

# RELAYN. Administración y Negocios en Latinoamérica.

---

## 2021

admón  
y nego-  
cios.



**iQ4**  
EDITORES

***Administración y Negocios  
en Latinoamérica 2021***

© iQuatro Editores

ISBN: 978-607-99812-2-8

Edición: Marzo 2022

Páginas: 1852

**Comité Técnico Académico**

Oscar Cuauhtémoc Aguilar Rascón

Nuria Beatriz Peña Ahumada

Rafael Posada Velázquez

**Consejo Técnico**

Paula Mejía

**Gestión Editorial**

Guadalupe González

**Editor Técnico**

Michelle Osornio

D.R. © 2020, INVEPY Y ASOCIADOS S. C.

Esta publicación tiene como política editorial un proceso de revisión por pares doble ciego, donde los artículos son remitidos a académicos especializados en el tema. Asimismo, nuestro Comité editorial determina si el artículo es aceptado o rechazado, cuidando su originalidad y calidad.

La presente obra no puede ser reproducida, ni registrada o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotocopiado, electrónico, magnético, electroóptico o cualquier otro tipo, sin el permiso previo y por escrito de la editorial.

Capítulo 20. El emprendimiento de las mujeres indígenas en los estados de Puebla y Oaxaca.....	371
Capítulo 21. Nuevas funciones administrativas del Instituto Nacional Electoral.....	383
Capítulo 22. Diagnóstico de los factores de riesgo psicosocial en Pymes de Nezahualcóyotl, Estado de México.....	399
Capítulo 23. Globalización y sustentabilidad: ¿juntas hacia la seguridad alimentaria y la preservación ambiental?.....	417
Capítulo 24. Sustentabilidad y competitividad en la empresa restaurantera, de la ciudad de Guasave, Sinaloa, México.....	437
Capítulo 25. Procesos de las MiPymes del municipio de Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo .....	457
Capítulo 26. Diagnostico estratégico para la certificación de calidad de despachos prestadores de servicios contables .....	469
Capítulo 27. Influencia del Capital Humano, Innovación y Administración Estratégica en la generación de competitividad de las empresas manufactureras de Tehuacán, Puebla.....	489
Capítulo 28. Influencia de la motivación laboral en la intención de rotación voluntaria del personal de acuerdo al nivel jerárquico .....	509
Capítulo 29. Construcción de un índice de inversión por programa educativo para el desarrollo de una Escuela Normal privada. ....	531
Capítulo 30. La automatización de actividades administrativas con apoyo de las tecnologías de información: Caso Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca.....	549
Capítulo 31. Desarrollo de competencias organizacionales de vanguardia, la inclusión como elemento diferenciador en instituciones de educación superior. Caso de estudio: Instituto Tecnológico José Mario Molina Pasquel y Henríquez, campus Puerto Vallarta. ....	563
Capítulo 32. Las estrategias de gestión e índice de capacidad de proceso en servicios de salud: Calidad de los servicios de salud con indicadores de capacidad de proceso .....	589
Capítulo 33. El aumento de la productividad en microempresas, mediante la implementación de proyectos de mejora de los procesos.....	601
Capítulo 34. Factores socioemocionales en la sucesión de la empresa familiar rural mexicana.....	617
Capítulo 35. Factores competitivos de éxito en las MiPymes ante la crisis económica COVID 19 .	637
Capítulo 36. Estrategias de marketing en las MyPES de la nueva realidad.....	657
Capítulo 37. El Capital Humano en la gestión del Capital Intelectual: Análisis Comparativo.....	675
Capítulo 38. Factores que incrementan la esperanza de vida de las mipymes en Reynosa, Tamaulipas .....	695
Capítulo 39. Diagnóstico situacional de las MIPYMES en Reynosa, Tamaulipas México, en la reactivación económica .....	713

# **Capítulo 25. Procesos de las MiPymes del municipio de Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo**

Pedro José Rivero Turriza  
Efrén David Turriza Borges  
María Del Carmen Chulim López

Instituto Tecnológico Superior de Felipe Carrillo Puerto

## **Resumen**

La finalidad de esta investigación es identificar la administración, gestión de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en el municipio de Felipe Carrillo Puerto. Los objetivos que se han contemplado en el estudio son la caracterización de las empresas, en el aspecto de procesos del sistema que incluyen mercadotecnia y finanzas. Se realizó una investigación descriptiva utilizando métodos cuantitativos para la obtención de la información determinando que, comparando los factores de mercadotecnia y finanzas, éste último obtiene mayor atención por parte de los microempresarios.

