



BUAP | **Facultad de
Administración**

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS Y
MEDIANAS EMPRESAS**

**DESARROLLO DE UNA GUÍA ELECTRÓNICA PARA LA APERTURA DE UNA
EMPRESA DE BAJO IMPACTO EN EL MUNICIPIO DE PUEBLA**

TESIS

**PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS
Y MEDIANAS EMPRESAS**

**PRESENTA
MIGUEL ÁNGEL BURGOS HUERTA
No. CVU CONACYT 723930**

**DIRECTOR DE TESIS
DR. AMADO TORRALBA FLORES
No. CVU CONACYT 483548**

PUEBLA, PUE.

DICIEMBRE 2019

Índice

Índice	3
Índice de tablas	5
Índice de gráficas	6
Índice de figuras	7
Introducción	8
Capítulo I. Marco Metodológico	11
1.1. Antecedentes de la investigación	11
1.2. Planteamiento del problema	14
1.3. Justificación de la investigación	17
1.4. Objetivos del proyecto	20
1.4.1. General.....	20
1.4.2. Específicos.....	20
1.5. Hipótesis del proyecto	21
1.6. Metodología Aplicada.....	21
1.7. Alcances y limitaciones del proyecto.....	22
1.7.1. Alcances	22
1.7.2. Limitaciones	22
Capítulo II. Marco Teórico	24
2.1. Administración de Empresas.....	24
2.1.1. Administración y empresa: origen y significado	24
2.1.2. Las primeras organizaciones humanas	25
2.1.3. La organización como empresa	27
2.2. Tipificación de empresas.....	30
2.2.1. La Pequeña y Mediana Empresa en México.	34
2.2.2. Características de la Pequeña y Mediana Empresa en México.	37
2.3. Definiciones de administración	39
2.3.1. Teorías y enfoques de la administración	41
2.3.2. Tecnología de la información y administración.	49
2.3.3. Innovación.....	52
2.4. Planeación	54

2.5. Emprendedor y emprendimiento	57
2.5.1. El emprendimiento en México.....	60
2.5.2. Emprendimiento en Puebla	71
2.6. La apertura de una empresa	74
2.6.1. Simplificación de trámites para la apertura de un negocio.....	77
2.6.2. Simplificación para la apertura de un negocio en México.....	79
2.6.3. Sistema de Apertura Rápida de Empresas (SARE).....	82
2.7. Formalidad e informalidad de las pequeñas y medianas empresas en México	84
Capítulo III. Marco Contextual	93
3.1. Antecedentes de las redes de comunicación electrónicas	93
3.1.1. El surgimiento de Internet	94
3.1.2. La difusión y masificación del uso de la red de Internet.....	97
3.1.3. El uso de Internet en las PYMES.....	99
3.2. Aplicaciones Informáticas	104
3.2.1. Aplicaciones WEB.....	104
3.2.2. Aplicaciones móviles.....	106
3.3. Las aplicaciones y su impacto en el sector empresarial	108
3.4. Aplicaciones informáticas y emprendimiento.	112
3.5. Gobierno Electrónico y gobierno abierto.....	115
3.5.1. Sistemas para la apertura rápida de empresas.....	119
3.6. Aplicaciones móviles.....	123
Capítulo IV. Metodología	128
4.1. Descripción de la aplicación	128
4.2. Metodología	129
4.3. Planteamiento del problema	130
4.4. Objetivos de investigación	130
4.5. Diseño de la Investigación.....	132
4.6. Selección de la muestra	132
4.6.1. Unidad de análisis	132
4.6.2. Tipo de muestra	132
4.6.3. Tamaño de la muestra	132
4.7. Recolección de datos	133
4.7.1. Instrumento de recolección de datos	133
4.7.2. Aplicación del instrumento de recolección de datos.....	134

4.9. Análisis de Resultados	135
4.9.1. Análisis estadístico descriptivo	135
4.9.2. Composición de la muestra.....	135
4.10.2. Resultados de la muestra	139
Capítulo V. Propuesta.....	154
5.1. Propuesta de guía electrónica para la apertura de un negocio de bajo impacto en el municipio de Puebla.....	154
5.1.1. Inicio	155
5.1.2. Requisitos.....	156
5.1.3. Catálogo de Giros	156
5.1.4. Formatos	157
5.1.5. Directorio	158
5.1.6. Guía Ayuntamiento	158
5.1.7. Contacto.....	159
Conclusiones	160
Bibliografía	162
Anexos	173
Anexo 4.7.1.1. Encuesta en formato electrónico.....	173
Anexo 4.7.1.2. Instrumento de recolección de información. (Encuesta).....	176

Índice de tablas

TABLA 2.4.-1. TAMAÑO DE EMPRESAS POR ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	31
TABLA 2.4.-2. TAMAÑO DE EMPRESA POR NÚMERO DE TRABAJADORES.	32
TABLA 2.4.-3. TAMAÑO DE EMPRESA POR SECTOR Y NÚMERO DE TRABAJADORES.	33
TABLA 2.4.-4. TAMAÑO DE EMPRESAS POR SECTOR, NÚMERO DE TRABAJADORES Y MONTO DE VENTAS.	33
TABLA 2.5.-1. NIVEL DE ESTUDIOS DE EMPRENDEDORES.	61
TABLA 2.5.-2. TIPO DE ESCUELA A LA QUE ASISTIERON EMPRENDEDORES.....	62
TABLA 2.5.-3. ÁREAS DE ESTUDIO DE EMPRENDEDORES.	62
TABLA 2.5.-4. ESTUDIOS DE ACTUALIZACIÓN.....	62
TABLA 2.5.-5. ORIGEN DE EMPRENDIMIENTO.....	62
TABLA 2.5.-6. NIVEL SOCIOECONÓMICO DE EMPRENDEDORES.....	62
TABLA 2.5.-7. EDAD DE INCURSIÓN LABORAL.....	63

TABLA 2.5.-8. FACTORES MOTIVO DE EMPRENDIMIENTO.....	63
TABLA 2.5.-9. ORIGEN DE FINANCIAMIENTO.	63
TABLA 2.5.2.-1. TIPO DE EMPRESA DE EMPRENDEDORES POBLANOS.	71
TABLA 2.5.2.-2. GÉNERO DE EMPRENDEDORES POBLANOS.	71
TABLA 2.5.2.-3. NIVEL DE ESTUDIOS DE EMPRENDEDORES POBLANOS.....	71
TABLA 2.5.2.-4. EDAD DE APERTURA PARA PRIMERA EMPRESA DE EMPRENDEDORES POBLANOS.....	72
TABLA 2.5.2.-5. TIPO DE EMPRESA EN PUEBLA.	72
TABLA 2.5.2.-5. FIGURA FISCAL DE EMPRESA EN PUEBLA.	73
TABLA 2.5.2.-6. SECTOR DE EMPRESAS EN PUEBLA.....	73
TABLA 2.5.2.-7. NIVEL DE ESTUDIOS DE PROPIETARIOS DE EMPRESAS EN PUEBLA.....	73
TABLA 2.5.2.-8. ÁREAS DE ESTUDIO DE PROPIETARIOS DE EMPRESAS EN PUEBLA.....	74
TABLA 3.5.-1. DESARROLLOS INFORMÁTICOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS POR GE Y GA.	118
TABLA 3.6.-1. PRINCIPALES DESARROLLADORES DE APLICACIONES EN MÉXICO.	125
TABLA 3.6.-2. APLICACIONES MÁS UTILIZADAS POR SISTEMA OPERATIVO.....	125
TABLA 4.7.1.-1. ESCALA DE LİKERT UTILIZADA PARA EL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.	134

