa: Estratificación de los establecimientos, censos económicos 2009.***

<sup>12</sup> INEGI. *Micro, Pequeña y Mediana Empresa: Estratificación de los establecimientos, censos económicos* 2009. Dirección URL: [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono\\_Micro\\_peque\\_mediana.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf) (Consulta: 10 de Octubre de 2016, 14:00 pm).

Derivado de lo anterior, en México se instauró por primera vez, la forma de clasificación de las PyMES elaborada por la SECOFI en donde se tomaron los primeros parámetros para tener hoy en día algunas empresas en el país que fueran creciendo, regulándose y apoyándose en la Secretaría de Economía.

#### Organización Internacional del Trabajo (OIT)

Esta organización ha tratado de ser un interlocutor para la igualdad entre el gobierno y los trabajadores, lo cual entendemos como el hecho de crear las primeras bases para una definición internacional de PyMES que en su Conferencia Internacional del Trabajo nos arroja el informe IV del 2015 de la siguiente manera:

La definición del término PyME suele variar de un país a otro y, a menudo, se basa en el número de trabajadores, el volumen de negocios anual o el valor de los activos de la empresa. Por lo general, se entiende por pequeñas empresas aquellas que tienen entre 10 y 100 trabajadores y las medianas, aquellas que cuentan con una plantilla de entre 100 y 250 trabajadores. Salvo que se especifique lo contrario, en el presente informe se entiende por PyME toda empresa que ocupa a menos de 250 trabajadores.

Aquí se incluyen todo tipo de empresas, con independencia de su personalidad jurídica (empresas familiares, empresas unipersonales o cooperativas) o de que pertenezcan a la economía formal o informal. En aras de la legibilidad, a lo largo de todo el informe se emplea el término PyME, salvo que sea necesario diferenciar entre los distintos subsegmentos.”<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Oficina Internacional del Trabajo. *Conferencia Internacional del Trabajo, Informe IV, 2015, p.2*. Dirección URL: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_358292.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_358292.pdf) (Consulta: 13 de Octubre de 2016, 9:30 pm).

Por ello, al tomar en cuenta la definición de la Organización Internacional del Trabajo y situándonos en México, deriva el punto de que si generan estas empresas su ingreso de la economía informal, el gobierno tendrá que ejercer políticas para otorgarle facilidades y que éstas se introduzcan al área formal, para que así puedan disfrutar de los beneficios que las diversas instituciones otorgan ya que su aportación hacia el gobierno también es considerablemente buena para el crecimiento del país.

“Se requiere de una serie de políticas estratégicas y acciones que de manera integral impulsen realmente la capacidad de respuesta de esas empresas en un entorno más competitivo para que puedan crecer y desarrollarse a la par que el país y en beneficio de ellas mismas “<sup>14</sup>

No hay que olvidar que las pequeñas y medianas empresas tienden a generar la mayor parte del ingreso de varios países en el mundo, así es que cuando ese dinero se genere en nuestro país las arcas gubernamentales de la Secretaría de Hacienda se beneficiaran mucho, en un ganar ganar.

Ya consideramos las definiciones más simples de PyMES, ahora teniendo en cuenta esta última generalizada por la Organización Internacional de Trabajo que trata de darnos un contexto general de cómo ha sido clasificada, trataremos de entender el proceso de cuán importante son las PyMES para los países y en especial para México, ahora en palabras del autor “Barnes H”, se nos señala un término que ya se venía estudiando desde hace muchos años, por tanto a la letra dice:

---

<sup>14</sup> Espinosa Villareal, Oscar, *op. cit.*, nota 10, p. 19.

“El proceso de internacionalización ha sido estudiado y analizado desde hace tiempo; sin embargo, el fenómeno del origen y evolución de las empresas datan desde hace casi 10,000 años, independientemente de su naturaleza, cuando el hombre se volvió sedentario. Mediante la constitución de economías sociales, existían los grandes empresarios, nobles y terratenientes; y por otro lado los pequeños productores, agricultores, artesanos, etc. Hoy en día, existe una diversificación de los sectores productivos, que van de las macro empresas hasta las micro, y que realizan una amplia gama de actividades para satisfacer necesidades de la sociedad en general, tanto a nivel local, como a nivel mundial”<sup>15</sup>

Tomando en cuenta que han ido evolucionando diversas formas de administración en las empresas básicamente partimos del punto principal emprendedor – inversión, pero ¿Qué sucede cuando al emprendedor le surgen dudas básicas?.

### **1.3 LA PYME COMO NEGOCIO.**

Debemos tener en cuenta que es cierto que las PyMES aportan una buena cantidad de ingreso al país siempre y cuando esta esté dando los frutos adecuados al dueño que es el que sigue en trabajo constante.

- **Qué hacer cuando no se tiene idea de cómo administrar un negocio.**

“Como en cualquier organización, las PyMES cuentan con recursos humanos, de capital, financieros y técnicos; sin embargo, en cuestión de las características específicas que las pequeñas y medianas empresas poseen, por lo general tienden a compartir ciertos criterios, tales como:

---

<sup>15</sup> Barnes H. *Historia de la Economía del Mundo Occidental*. México, Uteha, 1955.

- a) Los dueños de la empresa dirigen la administración de manera empírica.
- b) Poseen poco conocimiento sobre fuentes de financiamiento.
- c) Dominan y abastecen un mercado específico, local o regional e incluso en algunos casos de modo internacional.
- d) Se encuentran en proceso de crecimiento.
- e) Tienen ciertas ventajas fiscales por el Estado, dependiendo de sus ventas y utilidades.
- f) En algunos casos, surgen por producto de la necesidad y no de un esfuerzo planificado.
- g) Se encuentran influenciadas por lo que sucede en su ambiente social, económico y político y al mismo tiempo, repercute en la dinámica social”<sup>16</sup>

Teniendo en cuenta estos puntos se responde a muchas dudas generales que llega a tener un emprendedor por primera ocasión, teniendo una visión más clara de los principales retos que puede llegar a tener al momento de llegar a su mercado con algún producto o servicio independientemente del lugar donde se encuentre, sin embargo más adelante veremos que en distintas partes del territorio nacional se encuentran diversos tipos de financiamiento.

En el libro *Business Cycles* del año 1939 el autor señala : "Las PyMES han resaltado en importancia a partir del siglo XX ya que parecen ser más propensas a desarrollar innovaciones tecnológicas por su necesidad de sobresalir y sus aspiraciones de llegar a ser grandes empresas que eventualmente amasaran grandes fortunas"<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Flores M. *XXVII Cursos de Especialización en Derecho, Especialidad de Derecho Administrativo*. Salamanca, España, 2010.

<sup>17</sup> Schumpeter, Joseph Alois. *Business Cycles: A theoretical, historical and statistical analysis of the Capitalist process*. 1939.

Haremos mención de la cita anterior y lo traeremos a la actualidad ya que muchos emprendedores mantienen en la cabeza amasar una gran fortuna, pensamos que así lo desean siempre y cuando sus productos sean novedosos en el mercado adecuado, ya desde el año 1939 se visualizaba el contexto de la tecnología como una herramienta importante para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas.

Los organismos públicos en México trataban de darle un impulso en los 90 como lo señala el autor “Oscar Espinosa Villarreal” quien decía:

“Debe reiterarse la seguridad de que las micro, pequeñas y medianas empresas no son un pasivo en la estrategia para impulsar el desarrollo del país sino un gran activo para darle permanencia y equidad a los esfuerzos de crecimiento económico. Ciertamente su capacidad de respuesta en este sentido, dependerá, en gran medida de sus posibilidades para acceder a los recursos financieros, a la capacitación, a la tecnología, a la información, a la asesoría y a mecanismos de asociación empresarial.”<sup>18</sup>

Y en México los esfuerzos de los organismos del sector público, que tienen entre sus objetivos el desarrollo y fortalecimiento de este tipo de empresas van encaminados en ese sentido, a reforzar ese estrato productivo como un importante activo.

Cabe mencionar que para que este impulso fuera llevado a cabo se necesitaba del apoyo de nuestros gobernantes durante las próximas dos décadas, datos que

---

<sup>18</sup> Espinosa Villareal, Oscar, *op. cit.*, nota 10, p. 27.



daremos más adelante y veremos cómo es que algunos de estos muchos apoyos fueron avanzando mientras que otros quedaron en el camino.

“El banco Mundial, en un estudio que realizó junto con la Secretaría de Economía observó, por su parte, que otras de las razones para que las empresas pequeñas y medianas no hayan alcanzado un nivel de competitividad suficiente como para integrarse plenamente en el mercado global son el financiamiento, la falta de asesoría empresarial, una deficiente administración, recursos humanos no calificados, desconocimiento de mercados y de tecnologías, así como una mala administración. Todos estos factores contribuyen a la baja competencia de las PyMES en México.”<sup>19</sup>

Estos huecos que se detectaron para que las PyMES obtuvieran un nivel de competitividad suficiente se han logrado subsanar, no obstante todavía en la parte de la administración han carecido los programas de verdadero apoyo hacia los emprendedores, un punto que desarrollaremos en el siguiente capítulo, el cual fue la pieza clave para este trabajo, si el gobierno afirmaba que ya existía financiamiento ¿Por qué las PyMES estaban muriendo?

Al momento de abrir una pequeña y mediana empresa y poner una inversión en juego existen algunos otros puntos que tiene que ir dando seguimiento el propio administrador del negocio que en ocasiones lleva el control de la misma, situación que llega a ser peligrosa porque hay veces que ellos mismos no saben cómo mantener las riendas de su PyME.

---

<sup>19</sup> INEGI. *Situación Pyme en México 2009: Micro pequeña, mediana y gran empresa*. Dirección URL: [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono\\_Micro\\_peque\\_mediana.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf) (Consulta: 26 de Octubre de 2016, 3:15 pm).

”El perfeccionamiento de personal de dirección y la formación técnica constituyen efectos evidentes de la privilegiada situación de las grandes empresas. Es preciso reformar la enseñanza y la política social con el fin de adaptar los medios, recursos y programas a las necesidades de la pequeña y mediana empresa.”<sup>20</sup>

Tomemos en cuenta que la forma de administrar una pequeña y mediana empresa no se rige por un mero capataz como tal vez en décadas anteriores pasaba. En los tiempos actuales se tiene que tener una preparación administrativa básica para poder administrar un negocio con la aparición de las nuevas tecnologías.

La inclusión de un modelo administrativo diseñado para las PyMES es esencial, ya que se puede tener un mejor control de los diversos procesos a la hora de producir y ofrecer el producto o servicio en este siglo XXI.

Las pequeñas y medianas empresas otorgan una buena lista de beneficios al momento de administrarlas como se menciona en el libro “Desarrollo de Pequeñas y Medianas Empresas: políticas y programas” que dice:

“Las PYMES tienen igualmente, buenas posibilidades de superar el problema de la escasez de capitales, empleando la mano de obra disponible como su más importante factor de producción. La adaptabilidad, estrecha relaciones personales entre clientes y proveedores y, por lo general un buen conocimiento de los aspectos positivos y negativos del mercado regional. Una característica clave de la pequeña empresa es su contacto íntimo y estrecho con los riesgos: mercados, trabajadores, proveedores y clientes.”<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Neck, Philip A., *op. cit.*, nota 7, p. 19.

<sup>21</sup> *Ibidem*, p. 13.

### **1.3.1 PYMES VERDES.**

En este siglo XXI para poder tener una visión de un negocio amigable con el ambiente y además muy rentable en nuestro país para un sector específico que se identifique con el cuidado y preservación de nuestro entorno y sus recursos naturales, es importante hacer conciencia de que una vez que el emprendedor tenga conocimiento de su mercado y del trato con sus clientes, éste opte por la utilización de materias primas que sean amigables con el ambiente.

En un paréntesis haciendo mención y viendo un poco hacia el futuro recalcamos que las pequeñas y medianas empresas necesitan estar más comprometidas con el medio ambiente.

Es responsabilidad de la Secretaria del Medio Ambiente verificar que se trabaje con materias primas que de cierta forma no representen un peligro para el consumidor final a la hora de ofrecer un producto, así mismo que en el establecimiento donde se encuentre la PyME sea amigable con su entorno, pueda aprovechar sus recursos naturales y no lo contamine.

Nos uniríamos en esa predicción de tener pequeñas y medianas empresas verdes, que a la vez obtuvieran por parte del gobierno muchos más beneficios, siendo esto un deseo que quisiéramos pedirle a cada emprendedor al momento de usar nuestro manual más adelante.

Abogamos por más PyMES que no necesariamente utilicen recursos no renovables y contaminan más como las grandes empresas que sacan al mercado sus productos en serie.

“La PyME toma conciencia por parte del público debido al excesivo consumo local de energía, así como las técnicas de producción en serie y la contaminación del ambiente por parte de algunas empresas. Esta toma de conciencia, sumada al fomento de nuevas formas de organización del trabajo, entre las que cabría mencionar la promoción y creación de pequeñas y medianas empresas como alternativa a las grandes empresas existentes. También aboga a favor de la pequeña empresa.”<sup>22</sup>

Una vez que en el país se hayan concentrado la mayor cantidad de pequeñas y medianas empresas amigables con el medio ambiente, alguno de los muchos beneficios que podrían otorgarles sería darle preferencia en sus programas de abastecimientos ayudándolos así a mantenerse en el mercado como un premio, una solución que bien podríamos tomar del libro “Desarrollo de Pequeñas y Medianas Empresas” que dice:

“El Estado podría también ayudar a la pequeña empresa dándole preferencia en sus programas de abastecimientos y reservándole determinados sectores de actividad. La subcontratación también puede ser una solución interesante, aunque deben cumplirse ciertas condiciones para garantizar su éxito.”<sup>23</sup>

Algunas de las PyMES tienden a trabajar con grandes empresas pero ¿qué sucede cuando estas pequeñas y medianas empresas en crecimiento logran

---

<sup>22</sup> *Ídem.*

<sup>23</sup> *Ídem.*

generar un producto exitoso o un servicio y desean trabajar de manera individual?, evidentemente muchos emprendedores quieren ver sus proyectos en crecimiento, por lo tanto es necesario que éstos para lograrlo, obtengan el respaldo de los apoyos gubernamentales para crear una competencia y así, el emprendedor siempre tenga esa ambición de crear algo más grande representando una amenaza para las grandes empresas, así las PyMES no tienen que estar dependiendo siempre de una empresa grande gracias al apoyo del Estado en muchas ocasiones.

#### **1.4 PYME, UNA AMENAZA PARA LA EMPRESA.**

Ya tocamos el punto de la gran importancia que tiene el que pequeñas y medianas empresas trabajen en cooperación para una gran industria, pero ¿Qué riesgos representaría una PyME en crecimiento para las grandes corporaciones?

En la actualidad tenemos varios ejemplos tecnológicos que comenzaron como medianas empresas y de los cuales, las grandes corporaciones nunca consideraron una amenaza, sin embargo al pasar los años éstos fueron adquiriendo fuerza, mayor financiamiento, mejor uso de la tecnología y ahora son enormes marcas en el mundo: un ejemplo claro de esta industria tecnológica es Facebook la red social que ahora utilizan muchas PyMES en el mundo para darse poco a poco a conocer.

“Hoy en día debido a los diferentes tipos de necesidades, las actividades de las PyMES son cada vez más amplias e impactan a diversos grupos tanto regionales , nacionales e internacionales. Estas se pueden complementar en mayor o menor medida con las grandes empresas, mediante relaciones directas e indirectas; sin embargo, muchas de ellas también realizan actividades autónomas y forman una relación directa con su entorno, aunque por lo general sufren la influencia de las

macro empresas y tienden, ya sea a minimizar sus posibilidades de crecimiento o generarles beneficios en tanto no impliquen una amenaza para ellas”<sup>24</sup>

Retomaremos el ejemplo de Facebook y con los años esta empresa que comenzó como una mediana empresa, adquirió el financiamiento necesario mediante diversos inversionistas, por lo que ahora tiene un gran alcance global que sin lugar a dudas genera ganancias estratosféricas, también hemos visto a lo largo de estos últimos años que han adquirido “Instagram” una aplicación móvil que de cierta forma, si seguía creciendo en el mercado, podría representar una amenaza para la red social Facebook.

Por lo anterior, en el presente trabajo también se hace una breve mención de esta aplicación fotográfica, ya que en estos últimos años ha demostrado ser una plataforma efectiva para PyMES emprendedoras y la forma de utilizarse es completamente gratuita en este 2017, pero para efectos publicitarios de dar a conocer un productos o servicio se requiere realizar pagos mínimos. Sin embargo hay que recalcar que ésta comenzó como una mediana empresa que ahora está valuada en varios millones de dólares con el apoyo de una enorme empresa como Facebook, por lo que al considerarla importante, daremos a conocer los principios básicos para dar su redituable funcionamiento en nuestro manual más adelante.

“Es indispensable identificar la industria al que la empresa pertenece, ya que no es lo mismo el nivel de inversión y de arranque tecnológico de la industria textil con el de la automovilística; es decir en gran medida depende de la inversión y las innovaciones desarrolladas de las características tecnológicas que posea el sector al que pertenezcan “<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Kauffman, S.H. *El desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas: Un reto para la economía mexicana*. Veracruz, México, 2001.

<sup>25</sup> Kamien y Schwartz. *Technology, Market Structure and Internationalization*. 1982-1988.

Cuando surgió la compra de Instagram se hizo más sencilla la utilización de esta plataforma en teléfonos móviles con la gran innovación tecnológica que ya había desarrollado Facebook, la cual se convirtió en una herramienta esencial para las PyMES, una pieza fundamental que complementa perfectamente para darse a conocer a las masas.

”Existe una gran diferencia entre PyMES en el mundo. Las estructuras productivas de los distintos países no son iguales, porque una empresa industrial con 50 trabajadores, puede ser considerada grande en un país de pequeñas dimensiones económicas.”<sup>26</sup>

### **1.5 PYMES EN EL MUNDO.**

Ahora bien, ya conocimos algunas definiciones más básicas y sencillas del concepto de PyMES es también necesario y es momento de conocer algunas clasificaciones de las PyMES en el mundo.

¿Cómo se clasificaban las PyMES hace veinte años?

Para este punto, se comparará las diferencias que hay en la definición del tamaño de la empresa, según su número de trabajadores que laboren en ella, tomando en cuenta las siguientes instituciones: el Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos en Francia (INSEE); la Small Business Administrations de Estados Unidos (SBA); la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), la revista mexicana de Ejecutivos de Finanzas (EDF), y finalmente, la Secretaría de Economía de México (SE).

---

<sup>26</sup> Francisco Gatto. Revista de la CEPAL numero 68 *Desafíos competitivos del Mercosur a las pequeñas y medianas empresas industriales.* , agosto, 1999.

Todas estas instituciones están dedicadas al fomento y desarrollo de las empresas en cada uno de sus países (ver cuadro 2).

<b>Institución</b>	<b>Tamaño de la empresa</b>	<b>Número de trabajadores</b>
<b>INSEE</b>	Pequeña	De 50 a 250
	Mediana	De 250 a 1000
<b>SBA</b>	Pequeña	Hasta 250
	Mediana	De 250 a 500
<b>Comisión Económica para América Latina</b>	Pequeña	Entre 5 y 49
	Mediana	De 50 a 250
<b>EDF</b>	Pequeña	Menos de 25
	Mediana	Entre 50 y 250
<b>Secretaría de Economía</b>	Pequeña	De 16 a 100
	Mediana	De 101 a 250

**Fuente:** Elaboración propia con base de Rodríguez (1996).

**Cuadro 2: Diversas clasificaciones del tamaño de las empresas**

Del siguiente cuadro podemos observar, que el número de trabajadores en países desarrollados como Francia y EE.UU., es mucho mayor en comparación del número de trabajadores para poder clasificar el tamaño de las empresas, ya sea, pequeña o mediana, por lo tanto no sería correcto tomar en cuenta estos criterios, ya que no se aplican a la realidad económica de nuestro país; en cambio las clasificaciones de la CEPAL, EDF y la SE, son más apegadas a la realidad de nuestro país, para poder determinar el tamaño de una empresa por su número de trabajadores.

- **Definición de PYME en la UE.**

“La Definición de PYME está recogida en el Anexo I del Reglamento (UE) nº 651/2014 de la Comisión del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad del Gobierno de España.



El texto define los tipos de empresa y fija un método transparente para calcular los límites financieros y el número de empleados. Para pertenecer a una categoría se debe cumplir el límite de número de empleados y no superar la cifra de volumen de negocio o la de balance general.”<sup>27</sup>

Categoría de empresa	de Efectivos	Volumen de negocio	de Balance general
Mediana	<250	<= 50 millones EUR	<= 43 millones EUR
Pequeña	<50	<= 10 millones EUR	<= 10 millones EUR
Micro	<10	<= 2 millones EUR	<= 2 millones EUR

**Cuadro 3: Rodríguez Rubio. Pymes que hacen historia en México. Cámara Nacional de Empresas de Consultoría CNEC, 2008.**

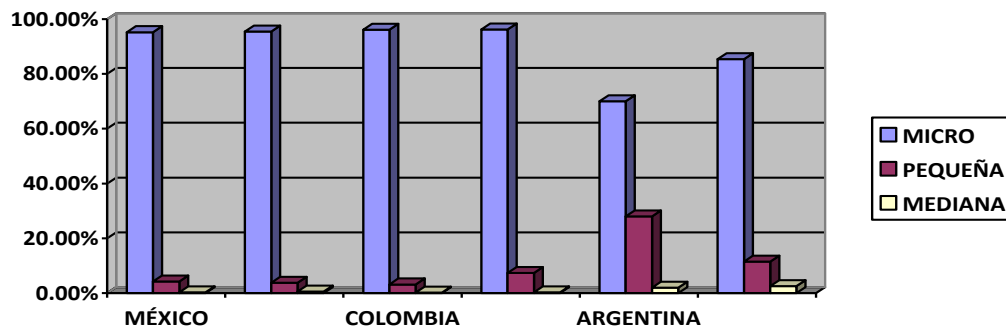
“El autor Rodríguez Rubio, nos hace del conocimiento basado en informes de la Unión Europea y dice : las PyMES en Europa representan casi el 70% del

<sup>27</sup> Gobierno de España: Ministro de Industria, energía y turismo. Dirección URL: <http://www.ipyme.org/es-S/UnionEuropea/UnionEuropea/PoliticaEuropea/Marco/Paginas/NuevaDefinicionPYME.aspx> (Consulta: 26 de Octubre de 2016, 7:15 pm).

Producto Interno Bruto y es que la gran mayoría de los productos elaborados por la gran empresa, son vendidos por PyMES al consumidor final.”<sup>28</sup>

- **PyMES en Latinoamérica.**

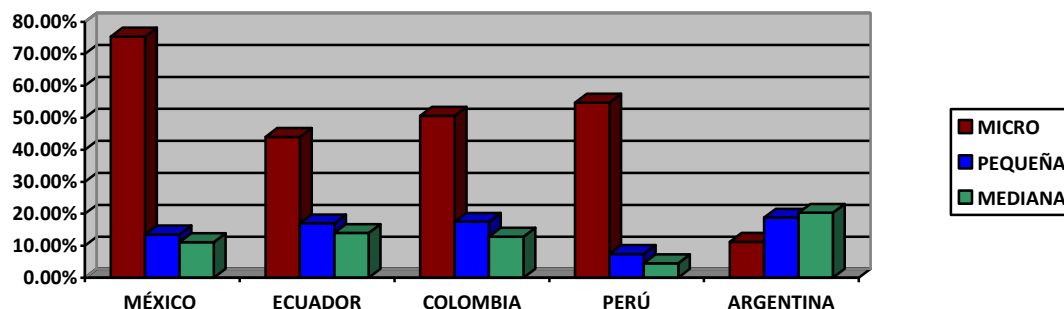
”En Latinoamérica, las pequeñas y medianas empresas (PyMES) representan el 99% del total de empresas no financieras y generan empleos para aproximadamente el 70% del total de la fuerza laboral. Según un estudio del 2012 de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Perú es el país donde, por ejemplo, más microempresas existen, seguido de Ecuador y México. En el caso de las pequeñas, el mayor porcentaje lo ocupa Argentina y de las medianas Uruguay. Colombia es el país en el que el 50,6% de los empleos que se genera corresponde a las microempresas (17,5% a las pequeñas y 12,8% a las medianas). Mientras que en Ecuador, según el estudio, el 44% corresponde a las micro (17% a las pequeñas y 14% a las medianas).”<sup>29</sup>



**Grafica propia 4: Número de PyMES en cada país.** Revista Líderes. Dirección URL: <http://www.revistalideres.ec/lideres/america-latina-cifras-empresas-pymes.html>.

<sup>28</sup> Rodríguez Rubio. *Pymes que hacen historia en México*. Cámara Nacional de Empresas de Consultoría CNEC, 2008, p. 4.

<sup>29</sup> Revista Líderes. Dirección URL: <http://www.revistalideres.ec/lideres/america-latina-cifras-empresas-pymes.html>. (Consulta: 27 de octubre de 2016, 16:23 pm).



**Grafica propia 5: PyMES como generadores de empleos. Revista Líderes. Dirección URL: <http://www.revistalideres.ec/lideres/america-latina-cifras-empresas-pymes.html>.**

“El problema con las PyMES de América Latina tiene que ver con su escaso crecimiento y con la baja calidad del empleo que generan. Si bien, la creación de empresas es elevada en comparación a Asia, por ejemplo, las compañías que sobreviven suelen crecer a un ritmo menor, se explica esencialmente por la falta de innovación y con ello, ralentiza el crecimiento de los países. “<sup>30</sup>

- **PyMES en China.**

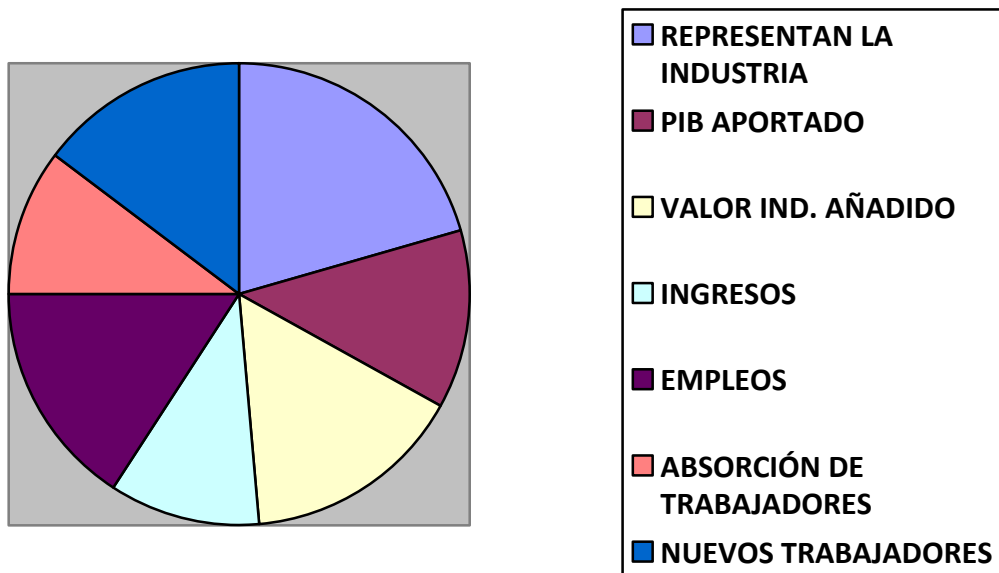
Es importante conocer el desarrollo de las PyMES en China, ya que en los últimos veinte años este país ha generado un crecimiento industrial muy importante en cuestión de tecnología, de modo tal que si el Tratado de libre Comercio de América del Norte, llegase a terminar para México, existiría una posibilidad para

<sup>30</sup> Banco de Desarrollo de América Latina. Dirección URL: <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2016/06/america-latina-en-busca-de-pymes-mas-competitivas/> (Consulta: 29 de octubre de 2016, 18:28 pm).

conformar nuevas relaciones comerciales con China donde desconocemos la situación que prevalecería.

Esta definición es bastante más compleja que en otros países, donde la clasificación de las pymes suele basarse únicamente en su tamaño.

“La mayoría de las empresas chinas son PyMES, que representan más del 98% de la industria y aportan el 60% del PIB del país. Las pymes chinas también generan el 75% de las oportunidades de empleo urbano y absorben más del 50% de los trabajadores despedidos por las empresas estatales. Además, emplean a más del 70% de los nuevos trabajadores.”<sup>31</sup>



**CUADRO 6: PyMES en China. Órganos Estatales de la República Popular China (www.china.org.cn). Dirección URL: <http://spanish.china.org.cn/spanish/14839.htm>**

En la actualidad, en China hay 40 centros de innovación tecnológica al servicio de las PYMES, 500 centros de promoción de productividad, más de 100

<sup>31</sup> *Integración de las pequeñas y medianas empresas en las corrientes comerciales mundiales.* Dirección URL: [https://www.wto.org/spanish/res\\_s/booksp\\_s/cmark\\_chap3\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/cmark_chap3_s.pdf) (Consulta: 29 de Octubre de 2016, 20:28 pm)

"incubadoras" de empresas de alta tecnología y más de 30 parques científicos de universidades."<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Órganos Estatales de la República Popular China ([www.china.org.cn](http://www.china.org.cn)). Dirección URL: <http://spanish.china.org.cn/spanish/14839.htm> (Consulta: 29 de Octubre de 2016, 21:19 pm).

**CAPÍTULO II**

**LA IMPORTANCIA DE LAS PYMES**

**EN MÉXICO**

## CAPITULO II

### LA IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN MEXICO

Como se ha explicado ya en el capítulo anterior, la pequeña empresa necesita de un financiamiento en el cual una persona comenzaba con la primera inversión para echar a andar su pequeño negocio, ya después con el tiempo se fueron desarrollando alianzas o primeros socios comerciales que les fueron dando el nombre de asociaciones, convirtiéndose después en las grandes empresas que ahora son.

“El promover a las PYMES no es una tarea fácil, por el contrario, implica ofrecer una amplia gama de servicios con características que deben ser muy peculiares. Entre estos el de financiamiento se considera como uno de los más importantes y, de hecho como el punto de partida para el desarrollo empresarial.”<sup>33</sup>

Desde tiempos muy remotos, como se ha explicado ya en el capítulo anterior, la pequeña empresa necesita de un financiamiento en el cual una persona comenzaba con la primera inversión para echar a andar su pequeño negocio, ya después con el tiempo se fueron desarrollando alianzas o primeros socios comerciales que les fueron dando el nombre de asociaciones, convirtiéndose después en las grandes empresas que ahora son.