## **Palabras clave**

Finanzas, mercadotecnia, MIPYMES

## **Introducción**

La finalidad de esta investigación es identificar la administración y gestión de las MIPYMES en el municipio de Felipe Carrillo Puerto. Los objetivos que se han contemplado en el estudio son la caracterización de las empresas, de igual manera identificar los insumos, los procesos y resultados del sistema de las empresas, así mismo la cultura financiera de las mismas, las principales características que más impacto tienen en la administración y gestión.

Las MIPYMES han sido en los últimos años el centro de atención de numerosos trabajos, debido principalmente a su gran capacidad de generación de empleo, así como al papel primordial que juegan como generadoras de riqueza. Esto ha permitido un mayor conocimiento sobre sus características y sus relaciones con el entorno económico. No obstante, las MIPYMES siguen necesitadas de fundamentos operativos que, de forma continua, pongan de manifiesto su problemática y sus estrategias al objeto de facilitar la toma de decisiones, tanto desde un punto de vista de política interna de la empresa para su gestión (FAEDPYME, 2021).

Actualmente existen obstáculos para el crecimiento de las MIPYMES como lo son la poca importancia o nula información sobre las áreas de su empresa, el uso de la tecnología, así como el trato a los clientes y la innovación en los productos. En el presente documento se estudiará y se mostrará cómo mantenerse en el mercado no únicamente con la calidad de los productos y los precios bajos, sino que existen diferentes factores o áreas para el éxito de la empresa, así como su supervivencia.

La investigación se encuentra en una fase de análisis preliminar, dado que se ha explorado con mayor profundidad los resultados referentes a dos de las variables de estudio el manejo financiero y la mercadotecnia, e iniciado con la segunda en relevancia, la capacitación, sin embargo, se puede tener una idea cercana a los resultados finales de la misma.

## **Revisión de la Literatura**

Para observar al origen y evolución de las MIPYMES, nos remontamos al nacimiento de este núcleo de empresas denominadas factorías, aquellas que se originan como empresas propiamente dichas, es decir, en las que se puede distinguir correctamente una organización y una estructura, donde existe una gestión empresarial (propietario de la firma) y el trabajo remunerado (Valdez, Amador, Sanchez y Gil, 2012).

En el contexto económico mundial, las pequeñas y medianas empresas constituyen una parte importante del sector productivo. En el crecimiento de los países desarrollados, así como de los que están en proceso de alcanzar el mismo, estas unidades económicas son de gran relevancia por su contribución al desarrollo económico de los mismos (Tello, 2014).

Por otro lado, y tomando en consideración las características propias del negocio, se tendría que tomar en cuenta los recursos con los que cuentan las MIPYMES y que en su momento marcaría una diferencia sustancial en relación a otras empresas homólogas e inclusive contra las consideradas grandes. Dentro de estos recursos podríamos señalar el humano y los materiales (Suárez y Martín, 2008).

En el municipio de Felipe Carrillo Puerto, como en la mayoría de los países con economías desarrolladas o en vías de serlo, existen en la actualidad una serie de políticas públicas cuyos esfuerzos son encaminados al fomento y desarrollo de las Micro Pequeñas y Medianas Empresas

El éxito empresarial de las (MIPYMES) basado en los activos intangibles como la reputación de los productos y de la misma empresa, las habilidades de los empleados y la cultura organizacional son variables que determinan la competitividad de las empresas e influirán de manera importante en la obtención de mejores resultados (Calzada, 2009).