Índice de gráficas

GRÁFICA 4.9.2.-1. RANGOS DE EDADES DE ENCUESTADOS.....	135
GRÁFICA 4.9.2.-2. GÉNERO DE ENCUESTADOS.....	136
GRÁFICA 4.9.2.-3. NIVEL EDUCATIVO DE ENCUESTADOS.	136
GRÁFICA 4.9.2.-4. OCUPACIÓN DE ENCUESTADOS.....	137
GRÁFICA 4.9.2.-5. ESTADO CIVIL DE ENCUESTADOS.....	137
GRÁFICA 4.9.2.-6. NÚMERO DE HIJOS.	138
GRÁFICA 4.9.2.-7. TIPO DE VIVIENDA.....	138
GRÁFICA 4.10.2.1.-1 ANTECEDENTE FAMILIAR DE EMPRENDIMIENTO.	139
GRÁFICA 4.10.2.1.-2. PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES.	140
GRÁFICA 4.10.2.1.-3. INTENCIÓN DE APERTURA DE NEGOCIO.	140
GRÁFICA 4.10.2.1.-4. IDENTIFICACIÓN COMO EMPRENDEDORES.....	141
GRÁFICA 4.10.2.2.-1. CONOCIMIENTO DE REQUISITOS PARA ABRIR UN NEGOCIO.	141
GRÁFICA 4.10.2.2.-2. IMPORTANCIA DE CONOCER LOS REQUISITOS DE APERTURA DE UN NEGOCIO.	142
GRÁFICA 4.10.2.3.-1. PERCEPCIÓN DE ACCESO A LA INFORMACIÓN EN EL MUNICIPIO DE PUEBLA.....	143
GRÁFICA 4.10.2.3.-2. IDENTIFICACIÓN DE DEPENDENCIAS DE GOBIERNO PARA TRÁMITES.	143
GRÁFICA 4.10.2.4.-1. PERCEPCIÓN DE CONOCIMIENTO DE REQUISITOS DE APERTURA COMO FACTOR PARA REDUCIR LA INFORMALIDAD.	144
GRÁFICA 4.10.2.4.-2. VENTANILLA ÚNICA COMO GENERADORA DE APERTURA Y FORMALIZACIÓN DE EMPRESAS.	145
GRÁFICA 4.10.2.4.-3. CONOCIMIENTO DE REQUISITOS DE APERTURA DE NEGOCIO PARA FACILITAR TOMA DE DECISIONES.	145
GRÁFICA 4.10.2.4.-4. UTILIZACIÓN DE DISPOSITIVO MÓVIL PARA OBTENER INFORMACIÓN DE DEPENDENCIAS DE GOBIERNO.	146
GRÁFICA 4.10.2.5.-1. USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES PARA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN.....	147
GRÁFICA 4.10.2.5.-2. EXPECTATIVA DE USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES PARA REEMPLAZAR EQUIPOS DE ESCRITORIO.	147
GRÁFICA 4.10.2.6.-1. APLICACIONES MÓVILES COMO FUENTE DE INFORMACIÓN.	148
GRÁFICA 4.10.2.6.-2. USO DE APLICACIÓN CON INFORMACIÓN DE APERTURA DE EMPRESAS COMO DETONANTE DE APERTURA DE NEGOCIOS.....	149
GRÁFICA 4.10.2.6.-3. APLICACIÓN CON DIAGNÓSTICO DE CUMPLIMIENTO COMO FACILITADOR DE TOMA DE DECISIONES.....	150
GRÁFICA 4.10.2.6.-4. PERCEPCIÓN DE UTILIDAD DE APLICACIONES MÓVILES COMO FACILITADORES DE PLANEACIÓN EMPRESARIAL.	151
GRÁFICA 4.10.2.6.-5. APLICACIÓN MÓVIL CON INFORMACIÓN COMO SUSTITUTO DE UNA ASESORÍA.....	152
GRÁFICA 4.10.2.6.-6. DISPOSICIÓN A UTILIZAR UNA APLICACIÓN QUE PROPORCIONE LA INFORMACIÓN DE CÓMO ABRIR UN NEGOCIO.	153

Índice de figuras

FIGURA 3.4.-1. BUSINESS MODEL CANVAS.....	113
FIGURA 4.6.3-1. FÓRMULA PARA CALCULAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA.	133
FIGURA 5.1.1. PANTALLA DE INICIO.....	155
FIGURA 5.1.2. PANTALLA DE REQUISITOS.	156
FIGURA 5.1.3. PANTALLA DE CATÁLOGO DE GIROS.	157
FIGURA 5.1.4. PANTALLA DE FORMATOS.....	157
FIGURA 5.1.5. PANTALLA DE DIRECTORIO.	158
FIGURA 5.1.6. PANTALLA DE GUÍA AYUNTAMIENTO.....	158
FIGURA 5.1.7. PANTALLA DE CONTACTO.....	159

Introducción

A través del curso de las materias que integran el contenido y estudio para la especialización en la administración de Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), hay una constante, esta es reconocer la gran importancia que tienen estas unidades económicas que, tan sólo en México, representan el 99.8% de las empresas, generan el 70% del empleo formal y generan el 42% del Producto Interno Bruto (PIB) (International Finance Corporation, 2018).

A partir de esta premisa que persiste como un recordatorio, deriva la necesidad para la especialización en su administración y así insertarlas como unidades de negocio competitivas en el entorno económico, también surge el interés de reconocer cuáles son los mecanismos, procesos e instituciones que están relacionados con el fenómeno del emprendimiento siendo este un elemento esencial para la creación de empresas y para mantener el balance económico empresarial del país.

Las experiencias a nivel gerencial y de emprendimiento, se hacen presentes cuando se pretende identificar un objetivo para un trabajo de investigación que logre integrar también la adquisición de nuevas perspectivas y conocimientos en la búsqueda para obtener el grado de maestría en la administración de pequeñas y medianas empresas. Por estos motivos es que se plantea el desarrollo de una solución que sirva como complemento para incentivar la apertura de empresas desde una mejor planeación y coadyuvando a su arranque dentro de la formalidad.

La elección del tema de este trabajo de investigación partió del análisis de opciones en las que se buscó primordialmente la que generara valor a partir de la vocación y formación profesional hacia el entorno empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas. Si bien el enfoque de este trabajo está estrechamente vinculado con aspectos de administración pública, ha sido siempre con el eje rector de la participación conjunta de los enfoques de la iniciativa privada y la administración pública por el bien del panorama socioeconómico.