En este momento pudiéramos enumerar un sin fin de casos que comenzaron como una pequeña inversión de capital y lograron llevar a su marca o producto hasta grandes alturas, propondremos tres que son reconocidas a nivel mundial una refresquera como la Coca Cola una marca nacida en el país vecino Estados Unidos de Norteamérica en 1886, una mexicana como lo es la cerveza Corona

---

<sup>33</sup> Skertchly, Ricardo W. *Microempresa Financiamiento y Desarrollo, el caso de México*. México, Universidad Anáhuac, p. 39.

fundada en 1926 y una automotriz japonesa llamada NISSAN en 1911. Todas ellas con un buen afianzamiento en el mercado alrededor del mundo gracias a sus buenos números

En este segundo capítulo hablaremos de la importancia que tienen las pequeñas y medianas empresas para nuestro país México y lo que representa el hecho de lograr un financiamiento bueno por parte del Gobierno o las diferentes Instituciones, además de mencionar cuáles son y si en realidad le siguen dando seguimiento a todos los proyectos generados.

“Entre los pequeños empresarios existe la costumbre de evitar endeudarse. Esto es particularmente cuando se trata de créditos con la banca comercial y de deuda a largo plazo.”<sup>34</sup>

Si bien el ser acreedor a un buen financiamiento, es criterio de un apostador visionario o del dueño de la pequeña o mediana empresa que quiera ocupar ese nuevo ingreso para las distintas áreas que requiera y para su crecimiento, es importante entender que al asumir ese riesgo se tendrá que estar consciente de que los resultados arrojados por ese financiamiento deberán esperarse a largo plazo.

En México desde hace ya algunos años se vinieron implementando distintos programas de financiamiento como los Subsidios de la Secretaría de Economía en apoyo para las PYMES, los cuales en su gran mayoría han fracasado debido a que no se les ha dado el seguimiento necesario, desgraciadamente estos programas no cuentan con una plataforma que pueda afianzar las bases para lograr la difusión correcta de los productos o servicios que financian, para mantenerlos por

---

<sup>34</sup> *Ibídem*, p. 42.



un buen tiempo en el mercado. Sin embargo, dentro de los distintos intentos que se han hecho para mejorar estos financiamientos, se nos habla de uno en especial, siendo este el caso de Nissan que actuó como pionero de un programa para desarrollar PyMES en México llamado Metodología JICA.

## **2.1 METODOLOGÍA JICA.**

JICA es un organismo de la Cooperación Técnica del Gobierno de Japón. La agencia de cooperación internacional de Japón es un organismo que fue desarrollado el 1 de octubre de 2003 con el objetivo de mejorar el desarrollo socioeconómico de países que están en vías de desarrollo, y fomentar la Cooperación internacional.

JICA actualmente tiene aproximadamente cien expertos y profesionales voluntarios que apoyan diversas organizaciones mexicanas, además, cerca de 200 mexicanos visitan la nación japonesa para recibir capacitación técnica. Desde 2005 ha sido presidida por la señora Sadako Ogata, ex alta comisionada de Naciones Unidas para los refugiados para la cooperación de los países en desarrollo. JICA cuenta con aproximadamente 56 oficinas en 55 países de Asia, África, América Latina, Cercano y Medio Oriente, Oceanía, así como Europa Oriental. JICA-México está ubicado en Ejército Nacional 904, piso 17, colonia Palmas Polanco, México, Distrito Federal.

“La metodología JICA consiste básicamente en 5 pasos”<sup>35</sup>

Punto 1.- Prediagnóstico.

En este primer paso se muestra un análisis general de la situación actual de la empresa que consiste básicamente en la recolección de información general en el interior de la misma, como lo son el número de empleados, fecha de establecimiento, organigramas, información financiera, registro de ventas anual, entre otros.

Se establecen las áreas de la empresa que requieren diagnóstico y asesoría, así como un análisis FODA estimado, todo esto con el objetivo de llevar a cabo el diagnóstico.

Punto 2.- Ejecución del diagnóstico de la empresa por sector.

Esta etapa del método JICA tiene como objetivo detectar las áreas dentro de la empresa susceptibles a mejora. Para el desarrollo de este segundo paso se debe profundizar en la información obtenida en el primer paso del método, esto se hace a través de entrevistas realizadas a los jefes o responsables de las áreas de interés.

---

<sup>35</sup> Pérez, Ana María. *Procedimiento para la práctica empresarial*. Consultores PYME con metodología JICA, 2008.

Posteriormente se realiza un análisis FODA. La integración del empresario en dicho análisis es fundamental. El análisis FODA es una herramienta analítica que permite trabajar con los factores externos e internos que pueden ser o no perjudiciales para la empresa.



**Cuadro 7: Metodología JICA. Pérez, Ana María. Procedimiento para la práctica empresarial. Consultores PYME con metodología JICA, 2008.**

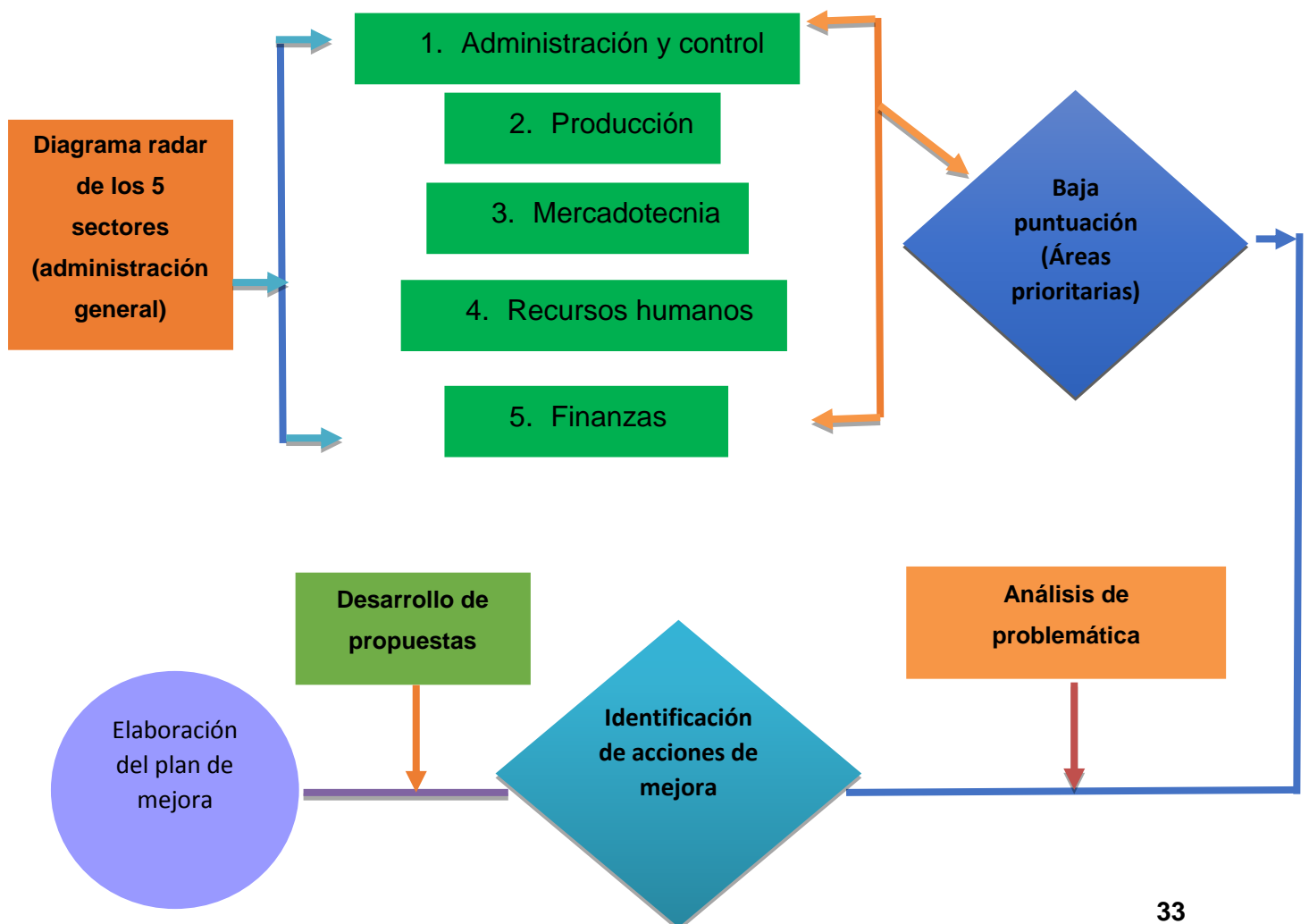
### Punto 3.- Análisis de Problemas y Ventajas.

El tercer paso de la metodología JICA tiene como objetivo priorizar las soluciones a través de la evaluación detallada de solo dos áreas débiles de la empresa. La razón de seleccionar dos áreas de la empresa es la importancia que representa la resolución de estas dos áreas debido a su alto grado de susceptibilidad para la mejora. En el punto anterior a la metodología la evaluación es general. En esta etapa se realiza nuevamente la evaluación de las dos áreas seleccionadas de una forma más detallada. En los siguiente cuadros se muestran ejemplos de diagramas de radares con los resultados de las evaluaciones otra vez en cinco

niveles de las áreas susceptibles de mejora es importante recalcar que los cinco diagramas radares se muestran con el objetivo de tener una idea general de las áreas que evalúan.

#### Punto 4.- Elaboración del plan de asesoría y mejora.

En el paso anterior del método JICA se terminó el diagnóstico de la empresa, por lo tanto, para este nivel se tienen perfectamente ubicadas las áreas con mayor oportunidad de mejora. Se procede a elaborar el plan de asesoría y mejora que está enfocado a las áreas prioritarias. Para tener una idea más clara del procedimiento para la elaboración del plan de asesoría y mejora se muestra el siguiente diagrama de flujo:



La mejora consiste en ciertas actividades que mejoran el desarrollo y funcionalidad de una empresa que sin la participación de las personas que la integran, no se lograría de la manera más óptima. Para que las empresas puedan responder a los grandes cambios que se presentan a nivel nacional e internacional, es necesario realizar cambios internos, es decir cambios al interior de la empresa que no son solo cambios culturales sino que permitan concebir de una forma diferente el entorno y provoquen el impacto deseado del plan de mejora, por ello es necesario que el consultor establezca en la empresa la cultura de mejora. Una mejora se constituye acumulando constantemente mejoras pequeñas.<sup>36</sup>

Punto 5.- Elaboración del reporte y presentación a la empresa.

Como último paso del método JICA se debe presentar a la empresa el reporte de mejora que especifica los problemas encontrados y las acciones claras y concisas que permitirán la mejora. Es importante decir que no se deben indicar problemas de toda índole, es decir, solo se deben especificar los problemas concretos encontrados en las áreas con mayor susceptibilidad de mejora, ya que se presentan en el reporte problemas de toda índole, la empresa tiene como efecto hacer uso de toda clase de recomendaciones, lo que originaría una confusión.

---

<sup>36</sup> *Ídem.*

## 2.2 DATOS DUROS.

Desgraciadamente en nuestro país cada vez son más las pequeñas y medianas empresas que no logran consolidarse mínimo un año, las que tienen suerte logran prevalecer hasta cinco años, sin embargo esto lo veremos más adelante cuando desarrollemos los resultados de la encuesta del INEGI donde resaltan los factores que han sido determinantes para que estas PyMES puedan llegar a buen puerto o en su caso las delimitantes por las que murieron.

“Las PyMES han tenido que enfrentarse al cambio en la forma de su inserción dentro de una economía cada vez más globalizada, aspecto que no todas las empresas pudieron sobrellevar, elevándose la cantidad de quiebras en el sector.”<sup>37</sup>

Para el mundo es importante que los precios se mantengan en un buen margen de costo para que el empresario pueda cubrir la materia prima con su presupuesto y no verse afectado al término del producto, esto dará por resultado un precio considerable para el consumidor final sin que se vea afectado su bolsillo, como lo señala el periódico el Financiero que en su nota dice:

“El alza en los precios de los insumos afecta la competitividad de las exportaciones de la industria con otros países. Es la parte de precios accesibles, además de la calidad, entonces sin duda nos podría afectar en la competitividad de exportación”<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Irigoyen, Horacio A. y Francisco, Puebla. *Pymes su economía y organización*. México, Macchi, p. 61.

<sup>38</sup> El Financiero. *Economía: Efectos de un dólar caro llega a las empresas*. 15 de Junio 2016. Dirección URL: <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/efectos-de-un-dolar-carro-llega-a-las-empresas.html> (Consulta: 19 de Enero de 2017, 08:00 pm).

“De acuerdo con un análisis de la empresa de corretaje financiero SIF ICAP, los costos de las materias primas han repuntado de manera importante y el peso se ha seguido depreciando. El repunte de los precios de las materias primas medido en pesos es significativo y ya está presionando los precios al productor.”<sup>39</sup>

La inestabilidad del peso a consecuencia de nuestro vecino Norteamericano ha causado que las materias primas suban de precio, y por resultado algunos emprendedores entran en el dilema de subirle el precio a su producto final, arriesgándose a tener menores ventas.

Actualmente en este pleno siglo XXI y teniendo en cuenta una economía tan globalizada en donde la economía mundial se rige por el dólar y las repercusiones que significa para la moneda de cada país y en especial del nuestro, de cierta forma ha logrado tener una influencia el que México sea un buen lugar para invitar a la inversión extranjera.

El director general de Pro México, Francisco González Díaz anunció que para el 2017 están comprometidas 300 empresas extranjeras para invertir por primera vez en México, sumando a unas 500 reinversiones, aproximadamente...

Detalló que las 300 nuevas empresas se encuentran en la fase final de decisiones para venir a invertir en México. “Estas empresas no necesariamente invierten

---

<sup>39</sup> *Ídem.*

mañana. Sabemos que toman sus distintos tiempo, de acuerdo a su sector. Es un número de empresas similar al del año pasado y antepasado”<sup>40</sup>

Consideramos que muchas de las inversiones que se destinan a pequeñas y medianas empresas en este 2017 vendrán precisamente de capital extranjero ya que el dólar se encuentra actualmente en más de veinte pesos mexicanos.

Anteriormente muchas de las PYMES cerraron también por el boom Chino que desde hace veinte años comenzó a desarrollar su economía debido al gran apoyo a sus empresas Chinas y tuvieron gran alcance al llegar a México con productos baratos y de cierta forma, no de muy buena calidad, el precio fue lo primero que llamaba la atención del consumidor pero en México se comenzó a distinguir entre “producto chino” cuando era de mala calidad y nació el lema “lo hecho en México está bien hecho”.

Desafortunadamente nos vimos invadidos de productos asiáticos en México debido a su costo y al Tratado de Libre Comercio que más adelante expondremos y más o menos así sucedió como lo explica esta cita del autor Horacio Irigoyen en su libro Pymes su Economía y Organización:

“Esto sucedió dado que la competencia abierta se dio en condiciones muy desiguales, pues los precios de los productos de los países emergentes de Asia, por ejemplo, han sido notoriamente inferiores (gracias al apoyo estatal directo y subsidios de costos acordados), que, por lo tanto los hacían difícilmente competibles. En esta situación muchas empresas no pudieron soportar el reto

---

<sup>40</sup> El Economista. *Pro México perfila inversiones de empresas extranjeras en 2017*. 2 de Diciembre 2016. Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2016/12/02/promexico-perfila-300-inversiones-empresas-extranjeras-2017> (Consulta: 19 de enero de 2017, 09:00 pm).



asiático, mientras que otras procuraron obtener el apoyo de su propio gobierno para reestructurarse o competir adecuadamente, tal es el caso de la industria textil”<sup>41</sup>

Las empresas mexicanas no han podido competir con Asia, en especial con China, debido a que gracias al gran apoyo que tienen los emprendedores chinos por parte de su gobierno, estos han podido vender sus productos a bajo costo y enviarlos a distintos mercados del mundo, beneficios que no han podido ocurrirle a México.

“Los empresarios optaron por concertar acuerdos de apoyo con el gobierno a fin de realizar una profunda reestructuración estratégica, fundada en financiamientos especiales para la modernización de su capacidad productiva.”<sup>42</sup>

Lo que arriba señala el autor desafortunadamente llega en un momento donde nuestra economía se ha visto golpeada debido a la baja del peso mexicano en este 2017 y ante la llegada del Presidente electo Donald Trump muchas han sido las especulaciones acerca del rumbo que tomara nuestro comercio, tanto interno como externo y específicamente es importante hablar del rol que tomaran nuestros mandatarios en este primer año, si bien es momento de que se actué y el actuar significa ser contundente y congruente con lo que se dice y hace.

“En el año 2013 a días de que recibió el mandato el Presidente Enrique Peña Nieto instruyó a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) a alcanzar la meta para que la banca de desarrollo preste un billón de pesos el mandatario federal expresó que es “viable” otorgar esa cantidad que servirá, de manera

---

<sup>41</sup>Irigoyen, Horacio A. y Francisco, Puebla, *op. cit.*, nota 41, p. 61.

<sup>42</sup> *Ídem.*

responsable, “como una importante palanca para el desarrollo y crecimiento económico nacionales.”<sup>43</sup>

Nosotros nos preguntamos porque si en el primer año de gobierno de Enrique Peña Nieto se otorgó un billón de pesos para los financiamientos incluyendo las PyMES no exista una base de desarrollo sólido por parte de las instituciones gubernamentales que permita solidificar una buena pequeña y mediana empresa por mucho tiempo. Después ya de 4 años de esta instrucción no hemos logrado tener un plan duradero para las PyMES.

En nuestro país habría que destacar que la mayoría de las pequeñas y medianas empresas trabajan en conjunto para una empresa transnacional pero a su vez no existe tampoco un departamento que fomente la ciencia y la tecnología para producir nuevos y novedosos productos tecnológicos como señala el autor:

”El reto es que logren dar el salto tecnológico, para ello deben entender que el potencial de las pequeñas empresas se ubica fundamentalmente en el proceso y no en la innovación del producto.”<sup>44</sup>

Si bien sabemos que México por ser un país en vías de desarrollo no otorga gran parte de su presupuesto al desarrollo de la ciencia y la tecnología como países que si lo hacen, tal es el caso de Estados Unidos y China, debemos sacar el máximo rendimiento de nuestras PyMES al trabajar en conjunto con grandes

---

<sup>43</sup> El Excelsior. *1 Billón en créditos, Peña Nieto fija meta de la banca de desarrollo*. 12 Junio 2016 Dirección URL: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2013/06/12/903692> (Consultado: 19 de enero de 2017, 9:20 pm).

<sup>44</sup>Irigoyen, Horacio A. y Francisco, Puebla, *op. cit.*, nota 41, p. 62.

empresas extranjeras que se encuentren en nuestro territorio y lograr dotarlas de insumos básicos como las materias primas de buena calidad para lograr que el producto final sea un producto bien hecho y al exportarse por todo el mundo otros mercados vean que lo que se hace en México está bien hecho, así el inversionista extranjero no dudará ni dos segundos en invertir con nuestra gente, cabe resaltar la metodología JICA que para efectos de PyMES queda a la perfección como una herramienta reguladora para crecer a la altura de los mismos japoneses que nos vinieron a instruir con semejante material.

”La nueva forma de producir será la flexibilización, permite combinar los tamaños de las empresas; a las grandes les conviene mantener los procesos de ensamblaje, subcontratando con las PyMES la mayor parte de los componentes para su producción.”<sup>45</sup>

Lo anterior ayudaría a que las PyMES cuenten con un mayor crecimiento, ya que se convertirían en parte de las grandes empresas, generando mayor desarrollo económico, por tanto la participación de las PyMES se volvería vital para el funcionamiento de las grandes empresas.

En la nota periodística Banca de Desarrollo, el punto central de la política pública nos recaba una declaración de Luis Videgaray donde dice:

“En el mes de Mayo de 2015 el Ex Secretario de Hacienda declaraba que solamente a través del incremento sostenido, permanente de la productividad

---

<sup>45</sup> *Ídem.*

crece la economía, se generan empleos y lo que es más importante, que la gente gane más por su trabajo.”<sup>46</sup>

Después de la aprobación del 2013 donde Enrique Peña Nieto aprueba el billón de pesos para que la banca en crecimiento genere créditos para los emprendedores no tenemos una prueba fidedigna donde los números le den la razón y es por eso que cuestionamos si en realidad las pequeñas y medianas empresas lograron crecer en el país.

Al realizar esta investigación nos podíamos basar única y exclusivamente en la encuesta del INEGI del año 2009 y su estudio específico acerca de las PyMES en donde por lo general, por la complejidad que una encuesta de esta magnitud representa se necesita elaborar por un cierto margen de tiempo específicamente cada 6 años como lo vienen manejando hasta hoy en día que apareció la encuesta ENAPROCE INEGI 2015, la cual trabajaremos en el siguiente capítulo para verificar que tanto han crecido las pequeñas y medianas empresas y si en realidad se han mantenido con vida por un tiempo bueno.

”El modelo de crecimiento y de cambio tecnológico de las PYMES está directamente vinculado a la expansión sostenida de las ventas en el mercado local. En caso contrario esto impide que se den las mejoras técnicas por falta de certidumbre respecto del futuro.”<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Noticiero Televisa. *Banca de Desarrollo, el punto central de la política pública: Videgaray*. 22 de mayo 2015. Dirección URL: <http://noticieros.televisa.com/economia/1505/banca-desarrollo-punto-central-politica-publica-videgaray/#> (Consultado: 19 de enero del 2017, 10:00 pm).

<sup>47</sup> *Ídem*.

Hay que tener claro que para que un emprendedor pueda vender sus productos o servicios tiene que desarrollar una economía que pueda pagar por ellos sin llegar a tener una afectación a su bolsillo.

Por otro lado, es importante subrayar que aunque la tecnología no es nuestra especialidad, se está luchando por lograr un desarrollo en este sentido, solicitando que el presupuesto otorgado por las instituciones gubernamentales sea más grande y ambicioso con la finalidad de que nuestras pequeñas y medianas empresas puedan tener un mayor crecimiento, tanto en tecnología como a nivel económico, así mismo la mayor meta a cumplir por el emprendedor es que el comprador pueda llegar a pagar por un producto o servicio innovador nacional sin que éste vea afectado su bolsillo.

### **2.3 ACCIÓN DE LAS PYMES EN MÉXICO.**

En el Programa Nacional de Modernización Industrial y del Comercio Exterior 1990-1994 se estableció la obligación de emprender acciones tendientes a superar los obstáculos existentes para el desarrollo de la industria. En este sentido, se elaboró un Programa para la Modernización y Desarrollo de la Industria Micro, Pequeña y Mediana, 1991-1994.

“En ese programa se reconoce la importancia de las PyMES que representaban el 98% de los establecimientos de transformación, absorbiendo más de la mitad de la

mano de obra ocupada y aportando un 43% del producto que genera la actividad manufacturera.”<sup>48</sup>

Ya a principios de los años noventa en México se comenzaba a vislumbrar lo que sería el Plan Nacional de Desarrollo que dotaría de las bases para que nuestro país se insertara en la economía mundial, teniendo en cuenta la producción de emprendedores fue así que nuestro México comenzó con un gran impacto en la industria manufacturera pero también en otras industrias como lo señala el autor:

”Estas industrias operan en todas las ramas manufactureras, pero es más del 60% de los casos se trata de alimentos, artículos metálicos, prendas de vestir, editorial e imprenta, y minerales no metálicos.”<sup>49</sup>

Si bien para aquellos años la industria manufacturera era la más importante para nuestro país y a la que se prestaba más atención, hubo varios puntos que se quedaron en el tintero que hasta hoy en día han sido mencionados.

Los principales puntos son: el hecho de hacer crecer las empresas de menor tamaño hablando de las PyMES situación que actualmente no hemos visto cuantitativamente en el país y el aspecto tecnológico el cual ya hemos tocado pero nos gusta hacer hincapié porque cada vez que escuchamos un discurso donde se remarca que México va hacia la “modernización” viene a nuestra mente la tecnología, sí, pero desde esos años en que el plan de desarrollo se hizo efectivo en México la mayoría de la tecnología viene del exterior porque en nuestro país no generamos el apoyo para apostar por el conocimiento de nuestros emprendedores.

---

<sup>48</sup> *Ídem.*

<sup>49</sup> *ibídem*, p. 63.

”Los objetivos del programa son fortalecer el crecimiento de las empresas de menor tamaño y propiciar cambios cualitativos en la forma de comprar, producir y vender, elevar el nivel tecnológico y promover mediante la creación de empleos permanentes una mejor distribución del ingreso y propiciar la inversión en actividades manufactureras.”<sup>50</sup>

Cabe destacar que para este año 2017 en donde debido al aumento del dólar y a que nuestro vecino del norte estrena nuevo presidente el millonario Donald Trump que ha sido criticado desde que mostró sus intenciones de lanzarse a la candidatura de la Casa Blanca sabíamos todos nosotros como mexicanos que llegaría a repercutir en nuestro orgullo, ya no hablemos de nuestro bolsillo pero si efectivamente está comenzando a suceder.

Y lo vemos en un mercado de valores volátil, en donde resumiremos la incertidumbre comercial en donde las grandes marcas temen a la hora de invertir capitales a su producción, un ejemplo la automotriz FORD que retiro su inversión que iba a dejar en México millones de dólares para la construcción de una planta armadora de automóviles en 2017, lo cual le está cobrando factura a la hora de cotizar en la bolsa de valores reflejándose en la disminución del valor de sus acciones debido a no tener un panorama claro de la respuesta que tendrá el consumidor final que ciertamente son los mismos mexicanos y parte del pueblo estadounidense que no aceptan las políticas de Trump y como ella están algunas más, quienes creen que nuestro país ya no les es redituable.

Nuestras pequeñas y medianas empresas envían muchos productos hacia los Estados Unidos de Norteamérica y nosotros nos beneficiamos con otros cuantos llegando a tener un acuerdo que comenzó a hacerse más fuerte a partir del año

---

<sup>50</sup> *Ibidem*, p. 64.

1994 con la elaboración del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en donde compartimos nuestra productividad con nuestro vecino del Norte.

Han habido muchos beneficios de los pequeños y medianos productores que envían sus productos hacia los EUA reflejados en millones de dólares sin embargo esto puede llegar a su fin debido a que se ha generado una dura polémica con el presidente TRUMP que no ha logrado disimular su inconformidad hacia este TLCAN al cual quiere imponerle un impuesto por cada producto que entra a mercado estadounidense situación que mantiene inconforme y ha señalado que será muy significativo.

A pocos días de haber entrado como presidente Trump mantiene la incertidumbre acerca del rumbo que tendrán los productos nacionales, resultado del trabajo de emprendedores y consolidadas marcas mexicanas que han enviado sus productos por años hacia el vecino del norte, una renegociación está en juego pero hasta el día de hoy nos mantenemos en espera y así es como nuestros gobernantes han tratado de mirar hacia otros mercados y nosotros hemos sido testigos de decisiones que pueden llegar a repercutir en la forma de cómo generamos, con qué generamos y cómo es que vendemos nuestros productos siendo emprendedores de una PyME en México.

Una de las primeras acciones que ejecutó el presidente Peña Nieto en apoyo a las pequeñas y medianas empresas la dio el 17 de enero del 2017 en donde decretó la promoción para la repatriación de capitales que sin duda alguna de llevarse a cabo llegaran a terreno mexicano para la nueva constitución de PyMES emprendedoras y un plan de simplificación fiscal así como el bajo monto de los impuestos a las PyMES que compren maquinaria en el extranjero y la traigan a



México como lo señala esta nota de el periódico “El Universal” del 17 de enero en donde se leía:

Ahora retomaremos un párrafo del periódico el Universal, la nota del 17 de Enero de 2017 nos dice:

”Esta tarde, al afirmar que la economía nacional se mantiene sólida, y en crecimiento, el presidente Enrique Peña Nieto firmó dos decretos para apuntalar a las pequeñas y medianas empresas y promover la repatriación de capitales con miras a fortalecer el mercado interno...”<sup>51</sup>

Según la nota el presidente hacía referencia en su primer decreto a la simplificación fiscal para agilizar el pago de impuestos en todo el país, mientras que en el segundo establecía que las pequeñas y medianas empresas que compren maquinaria o equipo pagarán menos impuestos por estas inversiones, teniendo al final mayores recursos para invertir, producir y expandirse.

Con la nueva iniciativa de Trump de deportar a un gran número de mexicanos que se encuentran en USA, México ha abierto la oportunidad de que éstos posibles nuevos emprendedores puedan exportar maquinaria de Estados Unidos, tomando en cuenta que en su estancia en el país vecino éstos aprendieron a generar ganancia a través de la venta directa o indirecta de un producto o servicio.

El hecho de poder lograr comprar maquinaria desde Estados Unidos y que esta sea enviada a México logrará que nuestro país comience a emprender la

---

<sup>51</sup> El Universal. *Peña Nieto anuncia estímulos fiscales para repatriación de capitales y apoyo a Pymes.* 17 de Enero de 2017. Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/economia/2017/01/17/pena-nieto-anuncia-estimulos-fiscales-para-repatriacion-de> (Consulta: 8 de febrero de 2017, 9:18 pm).

constitución de nuevas PyMES, siendo ésta la solución para que nuestros connacionales deportados dejen de pensar en volver a cruzar la frontera.

Ahora bien la simplificación fiscal la vamos a resumir en todos esos trámites burocráticos para pagar los impuestos siendo persona física o moral, presentándose una aplicación para las PyMES en donde si usted es dueño de una será más fácil pagar los impuestos, acerca de la constitución de una PyME y de cómo darse de alta ante la Secretaria de Hacienda.