Las MIPYMES se enfrentan a una amenaza que cuestiona su capacidad de subsistencia en el medio empresarial. Según datos que emiten las autoridades enfocadas a regular las políticas económicas, un alto porcentaje de las mismas mueren por muchos y variados factores (Paredes, Peña y Vacío, 2016).

La utilidad que tiene el financiamiento para una empresa es vital, sin esto se moverá con dificultad en su ambiente. “Es el combustible sobre el cual marcha el negocio, el tipo de financiamiento seleccionado dependerá del deseo de endeudarse, la solvencia que tenga la

empresa para soportar los pagos y el momento en que decida tomarlo” (Laudani, Sela, Cristal y Panelli, 2020).

Uno de los problemas fundamentales de las MIPYMES en México es la falta de apoyo de crédito por parte de las instituciones financieras nacionales y más aún las internacionales. Otra problemática a la que se enfrentan los negocios, es la excesiva burocracia. Para ejemplificar algunos de los problemas a los que se enfrentan las MIPYMES, según Rodarte (2001), menciona que “un empresario decide abrir un negocio y, en promedio, las autoridades tardan 52 días para llevar a cabo gestiones y trámites. También existen desequilibrios en cuanto a la inversión extranjera se refiere”.

Uno de los grandes objetivos de toda empresa es su supervivencia, y para garantizar su continuidad deberá proveerse de recursos financieros. Las fuentes de financiación serán las vías que utilice la empresa para conseguir fondos (Laudani, Sela, Cristal y Panelli, 2020).

Las Pymes han sido en los últimos años el centro de atención de numerosos trabajos, debido principalmente a su gran capacidad de generación de empleo, así como al papel primordial que juegan como generadoras de riqueza. Esto ha permitido un mayor conocimiento sobre sus características y sus relaciones con el entorno económico. No obstante, las Pyme siguen necesitadas de fundamentos operativos que, de forma continua, pongan de manifiesto su problemática y sus estrategias al objeto de facilitar la toma de decisiones, tanto desde un punto de vista de política interna de la empresa para su gestión (Montoya, Martínez y Somohano, 2013)

De acuerdo a Kotler y Armstrong (2004) la mercadotecnia es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales se identifican las necesidades o deseos existentes en el mercado para satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con los clientes, a cambio de una utilidad o beneficio.

En principio, hay que conocer los mercados y al cliente para hacer algo distinto en la búsqueda de un mercado nuevo y sin competencia, ya sea por mercados no aprovechados o por demanda no atendida, debiendo generar un liderazgo que se conecte con las realidades del mercado, para así enfocarlo en hechos que motiven a sus equipos y reproducirlo en todos los niveles gerenciales (Kim y Mauborgne, 2014).

## **Metodología**

El presente trabajo es una investigación de nivel exploratorio-descriptivo cuantitativo, la población objetivo son las micro y pequeña Latinoamérica sobre sus hábitos y actitudes hacia el dinero, ubicadas en el municipio de Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo.

Se utilizó la metodología de la investigación denominada Innovación, Mype 4.0 e Imagen pública de las micro y pequeñas empresas Latinoamericanas. La información fue recabada del 29 de febrero al 20 de marzo de 2020. De las 449 empresas estudiadas, la mayoría corresponde a Comercio al menudeo (50.5%), Comercio al mayoreo (12.8%) e Industrias manufactureras (9.5%); las empresas que operan de manera legal son 52.4%, mientras que 46.4% operan en la clandestinidad. Respecto a los niveles de escolaridad de los directores, 5.5% no cuenta con educación formal, 10.5% tienen estudios de primaria completa, 29.7% concluyeron la secundaria, 33% concluyeron el bachillerato, 20.1% concluyó una licenciatura o ingeniería y 1.2% restante tienen estudios de posgrado. El promedio de horas laborales es de 8.5 al día en el negocio (Posada, Peña y Aguilar, 2020).

Dado que los resultados presentados son parte de un estudio más amplio, en este análisis se usa solo una parte del cuestionario de la investigación anual de la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (Relayn). El cuestionario está compuesto por una sección sociodemográfica del director, otra sección de la empresa, una sección de análisis sistémico y dos secciones que abordan la mype 4.0 y una cédula de observación de la imagen pública de la empresa (Posada, Peña y Aguilar, 2020).