Elegir desarrollar una guía electrónica para la apertura de una empresa en el municipio de Puebla tiene como finalidad asistir en la planeación como parte del proceso de apertura,

fomentar la formalidad de las unidades económicas y a su vez identificar las plataformas de desarrollo informático más adecuadas considerando los hábitos y consumo de información que tienen los emprendedores. Para tal fin fue necesario el desarrollo del cuerpo de la investigación considerando cuatro capítulos así como sus conclusiones y propuesta.

En el primer capítulo referente al marco metodológico se abordan aspectos generales relacionados con la elección del tema desde una perspectiva global y las tendencias que conducen a identificar la utilidad de formular una propuesta que esté a la par de las recomendaciones realizadas por instituciones como el Banco Mundial y la Organización para la Cooperación del Desarrollo económico (OCDE) en materia de apertura de empresas. De esto se parte para el desarrollo del objetivo general y los específicos, la hipótesis, metodología, alcances y limitaciones del proyecto de investigación.

El marco teórico enmarca el segundo capítulo, abordando el tema de la administración de empresas a partir de su evolución como concepto y en un marco histórico. Posteriormente se expondrán las diversas tipificaciones de empresas, haciendo un énfasis en las características de las PYMES y su papel en el entorno económico de México. Esto conduce específicamente a los exponentes y los enfoques considerados en el tema de la administración de empresas. El tema de planeación por estar estrechamente relacionado con los objetivos de este trabajo es considerado junto con la descripción e identificación del fenómeno del emprendimiento y el sujeto como emprendedor en escenarios concretos.

Los perfiles generacionales son parte fundamental que acompañan esta definición de perfiles para reconocer las características que comparte con el perfil del empresario. Finalmente se atenderá lo relacionado con la apertura de una empresa y el efecto de formalidad e informalidad en las unidades económicas del país.

En el marco contextual, tercer capítulo de este trabajo, se abordan aspectos más específicos respecto a la tecnología en materia de telecomunicaciones, la adopción y su uso en las empresas y los desarrollos informáticos con la finalidad de formar parte como facilitadores del proceso administrativo en las unidades de negocio. Respecto a las aplicaciones informáticas

estas serán presentadas en su diversidad así como su impacto en el entorno empresarial y en el fenómeno de emprendimiento. Para finalizar el capítulo se exponen los temas de gobierno electrónico y abierto y su relación con la apertura de empresas para posteriormente identificar a las aplicaciones móviles y sus características dada su conveniencia de uso para los objetivos de este trabajo de investigación.

En el capítulo cuatro se hace una descripción general de la aplicación móvil, el planteamiento del problema, características del diseño de la investigación, la selección de la muestra, la metodología para la recolección de los datos, el diseño del instrumento para recolección de información y su aplicación para finalizar con el análisis de los resultados derivados de la aplicación de dicho instrumento.

Finalmente se presentan las conclusiones derivadas de esta investigación así como la propuesta final respecto al desarrollo contemplado como tema central en este trabajo.

Capítulo I. Marco Metodológico

1.1. Antecedentes de la investigación

En un proyecto de emprendimiento están identificadas distintas etapas tales como la gestación de la idea de negocio, la creación de la empresa o proyecto, el lanzamiento de la misma y la consolidación en el mercado (Urbano & Toledano, 2008, pág. 52). Dentro de estas etapas y específicamente en la relacionada con la creación de la empresa, se detecta la necesidad de realizar actividades para cubrir aspectos jurídicos, fiscales/contables y las relaciones de tipo laboral, estas son áreas básicas:

Aunque los trámites y exigencias varían en cada país y se ajustan a las distintas legislaciones, son tres las áreas que básicamente se deben considerar: los aspectos jurídicos de la empresa, lo atinente a su desempeño contable y fiscal, y lo referente a las relaciones con los trabajadores, es decir, el ámbito laboral. (Duarte Silva, 2008, pág. 169)

Los aspectos jurídicos de la empresa constituyen una serie de acciones dentro de las cuáles se considera la formalización para su apertura y puesta en marcha, estos son algunos de los pasos a tomar en cuenta como parte del proceso para el arranque o lanzamiento de una empresa y así de esta manera insertar toda actividad económica que se desee desarrollar, dentro de un marco cultural de formalidad en el cuál se determinan precisamente los derechos y las obligaciones de las personas físicas y morales.

El Banco Mundial a través de su reporte Doing Business (World Bank Group, 2015) realiza una evaluación acerca del tiempo y el número de trámites necesarios para la apertura de un negocio. Con base en este diagnóstico se clasifica en un ranking a los países que integran la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) mostrando cuáles son los países que tienen mejores condiciones para la apertura de un negocio. Este reporte es relevante debido a que identifica cuáles son los trámites en común entre países para poder realizar una comparación equitativa y de esta manera ubicar el desempeño de los países respecto al de todas las naciones integrantes de dicha organización.

Para el caso de México, el reporte de Doing Business (2016) consultado para esta investigación establece seis trámites que se deben realizar para abrir un negocio, ubicando al país en el lugar 42 de 189 países¹ considerados (World Bank, 2016). Realizar y entender la naturaleza de estos trámites pueden ser actividades consabidas para aquellos emprendedores que a través de sus proyectos han desarrollado un conocimiento empírico al buscar concretarlos sin asistencia como también existe el universo de emprendedores que no los identifican en su totalidad aún con sus proyectos en funcionamiento. Estas actividades también pueden ser delegadas mediante la contratación de terceros quienes a través de una asesoría integral se ocupan de realizar trámites y procesos cuya finalidad es garantizar el cumplimiento de los requisitos para la apertura de un negocio, casos como el de Red Legal (Red Legal, 2013), MDC Consultores (MDC Consultores, 2016) o Rocha Monasterio (Rocha Monasterio, 2016) son algunos ejemplos de consultorías que ofrecen estos servicios en línea. Dentro de las consideraciones que se deben hacer para que se realicen estas tareas está el referente a la asignación de recursos, de los cuáles por considerar dos de los más importantes se identifican los financieros y los de tiempo. En el caso de este último, el marco jurídico y legal así como la simplificación de estos trámites que cada país tenga para la finalidad de abrir una empresa o negocio es (El Financiero, 2015).

El Banco Mundial a través del reporte de Doing Business también evalúa de manera más profunda y local los trámites que se requieren para la apertura de un negocio. En el caso específico de Puebla se determinan como siete los trámites necesarios con una duración de casi nueve días colocando la entidad en la posición número 11 respecto a las 32 entidades evaluadas²

¹ Estos procedimientos incluyen la obtención de todas las licencias y permisos necesarios, y la realización de cualquier notificación, comprobación o inscripción ante las autoridades correspondientes, que se exija respecto de la empresa y sus empleados. (World Bank, 2016)

² Los trámites considerados son la obtención del permiso de uso de denominación o razón social y elección del fedatario público a través del portal tuempresa.gob.mx, aviso de uso de denominación o razón social ante la Secretaría de Economía, elaboración del acta constitutiva e inscripción de la sociedad en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) en el Servicio de Administración Tributaria (SAT), inscripción del acta constitutiva en el Registro Público de Comercio, obtención de la licencia de funcionamiento a través del Centro Integral de Servicios en línea, Inscripción en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), registro de la compañía en el Registro Estatal de Contribuyentes en la Secretaría de Finanzas del Estado e inscripción en el Sistema de Información

(World Bank Group, 2014) incluyendo un aproximado del costo que implica desembolsar para realizar los trámites considerados.