Tras la salida de Estados Unidos del Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP) el cual fue firmado en febrero de 2016 por 12 países entre los cuales se encuentran tres naciones latinoamericanas Chile, México y Perú, se busca lograr llenar ese espacio vacío con otro gigante como lo es China lo que para nosotros nos genera mucha incertidumbre ya que no sabemos que va a suceder, a continuación las palabras de “Ildfonso Guajardo” Secretario de Economía de México:

*”Ildfonso Guajardo, secretario de Economía de México -y ex negociador en Washington de otro gran acuerdo, el TLCAN-, declaró en ese entonces que, junto con Japón, Australia, Malasia, Nueva Zelanda y Singapur, estudiarían soluciones alternativas para un TPP sin Estados Unidos, aunque no está claro cómo podría lograrse.*

*La intención, en todo caso, es continuar con el proceso de integración con Asia. Por otra parte, el TPP frustrado marcaría un reparto de fuerzas distinto para China en la región.”*

Por otro lado Miguel Tavera, columnista de Policy Digest menciona respecto de la inclusión de China que:

"Hay quienes creen que la región no puede supeditar sus esperanzas de crecimiento a los intercambios con países de Asia y las grandes potencias, sino que debería atender al "comercio intrarregional que es bajo pero se incrementa lentamente".<sup>52</sup>

Los tres miembros latinoamericanos del TPP integran también la Alianza del Pacífico (junto con Colombia), un bloque que promueve un mayor intercambio sin salir de la región y que podría beneficiarse si el conglomerado transpacífico resulta fallido.

"Se supone, además, que el TPP iba a empoderar a las clases medias, mediante el acceso a mercancías más baratas y el fomento del consumo doméstico, apunta Tavera"<sup>53</sup>

Si bien en este acuerdo ya no se cuenta con la participación de los Estados Unidos de Norteamérica, por tanto se está buscando mirar hacia Asia en donde el principal país consumidor y exportador sería China, un país con millones de habitantes en donde sin duda alguna nuestras PyMES mexicanas se beneficiarían en este intercambio de comercio.

---

<sup>52</sup> BBC MUNDO. ¿Cómo afecta a América Latina que Donald Trump retire a Estados Unidos del TPP?, 23 de enero del 2017. Dirección URL: [http://www.bbc.com/mundo/noticias-38067701?ocid=socialflow\\_facebook](http://www.bbc.com/mundo/noticias-38067701?ocid=socialflow_facebook) (Consulta: 8 de febrero del 2017, 10:19 pm).

<sup>53</sup> *Ídem.*

Empresarios y organizaciones civiles en México afirmaron que el TPP representaba un peligro para varios sectores de la economía.

Entre los más perjudicados, dicen, están la industria textil, de autopartes, la producción de leche, azúcar, acero y el comercio de medicinas.

Nuestro peor reto es Vietnam, siempre ha sido nuestra preocupación, reconoció ante BBC Mundo Alfonso Juan Ayub, presidente de la Cámara Nacional de la Industria Textil en México, el pasado octubre”<sup>54</sup>

Es por ello que el hecho de mirar hacia Asia siempre tendrá sus pros y contras para nuestras PyMES mexicanas tenemos que recalcar que en un país como Vietnam la mano de obra es más barata y la producción puede ser más significativa esto puede desencadenar en que nuestro país se vea plagado de un sin fin de productos Vietnamitas y en contraste se vea afectada la consolidación de nuestras pequeñas y medianas empresas debido a que no pueden competir contra precios tan bajos.

El ex canciller durante el gobierno de Vicente Fox, Jorge G. Castañeda, propuso que en lugar de reabrir todo el TLCAN con el gobierno de Donald Trump se negocien “acuerdos paralelos” que puedan tomar en cuenta preocupaciones validas de USA, Canadá y México.

---

<sup>54</sup> *Ibídem*, nota 56.

”No a la renegociación del TLCAN. Sí a acuerdos paralelos. Reabrir el TLCAN puede ser algo muy peligroso para México porque abriría un periodo de incertidumbre, de congelamiento de las inversiones, que hoy estamos viendo, durante mucho tiempo”, expuso Castañeda durante la mesa México-Estados Unidos, futuro con perspectiva histórica, realizada en el Senado de la República”<sup>55</sup>

Después de que el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, firmara una orden ejecutiva para sacar al país del Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP, por sus siglas en inglés), el presidente de México, Enrique Peña Nieto, afirmó que su gobierno buscará acuerdos comerciales con Asia, Centro y Sudamérica.

Peña Nieto señaló que la negociación estará guiada por puntos clave, como defender la soberanía nacional, el estado de derecho, tanto para leyes mexicanas como las de Estados Unidos, buscar una negociación ganar-ganar, defender la integración regional de Norteamérica y la negociación integral.

”Entre los países con los que se buscará acercamiento, el mandatario mexicano externó que será con Guatemala y Honduras, donde profundizará el trabajo sobre derechos humanos de migrantes, mientras que con Perú y Chile fortalecerá la Alianza del Pacífico, y sobre Argentina y Brasil, sostuvo que buscará acercarse con mayor frecuencia este 2017. En tanto, dijo que con Europa moderniza el

---

<sup>55</sup> Proceso. *Propone Castañeda negociar “acuerdos paralelos” y no todo el TLCAN con Trump*. 23 de Enero del 2017. Dirección URL: <http://www.proceso.com.mx/471464/propone-castaneda-negociar-acuerdos-paralelos-tlcan-trump> (Consulta: 9 de Febrero de 2017 11:00 am).

Tratado de Libre Comercio, además de que centrará negociaciones con Reino Unido, una vez que concluya el Brexit”<sup>56</sup>

Lo que está haciendo que el presidente de la Republica mire hacia otros mercados y nos lleve a mejores puertos como mexicanos en miras comerciales es el hecho de que Donald Trump no se encuentre satisfecho con el TLCAN y subrayando cada que puede el hecho de que México se ha aprovechado de los Estados Unidos de Norteamérica durante muchos años es por eso que el pide una revisión exhaustiva de este tratado que siempre y cuando beneficie a USA que según él ha salido perdiendo.

Este hombre está poniendo al mundo de cabeza y ha puesto contra la espada y la pared a empresas estadounidenses amenazándolas con el hecho de tener que pagar un alto impuesto por productos hechos en otros países y exportarlos hacia los Estados Unidos, esto sin duda alguna ha causado temor entre muchas industrias que no se atreven a arriesgar y como ejemplo tenemos a las automotrices General Motors y Ford que no dudaron ni dos veces y a pesar de tener algunas inversiones en México declararon que no lo harían más.

Para nuestras pequeñas y medianas empresas el hecho de perder inversión extranjera y hablando específicamente de los EUA está llegando a repercutir, ya que como un ejemplo podemos tomar a la constructora automotriz, quien dotaría de trabajo a PyMES mexicanas y que ya no lo hará, motivo por el cual lo que está tratando de realizar el presidente y es lo más adecuado pensamos por el momento

---

<sup>56</sup> Merca 2.0. *Enrique Peña Nieto responde a Trump, México buscará acuerdos comerciales con Asia, Centro y Sudamérica.* 23 de Enero de 2017. Dirección URL: <http://www.merca20.com/enrique-pena-nieto-responde-a-trump-mexico-buscara-acuerdos-comerciales-asia-centro-sudamerica/> (Consulta: 9 de febrero de 2017, 11:12 am).

es dar a conocer que nuestro país está preparado para recibir inversión extranjera que produzca productos o servicios mexicanos bien hechos y se den a conocer al mundo, es momento de invitar a otros países y que los norteamericanos no piensen que tendremos un gran problema si ellos apuestan en no volver a comercializar con nosotros.

El llamado que ha hecho Peña Nieto queremos pensar que fue claro “no tenemos miedo” y buscaremos socios comerciales es lo que todos quieren escuchar para que sepa el país vecino de una vez por todas que no dependemos solo de ellos, tanto ellos necesitan de nosotros como es importante nuestra participación enviándoles productos hacia su territorio.

En este contexto en entrevista para el periódico “El Universal” el Secretario de Economía fue muy claro y dijo lo siguiente dos días antes de realizar una visita a Washington para hablar con funcionarios del gobierno de Trump:

”Este tratado tiene que llegar con una estrategia en donde todos ganen. Es imposible venderlo aquí en casa si no hay claros beneficios para México.

No habría otra opción (que una salida) ¿Ir por algo que sea menos de lo que tenemos? No tiene sentido quedarnos, destacó”<sup>57</sup>

Nuestras exportaciones comerciales en este momento México-Estados Unidos se encuentran con gran incertidumbre debido a que no se sabe que pasara con el TLCAN, algunos productos se han mantenido suspendidos como la exportación del aguacate mexicano que fue retenido en la frontera previo al Súper Bowl, en

---

<sup>57</sup> El Universal. *Prevé Idefonso Guajardo que México salga del TLCAN*. 24 de Enero de 2017. Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/economia/2017/01/24/preve-idefonso-guajardo-que-mexico-salga-de-tlcan> (Consulta: 9 de febrero de 2017, 5:15pm).

donde según datos es el día donde más aguacate se consume en USA, llevando a las arcas de productores mexicanos millones de dólares que servirán para seguir produciendo en México.

”A unas semanas de este magno evento, el gobierno del país del norte rechazó el primer cargamento de más de 100 toneladas de aguacate proveniente de Jalisco y canceló la firma de las reglas para la exportaciones a futuro.

Esta medida fue llevada a cabo después de que el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (Senasica) y las autoridades de Estados Unidos no formalizaran la firma de un plan de trabajo para el paso del aguacate.

La falta de una firma evitó que se consumara el primero e histórico embarque al vecino país del norte pactado desde hace 8 meses, el cargamento fue re direccionado al mercado local y hacía Canadá donde también se consume en grandes cantidades este alimento.”<sup>58</sup>

Cabe recordar que este fruto mexicano no dejó de exportarse hacia los Estados Unidos de Norteamérica, sabiendo que este evento de tal magnitud constituye una derrama económica importante para varios negocios en la unión americana, quienes no dejaron de importar tan exquisito manjar que, si bien, una parte de la exportación tuvo sus dificultades para cruzar la frontera la mayor parte se consumió satisfactoriamente.

---

<sup>58</sup> El Sol del México. *¡Super Bowl sin guacamole! EU rechaza aguacate mexicano*. 23 de enero 2017. Dirección URL: <https://www.elsoldemexico.com.mx/mundo/575467-superbowl-podria-quedarse-sin-guacamole-tras-rechazo-de-aguacate-mexicano> (Consulta: 9 de febrero de 2017, 5:30 pm).



“De acuerdo con datos de la Asociación de Productores y Empacadores Exportadores de Aguacate de México, en las más de tres horas de transmisión de dicho evento se consumirán 35,000 toneladas de aguacate, superior a la producción anual de los estados de Nayarit o Morelos.

Por su parte, la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, informó que las exportaciones mexicanas de aguacate a Estados Unidos alcanzaron de enero a noviembre del 2016 las 711,766 toneladas con un valor estimado de más de 1,610 millones de dólares.

Este producto se comercializa también en diferentes destinos como Emiratos Árabes Unidos, Canadá, Suiza, China, Alemania, España, Francia, Reino Unido, Guatemala, Hong Kong, Honduras, Irlanda, Italia, Japón, Corea del Sur, Kuwait, Malasia, Panamá, Portugal, Arabia Saudita, Singapur, El Salvador y Países Bajos.”<sup>59</sup>

Ahora bien, si tomamos en cuenta que nos están comenzando a poner algunas trabas para que nuestros productos se exporten del otro lado de la frontera con USA es momento de comenzar a emprender en nuestro país, pero toda persona antes de que apueste por abrir una PyME en ocasiones llega a dudar por lo tedioso y laborioso que significan los trámites burocráticos ante la Secretaría de Hacienda, afortunadamente ante la situación tensa que se vive con el país del norte y en pro de tener a más emprendedores que generen y produzcan en nuestro país el SAT les ayuda con una herramienta más sencilla para que lleven la contabilidad de sus PyMES.

La Secretaría de Hacienda lanzó una herramienta para que las pequeñas y medianas empresas tengan una app (aplicación digital) más fácil de usar y así,

---

<sup>59</sup> El Economista. *Abre paso EU al aguacate mexicano para el Súper Bowl*. 2 de Febrero 2017. Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2017/02/02/abre-paso-eu-aguacate-mexicano-super-bowl> Consulta: 5 de febrero de 2017, 6:23 pm).

con la ayuda de la tecnología sea más rápido el hecho de realizar los pagos de impuestos como lo dice la siguiente nota:

“Más de un millón de contribuyentes simplificarán el cumplimiento de sus obligaciones fiscales con la nueva herramienta informática “Mi Contabilidad” del Servicio de Administración Tributaria (SAT), pues les ahorrará tiempo y costos, destacó el secretario de Hacienda y Crédito Público, José Antonio Meade.”<sup>60</sup>

Durante la presentación de esta herramienta, apuntó que la aplicación ayudará a pequeñas y medianas empresas y contribuyentes con ingresos menores a cinco millones de pesos al año, no sólo a llenar su declaración, sino también a hacer su contabilidad, lo que simplifica las obligaciones fiscales.

Con una sola aplicación y cargando sus ingresos y sus gastos, podrán cumplir con sus obligaciones, construir su contabilidad y generar sus reportes, con la ventaja de que la obligación de pago se generará cuando se recibe el dinero y la deducción se hará cuando se pague el gasto.

Después de que el presidente Donald Trump le diera un significado nacionalista a las palabras en inglés “américa first” o América es primero, creció entre todos nosotros como mexicanos el hecho de comprar artículos hechos en México con manufactura mexicana aunque algunas partes fueran importadas pero hechas por manos mexicanas, se trata de adquirir productos que tengan el logo hecho en México que es característico y esta implementación data del sexenio del ex presidente Felipe Calderón, que ahora se ha vuelto a tomar muy en serio por los

---

<sup>60</sup> Aristegui Noticias. *Hacienda lanza ‘Mi Contabilidad’ para simplificar trámites fiscales*. 1 de Febrero 2017. Dirección URL: <http://aristeguinoticias.com/0102/mexico/hacienda-lanza-mi-contabilidad-para-simplificar-tramites-fiscales/> (Consulta: 9 de febrero de 2017, 6:50 pm).

empresarios dueños de PyMES que quieren volver a resaltarlo en sus productos y es una buena información para todo aquel que quiera saber cómo obtenerlo como aquí nos los muestra:

”El logotipo “Hecho en México” es un distintivo establecido por el Gobierno de la Republica, a través de la Secretaria de Economía, para identificar los productos en el país, frente a productos del extranjero.

Con el uso del logotipo “Hecho en México” se busca fortalecer el mercado interno, favorecer la competitividad de los productos nacionales y fomentar su consumo, según la secretaria de Economía.

“Hecho en México” se puede usar en productos elaborados en México a partir de partes o insumos mexicanos, y/o producidos en México, y comercializados en su estado natural.”<sup>61</sup>

El presidente Enrique Peña Nieto enlistó una serie de puntos en la presentación de la campaña con logo “Hecho en México, logo con el cual se quiere volver a lanzar el logo y se recalca la importancia que tienen los productos, principalmente el valor que nos dan hacia el exterior, para ello se llevó a cabo una presentación en la cual se dio a conocer un spot de televisión como lo escribe la revista Merca 2.0:

---

<sup>61</sup> El Universal. *Entérate que es el logotipo “Hecho en México”*. 1 de Febrero 2017. Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/economia/2017/02/1/enterate-que-es-el-logotipo-hecho-en-mexico> (Consulta: 10 de febrero de 2017, 7:18 pm).

Datos de Brand Finance proyectaron que México contaba con un valor de marca nación de 915 mil millones de dólares en 2016 y a partir de esta cifra partimos para dar contexto al lanzamiento de una campaña, que busca generar reconocimiento de la producción que se hace en México.

El discurso publicitario del *spot* dice que los mexicanos sabemos el valor que tenemos, porque el respeto por México empieza por nosotros mismos, los hechos en México. Los que creemos, los emprendedores, ingenieros, diseñadores, trabajadores, artesanos, los que llegan a todo el mundo.

El presidente Enrique Peña Nieto enlistó tres puntos clave que surgen en el marco de la campaña “Hecho en México”.

- La competencia del país con otras naciones dentro de mercados exigentes internacionales.
- La calidad de los productos mexicanos, como promesa de garantía en la experiencia de su consumo.
- La reputación del concepto Hecho en México que significa calidad y confianza de los consumidores.<sup>62</sup>

Ante un significativo método de presión por parte del Gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica hacia México, específicamente en materia de comercio

---

<sup>62</sup> Merca 2.0. *Hacen campaña con logo de Hecho en México y así luce*. 1 de Febrero 2017. Dirección URL: <http://www.merca20.com/campana-logo-hecho-en-mexico-asi-luce/> (Consulta: 11 de febrero de 2017, 3:20 pm).

en el cual se colabora en conjunto se ha determinado hablar del tema Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en los próximos noventa días o lo que es más específico para el mes de Mayo del 2017 en donde aún no se sabe si será o no renegociado y cuáles serán los puntos de mayor y menor importancia.

Mientras tanto no hay que perder de vista que las Instituciones Mexicanas se han estado reuniendo para tratar de poner los puntos sobre la mesa acerca de pros y contras que derivan de este TLCAN y específicamente de cómo actuar sobre la eventualidad más importante que afecta a los pequeños y medianos productores mexicanos que es el aumento al arancel impuesto significativo que quiere imponer Trump del 30% y las consecuencias que conllevaría aceptar estas condiciones para la producción mexicana.

Es muy importante que el Gobierno Mexicano no acepte estas condiciones ya que derivado de este impuesto el futuro de las PyMES mexicanas con miras a crecer y exportar sus productos hacia la unión americana sería catastrófico y tendrían que generar opciones internas como la campaña “HECHO EN MEXICO” que incentivaría a las pequeñas y medianas empresas a comercializar en nuestro país principalmente y con ayuda del Tratado de Libre Comercio tratar de generar una visión hacia nuevas rutas futuras de exportación donde se pueda vislumbrar un mejor comercio hacia otros países que ya no sean únicamente USA para poder mantener nuestras PyMES con vida productiva.

El Gobierno Mexicano inició un proceso general de consultas con el sector privado y otros actores relevantes como se lee en el periódico “El Economista” que dice:

Peña Nieto conversó con los presidentes de la Concamin y del CCE durante un evento para relanzar el sello “Hecho en México”. Los miembros de la IP tendrían

una participación activa en la definición de la postura mexicana en la renegociación del TLCAN.

EL plazo de los 90 días implica que el gobierno del presidente estadounidense Donald Trump, buscara obtener en breve la Autoridad de Promoción Comercial (TPA, por sus sigla en inglés) para agilizar lo más pronto posible la renegociación del TLCAN, con lo que las pláticas formales darían comienzo en el mes de mayo.

La TPA, también conocida como fast track (vía rápida) es otorgada por el Congreso de Estados Unidos al Ejecutivo de ese país para llevar a cabo negociaciones comerciales y presentar los acuerdos firmados al Legislativo, para que este los ratifique o desapruébe sin modificar su contenido.

El 23 de Enero México definió los 10 objetivos que buscará en la negociación con USA, uno de ellos fue “preservar el libre comercio entre Canadá, Estados Unidos y México. Los intercambios comerciales entre los tres países deben estar exentos de cualquier arancel o cuota, como ha ocurrido desde el 2008 “<sup>63</sup>

## **2.4 TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMÉRICA DEL NORTE (TLCAN).**

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte es un acuerdo comercial firmado el 17 de diciembre de 1992 por los países de Estados Unidos, Canadá y

---

<sup>63</sup> El Economista. *Gobierno de EPN llama a IP a consultas*. 2 de Febrero de 2017. Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2017/02/02/gobierno-epn-llama-ip-consultas> (Consulta: 12 de febrero de 2017, 10:45 am).

México, entrando en vigor el día 1 de enero de 1994; creado para formar una zona de libre comercio y estableciendo la base para un crecimiento económico fuerte para los países miembros.

Es importante mencionar que dentro del esquema de este Acuerdo, fueron desarrollados dos acuerdos paralelos en materia laboral y de medio ambiente. Alguno de los objetivos de este Acuerdo comercial son la eliminación de barreras comerciales y el libre tránsito de bienes y servicios en América del Norte, así como también se esperaba que México obtuviera un crecimiento económico acelerado y sostenido, y con ello se redujera la migración hacia Estados Unidos.<sup>64</sup>

El TLCAN funciona mediante el establecimiento de reglas claras para la actividad comercial entre Canadá, Estados Unidos y México, las cuales son vigiladas en su cumplimiento por una serie de instituciones que garantizan la adecuada interpretación e implementación de las disposiciones establecidas en el acuerdo.

Las ventajas de este acuerdo se ven reflejadas en el incremento de los niveles económicos de cada país, la creación de puestos de trabajo y la variedad de bienes de consumo a mejores precios que se tienen a la mano.<sup>65</sup>

Al principio, para muchos especialistas económicos era importante que México sostuviera relaciones comerciales con los países del norte, ya que esto incrementaría su crecimiento, aumentaría sus exportaciones y agilizaría el libre mercado, por medio del establecimiento gradual de la eliminación de aranceles y las reducciones de las barreras no arancelarias a las mercancías.

---

<sup>64</sup> Puyana, Alicia. *Diez años con el TLCAN: Las experiencias del sector agropecuario mexicano*. Colmex, México, 2005, p. 37.

<sup>65</sup> TLCAN. Dirección URL: [http://www.tlcanhoy.org/faq\\_es.asp#faq-1](http://www.tlcanhoy.org/faq_es.asp#faq-1) (Consulta: 12 de febrero de 2017 11:12 am).

Sin embargo, a pesar de que en el 2011 se registró el mayor incremento de importaciones y exportaciones, siendo estas últimas las más elevadas, no ha sido del todo benéfico para nuestro país, ya que las exportaciones hechas por empresas son de origen extranjero y no de empresas de origen mexicano, lo cual implica que las ganancias obtenidas de dichas ventas salgan del país hacia el lugar de origen de las empresas extranjeras, y no solo eso, sino que también los productos hechos en el país no pueden competir con los productos extranjeros, y estos son relegados a un segundo plano competitivo tanto en el mercado interno como en el mercado extranjero.

Otro punto poco favorable en este caso, es que las grandes empresas transnacionales y mexicanas han salido más beneficiadas con el TLCAN al tener mayor capacidad de exportación que las pequeñas y medianas empresas, por lo tanto se ha generado un sentimiento entre los pequeños empresarios, y gran parte de la sociedad, en el supuesto de que esos indicadores macroeconómicos si bien son muy favorables para México no se reflejan en la microeconomía, ni en el empleo ni en el ingreso de las familias.

Asimismo las empresas no beneficiadas por el TLCAN son obligadas a someterse a las leyes de flexibilización unilateral y control de los trabajadores, restringiendo la negociación salarial dentro de presiones productivitas y económicas.

Evidentemente el TLCAN solo beneficia a pocas empresas exportadoras, aun cuando afecta a todo el conjunto de industrias productivas no exportadoras y a sus trabajadores, teniendo como sus principales desventajas una fuerte aversión al riesgo, un control excesivamente centralizado, inadecuada planeación y habilidades directivas deficientes.



Además, sumémosle las facilidades que el gobierno mexicano ha dado a la inversión extranjera, tales como: exención de impuestos, infraestructura adecuada, mano de obra barata y altamente calificada, control sindical y condiciones para burlar las regulaciones en torno a la salud, la seguridad, la higiene y el control ambiental, han convertido a México en un paraíso para las grandes transnacionales y el capital extranjero, desfavoreciendo totalmente a las empresas mexicanas.

Sin duda en la actualidad, las PyMES son el motor del crecimiento de cualquier país en el siglo XXI, por tanto es de vital importancia convertirlas en empresas más competitivas ya que éstas constituyen uno de los ejes centrales de mayor apoyo para el crecimiento del país por parte del Gobierno Federal.

Por ello es importante que por lo menos a futuro se siga apoyando e incentivando de manera más amplia el acceso de las pequeñas y medianas empresas al mercado interno y externo; además de que para futuras firmas de acuerdos entre países se prevean beneficios para éstas como las ventajas comerciales frente a otros países, la mejora de condiciones y estabilidad, la disminución del costo de los insumos y el aumento en volumen de ventas. Puntos que se explicarán brevemente a continuación:

- Ventajas comerciales frente a otros países: Permitir a las PyMES estar mejor posicionadas en el mercado internacional, dadas las ventajas competitivas en materia de costos de producción y en flexibilidad para adaptarse con mayor rapidez a los cambios de la economía respecto de las compañías de mayor tamaño.

- Mejora de condiciones y estabilidad: Que permitan una mejor planificación presupuestaria y financiera a la PyME para que genere una base sólida para el crecimiento a largo plazo.
- Disminución del costo de insumos: Menores costos de producción, menores precios y mayor competitividad.
- Aumento en volumen de ventas: al tener condiciones preferenciales para el comercio en los mercados externos, se mejora la competitividad de los bienes y servicios de las PyMES exportadoras. Esto generalmente significa un aumento en las ventas internacionales generando mayores ganancias y estabilidad para la empresa.<sup>66</sup>

## **2.5 CÓMO CREAR UNA EMPRESA EN MÉXICO.**

### **1 Solicitud ante la Secretaría de Relaciones Exteriores.**

El primer paso para crear una empresa es presentar una solicitud ante la Secretaría de Relaciones Exteriores donde se sugieran cinco posibles denominaciones sociales (en orden de preferencia para la empresa). Esto se lleva a cabo para asegurarse de que no existe alguna empresa ya constituida en el país o en el extranjero con la misma denominación social.

### **2 Creación y protocolización del Acta Constitutiva.**

Una vez que la SRE dé el visto bueno o entregue las propuestas de denominación social, se debe crear el Acta Constitutiva. Este documento es el que da vida y en el que se estipulan todos los aspectos generales y básicos de la empresa: denominación social, objetivo, tipo de empresa, administración y control de la misma, duración, etc. Una vez

---

<sup>66</sup> Dirección URL: <https://connectamericas.com/es/content/los-tlc-ofrecen-ventajas-de-oro-para-las-pymes> (Consulta: 12 de febrero de 2017, 11:20 am).

creada la empresa se debe protocolizar dicha Acta Constitutiva ante Notario Público o Corredor.

### **3 Inscripción ante el Servicio de Administración Tributaria.**

Cuando el Acta Constitutiva esté completamente creada y legalizada, el siguiente paso es la inscripción ante el Servicio de Administración Tributaria. De este registro se obtiene la Cédula Fiscal que contiene el número de Registro Federal de Contribuyentes (RFC).

### **4 Registro en el Registro Público de la Propiedad y el Comercio.**

El siguiente paso consiste en presentarse ante el Registro Público de la Propiedad y el Comercio donde se inscribirá la empresa y los bienes inmuebles que la conforman, así como sus fines, objetivos y metas comerciales. Para este proceso se requiere la presentación del Acta Constitutiva, el RFC y el poder notarial que permite al apoderado legal realizar los trámites de la empresa.

### **5 Inscripción ante el Instituto Mexicano del Seguro Social.**

Hecho lo anterior, el siguiente paso es el alta ante el Instituto Mexicano del Seguro Social. Incluso si se trata de una empresa en la cual sólo exista como único trabajador el empresario, ya que será necesario para que realice sus aportaciones personales a sus cuentas de Seguridad Social. Además en caso de no haberlo hecho a tiempo, se puede ser acreedor de una multa por parte del IMSS.

### **6 Inscripción ante los demás organismos requeridos.**

Dependiendo del giro que tenga la empresa, se puede requerir la inscripción a distintos organismos siendo los más comunes: Secretaría de Salud, Secretaría de Ecología y

Medio Ambiente, Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual, etc. En este punto también entran los permisos municipales o estatales que sean requeridos en la zona geográfica en que busca establecerse.

Todos estos pasos deben llevarse a cabo en el orden marcado ya que de otra manera no se pueden realizar los trámites adecuados. Así mismo es importante tomar en cuenta a todos aquellos organismos que no se mencionaron pero que son importantes para el giro de la empresa, de otra manera se puede ser acreedor de multas o clausuras que a la larga resulten más tardados.<sup>67</sup>

## 2.6 LOGOTIPO “HECHO EN MEXICO”.

Con base en una nota informativa publicada por el periódico El Universal llamada “Entérate que es el logotipo Hecho en México” del 1 de Febrero de 2017 recabamos las siguientes respuestas para que el consumidor no tenga ninguna duda acerca de ¿Qué es y cómo es que se estableció el logotipo Hecho en México?



<sup>67</sup> Dirección URL: <http://www.pymerang.com/emprender/pasos-para-iniciar-un-negocio/licencias-y-registros/541-como-crear-una-empresa-en-mexico> (Consulta: 12 de febrero de 2017, 11:25 am).

### **¿Qué es el logotipo “HECHO EN MEXICO”?**

Se trata de una de las 25 medidas contenidas en el Acuerdo Nacional en Defensa de la Economía y el Empleo para Vivir Mejor, anunciado por el entonces Presidente Felipe Calderón y es un distintivo establecido por el Gobierno Federal, a través de la Secretaría de Economía (SE), para identificar los productos hechos en nuestro país.

### **¿Para qué sirve el logotipo “Hecho en México”?**

Para distinguir los productos fabricados en nuestro país, frente a los productos provenientes del extranjero. Con el uso y promoción del logotipo “Hecho en México” se busca fortalecer el mercado interno, favorecer la competitividad de los productos nacionales y fomentar su consumo.

### **¿En qué tipo de productos podrá usarse el logotipo “Hecho en México”?**

En los productos elaborados en México a partir de partes o insumos mexicanos y/o producidos en México y comercializados en su estado natural.

### **¿Cómo obtengo el logotipo “Hecho en México”?**

Se obtiene mediante una autorización de uso del logotipo “Hecho en México” que emite la Secretaría de Economía del Gobierno Federal sobre determinados productos.

### **¿Quién puede solicitar autorización para usar el logotipo “Hecho en México”?**

Las personas físicas con actividad empresarial y las personas morales (empresas).

### **¿Cuál es el costo de la autorización del uso del logotipo?**

Ninguno. Es gratuita.

**¿Cuáles son los requisitos que deben cubrirse para poder usar el logotipo “Hecho en México”?**

Personas físicas: Llenar y presentar un formato de solicitud de autorización (letra de molde legible o a máquina) acompañado de una copia simple del Registro Federal de Contribuyentes y, en su caso, del instrumento que acredite las facultades de su representante legal.

Personas morales: Llenar y presentar un formato de autorización (letra molde legible o a máquina), acompañado de una copia simple del Registro Federal de Contribuyentes, del acta constitutiva y, en su caso, del instrumento que acredite las facultades de su representante legal.