Se llevó a cabo un análisis promedio porcentual, utilizando una sección del instrumento denominada “4ª parte: procesos del sistema”, que incluye a su vez secciones denominadas: Dirección, finanzas, gestión de ventas, innovación, mercadotecnia y producción-operación. De las cuales se realizó el análisis de dos de ellas mercadotecnia y finanzas, debido a la sensibilidad que presentan las MIPYMES en estas áreas para su permanencia en el mercado.

Para la determinación de los niveles de desempeño se establecieron los puntajes en cinco niveles equivalentes, de acuerdo a la Tabla 25.1, a nivel de finanzas, mercadotecnia y la suma de ambos.

**Tabla 25.1**

*Niveles de desempeño de acuerdo a las escalas establecidas*

<b>Nivel de desempeño</b>	<b>Puntaje mercadotecnia</b>	<b>Puntaje finanzas</b>	<b>Puntaje total</b>
Muy deficiente	0-10	1-13	0-23
Deficiente	11-20	14-26	24-46
Regular	21-30	27-39	47-69
Bueno	31-40	40-52	70-92
Excelente	41-50	53-65	93-115

## **Resultados**

De acuerdo al análisis de las variables de manera individual y de forma conjunta se obtuvieron los siguientes resultados, de acuerdo a los niveles establecidos en la Tabla 25.1.

Como se puede observar en la Tabla 25.2 y en la Figura 25.1, de manera individual en mercadotecnia como en finanzas, los niveles con mayores frecuencias son el bueno, seguido del excelente, por lo tanto, en el desempeño conjunto de estos dos factores se repite este comportamiento.

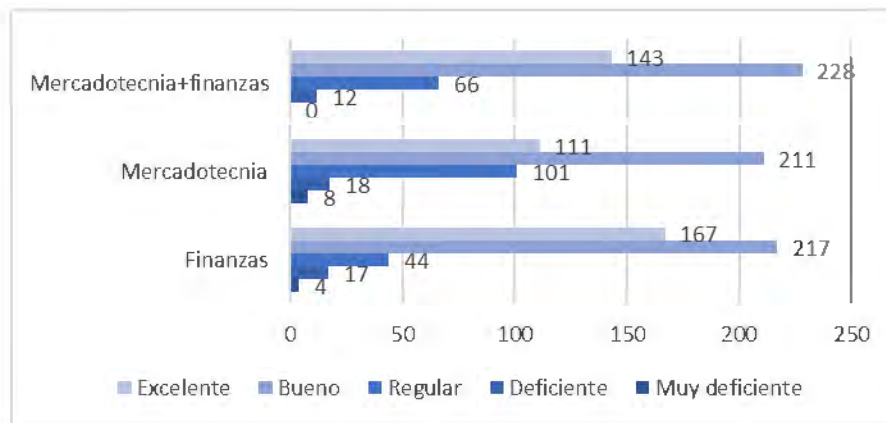
Sin embargo, de acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta aplicada, el 44% de micro y pequeñas empresas registran su contabilidad, el 13% no lleva un registro del control de efectivo y el 1% no utiliza ningún tipo de registro con el manejo de su dinero.

Para el caso de la excelencia, al realizar el comparativo entre los factores de mercadotecnia y finanzas, se puede decir que un mayor porcentaje de las microempresas alcanza este nivel en el área de finanzas (37%) en comparación con el de mercadotecnia (25%).

**Tabla 25.2.**  
Niveles alcanzados en los factores de manera individual y conjunta.

	Frecuencias		
	Finanzas	Mercadotecnia	Mercadotecnia + finanzas
Muy deficiente	4	8	0
Deficiente	17	18	12
Regular	44	101	66
Bueno	217	211	228
Excelente	167	111	143
Total	449	449	449

**Figura 25.1**  
Niveles de desempeño por factor y de manera conjunta



Los niveles de muy deficiente aparecen en 0.9% y 1.8% para finanzas y mercadotecnia respectivamente, sin embargo, al acumular los puntajes de otros ítems para el análisis conjunto, ningún empresario encuestado quedó situado en este nivel.