En este contexto es preciso señalar el papel que desempeña la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER) (México Gobierno Federal, 2015) que a través del Sistema de Apertura Rápida de Empresa (SARE) (Gobierno Federal México, 2012) ha trabajado desde el año 2002 a nivel de gobierno estatal y municipal, en programas de simplificación, modernización y re ingeniería administrativa de los trámites necesarios para el inicio de operaciones de empresas de bajo riesgo. El objetivo de este sistema ha sido reducir a un punto de contacto o de entrada (Sistema de Apertura Rápida de Empresas, 2013) toda una serie de procedimientos dispersos en diversas instituciones y así también contribuir en la disminución del tiempo y número de trámites para la apertura de una empresa. Recientemente se ha impulsado una iniciativa en este sentido también a nivel federal a través de la Simplificación y digitalización de trámites por medio de la Ventanilla Única Nacional (Gobierno Federal México, 2016). Estas acciones van encaminadas a lo que el Banco Mundial promueve a través de Doing Business, la simplificación de los procesos para la apertura de una empresa, de esta manera se facilita e impulsa el emprendimiento mismo que contribuye al crecimiento económico y a la cultura innovadora de las naciones.

Para el caso específico de Puebla la intención hacia la simplificación de este proceso se manifiesta a través de los Centros de Atención Empresarial (CAE) (Staff Puebla Online, 2014) donde se atienden las solicitudes para el otorgamiento de licencias de funcionamiento. Estos centros responden al análisis de los indicadores de Doing Business y en coordinación con el SARE³.

Considerar estos antecedentes permite tener una idea mucho más clara sobre cuáles son

Empresarial (SIEM).

³ Como referencia para este tema es importante señalar que las plataformas electrónicas con las que actualmente cuentan no parecen centralizar o definir todos los procedimientos necesarios sin embargo es evidente la clara intención para lograr el objetivo que se busca en sintonía con las necesidades actuales para la apertura de empresas.

las posturas y tendencias que marca la agenda económica mundial en materia de apertura de negocios, conocer qué es lo que se ha realizado respecto a simplificar estos procesos en México y también verificar las características de estas acciones que son impulsadas por diagnósticos como el que el Banco Mundial realiza a través de Doing Business.

1.2. Planteamiento del problema

De acuerdo con Manuel Castillo Garcés de la empresa C-Estrategia (C-Estrategia, 2011), entre el año 2012 y 2013 en la entidad de Puebla se impulsaron diversas acciones efectivas con el objetivo de reducir los tiempos para la apertura de un negocio, la obtención de permisos de construcción y el registro de propiedades, el resultado de estas iniciativas colocaron a Puebla en el año 2014 en el lugar 11 respecto al lugar 25 que ocupaba (González G. R., 2014). Estas acciones además de estar en sintonía con las tendencias de competitividad globales que otras entidades están adoptando (Reyes, 2014) también están encaminadas hacia la transformación de una cultura de emprendimiento que navega en la informalidad (Luna, 2014) hacia una en la que los comercios legalmente establecidos y formalmente reconocidos sean el común denominador en el panorama del emprendedor.

Actualmente existen campañas que invitan a los emprendedores a establecerse de manera formal y en las que se difunde la existencia de las instituciones encargadas de facilitar los procedimientos para ello (ANTAD, 2015), esto respondiendo a la realidad que enfrentan los emprendedores al buscar formalizarse empañada por la idea de tener que realizar varios trámites (NOTIMEX, 2014) que en el papel se perciben como sencillos pero en la práctica representan un reto de forma y de fondo más complejo de lo que se pensaba inicialmente (Álvarez, 2015). Sobre las causas de la informalidad el Presidente de la Coparmex, Juan Pablo Castañón señala que “Los empresarios creemos que en buena medida se debe a la excesiva regulación de nuestro sistema económico...” (COPARMEX, 2013). Uno de los aspectos más importantes para este tema es la consideración de un panorama global de qué es lo que se requiere para ello, de acuerdo con Alberto Torres García, director general de Investigación Económica del Banco de México: "Los principales factores que originan la informalidad son la complejidad administrativa

asociada a incorporarse al sector formal y la falta de incentivos para dejar la informalidad” , con base en esto es posible afirmar que ante tal complejidad es importante tener la información necesaria para comparar las condiciones actuales contra las esperadas tratándose de abrir un negocio y de este modo tomar decisiones más precisas que agilicen las acciones en la planeación de un emprendedor: “En consecuencia... los directivos empresariales señalan a la simplificación administrativa como principal política pública para combatir la informalidad” (Gonzalez, 2014).

Los esfuerzos a nivel institucional también deben ser acompañados de la voluntad del empresario para buscar la formalidad como lo señala Juan Pablo Castañón:

Los empresarios estamos comprometidos con México. Participaremos con responsabilidad patriótica en este nuevo esfuerzo para impulsar la formalidad, lo haremos atendiendo al llamado de nuestras instituciones y especialmente, en el día a día, generando mejores servicios y productos para crear empleos de calidad (COPARMEX, 2013).

La participación de los emprendedores en esta tarea es un complemento necesario, se tendrá que identificar de qué manera se aportan soluciones para que las acciones a nivel gobierno se encuentren con aquellas acciones a nivel del empresariado. La planeación de negocio se identifica como un área de oportunidad importante a través de la cual se pueden definir acciones y alcances orientados hacia la inserción de las empresas en la formalidad. Para aspirar a una adecuada planeación es importante contar con la información necesaria respecto a lo que interesa alcanzar:

La información para el emprendimiento, como proceso, para poder llegar a comenzar una iniciativa empresarial, generalmente microempresa, empresario individual, autónomo o empresario societario, habitualmente Sociedad Limitada, es uno de los obstáculos principales que se encuentra el emprendedor y futuro empresario, cuando quiere llevar adelante su proyecto (Delgado, 2013) .

Considerando esta necesidad habría que preguntar si actualmente la información acerca de la apertura de una empresa está disponible y de ser así evaluar de qué manera está presentada

y ordenada con la finalidad de identificar fácilmente sus características y requisitos así como también su coherencia con base en un proceso y la logística del mismo.

En Puebla se deben cubrir siete trámites para abrir un negocio, lo mismo ocurre en 15 entidades más; en otras 13 se solicitan seis y sólo en Durango, Campeche y Quintana Roo se requieren ocho. En la entidad poblana se necesita un promedio de 8.5 días para inaugurar un negocio, en promedio a nivel nacional se requieren 12 días para la apertura de una empresa. De acuerdo con el informe, Guanajuato, Colima, Tlaxcala, Yucatán, Oaxaca, San Luis Potosí, Guerrero, Aguascalientes, Estado de México y Nuevo León son las entidades donde hay mayor accesibilidad para la apertura de unidades económicas (González Guzmán, 2015).