**¿Dónde puedo obtener el formato de solicitud para usar el logotipo “Hecho en México”?**

El formato puede obtenerse y descargarse de la siguiente página del Gobierno federal: <http://www.economia.gob.mx> , también podrá obtenerse gratuitamente en las oficinas de las delegaciones y subdelegaciones de la SE, así como en la ventanilla de atención al público de la Dirección General de Normas.

**¿Cómo y dónde puedo presentar la solicitud de autorización para usar el logotipo “Hecho en México”?**

Los interesados pueden usar el formato de solicitud y los documentos anexos en las ventanillas de atención al público de las delegaciones y subdelegaciones de la SE, así como en la Dirección General de Normas. Los interesados obtendrán un acuse de recibo después de haber ingresado la solicitud correspondiente.

En caso de que los interesados tengan cuenta de correo electrónico, podrán indicarla y autorizar a la SE para que por este medio se les notifique la resolución de autorización. En caso contrario, la SE deberá notificar por oficio mediante mensajería o cualquier otro medio de notificación autorizado por la ley.

### **¿En cuánto tiempo obtendré la autorización de uso del logotipo “Hecho en México”?**

En cinco días hábiles contados a partir del día siguiente al de presentación de la solicitud de autorización y los documentos anexos, siempre que se hayan presentado sin omisiones y errores. De no emitirse la autorización en el plazo señalado se entenderá otorgada automáticamente.

Si el formato de solicitud o los documentos anexos se presentan con omisiones o errores, la SE a través de sus delegaciones, subdelegaciones o la Dirección General de Normas, requerirá al interesado para que complete o corrija su solicitud. Este requerimiento deberá formularse dentro de los tres días hábiles siguientes a la fecha en que se presentó la solicitud.

La SE podrá comunicar el estatus de la solicitud, a través del correo electrónico del interesado, cuando así lo haya autorizado, o en caso contrario mediante un oficio.

### **¿Cómo me entero de que me fue otorgada la autorización de uso del logotipo “Hecho en México”?**

La SE a través de sus delegaciones, subdelegaciones o Dirección General de Normas, notificara al interesado la autorización mediante oficio o a través de correo electrónico, previo consentimiento de este. En la autorización se indicara un número de folio el cual servirá para obtener el Manual de Identidad Grafica del logotipo “Hecho en México”, si ya me fue notificada la autorización de uso.

### **¿Cómo obtengo el logotipo “Hecho en México” para usarlo en mis productos?**

La SE permitirá a quienes hayan autorizado usar el logotipo “Hecho en México”, descárgalo gratuitamente a través de la página de internet [www.economia.gob.mx](http://www.economia.gob.mx) Para ello, el interesado deberá ingresar su Registro Federal de Contribuyentes y el folio de la autorización correspondiente.

**Si ya cuento con autorización para usar los logotipos “Hecho en México” en versión anterior (2004) ¿Cómo puedo obtener el nuevo logotipo “Hecho en México”?**

El interesado presentara el formato de solicitud de autorización de uso del logotipo, indicando en el apartado de descripción de productos el número de folio que fue asignado en la versión anterior. No será necesario que presente de nuevo la documentación correspondiente.

**¿Qué debo hacer para usar el logotipo “Hecho en México” en productos distintos a los originales autorizados?**

Se debe presentar una nueva solicitud de autorización, indicando los productos que usarían el logotipo.

**¿Qué vigencia tiene la autorización de uso del logotipo “Hecho en México”?**

Es indeterminada.

En caso de que se haga un mal uso o un uso no autorizado por la SE, se revocara la autorización otorgada y se aplicaran las sanciones que correspondan por las infracciones y delitos que se cometan en términos de la Ley de la Propiedad Industrial.

**Si cuento con autorización para usar los antiguos logotipos “Hecho en México”, ¿Puedo seguir usándolos?**

Si no hay ninguna prohibición para seguir usando los antiguos logotipos “Hecho en México”; sin embargo, es recomendable actualizar la autorización para usar el nuevo logotipo. El Gobierno Federal lleva a cabo una agresiva estrategia de promoción para dar un impulso renovado a los productos orgullosamente mexicanos.

**¿En dónde puedo obtener mayor información sobre el logotipo “Hecho en México”?**



En el teléfono (55) 5729-9100, extensión 43243 con Alin Escoto Torres, Jefa del Departamento de Capacitación de la Dirección General de Normas o en el correo electrónico: [alin.escoto@economia.gob.mx](mailto:alin.escoto@economia.gob.mx) <sup>68</sup>

## 2.7 TIPOS DE FINANCIAMIENTOS

Después de que el emprendedor dio de alta su empresa y echo un vistazo a los puntos para obtener el logo Hecho en México conocerá formas de financiamiento como lo son:

### CROWDFUNDING

La palabra crowdfunding, derivada de “**crowd**” multitud y “**funding**” financiamiento, hace referencia a la iniciativa del modelo de financiamiento colectivo, donde distintas personas de cualquier parte del mundo contribuyen con pequeñas o grandes aportaciones financieras a un proyecto.

“En México la Asociación de Plataformas de Fondeo Colectivo (Afico), tiene como objetivo autorregular este modelo, estableciendo un código de prácticas. En 2012 aparecieron las primeras plataformas de crowdfunding en México: Fondeadora y Prestadero. Desde entonces han surgido cada vez más sitios y empieza a conformarse una industria que está cambiando el escenario financiero de este país.” <sup>69</sup>

---

<sup>68</sup> El Universal. *Entérate que es el logotipo “Hecho en México”*. 1 de Febrero 2017. Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/economia/2017/02/1/enterate-que-es-el-logotipo-hecho-en-mexico> (Consulta: 12 de febrero de 2017, 11:30 am).

<sup>69</sup> Crowdfunding México. *Conoce sobre Crowdfunding*. Dirección URL: <http://www.crowdfundingmexico.mx/que-es-el-crowdfunding.html> (Consulta 15 de Agosto de 2017, 3:05 am)

## LEASING

El arrendamiento o leasing es un instrumento que entre sus virtudes facilita una renta 100% deducible de impuestos, ya que está considerada como un gasto, por lo que permite acceder a bienes muebles especializados, por ejemplo: maquinaria industrial, de construcción, *software*, *hardware*, mobiliario, equipo de oficina, equipo de transporte, entre otros, sin la necesidad de comprometer grandes capitales y sin apalancar los estados financieros a la empresa.

“SERFIMEX Capital fue creada con el fin de apoyar a las Pymes mexicanas con financiamientos adecuados y con instrumentos como el crédito o el arrendamiento adaptados a sus necesidades.”<sup>70</sup>

El arrendamiento puede ser solicitado en *SERFIMEX Capital* por personas morales o físicas con actividad empresarial, con líneas de crédito desde \$500,000 pesos, en plazos desde 12 hasta 60 meses, obteniendo la virtud de una renta fija durante todo el plazo.

## SUBSIDIOS

“El Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FONDO PYME) es un instrumento que busca apoyar a las empresas en particular a las de menor tamaño y a los emprendedores con el propósito de promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas.”<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup> Retos por México periodismo con visión. Ubican al arrendamiento o leasing como pieza clave del impulso a las Pymes mexicanas. Dirección URL: <http://retospormexico.org/ubican-al-arrendamiento-o-leasing-como-pieza-clave-del-impulso-las-pymes-mexicanas/> (Consulta 14 de Agosto de 2017, 2:15 pm)

<sup>71</sup> Fondo Pyme. Fondo de Apoyo para la Micro pequeña y Mediana empresa. Dirección URL: <http://www.fondopyme.gob.mx/> (Consulta 14 de Agosto de 2017, 3:25 pm)

## **2.8 LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD EN LAS PYMES.**

La comunicación en las PyMES es de suma importancia para éstas, ya que se encarga de construir la imagen que el emprendedor quiere que refleje su servicio o producto.

Aún más importante que lo anterior, es saber cómo transmitir esa credibilidad, para esto el proceso de comunicación, debe dividirse en interno y externo; el primero comprende la organización de nuestra empresa en donde los flujos de información deben de darse correctamente a los trabajadores para que la empresa funcione adecuadamente; en segundo, tenemos la comunicación externa la cual es necesaria para el crecimiento de la empresa, ya que al estar dirigido al cliente, el servicio o producto ofrecido será adquirido con mayor confianza y en mayor cantidad por el público.

Respecto de la publicidad, podemos establecer que su importancia radica en que ésta es la herramienta utilizada para encontrar clientes potenciales que estén dispuestos a comprar nuestro producto o adquirir nuestro servicio.

Según datos de la Secretaría de Economía actualmente la inversión en publicidad online ha incrementado su promedio en un cinco por ciento anual, siendo éste el mejor medio para publicitar.

A continuación se presentan 3 ventajas que otorga una estrategia publicitaria a las pequeñas y medianas empresas según la revista Merca 2.0:

1. Conocimiento de tus productos y/o servicios.

En este punto, la clave radica en ofrecer un servicio eficaz, de calidad y competitivo que haga destacar tu empresa sobre tus competidores.

## 2. Genera confianza del consumidor.

La confianza del consumidor se gana a pulso, ofreciendo productos de calidad. Y en este sentido, la publicidad ayuda a aumentar considerablemente la frecuencia de exposición, lo cual genera familiaridad de los consumidores con tus productos, misma genera confianza y por ende, la confianza genera ventas.

## 3. Sube las ventas.

Para que las ventas se incrementen debes conocer bien tu mercado, saber qué es lo que necesita y cuál es la mejor forma de ofrecerles tus servicios o productos.

El éxito de una estrategia publicitaria radica en saber comunicar el mensaje a tus consumidores potenciales, pues mientras más conozcas a tus consumidores más posibilidades tendrás de que dicho mensaje llegue a ellos.<sup>72</sup>

---

<sup>72</sup> Merca 2.0. *3 ventajas que le otorga la publicidad a las Pymes*. 28 de Abril 2015. Dirección URL: <https://www.merca20.com/3-ventajas-que-le-otorga-la-publicidad-a-las-pymes/> (Consulta: 1 2 de febrero de 2017, 11:55 pm).

**CAPÍTULO III**  
**MANUAL PARA PYMES**

## **CAPITULO III**

### **MANUAL PARA PYMES**

La Encuesta Nacional sobre Productividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2015 nos arrojó datos muy significativos que con base en ellos iremos dándole una visión a todo aquel emprendedor sobre cómo tiene que comenzar a dar a conocer su producto o servicio a bajo costo utilizando principalmente las redes sociales en México que tienen más impacto hoy en día como son Facebook, Instagram, Twitter, Google Adwords y YouTube.

Vamos a empezar a conocer esta encuesta y somos afortunados de poder obtener los resultados a casi unos meses de haber sido publicados, en el pasado solo se tenía registro de esta misma encuesta pero en su versión del año 2009, que para efectos de cambios de gobierno, acontecimientos internacionales y avances tecnológicos repercutía en su veracidad ya que todo va evolucionando y por ende esta nueva encuesta nos da esa certidumbre para poder llevar a cabo nuestro manual.

Nosotros siempre quisimos que el lector tuviera a la mano una serie de datos actualizados de los sucesos más importantes que conllevan a formar una pequeña y mediana empresa en México y, con ello dotarlos de una aportación que gracias al conocimiento Universitario se convierta en gran ayuda para que los afortunados emprendedores puedan aplicar el conocimiento leído en estas páginas para dar a conocer sus productos, lograr una gran difusión a bajo costo y que estén enterados de todas las circunstancias que conlleva generar una Pyme en México en el año 2017.

Ahora bien es momento de echar un vistazo acerca de la situación de las pequeñas y medianas empresas en México a partir de la Encuesta ENAPROCE 2015.

El objetivo de la Encuesta fue el de generar información nacional de las micro, pequeñas y medianas empresas sobre las habilidades gerenciales y de emprendimiento, así como de los apoyos gubernamentales que reciben para contribuir al fomento de la cultura empresarial en nuestro país.

**Encuesta Nacional Sobre  
Productividad y Competitividad de las  
Micro, Pequeñas y Medianas Empresas  
(ENAPROCE) 2015**

**Aspectos Generales de la ENAPROCE 2015**

Unidad de observación	Empresa
Cobertura	Sectores Manufacturas, Comercio al por mayor, Comercio al por menor y Servicios privados no financieros
Cobertura geográfica	Nacional – Entidad Federativa (pequeñas y medianas empresas, PYMES)  Región – (Microempresas)
Esquema de Captación	Microempresas: Entrevista directa y cuestionario impreso.  Pequeñas y Medianas empresas: entrevista diferida, cuestionario impreso y electrónico en internet.

Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

## Aspectos Generales de la ENAPROCE 2015

Cobertura temática	<p>Diferenciada por estrato Micro o PYMES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Características económicas y de operación.</li> <li>*Personal ocupado y capacitación.</li> <li>*Capacidades gerenciales y emprendimiento.</li> <li>*Ambiente de negocios y regulación.</li> <li>*Fuentes de financiamiento y apoyos gubernamentales.</li> <li>*Cadenas globales de valor.</li> <li>*Tecnologías de la información y la comunicación.</li> </ul>
--------------------	--

Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

## Aspectos Generales de la ENAPROCE 2015

Esquema de muestreo	Probabilístico y estratificado.
Marco de la Encuesta	Directorio de los Resultados Oportunos de los Censos Económicos 2014.
Tamaño de la muestra	26,997 empresas.
Parámetros estadísticos	Considera un nivel de confianza del 95%, una tasa de no respuesta esperada de 15%, así como un error relativo del 10 por ciento.

Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)



### Estratificación según personal ocupado

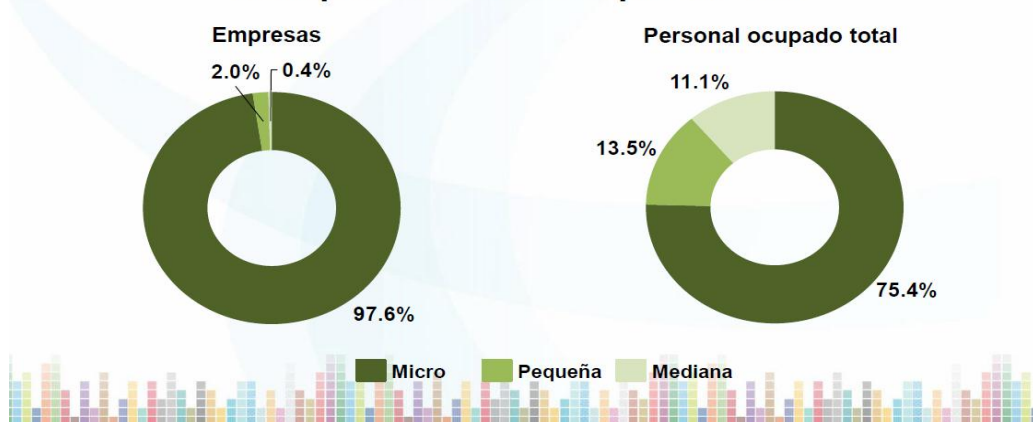
	Manufacturas	Comercio	Servicios
Micro	1 - 10	1 - 10	1 - 10
Pequeña	11 - 50	11 - 30	11 - 50
Mediana	51 - 250	31 - 100	51 - 100

Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

## PERSONAL OCUPADO Y CAPACITACION

Tenemos con el 2.0% que representan las pequeñas empresas y con el 0.4% las medianas y actualmente las micro empresas abarcan el mayor porcentaje con el 97.6%, las PyMES representan un porcentaje mínimo del total de las empresas en México que fueron 26, 997 que se utilizaron para este muestreo.

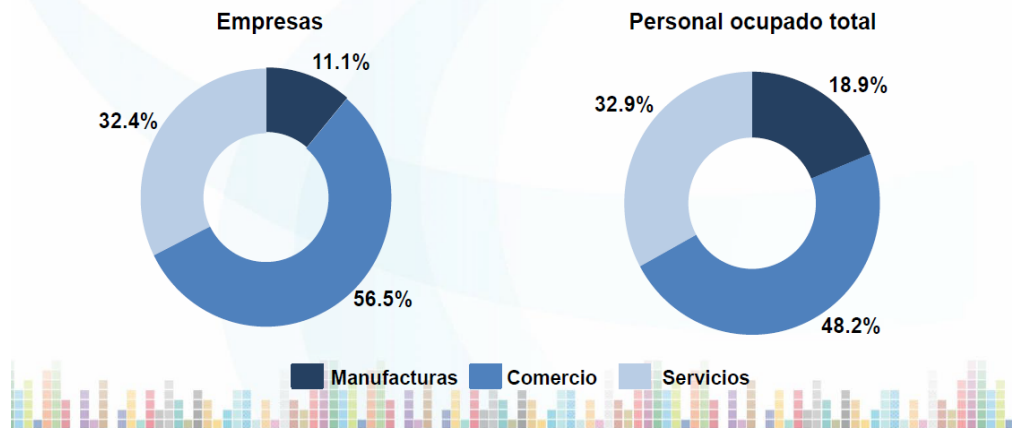
### Distribución del número de empresas y del personal ocupado total por tamaño de empresa, 2014



Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

En cuanto a las empresas que más predominan en México son las del Sector Comercio con el 56.5% y son también las que cuentan con mayor personal ocupado con el 48.2 %, el comercio es la vía que más predomina en el país.

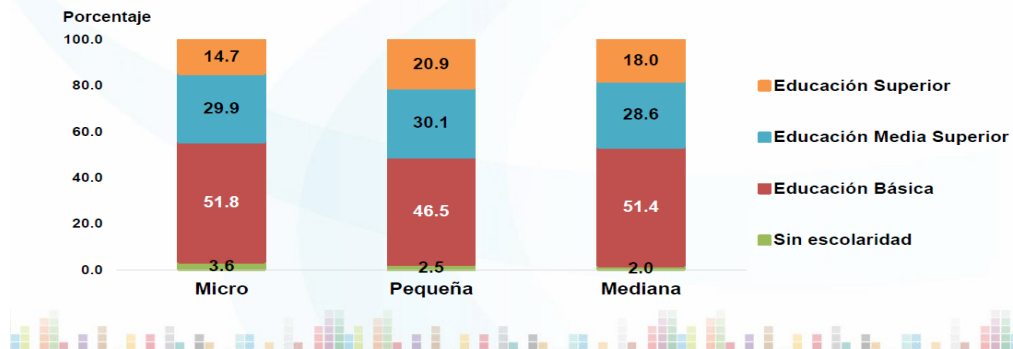
### Distribución del número de empresas y del personal ocupado total por sector de actividad económica, 2014



Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

Tenemos un porcentaje de 20.9% de personal con Educación Superior dentro de las pequeñas empresas y un 18.0 % de personal que labora dentro de las medianas empresas, estos números tienen que ir en aumento para tener unas PyMES con gente con preparación universitaria que aporten a las empresas con más conocimientos, los números contrastan con el porcentaje con educación básica que puede significar la fuerza de trabajo.

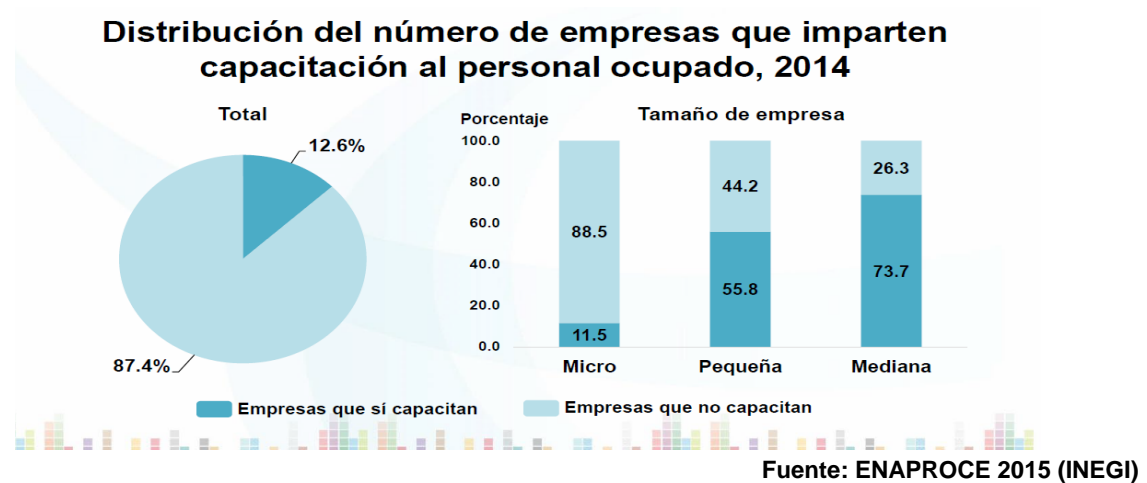
### Distribución del personal ocupado total según nivel de escolaridad por tamaño de empresa, 2014



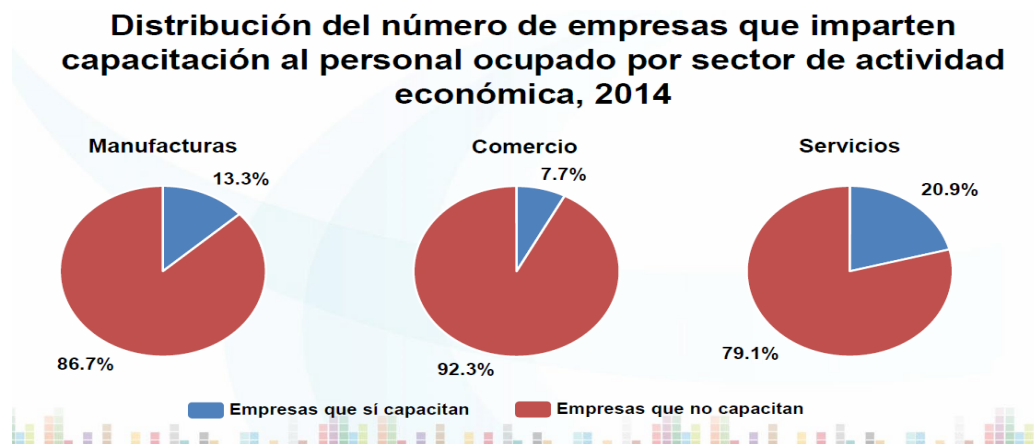
Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

En cuanto al porcentaje de empresas que imparten capacitación a su personal los datos arrojan un 55.8% en las pequeñas empresas que si dan capacitación y un 73.7% en medianas empresas donde también le dan importancia para tener un personal capacitado.

Estos datos nos revelan que las PyMES se encuentran en su mayoría dando capacitación a su personal en las medianas empresas ya que le están dando más importancia a este factor, un dato revelador hasta el día de hoy ya que ahora si sabemos que el personal se está preparando cada vez más.

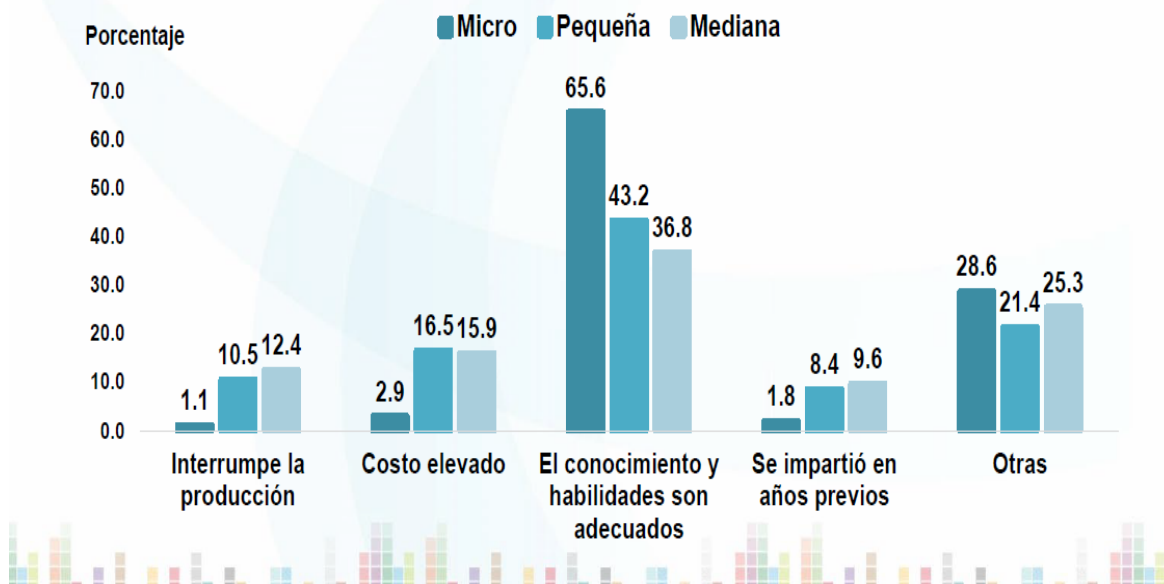


Dentro de las empresas que mantienen a su personal en capacitación personal sabemos que el sector Servicios es el que más importancia le da a la capacitación con el 20.9% seguido del Manufacturero con el 13.3%.



Cuando se les pregunto la causa por la que no impartieron capacitación a las empresas el dato que resalta más fue que 43.2 % de las pequeñas y 36.8% de las medianas empresas dijeron que el conocimiento y habilidades son adecuados para su labor, lo que nos indica que no están llevando a cabo ninguna capacitación más allá de lo básico para sus labores productivas.

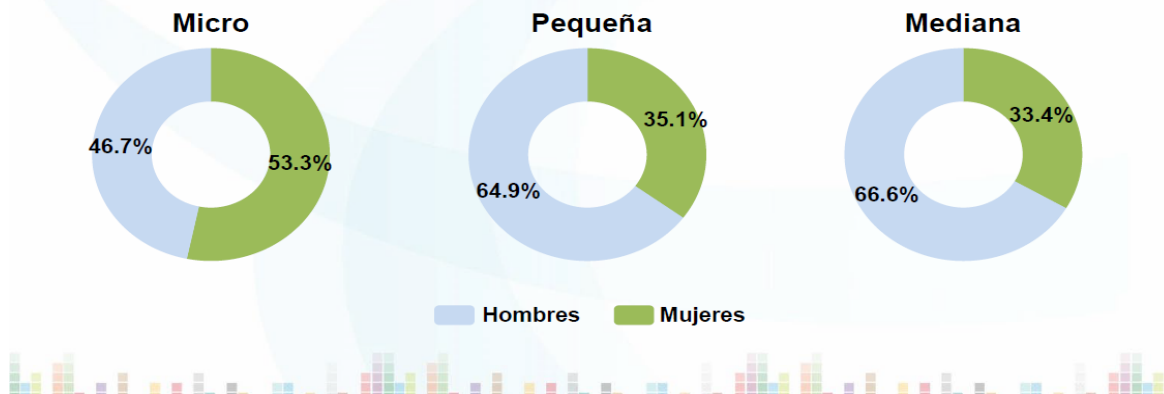
## Distribución del número de empresas según la causa por la que no impartieron capacitación por tamaño de empresa, 2014



Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

Otro dato curioso que arroja la encuesta ENAPROCE 2015 fue que la actividad productiva todavía la siguen llevando los hombres a cabo ya que 64.9% en las pequeñas y 66.6% en las medianas empresas llevan la delantera al momento de recibir capacitación por sexo, los hombres ocupan la mayoría de los puestos de trabajo.

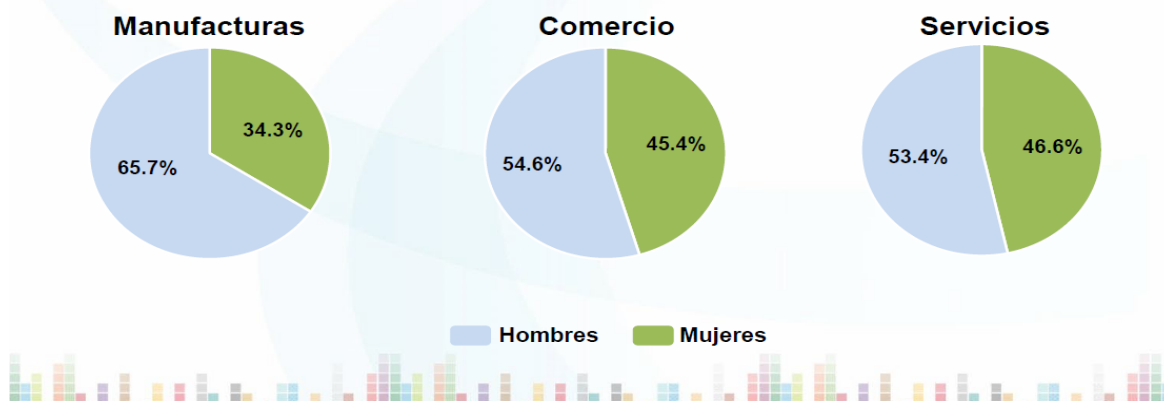
## Distribución del personal ocupado que recibió capacitación por sexo y tamaño de empresa, 2014



Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

Como lo habíamos mencionado el sexo masculino sigue llevando a cabo la tarea productiva en las empresas; en primer lugar tenemos el Sector Manufacturero con 65.7% del personal ocupado que recibió capacitación y en ultimo el de Servicios con 53.4% de los trabajadores, un dato que puede explicarse ya que el hombre es el que trabaja en México, pero las cifras revelan que es por un mínimo, las mujeres están apretando en sector Comercio y Servicios.