## **Discusión**

Como se pudo percibir la comparación entre las áreas de mercadotecnia y finanzas arroja una mayor atención hacia este último sector por parte de los microempresarios. Como afirman Rojas y Briceño (2007), la promoción de los productos es escasa y básica, y en algunos casos inexistente. Le dan relevancia a la venta personal como medio para informar y mantener excelentes relaciones directas con sus clientes; dejando en segundo y tercer lugar, la promoción de ventas y la publicidad, respectivamente. Principalmente utilizan la radio y la prensa local como medios de comunicación, y como técnica de promoción de ventas los descuentos por cantidad a nivel de intermediario. En general, no diseñan o planifican una mezcla promocional con metas claras a lograr; actúan de manera reactiva en lugar de ser proactivos (Rojas y Briceño, 2007).

Las variables que refuerzan el conocimiento de mercadotecnia relativos al involucramiento de los trabajadores en los procesos, así como la importancia que tiene la mercadotecnia para que se logre el desarrollo de la firma, fueron los ítems con mayor relevancia dentro del rubro conocimiento de mercadotecnia. Como una oportunidad para atender en un futuro inmediato está el lograr involucrar a todos los miembros de la empresa en los procesos de mercadotecnia, así como el de buscar el posicionamiento de la marca (Sánchez, Vázquez y Mejía, 2017)

Si bien a primera vista pueden resultar áreas totalmente ajenas una de la otra, la realidad es que ambas pueden llegar a armar un gran equipo de trabajo si se pueden distinguir sus diferencias y comprender cómo una puede beneficiarse de la otra, aun cuando el

marketing y las finanzas tienen enfoques distintos, sí existe un punto de equilibrio que permite llevar a cabo su estrecha colaboración (Ponzio,2021).

La evidencia permite afirmar que contar con elementos de la administración estratégica ofrece dirección y certeza a las actividades de la empresa, apoyándose en un elemento crucial para mantener el contacto con los clientes, tal y como lo permite un apropiado plan de publicidad.

Por otro lado, es omnipresente las necesidades de atención a las variables financieras, dado que, por la misma naturaleza de las MIPYMES, es muy sensible a las variaciones en los flujos de efectivo y por lo tanto le dan preponderancia a esta área sobre todas las demás, incluso en las que son igual o más importantes como la de mercadotecnia, como afirman Molinari, Alfonso y Scaramellini (2018) El fin de la organización, el ambiente en que actúa, las actividades y tareas que se realicen y la estandarización de las mismas, impactan en la definición del grado de formalización existente.

## **Conclusiones**

Se puede afirmar que las dos áreas en cuestión son consideradas por los microempresarios como fundamentales para el mantenimiento del negocio en el mercado, por otra parte, se puede decir que comparando una con otra en definitiva, se le da un mayor peso específico al factor financiero, lo anterior como consecuencia de los ciclos de caja muy cortos que viven las microempresas, es decir, el tiempo que transcurre desde el momento que pagan por los insumos y materias primas hasta el momento en que cobran por las ventas realizadas.

Esta situación desemboca en un constante estrés para mantener los flujos de efectivo en niveles que les permitan subsistir, dado que cualquier cambio en los factores internos o externos los hace más vulnerables.