Para el caso de Puebla y considerando los diversos trámites considerados en el reporte de Doing Business (World Bank Group, 2014) no se identificó un proceso definido de manera oficial que pueda ser consultado directamente en alguna fuente electrónica, de manera aislada se encuentran recursos como el de la apertura rápida de empresas de bajo impacto (Ayuntamiento de Puebla, 2016) entre otros trámites empresariales (Ayuntamiento de Puebla, 2016) sin embargo no hay una plataforma digital centralizada que permita detallar la naturaleza de cada trámite, sus requisitos, documentos y una serie de explicaciones que el emprendedor requiere para tomar decisiones. Es posible que la centralización de esta información ayude a definir las acciones dentro de los planes de negocio de los emprendedores que están orientadas al establecimiento formal para así cumplir cabalmente con los requisitos desde el inicio de sus proyectos de negocio así como también de aquellos que están en marcha.

Actualmente con el desarrollo de las Tecnología de la Información para la Comunicación (TIC) se tiene una gran oportunidad de reunir la información de manera que facilite su consulta así como la disposición de los documentos o materiales necesarios para cada trámite:

Además, con la incorporación de las T.I.C. – Tecnología de la Información para la Comunicación – y sus principales herramientas, en la sociedad, se abre otra vía de mucha información, a través de la red de internet, que si no se domina un poco, lleva a que se

tiene mucha información de distintas fuentes pero que no se sabe a cuál acceder y conocer cuál es la necesaria. (Delgado, 2013)

La ausencia de esta información centralizada y detallada así como asistida a modo de guía es probablemente uno de los motivos que impactan en la apertura de proyectos de emprendimiento:

Esta situación de normas nacionales, de Comunidades Autónomas, de Ayuntamientos, de Diputaciones y en algunas Regiones, otras normas complementarias, hace que la información no solo no es unitaria, sino que en muchos casos no es aclaratoria para emprendedores y microempresas, lo que lleva a no plantearse esta opción de trabajo, que es el autoempleo. (Delgado, 2013)

La consecuencia de la diversidad de reglamentos cuya variedad es proporcional a la de la cantidad de divisiones políticas, es la falta de uniformidad en lo que se refiere a los requisitos para realizar trámites. El efecto puede verse en los indicadores relacionados entre otros, con el relacionado a la apertura de empresas o emprendimientos.

1.3. Justificación de la investigación

La presente investigación plantea la necesidad de una referencia que contenga la información completa de los requisitos para la apertura de un negocio de bajo riesgo, su descripción, referencias documentales y explicación para que la mayoría de las ideas de emprendimiento de la ciudad de Puebla estén asistidas por información que ayude a su planeación y ejecución.

La experiencia, la búsqueda de asesoría y el acceso a la información son las alternativas a través de las cuales se definen las acciones desde el punto de vista jurídico y operativo para la apertura y formalización de un negocio, la realidad que las acompaña es la diversidad de requisitos que van dependiendo de acuerdo con la entidad en la que se quieran cumplir:

México es un país diverso en todos los sentidos, incluido el ambiente regulatorio para los negocios. En nuestro país, cada estado de la República presenta condiciones regulatorias únicas. Por lo tanto, la facilidad para iniciar un negocio en México no es la misma en todas las entidades del país, de hecho, en muchas de ellas, el proceso resulta tan complejo y tardado como en algunas ciudades de África. (Palma, 2015).

Desconocer las particularidades de cada entidad podría representar la pérdida de una oportunidad para tomar una decisión que ayude a la eficiencia y eficacia en el uso de los recursos con los que cuenta un proyecto de negocio. “La mejora del proceso de apertura de empresas facilita el acceso al crédito para los empresarios, reduce el costo administrativo y el tiempo para realizar los trámites.” (COFEMER, 2012). Si bien el proceso definido y sus mejoras en los tres niveles de gobierno son un aspecto que influye de manera determinante para este fin también es una realidad que poco puede influir de manera directa un emprendedor para que este se adapte a sus necesidades. Por esta razón se considera que la existencia de una referencia en una plataforma de acceso inmediato que contenga todos los requisitos, formatos, información de contacto, descripción entre otras de igual importancia, contribuiría a una mejor planeación y mejor toma de decisiones para los emprendedores. Independientemente de la labor que se realiza a nivel institucional impulsada por las tendencias de competitividad a nivel mundial, es necesario trabajar en una cultura de acceso y facilitación de la información para actuar de manera planeada, eficiente y eficaz para la apertura de una unidad de negocio:

México debe aspirar a ser competitivo desde el punto de vista regulatorio e institucional, lo que significa facilitar la creación y el desarrollo de nuevos negocios. Sin embargo, nuestro país tiene aún mucho camino por recorrer en cuanto a la mejoría de las regulaciones que se aplican a los nuevos negocios. (Palma, 2015).

El acceso a esta información debe estar en sintonía con las tendencias tecnológicas de comunicación actuales, “La convergencia tecnológica marca la pauta para la distribución de servicios y contenidos mediante las redes de nueva generación (NGN por sus siglas en inglés), que han marcado un cambio en la tendencia de las telecomunicaciones.” (Piedras, 2013). Considerar esta tendencia es también la oportunidad para evaluar las alternativas existentes en

materia de plataformas electrónicas que estén en sintonía con los hábitos de acceso a la información actuales, “La posibilidad de acceder a información relevante y precisa con un costo bajo y en tiempo real permite tomar decisiones con la ayuda de una gran variedad de datos.” (Saavedra García & Tapia Sánchez, 2013). En materia del desarrollo de plataformas electrónica como se señala: “El aprovechamiento de redes avanzadas fomenta a su vez el desarrollo de aplicaciones⁴ y contenidos digitales...” (Piedras, 2013), va de la mano con los señalamientos que hay acerca de las aplicaciones:

Las apps⁵ continuarán creciendo por su parte mientras que las aplicaciones tradicionales empezarán a caer. Las apps son desarrollos más pequeños y más segmentados (MÓVILES) mientras que las aplicaciones son más amplios y completos (COMPUTADORAS). En este sentido, indica Gartner, los desarrolladores deberían buscar formas para fusionar apps con el fin de crear aplicaciones más amplias. (Macías, 2013)

Lo anterior también debe ser relacionado con los hábitos de uso en materia de los dispositivos para acceder a la información:

Uno de los objetivos de esta 11ª edición del estudio es evaluar el peso y la evolución de las conexiones móviles en el universo de usuarios mexicanos. En el análisis del tipo de dispositivo utilizado para las comunicaciones digitales, si bien la laptop sigue siendo

⁴ Una aplicación web (web-based application) es un tipo especial de aplicación cliente/servidor, donde tanto el cliente (el navegador, explorador o visualizador) como el servidor (el servidor web) y el protocolo mediante el que se comunican (HTTP) están estandarizados y no han de ser creados por el programador de aplicaciones. (Luján Mora, 2002)

⁵ El término App es la abreviatura de Application y como tal, siempre se ha utilizado para denominar a éstas en sus diferentes versiones. Siendo una palabra de uso común en el mundo del software, el término App comenzó a utilizarse especialmente para referirse a las aplicaciones para móviles en 2008, tras la consecución de tres hitos importantes en la historia de las aplicaciones, el lanzamiento del App Store de Apple, la publicación del primer SDK para Android y la posterior pero casi inmediata inauguración del Android Market. (Qode, 2012)

predominante, el segmento de los smartphones creció de 49% a 58%, desplazando a la computadora de escritorio a un tercer lugar (54%). (AMIPCI, 2015)

Por lo anterior es necesario definir las características que debe tener una plataforma electrónica que sirva de referencia para los habitantes de la ciudad de Puebla para consultar de manera detallada todo aquello que rodea la apertura de una nueva empresa, es decir identificar el proceso y los requisitos, de esta manera se podrá dimensionar de FORMA más general cuáles son las acciones y pasos a seguir para lograr el objetivo. Contar con una referencia así suma a todas las acciones enfocadas para facilitar la apertura de las empresas a nivel institucional para la inclusión de estos proyectos comerciales en la economía formal.