## Distribución del personal ocupado que recibió capacitación por sexo y sector de actividad económica, 2014

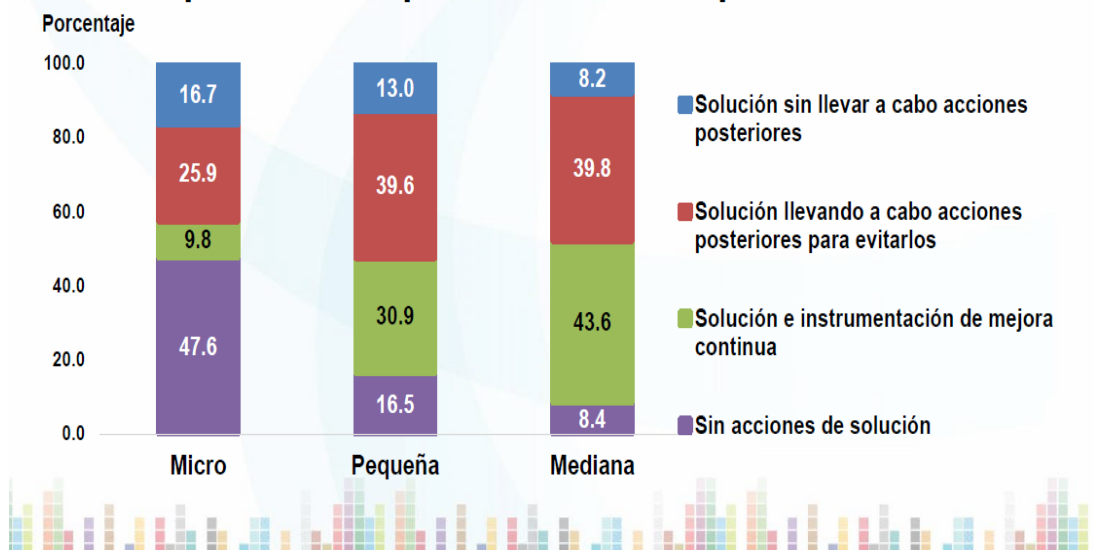


Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

# CAPACIDADES GERENCIALES

Un dato que resalta entre las PyMES mexicanas fue que implementan un plan de acciones que les permite dar una solución llevando a cabo acciones posteriores para evitar problemas presentados y esto lo revelan las cifras ya que 39.6% de las pequeñas y 39.8% de las medianas empresas contemplan una serie de acciones para darle solución a problemas de producción que pudieran presentarse, no pensábamos que estaban bien prevenidos, creemos que es con base en la experiencia a través del tiempo que han logrado esto.

## Distribución del número de empresas según las acciones que instrumentaron ante problemas presentados en el proceso de producción, por tamaño de empresa, 2014



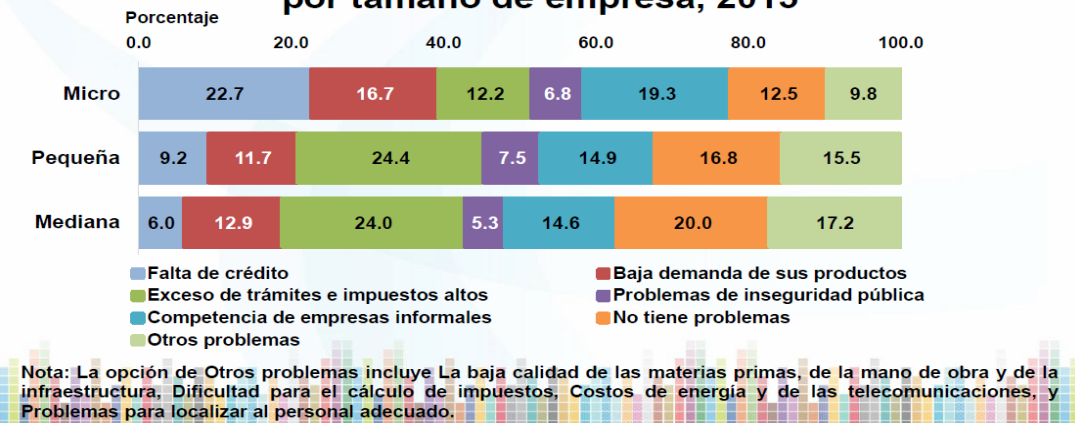
Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

# AMBIENTE DE NEGOCIOS Y REGULACION

Otro dato significativo y uno de los más importantes y esperamos que la Secretaría de Hacienda y Economía hallan dado en el blanco fue el hecho de tramitar la constitución de una empresa de una forma más fácil y en menos tiempo, con pagos de impuestos más rápidos y cobros razonables como lo han expresado.

En esta pregunta el porcentaje que más llama la atención fue el 24.4% de las pequeñas y 24.0% de las medianas empresas que expresaron no crecer debido al exceso de trámites e impuestos altos, esperamos que las acciones que está teniendo Hacienda y Economía ayuden para que crezcan las Pymes en México.

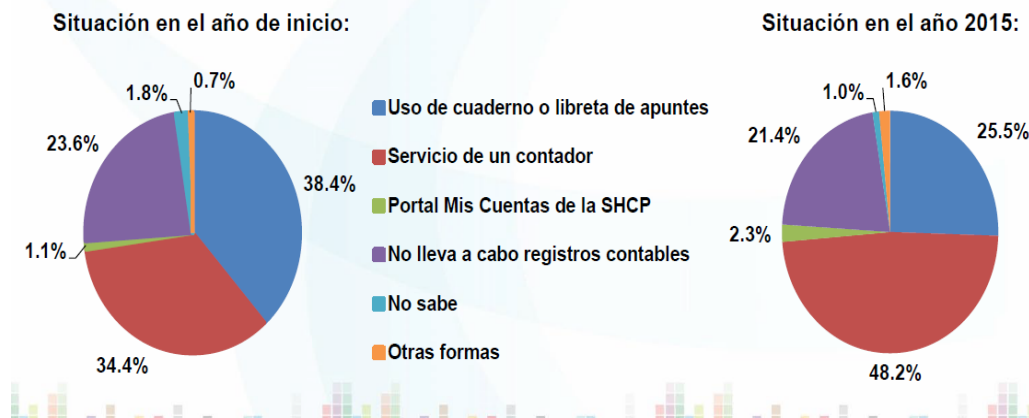
**Distribución del número de empresas según la causa principal por la que consideran que sus negocios no crecen, por tamaño de empresa, 2015**



Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

El emprendedor tiene que estar rodeado de gente capaz, está contratando los servicios de un contador .el portal de la SHCP tiene que ofrecer un mejor servicio.

### Distribución del número de empresas según la forma de registro de su contabilidad cuando iniciaron operaciones y en el año 2015



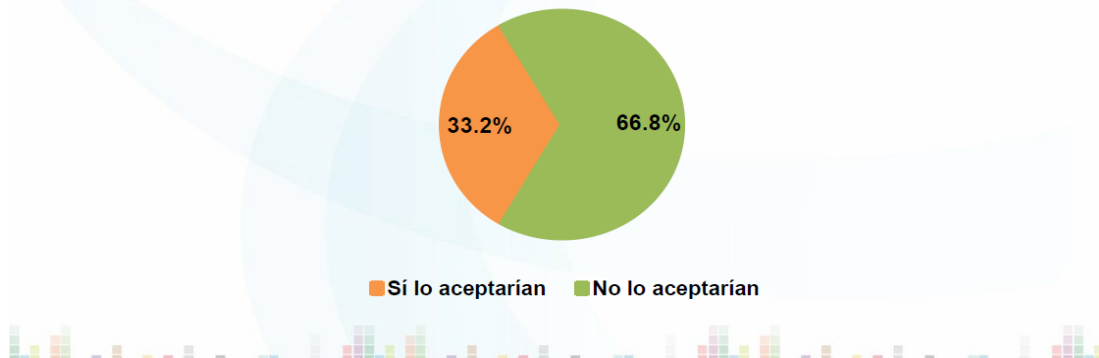
Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

## FINANCIAMIENTO, APOYOS GUBERNAMENTALES Y CADENAS GLOBALES DE VALOR

Creemos que la mayoría de los emprendedores no están obteniendo los créditos bancarios ya que las tasas de interés pueden llegar a ser muy elevadas, hasta el día de hoy en el 2017 el interés que cobran los bancos ha aumentado y esto lo reflejan los datos acerca de la decisión ante el ofrecimiento crediticio de un banco con un 66.8% de empresas que respondieron que no lo aceptarían.



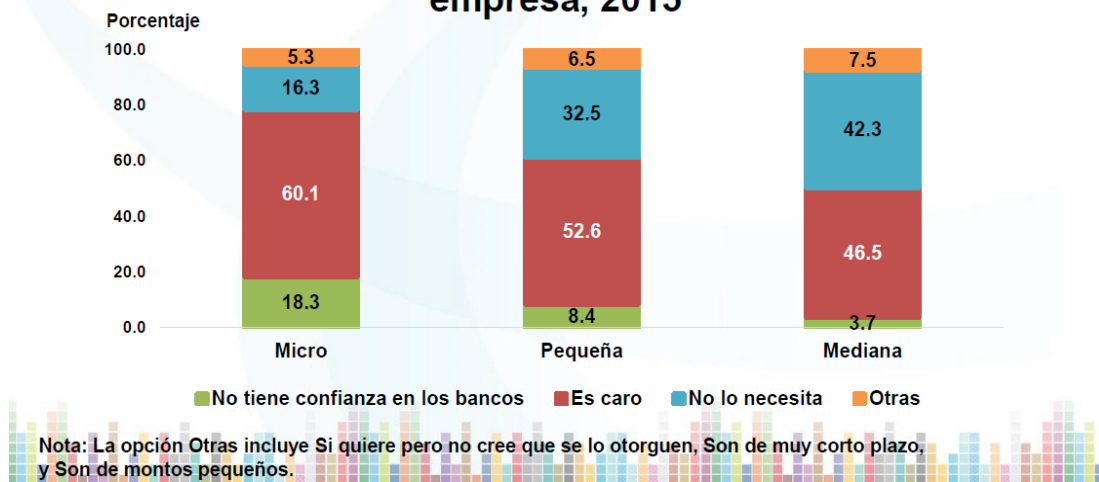
## Distribución del número de empresas según su decisión ante el ofrecimiento de un crédito bancario en términos promedio del 2015



Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

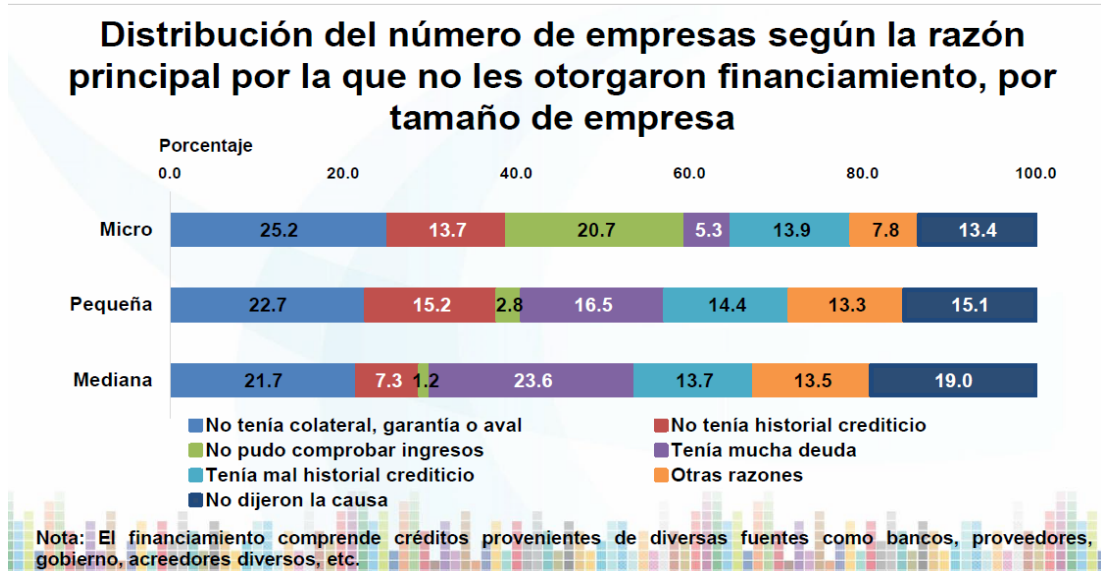
Y dándole razón a nuestra creencia por la cual no aceptarían un crédito bancario las Pymes respondieron 52.6% de las pequeñas y 46.5% de las medianas que resulta caro el pedir un crédito bancario, los interés actuales están muy elevados.

## Distribución del número de empresas según la razón por la cual no aceptarían un crédito bancario, por tamaño de empresa, 2015



Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

El dato que más resalta cuando se les pregunta a las PyMES la razón por la que no les otorgan financiamiento fue que 22.7% de las pequeñas y 21.7% de las medianas no tenía garantía ni aval para dicho financiamiento un gran obstáculo para las Pymes que deciden crecer financieramente.



Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

Nos estamos dando cuenta que la mayoría de las PyMES en México están saliendo a flote sin un financiamiento que los impulse a seguir manteniéndose y cotejamos con las notas que ha dado el gobierno a través de los años al anunciar que cada vez hay más financiamiento para las PyMES, que algo no han estado haciendo bien las instituciones gubernamentales en México.

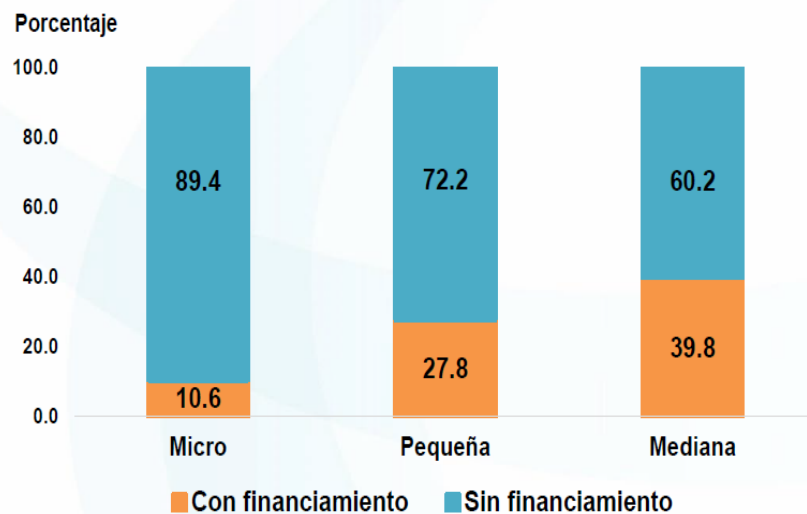
¿Dónde está el dinero del gobierno mexicano destinado para los financiamientos de las Pymes? La pregunta arroja que el 72.2 % de las pequeñas y 60.2% de las medianas empresas se encuentran sin ningún tipo de financiamiento.

Queremos creer que el dinero destinado para el financiamiento de las PyMES emprendedoras desde el 2013 al inicio del sexenio de Enrique Peña Nieto ha sido insuficiente, pero como creer esto cuando ese mismo año el mismo aprobó la cantidad de un billón de pesos como lo dice la nota:

“En el año 2013 a días de que recibió el mandato el Presidente Enrique Peña Nieto instruyo:

....” Peña Nieto instruyó a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) a alcanzar la meta para que la banca de desarrollo preste un billón de pesos (un millón de millones) en este año.”<sup>73</sup>

## Distribución del número de empresas según acceso a financiamiento por tamaño de empresa, 2014

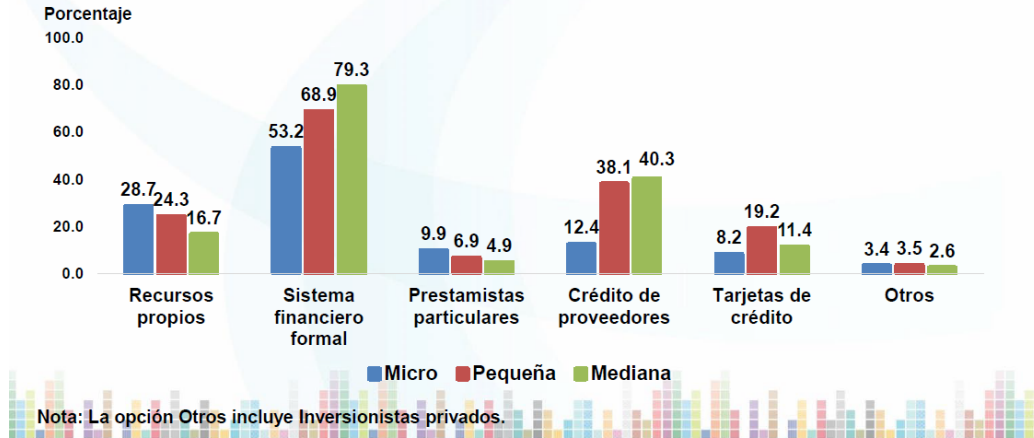


Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

Cuando se les pregunta a las empresas ¿Cuál es su fuente de financiamiento?, los datos que más sobresalen son los del sistema financiero formal que interpretamos como el de los bancos o el gobierno, que no revelan mucho y solo muestran algunas empresas que deciden financiarse por este medio.

<sup>73</sup> Nota 41.

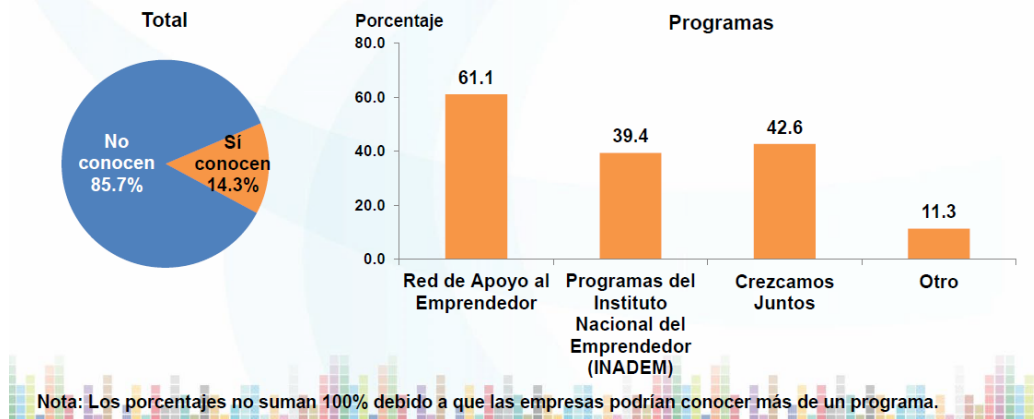
## Distribución del número de empresas según fuente de financiamiento por tamaño de empresa, 2014



Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

La mayoría de los empresarios no conocen ningún programa de promoción del Gobierno Federal y de los que conocen apenas el 61.1% conoce la Red de Apoyo al Emprendedor, seguido del 42.6 que conoce Crezcamos Juntos.

## Distribución del número de empresas según su conocimiento de los programas de promoción y apoyo del Gobierno Federal, 2015

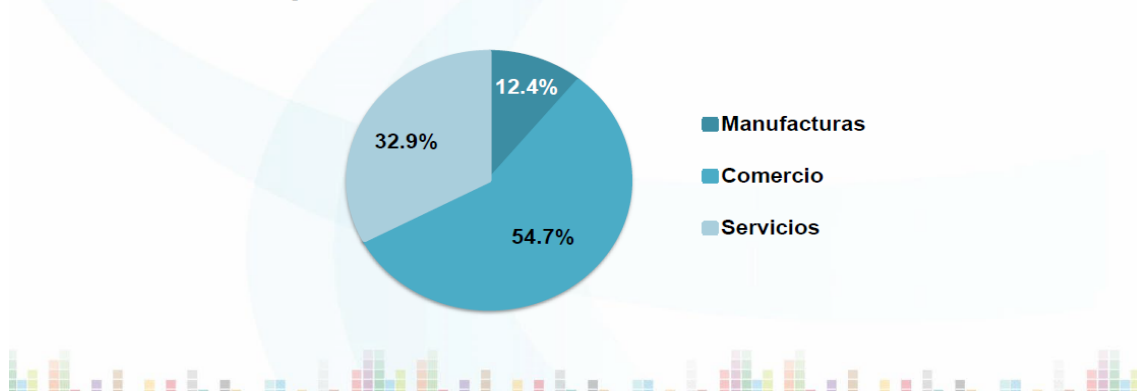


Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

El sector de Comercio aventaja y por mucho cuando las empresas expresan acerca de su conocimiento de programas de promoción y apoyo del Gobierno Federal, estamos viviendo en una sociedad donde el Comercio está sacando la

casta por México y el terreno más fértil en donde los nuevos emprendedores pueden apostar por este sector que lleva la delantera y al cual le brindan más apoyo las instituciones gubernamentales con el 54.7% de las empresas.

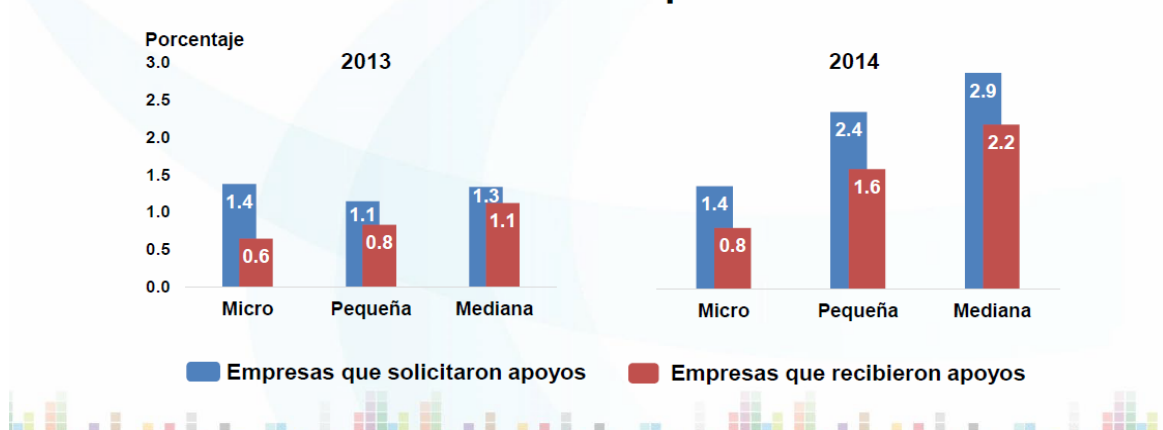
### Distribución del número de empresas según su conocimiento de los programas de promoción y apoyo del Gobierno Federal, por sector de actividad económica, 2015



Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

Las cifras revelan que ha sido un aumento considerable cuando solicitan y reciben apoyo de los programas del Gobierno Federal las empresas del año 2013 al 2014, sin embargo seguimos creyendo que el apoyo sigue siendo precario y mínimo por parte del Gobierno.

### Distribución del número de empresas que solicitaron y recibieron apoyo de los programas del Gobierno Federal por tamaño de empresa

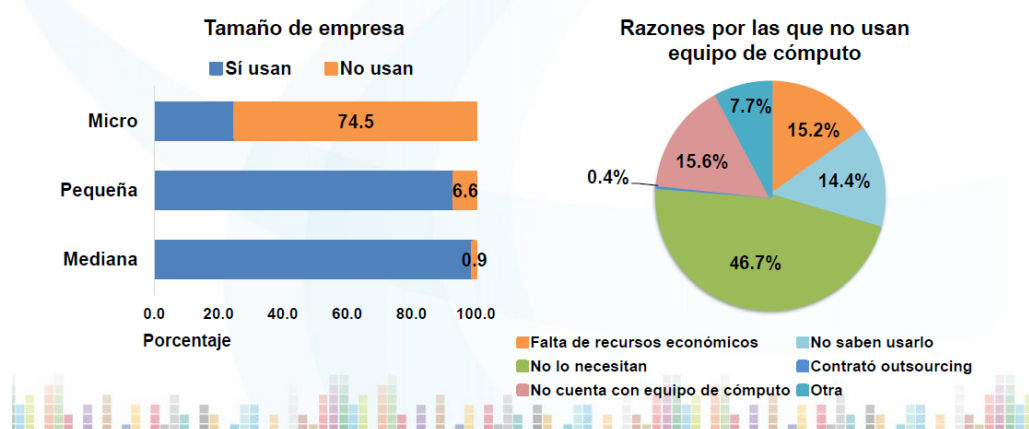


Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

# TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACIÓN

El dato que nos interesa mucho a nosotros por ser el más relevante y el que le dará sentido a nuestro manual es el siguiente; cuando a las PyMES se les preguntó acerca del uso de equipo de cómputo el resultado fue el siguiente: con el 94% de las pequeñas empresas y el 99% de las medianas empresas si utilizan equipo de cómputo, a pesar de su nivel de estudios la mayoría ya utiliza la tecnología en su área laboral y sumándole el uso del internet se vuelve mucho más productivo.

**Distribución del número de empresas según su condición de uso de equipo de cómputo por tamaño de empresa, 2014**



Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

Nuestro manual de comunicación brinda al emprendedor una herramienta básica para dar a conocer su producto o servicio mediante Google, Twitter, Facebook e Instagram y creemos que siguiendo los puntos básicos acerca de la funcionalidad de estas redes con el uso del Internet lograra ser muy efectivo para la larga vida de una PyME.

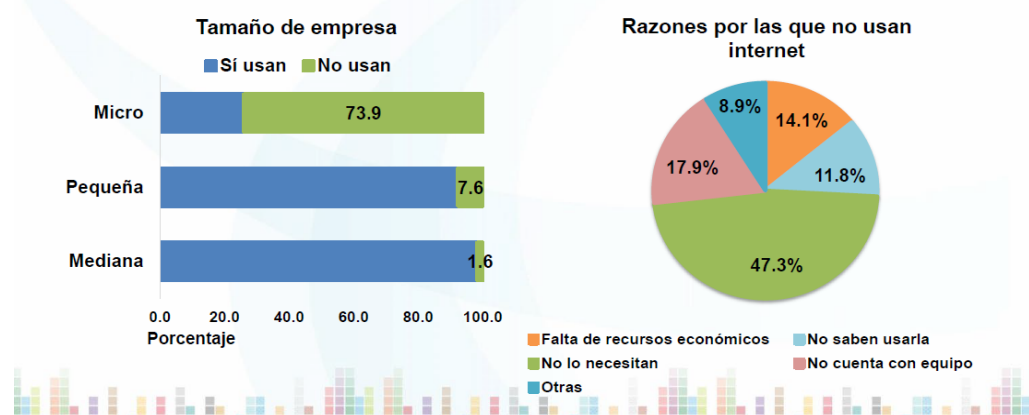
El número de empresas según su condición de uso de internet fue arrasador ya que la mayoría de las PyMES cuentan con acceso a Internet, en cifras totales fueron con más del 80% las pequeñas y con el 98% las medianas empresas.

Qué significa esto que aunado a una buena utilización de las herramientas digitales como lo son las redes sociales para dar a conocer su producto o servicio obtendrán resultados positivos para sus PyMES.

Estamos en la era digital donde cualquier persona puede tener acceso al Internet desde cualquier parte del mundo en una infinidad de dispositivos, el dispositivo que está en aumento a nivel mundial son los Smartphones, teléfonos inteligentes en los cuales se pueden checar todas las redes sociales en un segundo y con solo un clic.

74

### Distribución del número de empresas según su condición de uso de internet por tamaño de empresa, 2014



Fuente: ENAPROCE 2015 (INEGI)

<sup>74</sup> INEGI. *Encuesta Nacional Sobre Productividad y Competitividad de las Micro Pequeñas y Medianas Empresas*. ENAPROCE, 2015. Dirección URL: [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/establecimientos/otras/enaproce/doc/ENAPROCE\\_15.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/establecimientos/otras/enaproce/doc/ENAPROCE_15.pdf) (Consulta: 21 de febrero de 2017 5:15pm).

# PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE CADA ESTRATO DE EMPRESA

## Empresas Pequeñas

- El 51 % del personal ocupado tiene educación media superior.
- 40 de cada 100 empresas solucionan los problemas del proceso de producción y realizan acciones posteriores para evitarlos.
- Casi 28% de las empresas monitorea de 3 a 5 indicadores sobre su desempeño.
- El 24.4% señala que no crecen debido al excesivo número de trámites e impuestos elevados.
- 2 de cada 100 empresas participan en cadenas de valor.
- 74 de cada 100 empresas declaran que no participan en cadenas de valor por falta de información.
- 93.4% de las empresas usa equipo de cómputo y 92.4% utiliza internet.

## Empresas Medianas

- 74 de cada 100 empresas imparten capacitación.
- El 43.6% de las empresas soluciona los problemas en el proceso de producción e instrumentan la mejora continua.
- Casi el 80% monitorea al menos un indicador sobre su desempeño.



- Poco más del 42% de las empresas que no aceptaría un crédito bancario es porque no lo necesita.
- 40 de cada 100 empresas tienen acceso al financiamiento.
- Cerca del 80% de las empresas con financiamiento lo obtienen del sistema financiero formal.
- Por cada 100 empresas que solicitan apoyo del Gobierno de la Republica 76 lo reciben.
- 6 empresas de cada 100 participan en cadenas productivas.
- El 99.1% de las empresas utiliza equipo de cómputo y el 98.4% usa internet.<sup>75</sup>

---

<sup>75</sup> *Ídem.*

### 3.1 INTERNET Y REDES SOCIALES PARA LAS PYMES.



Con la aparición del Internet hace ya muchos años atrás su constante evolución ha venido a revolucionar la vida de millones de seres humanos en todo el mundo y sin duda alguna en este siglo XXI juega un papel importante para ayudar a las pequeñas y medianas empresas para dar a conocer sus productos y servicios en un territorio predeterminado como lo puede ser su país de origen el cual en este caso es México o que se tenga ya la posibilidad al alcance de un clic para que su mensaje pueda verse en cualquier parte del planeta solo con estar conectado a internet y desde diversos aparatos electrónicos, ya no solo una computadora, ahora algunos tan simples como un Smartphone.

Nosotros queremos mostrarle a usted lector que tiene muchas posibilidades de que su PyME pueda llegar a tener una vida muy duradera si usted se encuentra en constante interacción con sus clientes a través de las redes sociales.

El hecho de que internet sea una herramienta muy poderosa para difundir un mensaje en masa no significa que todos los mensajes que usted haga vayan a tener éxito. Lo importante es llegar al público indicado en la hora precisa y que el mensaje sea transferido por la vía más adecuada, en este caso utilizaremos las redes sociales más importantes que existen en México.

Las redes sociales en México han tenido ya su historia y han crecido a lo largo de la última década con la aparición de Metroflog, Hi5 y MySpace, pioneras en la creación de un muro donde se escribía cualquier tipo de mensaje a un grupo de amigos que se iban agregando a un perfil determinado, a lo largo del tiempo estas redes han ido evolucionando hasta los perfiles perfectamente determinados y segregados que hoy en día uno puede utilizar en plataformas como Facebook, quien es la red social con más popularidad en México.

Por lo tanto, queremos que usted pueda comprender cómo es que funcionan estas redes sociales para que se familiarice y utilice principios básicos de publicidad para dar a conocer su producto o servicio, si usted llegara a requerir de un profesional en la materia le recomendamos contrate los servicios de un publicista ya que la PUBLICIDAD puede requerir de varias mejoras, sobre todo porque las tendencias van cambiando, las tecnologías también y lo más importante es que hay que estar rodeado siempre de gente especialista en el tema para llegar a lograr todos nuestros objetivos.