## Referencias

- Alfonso A.; Molinari G.& Scaramellini N.(2018). - 1a ed . - La Plata : Universidad Nacional de La Plata; La Plata : EDULP, 2018. Libro digital, PDF - (Libros de cátedra) [Fecha de consulta 2 de septiembre de 2021]. Disponible [www.editorial.unlp.edu.ar](http://www.editorial.unlp.edu.ar)
- Bermúdez Carrillo, Luis Alberto. (2015). Capacitación: una herramienta de fortalecimiento de las pymes. *InterSedes*, 16(33), 01-25. Retrieved October 22, 2021, from [http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2215-](http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-)
- Calzada, Martín. (2009). LA ANTIGÜEDAD DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD, Disponible en [https://www.researchgate.net/publication/277746869\\_LA\\_ANTIGUEDAD\\_DE\\_LAS\\_PEQUENAS\\_Y\\_MEDIANAS\\_EMPRESAS\\_Y\\_SU\\_RELACION\\_CON\\_LA\\_COMPETITIVIDAD](https://www.researchgate.net/publication/277746869_LA_ANTIGUEDAD_DE_LAS_PEQUENAS_Y_MEDIANAS_EMPRESAS_Y_SU_RELACION_CON_LA_COMPETITIVIDAD)
- Fundación para el análisis estratégico y desarrollo de la pequeña y mediana empresa (FAEDPYME), recuperado el 20/10/2021 de <http://faedpyme.upct.es/faedpyme/introduccion>.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2014). Blue Ocean Leadership. *Harvard business review*, 92(5), 15-25.
- Kotler F., Armstrong. (2004). *Fundamentos de Marketing*. México D.F: McGraw Hill, Latinoamericana.
- Laudani, Melina; Sela, María Florencia; Redondo, Andrea María Cristal; Garcia Pannelli, Manuel. (2020). *Financiamiento en las PyMEs: análisis de alternativas y su utilización en San Rafael (Tesina de grado)*. Mendoza, Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Ciencias Económicas. Dirección URL del informe: <https://bdigital.uncu.edu.ar/15697>. Fecha de consulta del artículo: 17/10/21.

- Mondy, R. W., & Noe, R. M. (2005). *Administración de los recursos Humanos*. México, D.F.: Pearson Educación.24582015000100001&lng=en&tlng=es.
- Montoya, J.; Martínez, F.J; Somohano, F.M. (2013). "Análisis estratégico para el desarrollo de las PYMES en Cantabria, España", en *Sotavento MBA*, N° 22, pp. 8-26
- Paredes R., Peña N., Vacio I. (eds.) *La Micro y Pequeña Empresa: Un análisis desde la perspectiva económico-administrativa. Tópicos Selectos de Micro y Pequeñas Empresas* -©ECORFAN-San Juan del Río Querétaro, 2016.
- Ponzio, Gabriel (2021), *Marketing y finanzas: conoce su relación para mejorar los resultados de tu negocio*. [fecha de Consulta 25 de junio de 2021] Disponible en: <https://www.grou.com.mx/blog/marketing-y-finanzas-conoce-su-relacion-para-mejorar-los-resultados-de-tu-negocio>
- Posada, R., Peña, N. B., & Aguilar, O. C. (2020). Resultados generales del estudio de innovación e industria 4.0 en las micro y pequeñas empresas en América Latina. En Fernández, A., Reyes, A., Demesa, J. C. & Gómez, M. A. (Coord.), *Innovación e industria 4.0 en las micro y pequeñas empresas en América Latina*. Tomo I (pp. XV-XX). Ciudad de México: Editorial McGraw-Hill.
- Rodarte, M., Zindel, B. (2001). "Las Empresas Pequeñas y Medianas Frente al Mercado". Artículo tomado de la revista *Ejecutivos de Finanzas*, publicación mensual, Año XXX, Mayo, No. 5, México.
- Sánchez-Gutiérrez, José, & Vázquez-Ávila, Guillermo, & Mejía-Trejo, Juan (2017). La mercadotecnia y los elementos que influyen en la competitividad de las mipymes comerciales en Guadalajara, México. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 27(65),93-106.[fecha de Consulta 20 de octubre de 2021]. ISSN: 0121-5051. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81852035008>

Tello Cabello, S. (2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. LEX - REVISTA DE LA FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS, 12(14), 199-218. doi:<http://dx.doi.org/10.21503/lex.v12i14.623>

Valdés Díaz de Villegas, Jesús Amador, & Sánchez Soto, Gil Armando (2012). LAS MIPYMES EN EL CONTEXTO MUNDIAL: SUS PARTICULARIDADES EN MÉXICO. Iberoforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana, VII(14),126-156.[fecha de Consulta 20 de Octubre de 2021]. ISSN: . Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=211026873005>