Es así como el planteamiento sobre el desarrollo de una aplicación para dispositivos móviles que tenga la finalidad ya mencionada responde a la tendencia sobre el acceso a la información y uso de dispositivos móviles aunque habrá que determinar de manera más precisa la conveniencia con base en la información del mercado y de los especialistas.

1.4. Objetivos del proyecto

1.4.1. General

Determinar las características y la información necesaria para el desarrollo de una guía electrónica que contenga los requisitos para la apertura de una Pequeña y Mediana Empresa (PYME) de bajo impacto en el municipio de Puebla.

1.4.2. Específicos

- Determinar un proceso para la apertura de una PYME en el municipio de Puebla.
- Especificar los requisitos necesarios para cada paso del proceso que se haya determinado.

- Definir la documentación o formatos que se habrán de incluir en la guía.
- Detallar las particularidades que requiere el llenado de cada formato.
- Precisar las recomendaciones y sugerencias para cada trámite.
- Demarcar las ubicaciones e información de contacto de las dependencias e instituciones involucradas en cada trámite del proceso.
- Definir el formato para la guía electrónica.
- Determinar la información que el mercado meta considera necesaria para la guía electrónica.
- Precisar las características que el mercado meta considera necesarias para la guía electrónica.
- Desarrollar la guía electrónica con base en lo anterior.

1.5. Hipótesis del proyecto

Determinar las características para el desarrollo de una guía electrónica con el proceso para la apertura de una empresa en el municipio de Puebla y su posterior difusión, contribuirá a la apertura de un número mayor de Pequeñas y Medianas Empresas dentro de la economía formal, mejorar los planes de negocio de los emprendedores y lograr el uso eficiente de sus recursos.

1.6. Metodología Aplicada

Para el desarrollo del marco teórico se recurrirá a una investigación de tipo documental a través de la consulta de recursos bibliográficos, fuentes documentales electrónicas así como también consulta de contenidos publicados a través de páginas y sitios de Internet.

En lo que se refiere a la metodología de investigación de campo considerada para el desarrollo de esta investigación se considera una técnica cuantitativa a través del levantamiento

de una encuesta a perfiles de emprendedores de la ciudad de Puebla.

Una vez que se cuente con la información antes descrita se procederá a definir las características del desarrollo de la guía electrónica considerando los datos obtenidos para ajustarla a las necesidades del mercado para su posterior desarrollo y lanzamiento.

1.7. Alcances y limitaciones del proyecto

1.7.1. Alcances

- A través de esta investigación se determina la viabilidad y las características para desarrollar una guía electrónica para la apertura de una PYME en la ciudad de Puebla.
- El perfil de los sujetos de estudio en la investigación será de emprendedores que radican en la ciudad de Puebla.
- El resultado de la investigación tiene el objetivo de ser una referencia de consulta para los emprendedores que tengan planeado abrir una empresa o quienes actualmente ya operan una en la ciudad de Puebla.
- La difusión del resultado de esta investigación es para la comunidad de la Facultad de Administración de la BUAP, así como para el público en general interesados en consultarla de manera documental y vía electrónica.
- Las características de la aplicación serán difundidas a través de las plataformas consideradas con base en los hábitos de consumo de información de los sujetos de estudio.

1.7.2. Limitaciones

- El proyecto se desarrolla en el municipio de Puebla.
- Por la gran variedad de tipo de negocios las características de la guía electrónica se

limita a establecer los requisitos para la apertura de una empresa de bajo riesgo no incluyendo aspectos más específicos por giro o tipo de negocio.

- El desarrollo de la guía electrónica está sujeta a los resultados de esta investigación y considerando una segunda fase para llevar a cabo tal fin.
- El tiempo estimado para la investigación es de un año a partir del primero de enero del año 2016.
- Únicamente se considera la información referente al municipio de Puebla.

Capítulo II. Marco Teórico

2.1. Administración de Empresas

2.1.1. Administración y empresa: origen y significado

Hablar de la empresa y su administración conduce a reconocer y entender la existencia de una relación intrínseca, una codependencia entre dos conceptos que difícilmente se reconocen de manera aislada, sin embargo es motivo de interés para este trabajo conocer el origen de estas partes. Al hablar de empresa es común que se entienda exclusivamente como una entidad económica que busca obtener un beneficio, pero su significado está más relacionado con la acción de iniciar una actividad para lograr un objetivo. Para determinar la raíz etimológica de la palabra empresa se identifica al verbo en infinitivo emprender, de ahí que su origen de acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española defina su origen en latín *in* 'en' y *prendere* 'coger'. En este mismo sentido al definir el significado de la palabra emprender, este se refiere a “Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.” (RAE, 2016). De lo anterior se debe entender que una empresa es el resultado de iniciar una actividad en la que los resultados esperados van a estar envueltos en el peligro o la dificultad esto invariablemente remite al concepto de riesgo como algo latente en cualquier iniciativa.

Precisamente al reconocer la existencia de la variable riesgo es cuando existe la posibilidad de hacer una relación y así determinar el significado de administrar para comprender el porqué de su relación con la empresa. Etimológicamente surge que la palabra administración proviene del latín “ad ‘hacia’, ‘dirección’, ‘tendencia’, y minister ‘subordinación’, ‘obediencia’, ‘al servicio de’; y significa ‘aquel que realiza una función bajo el mando de otro’; es decir, ‘aquel que presta un servicio a otro’, ‘estar al servicio de otro’ —de la sociedad, haciéndola más productiva (eficiencia), para el cumplimiento de sus objetivos (eficacia)” (Chiavenato, 2006, pág. 10). Si bien el autor en esta misma definición etimológica conmina a no reducir a esta raíz la función actual de la administración “el significado original de esta palabra sufrió un cambio radical” (Chiavenato, 2006, pág. 10), aún con esta observación se reconoce que toda empresa

que enfrente cualquier tipo de riesgo necesariamente tendrá que ser asistida a través de tareas o actividades que estarán sujetas al objetivo de esa iniciativa o proyecto.