El objetivo más claro que tiene usted ahora es el de mantener su pequeña o mediana empresa viva por mucho tiempo, tome este manual como un apoyo al cual hay que prestarle atención, ya que las tendencias digitales están moviendo al mundo.

En México cada vez más son las personas que utilizan el Internet y específicamente las redes sociales, que son las que influyen en determinadas ocasiones al consumidor al momento de realizar una compra, la cual puede ser la adquisición del producto o servicio que usted ofrece.

Como lo habíamos mencionado anteriormente usted debe ser bien consciente que el trabajo en redes sociales, si bien es una inversión que es a bajo costo y puedes obtener resultados muy buenos, no indica que usted sea la única persona en su ramo que esté utilizando este mismo método para dar a conocer su mensaje, ¡No! Por eso mismo, hay que invertirle tiempo para competir en horario y contenido con otras marcas y le recomendamos que contrate a una persona determinada para que lleve a cabo esta tarea, si es posible que tenga algún conocimiento de estas redes o prepararon profesional, si el trabajo lo hará usted mismo es importante que revise aquí en nuestro manual como es que funciona cada una de estas redes

sociales para las empresas, todas las facilidades que otorgan para que usted difunda un mensaje a sus consumidores y esté en constante revisión de sus páginas en internet, ya que el cambio en sus normas y políticas así como de sus servicios se encuentra en constante movimiento.

Queremos que usted se enamore del uso de las redes sociales para dar a conocer su producto o servicio a bajo costo y es por eso que le vamos a echar un ojo al estudio anual que realiza la Asociación Mexicana de Internet AMIPCI que en su versión 2016 destaca:



El estudio se realizó para dar una confianza del 95.5%, con una muestra obtenida de 1,720 entrevistados.

#### Descripción del estudio

### Ficha técnica

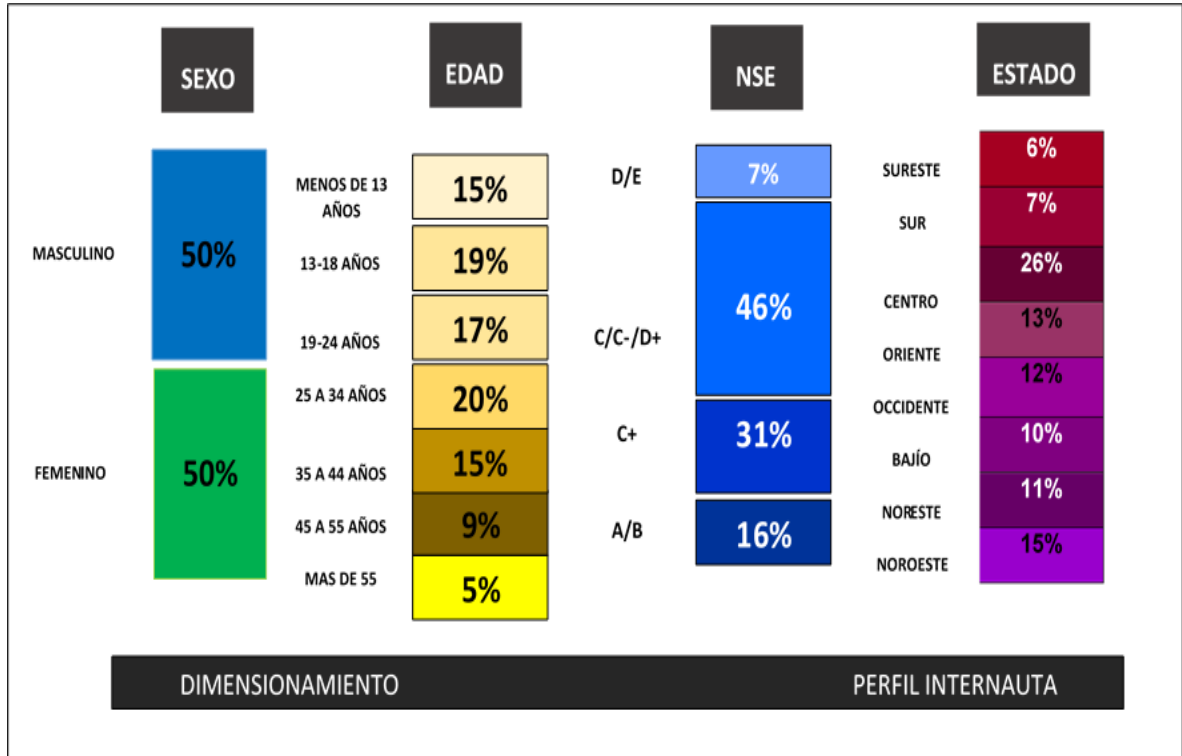
 <b>Universo</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Población internauta de ambos sexos</li></ul>	 <b>Ámbito geográfico</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• México</li></ul>	 <b>Trabajo de campo</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Abril 2016</li></ul>
 <b>Error muestral</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• El error muestral de los datos globales es de <math>\pm 2,4\%</math> con un nivel de confianza del 95,5% y <math>p=q=0.5</math>.</li></ul>	 <b>Muestra obtenida</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• 1,720 entrevistas</li></ul>	 <b>Técnica</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• C.A.W.I. (Entrevista auto administrada por ordenador online)</li></ul>

La población de internautas que existía en el 2015 fue de 65 millones y ha venido en aumento a través de los años.



Elaboración propia con datos de AMIPCI

## Perfil de Internauta Mexicano



Elaboración propia con datos de AMIPCI

El tiempo que pasan los internautas en Internet ha venido en aumento en el último año, ya que se ha elevado en 1 hora con tres minutos.

### TIEMPO DE CONEXIÓN

\* Se observa un aumento del tiempo conectado a internet respecto al año pasado.

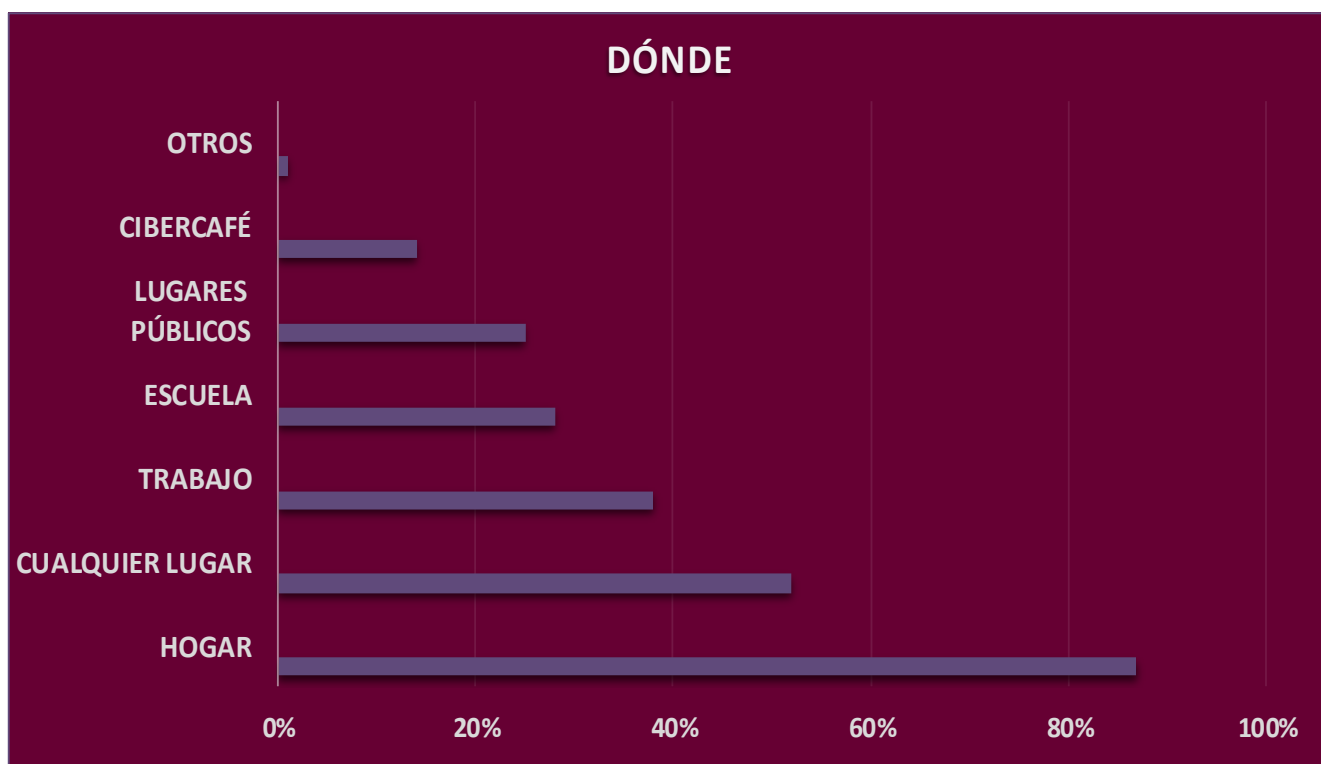
1 Hora y 3 minutos mas  
que en 2015 (+17%)

7Horas y 14 minutos



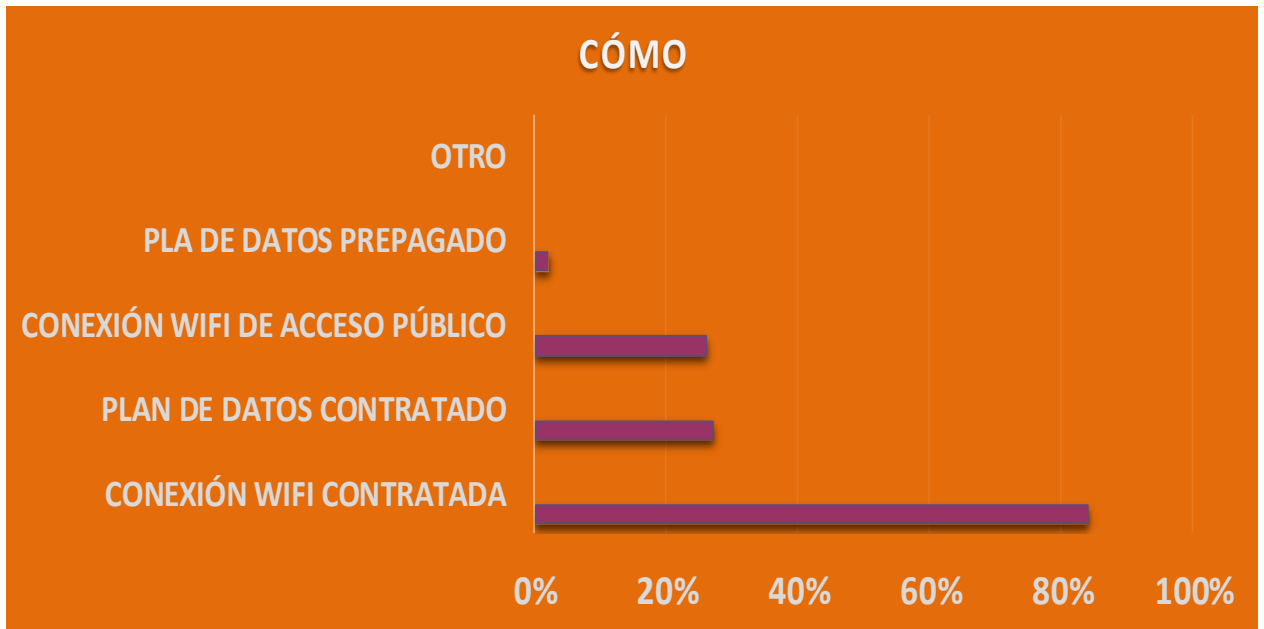
### Los lugares que eligen los cibernautas.

- El hogar sigue siendo el lugar de conexión por excelencia, seguido la posibilidad de conectarse desde cualquier lugar gracias a los dispositivos móviles y del trabajo y la escuela. Es importante mencionar el auge en detrimento de los cibercafés.
- La vía de conexión principal es Wifi contratada, cayendo significativamente el acceso via Wifi en lugares públicos.



Elaboración propia con datos de AMIPCI





Elaboración propia con datos de AMIPCI

El Smartphone o teléfono inteligente ocupa el primer lugar de preferencia entre los Internautas.

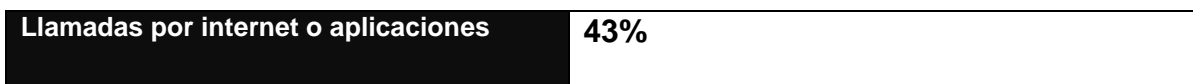


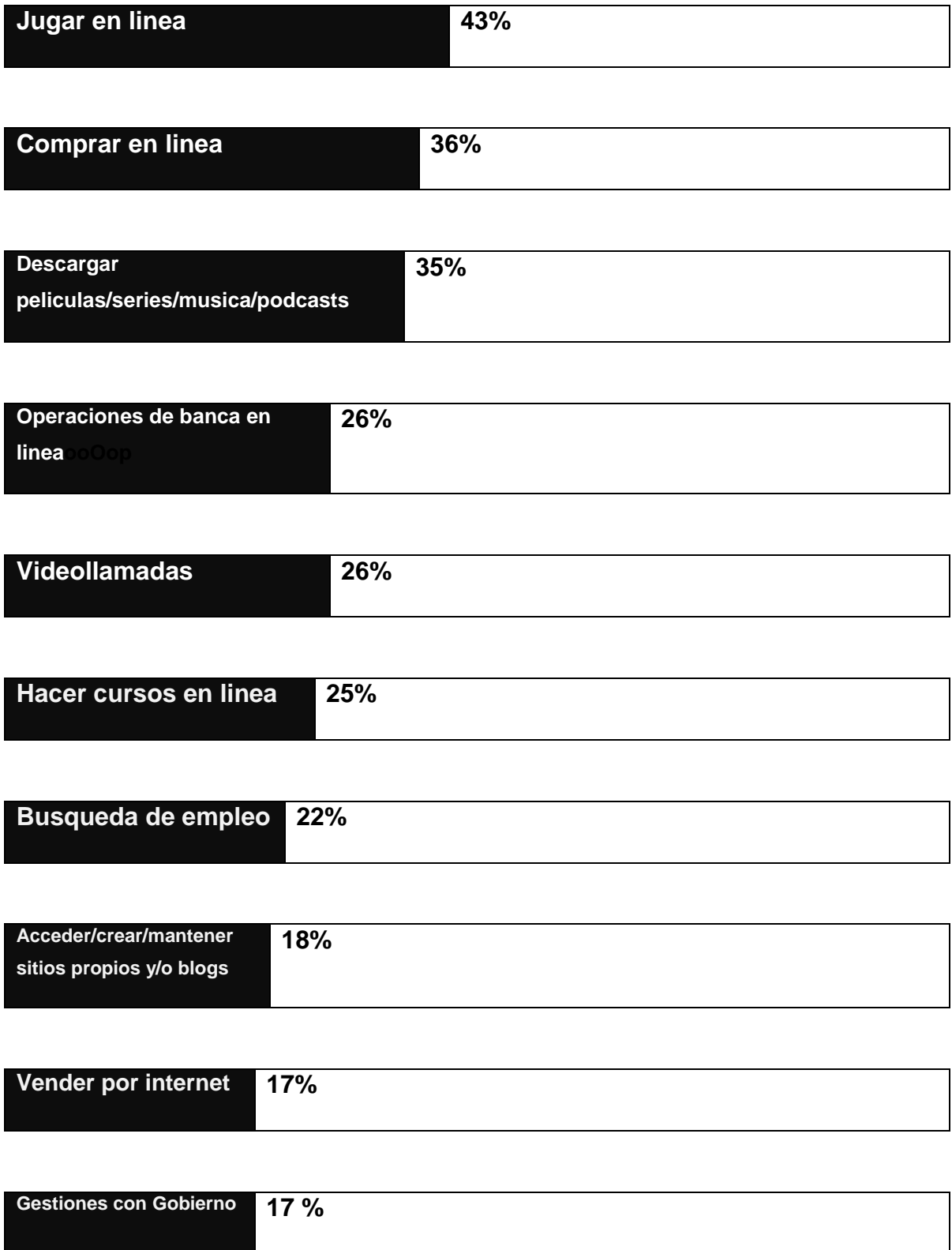
Elaboración Propia con datos de AMIPCI

El uso de las redes sociales sobresale entre muchas actividades que realizan internautas.

### Actividades online

- El acceso a Redes Sociales sigue siendo la principal actividad online, por encima de enviar/recibir mails.
- Los hombres destacan por comprar en línea, descargar películas/series/música/podcast, realizar operaciones de banca en línea, acceder y gestionar sitios propios/blogs y visitar sitios para adultos.





Visita a sitios para adultos 11%


Encuentros online 6%

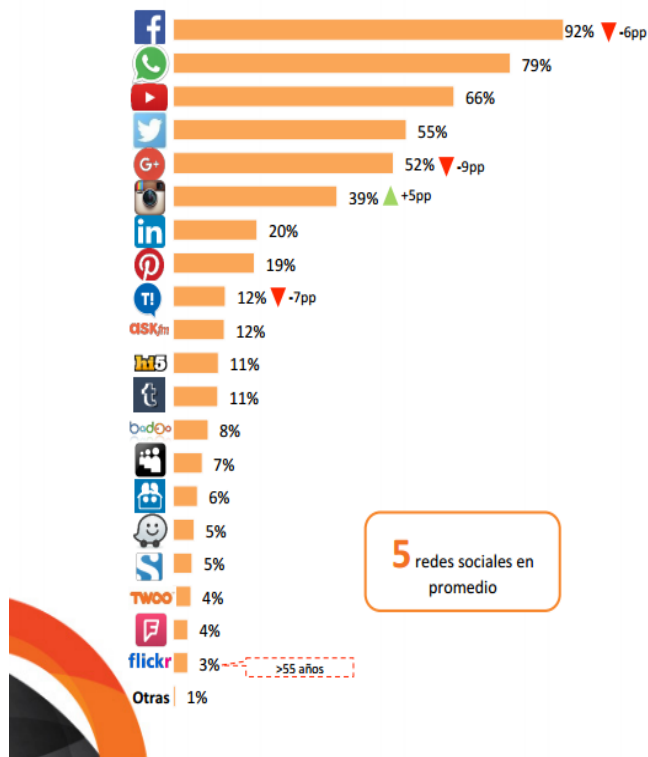
Otras 3%

Elaboración propia con datos de AMIPCI

- Las principales redes sociales que utilizan los mexicanos.

## Penetración Redes Sociales

 Diferencias significativas



- La red de referencia en nuestro país sigue siendo Facebook.
- WhatsApp es usada por 8 de cada 10 internautas.
- YouTube, Twitter y Google+ son tres redes con niveles de penetración parecido (igual que en 2015) pero con menos seguidores que la líder. Google+ ha perdido 9pp, mientras que Instagram aumenta 5pp.
- LinkedIn, la primera red profesional, tiene una penetración del 20% (alineada a los resultados de 2015).
- En promedio, los internautas están inscritos a 5 Redes Sociales.

Base inscritos en redes sociales: 1,591



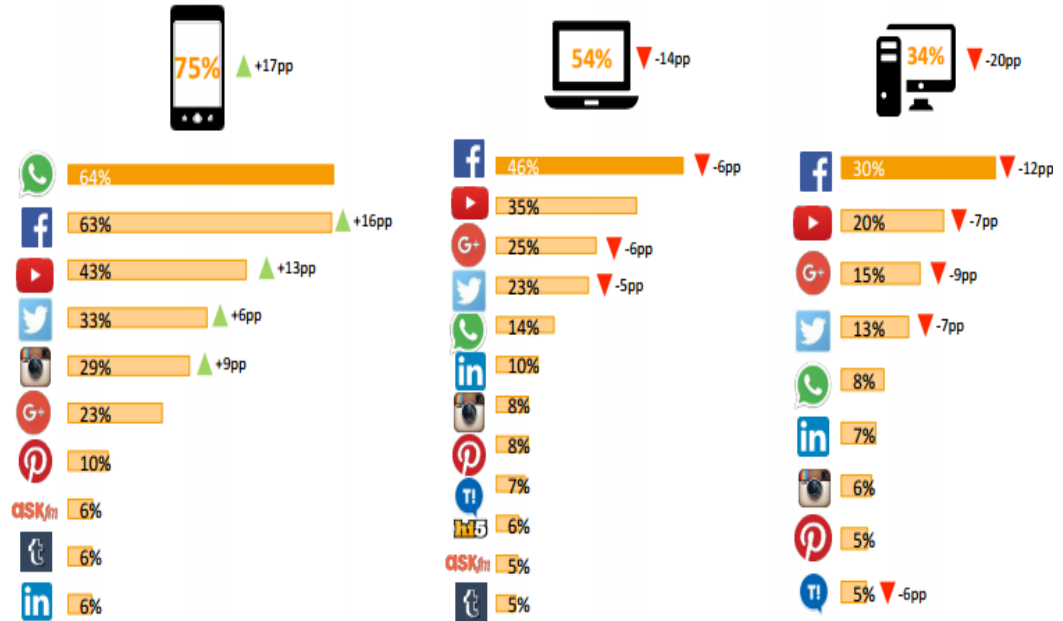
¿A qué Redes Sociales estás actualmente inscrito?

Tabla tomada de AMIPCI

- Dispositivos de conexión.

## Dispositivos de conexión

Por Redes Sociales



- El Smartphone es ya el primer dispositivo para acceder a Redes Sociales, el auge de Instagram y la inclusión de WhatsApp ha disparado su uso.
- Por dispositivo, WhatsApp es la más usada en Smartphone, y Facebook la más usada en laptop y computadora de sobremesa, seguida de YouTube.
- Twitter tiene más uso en Smartphone que en computadora.

• ¿A través de qué dispositivos accedes a tus Redes Sociales?

Base inscritos en redes sociales: 1,591



Tabla tomada de AMIPCI

Con base en el anterior estudio y con datos del AMIPI se puede concluir lo siguiente:

La penetración de internet en México alcanza el 59.8% de la población, lo que equivale al 65 millones de internautas.

Hoy el principal dispositivo para acceder a la red es el Smartphone 77% tendencia que registra un acusado crecimiento. El segundo dispositivo más utilizado es la laptop 69%, seguido de la computadora de sobremesa 50%.

Los mexicanos dedicamos 7 horas y 14 minutos a internet.

En cuanto al lugar de acceso a internet destaca el hogar 87%, seguido de cualquier lugar gracias a los dispositivos móviles 52%. El método de conexión más popular es el Wifi 84% contrastado contra otros medios como el Plan de Datos 27% o Wifi en lugares públicos 26%.

Tener acceso a internet está cambiando los hábitos de 3 de cada 4 internautas se utiliza la vía online sobre todo para escuchar música, ver películas, la formación y la gestión de finanzas.

Entre los usos personales o de ocio destaca acceder a Redes Sociales, cerca del 80% por encima de enviar/recibir mails y/o mensajes instantáneos. Otros usos destacados son: ver películas/series en streaming 96% y jugar en línea 96%.

En cuanto al uso profesional destacan las gestiones con el Gobierno 37% , la formación 31% y la búsqueda de empleo en línea 30%.

Facebook es la red social líder en México, siendo la primera tanto en conocimiento espontaneo como en penetración entre los internautas, y además es la más preferida, seguida de WhatsApp, que es la Red Social más usada a diario, con un promedio de 5 horas y 15 minutos. A nivel uso y preferencia les siguen, en este orden, You Tube, Instagram y Twitter.

El principal motivo para conectarse por primera vez era la búsqueda de información en la red, si bien actualmente la actividad mas popular entre los

internautas es acceder a Redes Sociales cerca del 80% incluso por encima de enviar/recibir mails y/ o mensajes.

Las principales barreras para lograr un mayor acceso a internet son una conexión lenta 30%, problemas técnicos con la compañía 26% y los costos elevados 25%, aunque se han reducido los problemas de acceso, pues un 38% dice que no ha sufrido ningún problema. <sup>76</sup>

La revista Forbes publicó una nota en Marzo de 2017 que se titula: “México es líder de Marketing en Redes Sociales” y en párrafos explica:

...“De acuerdo con los datos publicados por Social Bakers, México es sin duda el líder en Latinoamérica en marketing en redes sociales en lo que a marcas de consumo se refiere, pues prácticamente en todas las métricas nuestro país no sólo tiene presencia, sino que se encuentra en los primeros lugares de desempeño...”  
<sup>77</sup>

...“De esta forma, el panorama que se muestra para las redes sociales en México es bastante prometedor, puesto que no sólo se cuenta con la mayor tasa de penetración del mundo, sino que esto se ve reflejado en el interés y la interacción de los usuarios con las marcas de consumo. Por ello, si una marca aún no cuenta con una estrategia adecuada para entrar al universo de las redes sociales, al menos en México, posiblemente se esté perdiendo de un gran mercado...”<sup>78</sup>

Cuando ya se cuenta con una marca establecida en el mercado en el caso de las Pymes que han logrado vivir por un largo periodo y quieren realizar una campaña

---

<sup>76</sup> Asociación Mexicana de Internet. *Estudio sobre los Usuarios de Internet en México 2016*. Dirección URL: [https://www.amipci.org.mx/images/Estudio\\_Habitosdel\\_Usuario\\_2016.pdf](https://www.amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf) (Consulta: 2 de marzo de 2017, 8:10pm).

<sup>77</sup> Forbes. *México es líder de marketing en Redes Sociales*. Dirección URL: <https://www.forbes.com.mx/mexico-es-lider-de-marketing-en-redes-sociales/#gs.=i4CTIU> (Consulta: 2 de marzo de 2017, 9:00 pm).

<sup>78</sup> *Ídem*.

para su marca y aún no están inmiscuidos en las redes sociales es momento de que tomen este manual en cuenta basándose en las estadísticas anteriormente mencionadas y los datos duros, posteriormente con la utilización de las principales redes sociales y su uso adecuado podrán comenzar a enviar mensajes en masa a todo sus consumidores y si lo hacen de una forma adecuada, creativa y eficaz obtendrán buenos resultados.

Asimismo este manual también es para usted lector que ha construido una marca de algún producto o servicio que ofrece y aún no sabe cómo iniciarse en la era digital, con el apoyo de las redes sociales más seguidas por los internautas en México, para lograr que miles de personas puedan ver sus mensajes, darle play a sus videos o echar un vistazo a sus anuncios publicitarios.



### 3.1.1 FACEBOOK.

Facebook es una Red Social que fundo el norteamericano Mark Zuckerberg, en la cual el usuario puede tener acceso a un perfil, el cual tiene la posibilidad de agregar más perfiles de amigos para así conectarse con grupos bien definidos de personas, tiene un chat donde puede escribir en tiempo real, galerías fotográficas para poder subir fotos a tu perfil un muro donde pueden dejarle mensajes, videollamadas en vivo y la posibilidad de crear perfiles para empresas que es el que a nosotros nos interesa entre otras muchas opciones para interactuar con otros usuarios.



Imagen tomada de Facebook 2017

A continuación mostraremos como es que Facebook puede ser utilizado como una herramienta poderosa para las PyMES en su misión de dar a conocer un producto o servicio.

- ¿CUÁL ES TU OBJETIVO?

Hay una herramienta para empresas en Facebook para cada objetivo comercial

“Ya sea que vendas de forma directa, en internet o a través de una aplicación, tú eres quien mejor sabe cuáles son los pasos a seguir a medida que tu empresa

crece. Más de 1.700 millones de personas usan Facebook para mantenerse en contacto con sus amigos y familiares, así como descubrir cosas que les interesan. Con el marketing en Facebook puedes buscar nuevos clientes y consolidar tu relación con ellos”<sup>79</sup>

La red social Facebook así es como nos recibe cuando le damos clic en el apartado de la publicidad en Facebook, en la páginas se nos van describiendo paso por paso las múltiples opciones que hay para anunciantes.

En Facebook para las empresas es necesario abrir una página adicional que será controlada desde un perfil normal de Facebook, qué quiere decir esto, que si usted ya tiene un perfil de Facebook puede abrir una nueva página para su PyME y controlarla desde su perfil, también puede poner a diversos administradores.

Antes de crear un anuncio para una página de Facebook es preciso mencionar las múltiples opciones que ofrece esta Red Social para las empresas:

Facebook ayuda a las personas a conectarse con una empresa, además de que los anuncios de esta misma plataforma sirven para dar a conocer un negocio.

Millones de empresas, grandes y pequeñas, utilizan la familia de aplicaciones como Instagram, Messenger y Audience Network para conectar con personas reales mediante cualquier dispositivo en cualquier momento.

Por ello, es que podemos decir que Facebook puede ayudar a que una pequeña, mediana o gran empresa crezca.

Facebook mantiene integrado un sistema para poder medir las audiencias con las que los emprendedores se están conectando y así poder visualizar como es que está fluyendo su mensaje por la red.

---

<sup>79</sup> Facebook. Dirección URL: <https://www.facebook.com/business/overview> (Consulta: 6 de marzo de 2017, 10:20 am).

- MARKETING

“Empresas de todo tipo pueden anunciarse en Facebook no solo para que las personas las descubran, sino también para proporcionar información, llamar la atención, mostrar productos, captar clientes potenciales e impulsar las ventas. Estas estrategias funcionan a la perfección en celulares y se muestran en aquellos lugares en los que las personas suelen pasar el tiempo”<sup>80</sup>

## ETAPAS DEL MARKETING

### *Páginas de Facebook*

“Gracias a las páginas comerciales de Facebook, podrás comunicarte directamente con los clientes, proporcionarles más información acerca de tu empresa, ofrecerles un servicio de atención al cliente y contarles historias visuales. De este modo las personas pueden comprobar tu página para buscar información o actualizaciones, o seguirla y registrarse para recibir notificaciones sobre tus publicaciones en Facebook.

Asimismo mediante las estadísticas de la página, puedes comprobar si tu página de Facebook resulta útil para cumplir tus objetivos empresariales.”<sup>81</sup>

Muy bien ahora que sabemos que Facebook lo pueden utilizar todas las empresas y funciona a la perfección para su visualización desde un Smartphone o teléfono móvil, empezaremos a adéntranos ahora sí al momento de saber cómo publicar un anuncio, del cual ventajosamente podremos saber mediante las estadísticas de la página que previamente ya generamos si ésta ha tenido auge o no; hasta el

---

<sup>80</sup>Facebook. Dirección URL: <https://www.facebook.com/business/products/ads> (Consulta: 6 de marzo de 2017, 10:24 am).