Una vez explicado el origen y significado de las palabras la relación entre empresa y administración es importante ver cómo ha sido su relación a través del tiempo, reconocer cuál ha sido la evolución de esta relación a través de las organizaciones para ubicar el por qué de los criterios que actualmente constituyen el paradigma de la administración de empresas.

2.1.2. Las primeras organizaciones humanas

Las primeras organizaciones primitivas en la historia del hombre cuyos objetivos estaban supeditados a la satisfacción de las necesidades fisiológicas básicas (Maslow, 1943) tenían definiciones jerárquicas en las que los liderazgos dependían de habilidades y tareas asignadas enfocadas a su supervivencia:

El hombre desde su formación, urgido por la necesidad de supervivencia en su interacción con la naturaleza, y la necesidad de conocer y transformar la misma mediante el trabajo, requiere de la agrupación de personas y de la cooperación entre las mismas; de ahí la necesidad de destinar quienes se encargarían de desarrollar determinadas actividades, y se produce la división natural del trabajo. (Zayas Agüero & Cabrera Ferreiro, 2010)

Uno de los eventos más importantes en la historia de la organización de los seres humanos fue la transición de la constante búsqueda de condiciones favorables a través de migraciones o lo que los historiadores definen como nomadismo a una condición en la cual a través de la adaptación del medio los grupos lograron establecer una vida sedentaria y de este modo configurar su organización de una manera distinta.

El descubrimiento de la herramienta y la máquina, prolongación instrumental de las extremidades humanas, como pasos de lo tecnológico en la proyección del hombre hacia su identidad antropológica que le permitiría el proceso de mediatización que implica toda

cultura. Inicialmente el ser humano sería errante, el cambio al sedentarismo implica la busca de un lugar en el mundo y ese lugar supone seguridad, referencia, anclaje, habitabilidad, seguridad y domiciliarse. (Heidegger, 1983)

Dentro de los inventos o descubrimiento relevantes derivados de esta adaptación al entorno y que influyeron de manera determinante están el desarrollo de la herramienta y posteriormente la agricultura.

El sedentarismo se interrelaciona con la tierra y lo agrario, el hombre se domicilia y comienza a sembrar, y continua con su actividad de caza, pesca y recolecta frutas silvestres. Deja de deambular, para iniciar su vida en un lugar y jerarquiza la tierra, como referente de las identidades étnico-sociales donde nomadismo y sedentarismo son sucesión evolutiva, jerarquizan lo nómada a través de una cultura sedentaria que es para todos por igual. (Yubero, 2009)

Esta actividad supuso la necesidad de establecer otro tipo de organización que permitiera instaurar controles y roles bien definidos ante el cambio de la dinámica en las actividades de supervivencia.

Con el uso adecuado de los suelos, el hombre primitivo desarrolló las prácticas agrícolas y cesó de vagar por el campo cazando y recolectando. De este modo arribó a la existencia sedentaria y a la construcción de pequeñas villas. Este nuevo concepto de organización social generó nuevas necesidades, tales como un método y una técnica elementales para manejar los negocios comunes del grupo. (Universidad Nacional Autónoma de México, 2003).

Es a partir de esta nueva realidad que supone además de una configuración social distinta, también el manejo de actividades productivas (negocios comunes del grupo) que implican tomar decisiones distintas asociadas con la acumulación y reparto de la producción, como consecuencia se empiezan a gestar organizaciones más complejas en las que se empiezan a reconocer distintas manifestaciones administrativas así como distintos enfoques que se van

construyendo a partir de visiones y objetivos particulares.

2.1.3. La organización como empresa

Para relacionar a las organizaciones y la noción de administrarlas se acude a la definición de Porter, Lawler & Hackman en la que definen a estas como: “Compuestas de individuos o grupos en vistas a conseguir ciertos fines y objetivos, por medio de funciones diferenciadas que se procura que estén racionalmente coordinadas y dirigidas y con una cierta continuidad a través del tiempo.” (Porter, Lawler, & Hackman, 1975).

Las funciones diferenciadas llevan a reconocer la heterogeneidad de las habilidades que están presentes en una organización, es decir personas o grupos de estas que tienen especialidades distintas pero que se integran por un motivo y al mismo tiempo son complementarias. La coordinación racional y dirigida es quizás en la que yace la naturaleza de la administración pues se debe entender que esta configuración de esfuerzos debe tener un orden, una razón y un por qué con el que se busca trascender en el tiempo de manera conjunta a través de un objetivo concreto. Considerando el riesgo que está implicado en toda iniciativa o empresa, la coordinación y la dirección son aspectos muy importantes si se pretende reducirlo, controlarlo y preverlo como una variable que estará presente en toda decisión de la organización a futuro. “Las organizaciones actuales se caracterizan por operar en entornos dinámicos y complejos. Presentan una estructura organizativa flexible para adaptarse a los cambios del entorno.” (Hernández Ortiz, 2014)

Un propósito definido, los recursos y la estructura son elementos presentes en toda organización (Hernández Ortiz, 2014) y estos deben estar regidos por criterios que logren comprender de manera global e integral su interrelación para cumplir con sus objetivos. Es en este sentido en el cuál se ubica a la empresa dado que su naturaleza como iniciativa puede ser elevada desde una perspectiva individual hasta una colectiva. La empresa puede estar definida de acuerdo con sus diferentes puntos de vista y enfoques más significativos como:

Económica: Como una unidad básica de producción en la que se organizan factores productivos para obtener beneficios a través de la elaboración de bienes o servicios. (Gutierrez Aragón, 2013, pág. 37)

Organizativa: Aquella que reúne en un modelo estructural a otras unidades básicas de producción. (Gutierrez Aragón, 2013, pág. 37)

Bajo la óptica de la Teoría General de Sistemas: Donde la empresa es un sistema que pertenece a un conjunto de elementos interrelacionados con fines en común. (Gutierrez Aragón, 2013, pág. 37)

El enfoque que se considera para definir el concepto de empresa en este trabajo será el que está bajo el punto de vista económico. Bajo esta idea se descubren definiciones de empresa que combinan estos distintos enfoques, “Como un conjunto de factores humanos, materiales, financieros y técnicos organizados e impulsados por la dirección, que trata de conseguir unos objetivos de acuerdo con el fin establecido previamente.” (Gutierrez Aragón, 2013, pág. 37) que engloba los enfoques comentados anteriormente. Menguzzato y Renau (1991) la definen desde el enfoque económico como:

Como unidad económica, la actividad técnica de transformación de unos recursos en bienes y servicios se realiza añadiendo valor económico. La empresa necesita generar valor para pagar a sus proveedores de materias primas, trabajadores, maquinarias, o retribuir a sus propietarios, de tal forma que el valor de sus bienes y servicios supere el coste de los insumos y del proceso de transformación. (Hernández Ortiz, 2014, pág. 27)

Para cumplir con la finalidad de transformación y generación de valor también se deben reconocer los elementos a los que se va a recurrir, “Para llevar a cabo esta actividad transformadora, la empresa cuenta con una serie de elementos, distinguiendo entre tangibles, intangibles y organizativos.” (Gutierrez Aragón, 2013), una vez más es necesario distinguir que cada elemento dentro de una empresa como organización tiene características distintas y esto requiere de la capacidad de encaminar sus esfuerzos hacia un objetivo en común. Estos esfuerzos

están definidos como funciones específicas en las que se identifican las siguientes de acuerdo con Gutierrez Aragón:

Función de compra o aprovisionamiento: consiste en adquirir las materias primas necesarias para una producción de la calidad adecuada y al precio más favorable, así como asegurar su entrega por parte del proveedor, de acuerdo con las fechas establecidas.