<sup>81</sup> *Ídem.*

momento es importante mencionar que si se han perdido un poco en nuestra explicación de lo anteriormente citado, enlistaremos los puntos que llevamos hasta el momento para la construcción de nuestro primer mensaje en masa a través de Facebook.

PUNTO NUMERO 1.- Tener un perfil de Facebook o si no se tiene crear uno desde la página oficial de Facebook: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)



Imagen tomada de Facebook 2017

PUNTO NUMERO 2.- Una vez creado el perfil, buscar en la barra de herramientas la opción crear página, para poder comenzar a construir una página comercial con las diversas opciones de negocios que nos otorga Facebook para nuestra PYME

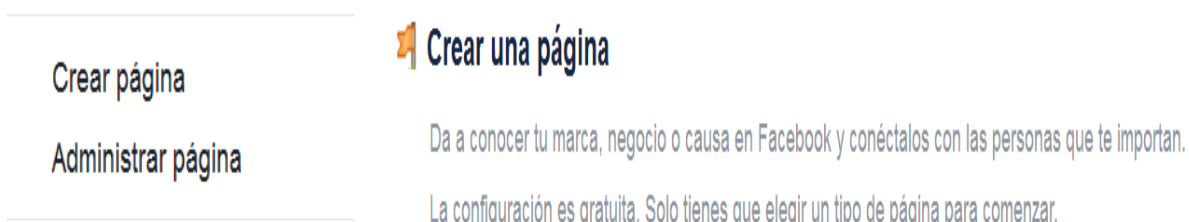


Imagen tomada de Facebook 2017

PUNTO NUMERO 3.- Ahora es momento de mostrar en Facebook nuestra PYME al mundo, escribir su nombre, a que sector está enfocado y describir lo que produce o hace.

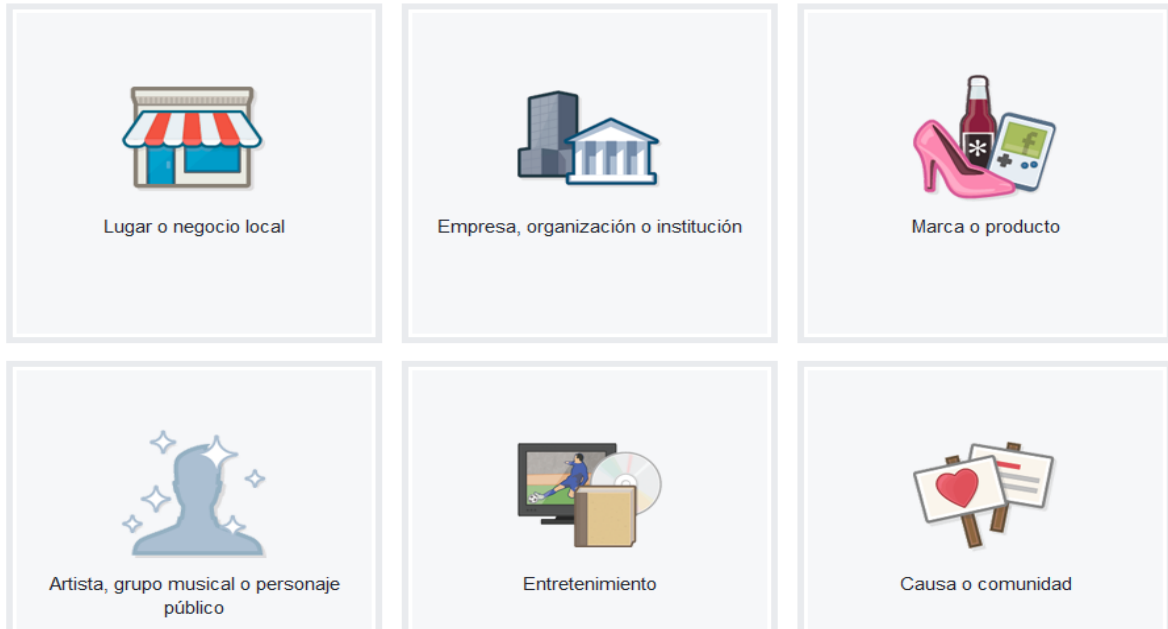


Imagen tomada de Facebook 2017

Son diversas las opciones que Facebook nos ofrece para construir un anuncio en esta red social para nuestra página comercial nosotros hemos elegido los más básicos y sencillos para que el emprendedor se vaya familiarizando con el funcionamiento y el rendimiento de Facebook para empresas.

1. Anuncios con video: Los videos son una excelente forma de incrementar el reconocimiento de una empresa ya que muestran a las personas lo que distingue a la empresa, ayudándole así a obtener más ventas.
2. Anuncios con presentación: Los anuncios con presentación de Facebook son anuncios similares a los anuncios con video que usan movimiento, sonido y texto para contar una historia. Éstos se crean de manera más sencilla y rentable a partir de imágenes o de un video existente.

3. Anuncios con foto: Sin importar cuáles sean los objetivos de una empresa, un anuncio con foto en Facebook es una excelente forma de dar a conocer quién eres y qué haces. Un anuncio con foto te ofrece un formato limpio y sencillo para usar con imágenes inspiradoras y texto atractivo. Generalmente este tipo de anuncio es utilizado para promocionar un nuevo producto o servicios.<sup>82</sup>

PUNTO NÚMERO 4.- Una vez que ya se tiene lista la página comercial de Facebook, deberá darle clic en crear anuncios en nuestra barra de opciones, para formar su anuncio.

Por otro lado, querido lector, debemos informarle que la forma de dar a conocer su producto o servicio será pagado a bajo costo y es aquí donde usted tendrá que realizar una serie de pagos vía tarjeta de crédito dependiendo del número de anuncios que inserte, las veces que quiera que lo vean y el tiempo con el cual quiere hacerse presente, si bien aún los precios no son elevados es momento de invertir en publicidad.

---

<sup>82</sup> *Ídem.*



Imagen tomada de Facebook 2017

### Genera clientes potenciales.

Para averiguar quiénes tienen más probabilidades de realizar una compra, la empresa puede por este medio ofrecer a las personas la oportunidad de obtener más información sobre la empresa, alentando a las personas a registrarse para que si así lo desean puedan recibir una cotización o más información.

Una vez que se haya dado a conocer la empresa y se haya generado demanda para ella, se debe incitar a los clientes potenciales a registrarse para obtener más información, invertir tiempo en la aplicación o sitio web, o visitar la tienda (acciones que son indicios de una posible compra). Comprender qué grupos de personas están pensando en realizar una compra te ayuda a volver a conectarte con esas personas para alentarlas a completar la transacción y, así, aumentar las ventas.

### Promociona tu página.

Una vez que se creó la página de Facebook correspondiente a la empresa, se puede crear también un público de personas interesadas en lo que ofreces. Las personas pueden indicar que les gusta tu página y registrarse para recibir notificaciones cuando publiques actualizaciones. Esto te ayudará a llegar a clientes y lograr que tengan presente tu empresa.

Una excelente forma de empezar es invitar a las personas que conoces que estén interesadas de verdad en tu empresa a indicar que les gusta tu página. Conseguir más “Me gusta” para tu página te ayudará a informar a las personas sobre tu empresa y lo que ofrece, a mantener a las personas al día sobre productos nuevos y eventos, y a encontrar clientes nuevos de forma más eficaz.

Una vez que te has hecho de clientes, mantente activo en tu página y responde a los comentarios en tus publicaciones, la interacción con las personas generará que se sientan más conectados con la empresa.

### Dónde aparecen los anuncios de Facebook

Una vez que ya se realizaron los anuncios éstos aparecerán en lugares concretos de Facebook, denominados espacios publicitarios. Los anuncios pueden aparecer en las versiones de la sección de noticias para ordenadores y celulares y en la columna derecha de Facebook. Los anunciantes de aplicaciones móviles también pueden hacer que sus anuncios aparezcan fuera de Facebook a través de la red de públicos.

Básicamente resumimos que Facebook tiene un buen número de opciones profesionales para dar a conocer nuestro producto o servicio como emprendedores, podemos utilizar la página comercial gratuitamente, pero si requerimos que nuestros impactos a grandes masas sea eficaz y llegue efectivamente a más usuarios tenemos que invertirle un poco de dinero pagando por la disposición de ciertos servicios extras.



Es una red social muy sencilla que nos va envolviendo poco a poco con la práctica si usted requiere de resultados inmediatos y no quiere apostar por explorar de apoco, le recomendamos que contrate al personal con experiencia en Redes Sociales y a un publicista para la creación de anuncios publicitarios efectivos.

Facebook es la red número uno en México y es por eso que es la más preferida para las PyMES mexicanas ya que ofrece buenos resultados, con la difusión de videos transmitidos desde la misma página comercial o de un perfil determinado, la creación de anuncios digitales a partir de un diseño y siendo compartido por muchos seguidores, así como la aparición de múltiples anuncios que aparecen en diversos perfiles públicos cuando usted contrata este servicio después de realizar un pago teniendo miles de impactos en los perfiles de Facebook.

Después de esta breve explicación es momento de que se adentre a explorar  
FACEBOOK

### 3.1.2 GOOGLE ADWORDS



Publique ya su anuncio en Google

Permita que los clientes vean su empresa mientras buscan lo que ofrece en Google. Además, sólo se le cobrará cuando hagan clic en su anuncio para visitar su sitio web o llamarlo.

[Comenzar ahora](#)

Servicio de asistencia telefónica gratuita:  
01800-123-3361 \*

Comenzar



**Regístrese hoy mismo**

Sólo cree una cuenta, establezca un presupuesto, redacte su primer anuncio y decida dónde le gustaría que aparezca. Luego puede hacer las mejoras necesarias.

[Comenzar ahora](#)

Imagen tomada de Google 2017

Es la plataforma publicitaria de Google y su red de afiliados, mediante la cual por medio de palabras clave tus anuncios son activados, apareciendo así tu empresa o servicio en los primeros lugares del buscador más usado en México y el mundo.<sup>83</sup>

Mediante esta plataforma una empresa puede llegar al cliente de una manera más rápida cuando éste solicita un producto o servicio en el mismo instante en que realiza una búsqueda en Google, o que la publicidad de esta empresa aparezca en los sitios web más relevantes y de mayor tráfico.

---

<sup>83</sup> SEO en México. Dirección URL: <http://www.seoenmexico.com.mx/google-adwords/> (Consulta: 6 de marzo de 2017, 11:00 am).

Por sí sola, la publicidad en línea permite orientar los anuncios al tipo de clientes a los que desea llegar y filtrar a los que no. En este caso, publicar anuncios en línea con AdWords, puede ser la mejor herramienta de orientación para llegar a los clientes potenciales precisamente cuando buscan sus productos o servicios.

## Bienvenido a Google AdWords.

Lo ayudaremos a registrarse y comenzar a publicar anuncios con solo seguir unos pocos pasos.  
¿Ya tiene experiencia con AdWords? [Omita la configuración guiada.](#)



Comience a publicar anuncios en  
Google en solo unos pasos.

¿Cuál es su dirección de correo electrónico?

⚠ Ingrese su dirección de correo electrónico en el cuadro de arriba.

¿Cuál es su sitio web?

Esta plataforma se encuentra dividida en red de búsqueda y red display; la primera se conforma por los sitios de búsqueda de Google y por otros que están asociados con la compañía como lo es AOL, el segundo se refiere al conjunto de sitios web de videos o aplicaciones que también están asociados a Google como lo es YouTube.

### Vista previa del anuncio

**MANUAL DE COMUNICACION PYMES -  
Título 2**

**Anuncio** [www.manualdecomunicacionparapymes.com](http://www.manualdecomunicacionparapymes.com) ▾

Descripción

 [VE CÓMO APARECERÁ TU ANUNCIO](#)

Imagen

tomada de Google 2017

Por ello es que se considera que Adwords es una buena plataforma para anunciar una empresa.

Para ello, primeramente se debe configurar una campaña en la cual se indique que presupuesto se quiere destinar a la misma, la segmentación geográfica y el idioma; posteriormente se deberán crear los anuncios correspondientes a la empresa, utilizando los distintos formatos de anuncio y las diferentes funciones para personalizar los mismos, según los objetivos de marketing que se tengan, ya sea que se agregue el botón de “llamar” o se instale una aplicación.

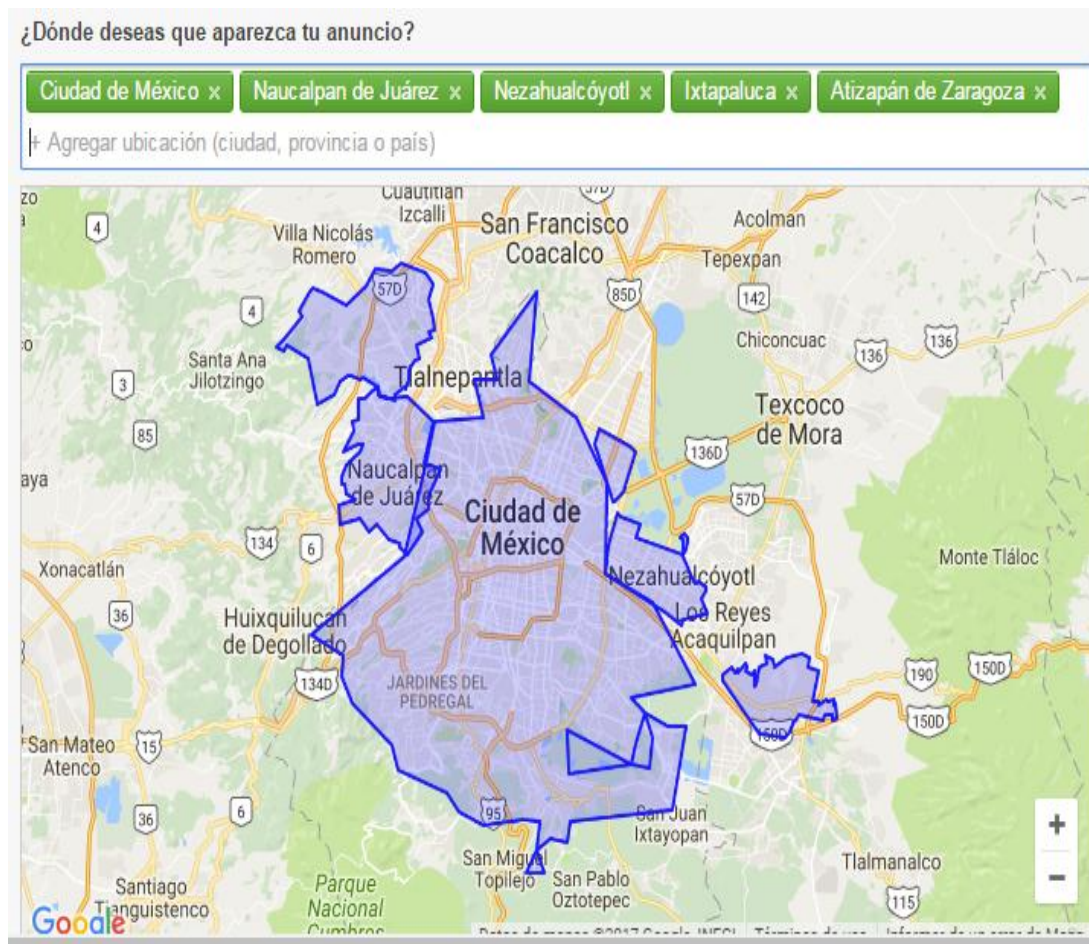


Imagen tomada de Google 2017

A continuación se deberán seleccionar palabras claves o keywords que orienten los anuncios a los usuarios que buscan términos relacionados con los servicios o productos que se ofrecen; de este modo cuando alguien realice una búsqueda utilizando alguna de las palabras claves que has introducido, aparecerá el anuncio.<sup>84</sup>

## 2. Selecciona lo que quieres anunciar

<b>Productos y servicios</b>	Elige tus productos y servicios.
------------------------------	----------------------------------

## 3. Escribe tu anuncio.

<b>El texto de tu anuncio</b>	Escribe tu anuncio.
-------------------------------	---------------------

## 4. Decidir cuánto dinero invertir

<b>Tu presupuesto</b>	Establecer presupuesto
-----------------------	------------------------

**Guardar y continuar**

Para el caso de cuánto se tiene que pagar por publicitarse en esta plataforma, el anunciante es el que decide cuánto desea invertir y sólo paga cuando un usuario interactúa con su anuncio, por ejemplo, si hace clic en un anuncio de texto o mira un anuncio de video. Debe definir sus ofertas en función de aquello que sea mejor para su empresa.

---

<sup>84</sup> e Pyme. Dirección URL: <http://epymeonline.com/publicidad-en-google-que-es-google-adwords-y-para-que-sirve/> (Consulta: 6 de marzo de 2017, 11:07 am).

#### 4. Decidir cuánto dinero invertir

**Tu presupuesto**

MXN \$82.24 por día en promedio ?

\$2,500.00 mensual máximo

Intervalo de presupuesto del competidor típico ?

386 - 644 clics estimados en tu anuncio por mes

Imagen tomada de Google 2017

Con las ofertas de costo por clic (CPC), se cobra solo cuando un usuario tiene interés suficiente como para hacer clic en el anuncio. En este sentido el anunciante le indica a AdWords el importe máximo que está dispuesto a pagar por un clic en su anuncio (lo que se denomina “oferta de costo máximo por clic”).

Asimismo, el anunciante tiene el control de su presupuesto de AdWords y decide el importe promedio que desea invertir cada día. También debe mencionarse que en los días en que el anuncio es más popular, AdWords permitirá hasta un 20% más del presupuesto diario promedio, de manera que no se pierdan esos clics valiosos.

#### 4. Decidir cuánto dinero invertir

<b>Tu presupuesto</b>	\$82.24 por día, en promedio \$2,500.00 por mes, como máximo (386 - 644 clics en su anuncio al mes)
-----------------------	---

Guardar y continuar

Imagen tomada de Google 2017

Sin embargo no basta con que el anunciante establezca el precio para que su anuncio sea publicado, ya que es AdWords quien determina qué anuncios deben publicarse mediante una subasta de anuncios inmediata, que se lleva a cabo cada vez que alguien realiza una búsqueda en Google o visita un sitio en el que se muestran anuncios de AdWords.

En la subasta de anuncios, existen tres factores principales que determinan cuáles son los anuncios que aparecen y en qué orden:

- La oferta: Cuando el anunciante establece la oferta, le indica a AdWords el importe máximo que está dispuesto a pagar por un clic en su anuncio. En realidad, el importe que termina pagando es, a menudo, menor, y puede cambiar la oferta en cualquier momento.
- La calidad de los anuncios: AdWords también considera la relevancia y utilidad que el anuncio y el sitio web al que está vinculado tienen para la persona que lo verá. La evaluación que hace de la calidad del anuncio está resumida en su Nivel de calidad.
- El impacto esperado de las extensiones de anuncio y otros formatos de anuncio: Cuando se crea el anuncio, se tiene la opción de agregarle información adicional, como un número de teléfono o más vínculos a páginas específicas del sitio. Estos elementos se llaman extensiones de anuncio. AdWords estima la manera en que las extensiones y otros formatos de anuncio que utiliza impactarán en el rendimiento del anuncio. Por lo tanto, aunque la competencia tenga ofertas más altas que la suya, de todas formas podrá conseguir una posición superior a un precio más bajo con palabras clave, anuncios y extensiones altamente

relevantes.

Ingresa la información de pago para completar el registro

#### Tu anuncio

MANUAL DE  
COMUNICACION PYMES ...

Anuncio

[www.manualdecomunicacionparapymes.com](http://www.manualdecomunicacionparapymes.com)



Un manual para pymes

#### Público

386 - 644 clics por mes

Tu anuncio se mostrará a las personas que busquen Imprenta en Naucalpan de Juárez, Nezahualcóyotl, Ixtapaluca, Atizapán de Zaragoza y Ciudad de México.

#### Presupuesto

\$82.24 por día (promedio)

\$2,500.00 por mes (máximo)

Solo se te cobrarán los clics que recibió tu anuncio, aunque no alcances tu presupuesto. Puedes detener tu anuncio o cambiar tu presupuesto en cualquier momento.

Imagen tomada de Google 2017

En conjunto, estos tres factores determinan la probabilidad de que el anuncio se muestre a clientes potenciales y el momento en que esto ocurrirá.



### 3.1.3 TWITTER

Twitter es la red social en donde el usuario abre un perfil al cual le tiene que agregar un nombre y una fotografía, en ella se pueden agregar otros contactos que también cuenten con dicho perfil al cual se le pueden subir fotografías y lo mas característico es el número de caracteres (letras) el cual es mínimo y el resultado es la construcción de mensajes muy cortos.

¿Estás listo para anunciarte en Twitter?

¡Vamos!



Aumenta las visitas al sitio web desde Twitter

Una Website Card es un potente formato de anuncio que permite a los usuarios previsualizar una imagen, contenido relacionado y una llamada a la acción clara en su cronología

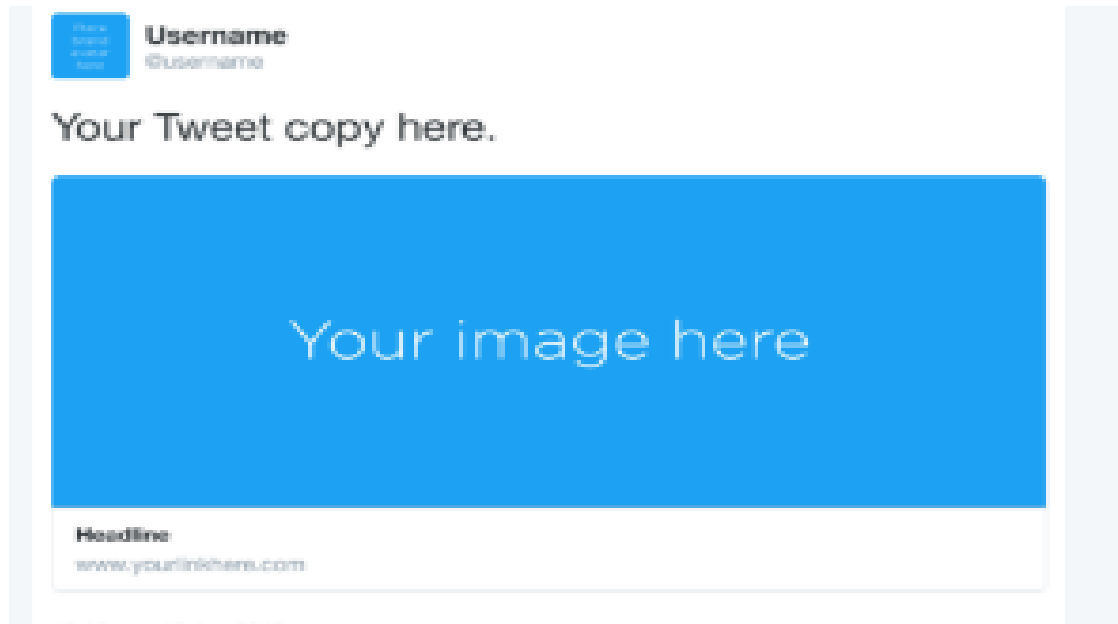


Imagen tomada de Twitter 2017

## Cómo construir y optimizar tu campaña



### Segmenta a tu audiencia

Tanto si quieres llegar a un grupo nicho o conectar con personas de todo el mundo, nuestras diversas opciones de segmentación te pueden ayudar a conseguir que las audiencias se interesen por tu sitio.



### Gestiona tu presupuesto

Las Website Cards tienen un precio según el coste por clic(CPC), lo que significa que solo pagas cuando alguien hace clic y llega a tu sitio.



### Supervisa las campañas

Tu panel de campaña tiene los resultados que necesitas para optimizar tus Website Cards. Haz fácilmente un seguimiento de las impresiones de tu campaña, los resultados y el coste por clics.

Imagen tomada de Twitter 2017

- Campaña aumenta el tráfico a tu sitio web

Esta campaña incluye el seguimiento de conversiones a tu campaña para medir acciones que suceden fuera de Twitter, como lo son un registro o una compra. Aquí sólo importa el número de veces que una persona llega a tu sitio web.

El uso de website cards es importante para esta campaña, ya que este potente formato de anuncio, permitirá que los usuarios de Twitter puedan previsualizar una imagen, contenido relacionado o llamada. Las website se utilizan para incrementar el tráfico al sitio web, aumentar las compras e impulsar las acciones específicas.

Las website cards tienen un precio según el coste por clic (CPC), lo que significa que sólo se paga cuando alguien hace clic y llega al sitio web de la empresa.<sup>85</sup>



The image shows a screenshot of the Twitter Ads interface. On the left, there is a sidebar with the following categories and options:

- PROMOCIONE SU MARCA**
  - Clics en el sitio web o conversiones (with a 'BETA' badge)
  - Seguidores
  - Reconocimiento (with a 'NUEVOS' badge)
  - Interacciones del Tweet
- PROMOCIONE SU VIDEO**
  - Reproducciones de video
- GENERE CONVERSIONES**
  - Descargas o interacciones de aplicaciones

On the right, there is a large blue circular graphic containing an illustration of a person sitting at a desk with a computer. Surrounding the person are various icons representing different marketing goals: a bar chart, a film strip, a person with a plus sign, a checkmark, and a shopping cart. To the right of the graphic, the text reads: 'Bienvenido a **Twitter Ads** Elija un objetivo a la izquierda para comenzar'.

<sup>85</sup> Twitter. Dirección URL: <https://business.twitter.com/es/advertising/campaign-types/increase-website-traffic.html> (Consulta: 6 de marzo de 2017, 11:30 am).

- Campaña Quick Promote

Quick Promote sirve como herramienta para que el mejor contenido de Twitter correspondiente a la empresa llegue rápidamente a una audiencia más amplia.

Para comenzar con esta campaña se deben seguir los siguientes pasos:

1. Elige un Tweet para promocionarlo.

Haz clic en el icono de actividad de cualquier Tweet en tu cronología, en tu teléfono móvil o en tu ordenador. O selecciona un Tweet en tu panel de actividad o uno de los Tweets con más rendimiento en la página de inicio de tu cuenta.

2. Haz clic en "Promocionar este Tweet"
3. Selecciona la localización que quieres segmentar

Las opciones disponibles incluyen todo el mundo, por país, estado/provincia/región o área metropolitana.

4. Selecciona tu presupuesto

Se dará una estimación de los resultados que probablemente veas a cada nivel. Si es la primera vez que te anuncias en Twitter, se te solicitará que introduzcas la información de pago.

- 5.- Confirma tu nivel de gasto

Para mirar cómo tu Tweet alcanza una audiencia más amplia en tiempo real. Se mostrarán las mediciones inmediatamente, pudiéndose ver también los datos de cualquier Tweet que se promocionen.

Cuando utilizar Quick Promote:

1. Cuando las tasas de interacción sean altas.
2. Cuando se está fuera de las horas de trabajo normales.
3. Cuando se están tomando fotos de lugar donde se está

#### 4. Cuando estas en un evento<sup>86</sup>



CLICS EN EL SITIO WEB O CONVERSIONES

## Obtenga más visitas o conversiones en su sitio web

Crear campaña

### CÓMO FUNCIONA

Promocione sus Tweets entre las personas que visitarán y realizarán una acción en su sitio web. Haga un seguimiento de los resultados obtenidos en dispositivos móviles y en la web.

### QUÉ ES LO QUE PAGA

Pague por el número de clics en el vínculo de un sitio web.

### CUÁNDO SE USA

Quiere que las personas visiten y realicen una acción en su sitio web (p ej., que descarguen un documento o hagan una compra).

## PASO 1

### Manual de Comunicación para Pymes CLICS EN EL SITIO WEB O CONVERSIONES

Financiación — Tarjeta de crédito/débito — Puja automática — Sí — Presupuesto diario — Obligatorio

SIN GUARDAR

1 Descripción general > 2 Audiencia > 3 Presupuesto > 4 Creatividades

Asigne un nombre a su campaña

Manual de Comunicación para Pymes

¿Cuándo desea publicar su campaña? ?

- Comienza de forma inmediata, funciona de manera continua
- Establezca las fechas de inicio y fin

<sup>86</sup> Twitter. Dirección URL: <https://business.twitter.com/es/advertising/campaign-types/quick-promote.html> (Consulta: 6 de marzo de 2017, 11:32 am).

## PASO 2

Manual de Comunicación para Pymes CLICS EN EL SITIO WEB O CONVERSIONES

Financiación — Tarjeta de crédito/débito — Puja automática — Sí — Presupuesto diario — Obligatorio

SIN GUARDAR

1 Descripción general > 2 Audiencia > 3 Presupuesto > 4 Creatividades

## Seleccionar la audiencia PASO 2 DE 4

PERFIL DE LA AUDIENCIA

Seleccionar ubicaciones ? (obligatorio)

Buscar ubicaciones, ejemplo: Mexico

o

Importar varias ubicaciones

Segmentar usuarios ubicados en...

País

X Mexico

Seleccionar género ?

De cualquier género  Hombre  Mujer

Imágenes tomadas de Twitter 2017

## PASO 3

Manual de Comunicación para Pymes CLICS EN EL SITIO WEB O CONVERSIONES

Financiación — Tarjeta de crédito/débito Puja automática — Sí Presupuesto diario — \$201.00

SIN GUARDAR

1 Descripción general > 2 Audiencia > 3 Presupuesto > 4 Creatividades

## Establezca el presupuesto PASO 3 DE 4

Defina un importe máximo diario ? (obligatorio)

MX\$ 201 por día

Defina un presupuesto total ? (opcional)

MX\$ 201.50

Imagen tomada de Twitter 2017

## PASO4

### Elija sus creatividades PASO 4 DE 4

Puede promocionar Tweets existentes o crear nuevos. A continuación se muestran todos los Tweets aptos para este tipo de campaña. Seleccione o escriba Tweets que motiven a realizar la acción deseada. Todos deben incluir una URL o Website Card. [Más información sobre las Website Cards](#) y las mejores prácticas de campaña.

> [Mostrar especificaciones del contenido multimedia](#)

#### Crear o seleccionar creatividades

@RodrigoVictori4 Tweets de entrega limitada  [Mostrar respuestas](#)

<u>Tweets de entrega limitada</u>	Impresiones	Clics en el sitio web	Tasa de clics en el sitio web
<div><p>MANUAL DE COMUNICACIÓN PARA PYMES</p><p><a href="#">Programar Tweet</a> 83</p><p>Website Card o <a href="#">Añadir contenido multimedia (opcional)</a></p><p>Crear una card <a href="#">Seleccionar una card disponible</a></p></div>			

#### Ver vista previa

iOS Android Escritorio Plataforma de audiencia de Twitter

Vista previa dinámica Before Tweeting After Tweeting

 Rodrigo Victoria !!! @RodrigoVictori4

MANUAL DE COMUNICACIÓN PARA PYMES 31 dic.

[Retweet](#) [Responder](#) [Me gusta](#)

[Promocionado](#)

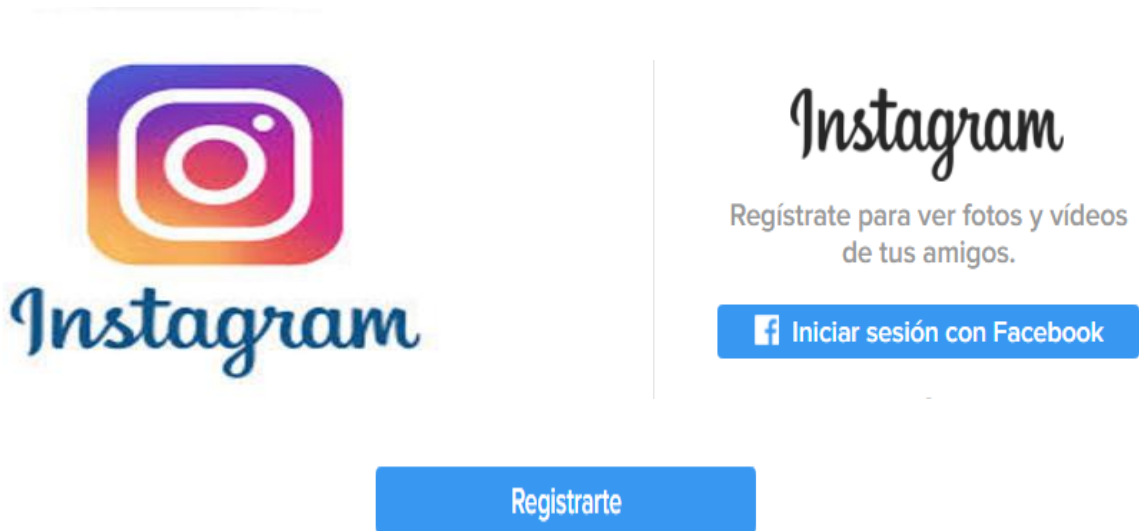
Creatividades seleccionadas 0

Escriba o seleccione Tweets para promocionar. Las campañas que incluyen de 4 a 6 Tweets dan mejores resultados.

Imagen tomada de Twitter 2017



### 3.1.4 INSTAGRAM



Instagram es la red social caracterizada principalmente por sus millones de fotografías y sus múltiples filtros con los cuales los usuarios pueden darle vida a sus creaciones.

Se necesita abrir un perfil y se puede también agregar a otros contactos, al mismo tiempo que pueden subir videos cortos y escribir mensajes descriptivos de cada una de sus fotos.

Millones de empresas, grandes y pequeñas, utilizan la familia de aplicaciones como Instagram, para conectar con personas reales mediante cualquier dispositivo en cualquier momento.

Los perfiles de empresa de Instagram sitúan a tu empresa en aquellos lugares donde las personas invierten más tiempo descubriendo contenido.

PASO NUMERO 1.- Abrir un perfil en Instagram desde la página oficial [www.instagram.com](http://www.instagram.com) o bien si tiene Facebook lo puede hacer desde un enlace directo que se encuentra en el menú opciones.



Imagen tomada de Instagramr 2017

### Perfiles de empresa de Instagram

A través de esta plataforma, las personas pueden encontrar empresas, marcas y productos que sean de su agrado, por lo tanto las empresas aprovechan esta plataforma para compartir sus historias de formas visuales que las personas puedan disfrutar. Al igual que las páginas de Facebook, los perfiles de empresa de Instagram conectan a las personas y a las empresas a través de los celulares.

PASO NUMERO 2.- Añadir una foto del nombre o marca de la empresa, escribir un nombre para el perfil de Instagram y describir la biografía de su empresa.



Imagen tomada de Twitter 2017

Mediante Instagram se puede contar la historia de una empresa, conectar con la audiencia y generar demanda de los productos.

Más de 500 millones usan Instagram todos los meses, por tal motivo es necesario que como empresa te des a conocer ante el público mediante esta plataforma social.

Los formatos que se presentan Instagram ayudan a captar la atención de los usuarios, ayudando esta red a que una empresa pueda llegar a las personas con mayores probabilidades de que éstas se interesen en ti.

Una vez que ya se realizó la página de la empresa, se debe promocionar a la misma mediante la publicación de anuncios que puedan ser compartidos más allá de la página. Estos anuncios pueden ser con video, con presentación o anuncios con foto.

1. Anuncios con video: Los videos son una excelente forma de incrementar el reconocimiento de una empresa ya que muestran a las personas lo que distingue a la empresa, ayudándole así a obtener más ventas.

2. Anuncios con foto: Sin importar cuáles sean los objetivos de una empresa, un anuncio con foto en Instagram es una excelente forma de dar a conocer quién eres y qué haces. Un anuncio con foto te ofrece un formato limpio y sencillo para usar con imágenes inspiradoras y texto atractivo. Generalmente este tipo de anuncio es utilizado para promocionar un nuevo producto o servicios.

PUNTO NUMERO 3.-Subir contenido (fotos y videos).  | *Instagram*

## Anunciarse en Instagram

Visita el [Servicio de ayuda para publicidad](#) para obtener más información sobre publicidad en Instagram, o el [portal para desarrolladores](#) para obtener más información sobre cómo usar la plataforma de API de Instagram.

### Más información para anunciantes

#### ▼ ¿Cómo puedo anunciarme en Instagram?

Puedes crear anuncios para Instagram con la [herramienta de creación de anuncios](#), [Power Editor](#) o la API de anuncios.

Obtén más información sobre la [publicidad en Instagram](#).

¿Te ha sido útil esta respuesta?

[Enlace permanente](#) · [Artículos relacionados](#)



#### ▼ Aparte de los anuncios, ¿cómo puedo incrementar mi público en Instagram?

Imagen tomada de Twitter 2017

## 4. Impulsa el descubrimiento

Crea reconocimiento animando a las personas a que naveguen por tu tienda, aplicación o sitio web y los exploren mediante los clics en el sitio web, las reproducciones de videos y las respuestas a eventos.

Los clics en el sitio web se encargan de atraer personas al sitio de la empresa para explotarlo; las reproducciones de video por su parte vuelven más atractivo a la empresa a medida que las personas ven más videos en internet de la misma;

finalmente las respuestas a eventos, incentivan a las personas a fomentar relaciones con las personas interesadas en la empresa.<sup>87</sup>

---

<sup>87</sup> Facebook. Dirección URL: [https://es-la.facebook.com/business/goals/demand-generation#website\\_clicks](https://es-la.facebook.com/business/goals/demand-generation#website_clicks) (Consulta: 6 de marzo de 2017, 11:37 am).

### 3.1.5 YOU TUBE.



Imagen tomada de You tube 2017

You tube es una plataforma de videos que cuenta con millones de videoclips de musica principalmente, pero tambien sirve para crear un perfil en este caso no te piden subir una fotografia ni agregar amigos, tu puedes crear una cuenta, crear una lista de reproduccion de tus videos preferidos y lo mas importante que puedes generar contenido esto que quiere decir que puedes subir tus propios videos en super alta definicion para que los vean millones de personas en el mundo.

¿Qué son los anuncios en video?

Cualquier video subido a You Tube puede ser un anuncio. Los anuncios previos al video aparecen antes que otros videos en You Tube. Otros anuncios de video aparecen junto a los videos que se reproducen y en los resultados de búsqueda.<sup>88</sup>



Imagen tomada de You tube 2017

¿Cuál es el costo de los anuncios de video?

Tienes control total sobre tu presupuesto diario, así que puedes gastar la suma que quieras.

Además solo pagas cuando alguien se interesa en tu anuncio de video. Si el espectador decide saltarse el anuncio antes de que se pasen treinta segundos (o de que termine), no pagas un centavo.

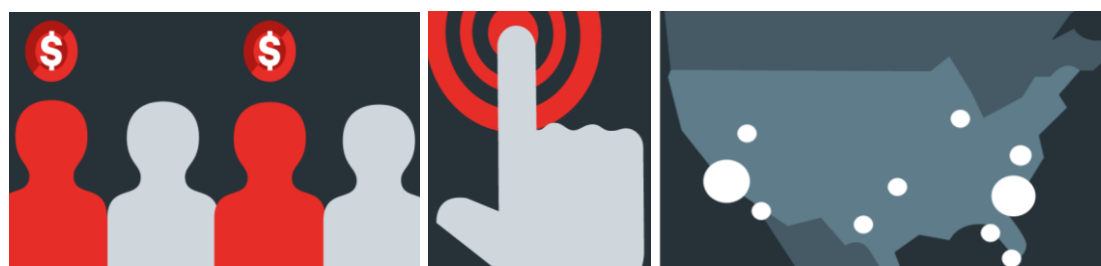
¿A quiénes puedo dirigir mis anuncios?

<sup>88</sup> YouTube. Dirección URL: <https://www.youtube.com/yt/advertise/es-419/> (Consulta: 6 de marzo de 2017, 12:00 pm).

You Tube ofrece diversas opciones de orientación que te ayudan a llegar al cliente indicado para tu empresa. Puedes orientar tus anuncios por edad, sexo, ubicación, intereses y más.

¿Cómo mido los resultados?

YouTube tiene una herramienta de Analytics integrada que te facilita ver el rendimiento del anuncio. También puedes realizar ajustes en tu anuncio en cualquier momento y pasar varios anuncios a la vez para ver cuál funciona mejor.<sup>89</sup>



**Lanzar anuncio**



**COMENZAR**

Imagen tomada de You tube 2017

---

<sup>89</sup> *Ídem.*



## PUNTO NUMERO 1 .- SELECCIONA TU VIDEO.

Si ya tienes un video que satisface tus necesidades de marketing, simplemente úsalo cuando crees el anuncio. Si necesitas subir un video nuevo a YouTube, puedes hacerlo.



Imagen tomada de You tube 2017

## PUNTO NUMERO 2.- PERSONALIZA LA CONFIGURACION DE TU ANUNCIO.

Establece un presupuesto diario con el que te sientas cómodo y orienta el anuncio a los clientes adecuados para tu empresa según edad, género, intereses y ubicación.



### PUNTO NUMERO 3.- LANZA TU ANUNCIO.

Una vez que ingreses tus datos de facturación, estarás listo para empezar a llegar a tus clientes en YouTube.

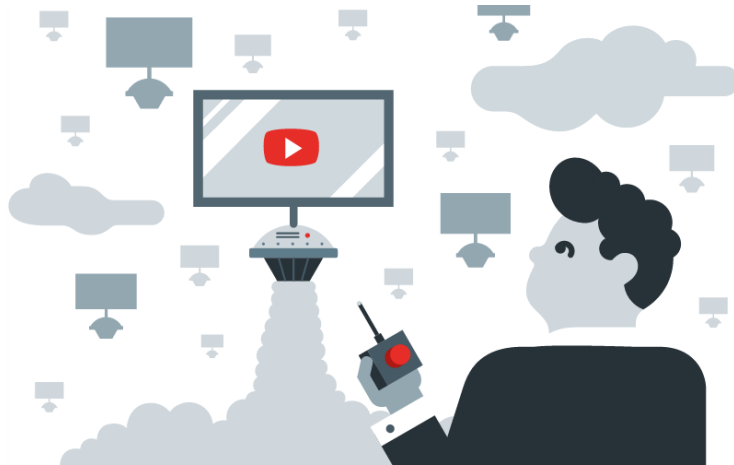


Imagen tomada de You tube 2017

### **3.2 DIRECTORIO DE INSTITUCIONES FINANCIERAS PARA LAS PYMES.**

- **NAFIN**

**Titular:** Jacques Rogozinski

**Cartera de crédito vigente:** 104,768 millones de pesos.

Programa de banca de desarrollo: Otorgará 351 mil millones de pesos y 377 mil 200 millones de pesos de créditos con garantías de Nafin, para canalizar mayor financiamiento a las pymes. Con estos recursos se estima alcanzar un saldo de crédito directo e impulsado por 250,300 mdp, 13.6% mayor en términos reales que en 2012.

- **BANCOMEXT**

**Titular:** Enrique de la Madrid

**Cartera de crédito vigente:** 67,302 millones de pesos.

Detonará financiamiento por más de 95 mil 400 mdp en sectores generadores de divisas, a través de programas de crédito de Bancomext, lo que permitirá un saldo de crédito directo e impulsado por 88 mil 100 mdp, 15 por ciento mayor que en 2012 en términos reales.

- **BANOBRAS**

**Titular:** Alfredo del Mazo

**Cartera de crédito vigente:** 253, 056 millones de pesos.

Ofrecerá financiamiento por más de 38 mil 100 mdp, a través de programas de créditos, para atención de proyectos de infraestructura y estados y municipios. Se alcanzará un saldo de crédito directo e impulsado por 264 mil 100 mdp, seis por ciento mayor, en términos reales, que en 2012.

- **FINANCIERA RURAL**

**Titular:** Carlos Alberto Treviño Medina

**Cartera de crédito vigente:** 17,586 millones de pesos.

Brindará a productores y empresas rurales 32 mil 200 mdp, cuatro mil mdp más que en 2012, con productos de crédito. Esto contribuirá a que el saldo en el crédito directo e impulsado para el sector agrícola por las instituciones de fomento al desarrollo (incluyendo FIRA), sea superior a los 103 mil mdp, 7.3 por ciento mayor en términos reales respecto al año anterior.<sup>90</sup>

**Nota: Las instituciones siguen siendo las mismas, el crédito estaba previsto para el 2013, sin embargo se nos hizo conveniente a usted querido lector mostrarle la cantidad de dinero que se otorgó para créditos y juzgue usted mismo si ese dinero que en parte se destinó a las PYMES durante el inicio del sexenio de Enrique Peña Nieto en verdad llegó a las manos de gente emprendedora como ustedes.**

---

<sup>90</sup> Noticieros Televisa. *1 billón de Créditos Peña Nieto fija meta de la Banca de Desarrollo*. Dirección URL: <http://noticieros.televisa.com/economia/1505/banca-desarrollo-punto-central-politica-publica-videgaray/#> (Consulta: 6 de marzo de 2017, 12:30 pm).

## CONCLUSIONES

El presente manual de publicidad para pymes sirve como base para la creación y publicitación de una pequeña o mediana empresa, ya que recaba antecedentes, estadísticas, problemáticas y datos actualizados que introducen de manera precisa al emprendedor en el mundo de las PyMES, dándole un conocimiento general de aquellos datos que le ayudarán a crear su pequeña o mediana empresa, los cuales no se encuentran en algún otro manual hasta el momento.

Una de las problemáticas a subsanar mediante este manual es aquella en donde los emprendedores no quieren contratar personal capacitado y con conocimientos de publicidad y *marketing* que hagan crecer por estos medios la pequeña y mediana empresa, por ello se sugiere que el emprendedor se rodee de personas profesionales o para el caso de seguir negándose a tomar esta medida, se explican los medios más acertados para que el propio emprendedor pueda realizar esta función.

Otro problema que se observó es aquel que advierte que las instituciones financieras únicamente llegan a brindar apoyo solo por un cierto tiempo a las PyMES, ya que después de otorgado el apoyo, estas instituciones no dan seguimiento hacia estas para fomentar su crecimiento y subsistencia, siendo que es por esta razón, que no sobreviven por más de cinco años.

Mediante la encuesta ENAPROCE y los resultados precisos que ésta arrojó, sabemos que el sector del comercio es el más grande en México, de modo tal que se sugiere que el emprendedor al tomar en cuenta todos los datos mencionados en estas estadísticas apueste por este sector de la manera en que más convenga a sus intereses.

De la investigación se desprende que la principal red social que utilizan los mexicanos es Facebook, demostrándonos la encuesta realizada por la Asociación

Mexicana de Internet (AMIPCI), que el número de horas que pasa el mexicano conectado en esta red, está muy por encima de las demás, por lo cual se debe apostar a publicitar la pyme principalmente en esta plataforma, sin hacer a un lado a las demás,

Con lo anterior podemos asegurar que un buen manejo de publicidad en redes sociales aumenta el éxito en difusión y ventas de los productos y servicios ofrecidos en la pequeña y mediana empresa, las redes sociales en la actualidad son la plataforma por excelencia para dar a conocer nuestra empresa.

No obstante, nunca debe dejarse de lado el resaltar las raíces mexicanas en los productos o servicios que se ofrezcan. Por tanto, sugerimos identificar éstos con el logotipo “Hecho en México”, distinguiendo así, los productos fabricados en nuestro país, frente a los que proviene del extranjero. De modo tal que la identidad y formalidad de la pyme pueda verse totalmente reflejada, dándole esto una total seguridad a quienes adquieran nuestros productos o servicios.

Por lo que respecta a la problemática del presidente de Estados Unidos, Donald J. Trump con respecto al Tratado de Libre Comercio de América del Norte, es importante resaltar que los cambios que pudieran realizarse en éste serían casi igual de nocivos para nuestro país como los que se encontraban ya establecidos, ya que aunque parezca que se nos ha ayudado, la realidad es que los beneficiados siempre han sido y serán las empresas extranjeras. Por lo cual es que debemos apostar por lo productos mexicanos, aquellos que verdaderamente se manufacturan en nuestro país.

Con la elaboración de este manual y lo anteriormente mencionado, se da la certeza a los dueños de las PyMES y a sus futuros emprendedores de que aquí podrán obtener un mayor entendimiento del manejo de su empresa con la finalidad de que ésta perdure por muchos años.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- 1.- ANDERSEN, Arthur. *Diccionario de economías y negocios*. España, Espasa, 1999.
- 2.- ÁNGELES HERNÁNDEZ, Xavier. *Pymes: Modernización, tecnología o quiebra*. México, Ediciones Fiscales ISEF, 2007.
- 3.- BANGS, David H. Jr. *Creando clientes: Plan de acción para aumentar al máximo las ventas, la promoción y la publicidad de la empresa*. Buenos Aires, Macchi, 1997.
- 4.- CLERI, Carlos. *El libro de las Pymes*. Granica, 2014.
- 5.- DICKSON, D.N.E. *Mejore su negocio. Manual*. México, Alfa omega, 1995.
- 6.- ESPINOSA VILLAREAL, Oscar. *El impulso a la micro, pequeña y mediana empresa*. México, Fondo de Cultura Económica, 1995.
- 7.- FERNÁNDEZ ARENA, José Antonio. *El proceso administrativo*. México, Diana, 2000.
- 8.- FERREL, O.C. y Geoffrey, Hirt. *Introducción a los negocios en un mundo cambiante*. México, Mc Graw-Hill, 2010.
- 9.- FLORES SALGADO, José y Ricardo, Estrada García. *Estudios organizacionales y pequeñas y medianas empresas*. México, Casa abierta al tiempo, 2001.
- 10.- GROSS, Hebert. *Pequeña empresa y gran mercado. Nuevas oportunidades para la pequeña y mediana empresa*. Bilbao, Deusto, 1962.
- 11.- IRIGOYEN, Horacio A. *La crisis en la empresa familiar*. Buenos Aires, Macchi, 1999.
- 12.- IRIGOYEN, Horacio A. y Francisco A. Puebla. *Pymes, su economía y organización*. Buenos Aires, Macchi, 1997.

- 13.- MÉNDEZ MORALES, José Silvestre. *Problemas económicos de México*. México, Mc Graw-Hill, 2007.
- 14.- MERCADO H., Salvador. *Administración aplicada: Teoría y práctica*. México, Limusa, 2007.
- 15.- MORÁLES CASTRO, Arturo. *Pymes: Financiamiento, inversión y administración de riesgos: Casos prácticos*. México, Gasca SICCO, 2006.
- 16.- NECK, Philip A. *Desarrollo de pequeñas empresas: Políticas y programas*. México, Limusa, 1995.
- 17.- REBOLLEDO LOZANO, Juan. *Diagnóstico de operaciones de las Pymes*. México, Trillas, 2007.
- 18.- ROBINSON, Roland I. *Financiamiento de la dinámica empresa pequeña*. México, Ediciones Contables y Administrativas, 1972.
- 19.- RODRÍGUEZ RUBIO, Gabriel. *Pymes que hacen historia en México*. Cámara Nacional de Empresas de Consultoría CNEC, 2008.
- 20.- SKERTCHLY, Ricardo W. *Microempresa, financiamiento y desarrollo: El caso de México*. México, Miguel Ángel Porrúa, 2000.

## DICCIONARIOS

- 21.- Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, España, Espasa-Calpe, 2016. Dirección URL: [www.rae.es](http://www.rae.es).

## PÁGINAS ELECTRÓNICAS

- 22.- Aristegui Noticias. Hacienda lanza 'Mi Contabilidad' para simplificar trámites fiscales. 1 de Febrero 2017. Dirección URL:



<http://aristeguinoticias.com/0102/mexico/hacienda-lanza-mi-contabilidad-para-simplificar-tramites-fiscales/>

- 23.- Asociación Mexicana de Internet. Estudio sobre los Usuarios de Internet en México 2016. Dirección URL: [https://www.amipci.org.mx/images/Estudio\\_Habitosdel\\_Usuario\\_2016.pdf](https://www.amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf)
- 24.- Banco de Desarrollo de América Latina. Dirección URL: <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2016/06/america-latina-en-busca-de-pymes-mas-competitivas/>
- 25.- BBC MUNDO. ¿Cómo afecta a América Latina que Donald Trump retire a Estados Unidos del TPP?, 23 de enero del 2017. Dirección URL: [http://www.bbc.com/mundo/noticias-38067701?ocid=socialflow\\_facebook](http://www.bbc.com/mundo/noticias-38067701?ocid=socialflow_facebook)
- 26.- El Economista. Abre paso EU al aguacate mexicano para el Súper Bowl. 2 de Febrero 2017. Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2017/02/02/abre-paso-eu-aguacate-mexicano-super-bowl>
- 27.- El Economista. Gobierno de EPN llama a IP a consultas. 2 de Febrero de 2017. Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2017/02/02/gobierno-epn-llama-ip-consultas>
- 28.- El Economista. Pro México perfila inversiones de empresas extranjeras en 2017. 2 de Diciembre 2016. Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2016/12/02/promexico-perfila-300-inversiones-empresas-extranjeras-2017>
- 29.- El Excélsior. 1 Billón en créditos, Peña Nieto fija meta de la banca de

desarrollo. 12 Junio 2016 Dirección URL:  
<http://www.excelsior.com.mx/nacional/2013/06/12/>

30.- El Financiero. Economía: Efectos de un dólar caro llega a las empresas. 15 de Junio 2016. Dirección URL:  
<http://www.elfinanciero.com.mx/economia/efectos-de-un-dolar-carro-llega-a-las-empresas.html>

31.- El Universal. Entérate que es el logotipo “Hecho en México”. 1 de Febrero 2017. Dirección URL:  
<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/economia/2017/02/1/enterate-que-es-el-logotipo-hecho-en-mexico>

32.- El Universal. Peña Nieto anuncia estímulos fiscales para repatriación de capitales y apoyo a Pymes. 17 de Enero de 2017. Dirección URL:  
<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/economia/2017/01/17/pena-nieto-anuncia-estimulos-fiscales-para-repatriacion-de>

33.- El Universal. Prevé Ildelfonso Guajardo que México salga del TLCAN. 24 de Enero de 2017. Dirección URL:  
<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/economia/2017/01/24/preve-ildelfonso-guajardo-que-mexico-salga-de-tlcan>

34.- El Sol del México. ¡Súper Bowl sin guacamole! EU rechaza aguacate mexicano. 23 de enero 2017. Dirección URL:  
<https://www.elsoldemexico.com.mx/mundo/575467-superbowl-podria-quedarse-sin-guacamole-tras-rechazo-de-aguacate-mexicano>

35.- e Pyme. Dirección URL: <http://epymeonline.com/publicidad-en-google-que-es-google-adwords-y-para-que-sirve/>

- 36.- Facebook. Dirección URL: <https://www.facebook.com/business/overview>
- 37.- Facebook. Dirección URL: <https://www.facebook.com/business/products/ads>
- 38.- Facebook. Dirección URL: [https://es-la.facebook.com/business/goals/demand-generation#website\\_clicks](https://es-la.facebook.com/business/goals/demand-generation#website_clicks)
- 39.- Forbes. México es líder de marketing en Redes Sociales. Dirección URL: <https://www.forbes.com.mx/mexico-es-lider-de-marketing-en-redes-sociales/#gs.=i4CTIU>
- 40.- Gobierno de España: Ministro de Industria, energía y turismo. Dirección URL: <http://www.ipyme.org/es-S/UnionEuropea/UnionEuropea/PoliticaEuropea/Marco/Paginas/NuevaDefinicionPYME.aspx>
- 41.- INEGI. *Micro, Pequeña y Mediana Empresa: Estratificación de los establecimientos, censos económicos 2009*. Dirección URL: [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono\\_Micro\\_peque\\_mediana.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf)
- 42.- INEGI. Situación Pyme en México 2009: Micro pequeña, mediana y gran empresa. Dirección URL: [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono\\_Micro\\_peque\\_mediana.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf)
- 43.- Integración de las pequeñas y medianas empresas en las corrientes comerciales mundiales. Dirección URL: [https://www.wto.org/spanish/res\\_s/booksp\\_s/cmark\\_chap3\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/cmark_chap3_s.pdf)
- 44.- Merca 2.0. Enrique Peña Nieto responde a Trump, México buscará acuerdos

comerciales con Asia, Centro y Sudamérica. 23 de Enero de 2017.  
Dirección URL: <http://www.merca20.com/enrique-pena-nieto-responde-a-trump-mexico-buscara-acuerdos-comerciales-asia-centro-sudamerica/>

45.- Merca 2.0. Hacen campaña con logo de Hecho en México y así luce. 1 de Febrero 2017. Dirección URL: <http://www.merca20.com/campana-logo-hecho-en-mexico-asi-luce/>

46.- Noticieros Televisa. 1 billón de Créditos Peña Nieto fija meta de la Banca de Desarrollo. Dirección URL: <http://noticieros.televisa.com/economia/1505/banca-desarrollo-punto-central-politica-publica-videgaray/#>

47.- Noticiero Televisa. Banca de Desarrollo, el punto central de la política pública: Videgaray. 22 de mayo 2015. Dirección URL: <http://noticieros.televisa.com/economia/1505/banca-desarrollo-punto-central-politica-publica-videgaray/#>

48.- Oficina Internacional del Trabajo. Conferencia Internacional del Trabajo, Informe IV, 2015, p.2. Dirección URL: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms\\_358292.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_358292.pdf)

49.- Organización Internacional del Trabajo. *Formación en gestión de la PYME e iniciativa empresarial.* Dirección URL: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---américas/---ro-lima/---sro-lima/documents/instructionalmaterial/wcms\\_204147.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---américas/---ro-lima/---sro-lima/documents/instructionalmaterial/wcms_204147.pdf).

50.- Organización Internacional del Trabajo. Sistema de las Naciones Unidas. Dirección URL: <http://www.onu.cl/onu/sample-page/agencias-fondos-y-programas/oit/>

- 51.- Órganos Estatales de la República Popular China ([www.china.org.cn](http://www.china.org.cn)).  
Dirección URL: <http://spanish.china.org.cn/spanish/14839.htm>
- 52.- Proceso. Propone Castañeda negociar “acuerdos paralelos” y no todo el TLCAN con Trump. 23 de Enero del 2017. Dirección URL: <http://www.proceso.com.mx/471464/propone-castaneda-negociar-acuerdos-paralelos-tlcan-trump>
- 53.- PYMERANG. Dirección URL: <http://www.pymerang.com/emprender/pasos-para-iniciar-un-negocio/licencias-y-registros/541-como-crear-una-empresa-en-mexico>
- 54.- Revista Líderes. Dirección URL: <http://www.revistalideres.ec/lideres/america-latina-cifras-empresas-pymes.html>
- 55.- SEO en México. Dirección URL: <http://www.seoenmexico.com.mx/google-adwords/>
- 56.- TLCAN. Dirección URL: [http://www.tlcanhoy.org/faq\\_es.asp#faq-1](http://www.tlcanhoy.org/faq_es.asp#faq-1)
- 57.- Twitter. Dirección URL: <https://business.twitter.com/es/advertising/campaign-types/increase-website-traffic.html>
- 58.- Twitter. Dirección URL: <https://business.twitter.com/es/advertising/campaign-types/quick-promote.html>
- 59.- YouTube. Dirección URL: <https://www.youtube.com/yt/advertise/es-419/>

## ÍNDICE DE CUADROS

1. **CUADRO 1:** INEGI. *Micro, Pequeña y Mediana Empresa: Estratificación de los establecimientos, censos económicos 2009*. Dirección URL: [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono\\_Micro\\_peque\\_mediana.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf)
2. **CUADRO 2:** Diversas clasificaciones del tamaño de las empresas. Rodríguez Rubio. *Pymes que hacen historia en México*. Cámara Nacional de Empresas de Consultoría CNEC, 2008.
3. **CUADRO 3:** Rodríguez Rubio. *Pymes que hacen historia en México*. Cámara Nacional de Empresas de Consultoría CNEC, 2008.
4. **CUADRO 4:** Número de PyMES en cada país. Revista Líderes. Dirección URL: <http://www.revistalideres.ec/lideres/america-latina-cifras-empresas-pymes.html>.
5. **CUADRO 5:** PyMES como generadores de empleos. Revista Líderes. Dirección URL: <http://www.revistalideres.ec/lideres/america-latina-cifras-empresas-pymes.html>.
6. **CUADRO 6:** PyMES en China. Órganos Estatales de la República Popular China ([www.china.org.cn](http://www.china.org.cn)). Dirección URL: <http://spanish.china.org.cn/spanish/14839.htm>
7. **CUADRO 7:** Metodología JICA. Pérez, Ana María. *Procedimiento para la práctica empresarial*. Consultores PYME con metodología JICA, 2008.