Función de producción: consiste en la generación de bienes o prestación de servicios aptos para su distribución al consumidor. Asume la responsabilidad de transformar las materias primas y materiales en productos terminados, aceptables tanto en calidad como en coste.

Función de distribución o función comercial: tiene como objeto la aproximación del producto desde su lugar de fabricación al consumidor final del mismo en la cantidad, momento y ubicación requeridos por éste.

Función de investigación y desarrollo tecnológico: permite a las empresas mejorar la calidad de sus productos (bienes y servicios), así como incrementar su capacidad tecnológica. (Gutierrez Aragón, 2013)

En un contexto en el que las funciones requieren ser coordinadas la labor de administrar responde a esa necesidad, aún en el enfoque de organización surge que “La administración de las organizaciones es el proceso de llevar a cabo eficientemente las actividades de planificación, organización, dirección y control, mediante las personas, para conseguir unos objetivos determinados.” (Hernández Ortiz, 2014, pág. 30), considerando esto es imperativo abordar el tema de la administración de las organizaciones bajo la perspectiva de empresa desde un punto de vista como unidad económica.

Por su clasificación dentro de su concepto económico se encuentran divididas en: industriales, comerciales y de servicios. En las industriales aparecen las extractivas, cuya función es la extracción y explotación de recursos naturales, de transformación o manufactureras, aquellas que transforman materia prima en productos terminados. Las

comerciales que funcionan como intermediarios entre consumidor y cliente final dentro de las que aparecen las mayoristas o aquellas que venden volúmenes altos con precios bajos, las menudistas o aquellas que venden productos en cantidades reducidas y las comisionistas aquellas que venden productos que reciben a consignación por parte del fabricante. Finalmente están las empresas de servicios cuya finalidad es una actividad lucrativa o no lucrativa por la prestación de un servicio, algunas de ellas son instituciones financieras, dedicadas al turismo, servicio de transporte, servicios públicos y privados diversos, educación, finanzas, seguros, consultoría y salud. (Luna González, 2014, págs. 10-11)

2.2. Tipificación de empresas

¿Cómo tipificar o clasificar una empresa? ¿Cuáles aspectos se deben considerar? Para clasificar a las empresas en cuestión de dimensión o tamaño se deben considerar aspectos como: actividad o giro, nivel de desarrollo del país de origen, presupuesto con el que cuenta, sus recursos humanos, sus ventas y su producción (Luna González, 2014, págs. 11-12). Según Gutiérrez Aragón "...el criterio más utilizado internacionalmente para calcular el tamaño de la empresa es el número de operarios. Así, por ejemplo, se puede dividir a la empresa en tres categorías: pequeña, mediana y grande..." (Gutiérrez Aragón, 2013, pág. 41).

En Estados Unidos la Small Business Administration se guía con esta clasificación de tres categorías (Pequeña de 1 a 250 trabajadores, Mediana de 251 a 500 trabajadores y Grande de 500 trabajadores en adelante). En Chile existen distintos criterios para determinar la clasificación de las empresas, uno por parte de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) estableciendo el valor de las ventas anuales como referencia ubicando a las PYMES en el rango de 2,400 a 10,000 pesos chilenos, el segundo criterio que establece el Servicio de Cooperación Técnica es en cuanto al número de empleados, definiendo el rango de 10-99 para las PYMES (Zúñiga Bustos, 2009, pág. 6).

Para el caso de Argentina:

El Ministerio de Economía fija los límites entre GEs y PyMEs a partir de tres elementos: personas ocupadas , ventas anuales y activos netos 10 . Por su parte la Secretaría PyME (órgano oficial que atiende al sector en la Argentina) dispuso cinco categorías de empresas y utilizó la variable “ventas anuales (en pesos)” para clasificarla. (Cleri, 2007, pág. 39)

De ahí que su clasificación sea de la siguiente manera:

Tabla 2.4.-1. Tamaño de empresas por actividad económica.

Tamaño	Comercio y Servicios	Industria y Transporte
Microempresa	Hasta 3 personas	Hasta 10 personas
Pequeña Empresa	Entre 4 y 15 personas	Entre 11 y 50 personas
Mediana Empresa	Entre 16 y 100 personas	Entre 51 y 100 personas

Fuente: Elaboración propia con información de (Cleri, 2007, pág. 40).

En sintonía con este criterio también existe lo siguiente para el caso de España:

Para clasificar las empresas según su dimensión, la Comisión Europea, en su Recomendación 2003/361/CE de la Comisión, de 6 de mayo de 2003, propone la utilización de tres variables: el número de trabajadores, el volumen de negocio o cifra de facturación anual y el balance general. (Hernández Ortiz, 2014, pág. 39)

De lo anterior resulta una tabla en la cuál se puede identificar el tamaño de las empresas:

Tabla 2.4.-2. Tamaño de empresa por número de trabajadores.

Tamaño	No. De Trabajadores	Volumen de Negocio*	Balance General*
Microempresa	0-9	Menos de 2	Menos de 2
Pequeña Empresa	10-49	Entre 2 y 10	Menos de 2
Mediana Empresa	50-249	Entre 10 y 50	Entre 10 y 43
Gran Empresa	Más de 249	Más de 50	Más de 43

Fuente: Elaboración propia con información de (Hernández Ortiz, 2014, pág. 39).

*Millones de euros.

Estas clasificaciones definen de manera muy clara las diferencias entre las tipificación de las empresas:

“...Conviene resaltar que una de las denominaciones más extendidas en cuanto a su uso es la de PYME (pequeña y mediana empresa). De esta manera, se divide a las empresas en PYMES y grandes empresas.” (Gutierrez Aragón, 2013, pág. 97)

En México los Ejecutivos de Finanzas la clasifican de igual forma pero con criterios cuantitativos distintos (Pequeña de 1 a 25 trabajadores Mediana de 26 a 250 trabajadores y Grande de 251 trabajadores en adelante) (Luna González, 2014).

Nacional Financiera, organismo perteneciente a la banca de desarrollo integrante de la administración pública federal, hace la clasificación del tamaño de las empresas dividiéndolas por actividad o giro, es decir, en industriales, comerciales y de servicios y, con base en esta clasificación las divide en microempresas, pequeñas empresas, medianas empresas, grandes empresas y como referencia el número de empleados. (Luna González, 2014)

En el sitio de Nacional Financiera (Nacional Financiera, 2008) se corrobora esta información que tiene su origen en la sesión ordinaria de consejo de dirección celebrado el 29 de enero de 1999. De estos criterios surge la siguiente clasificación:

Tabla 2.4.-3. Tamaño de empresa por sector y número de trabajadores.

Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-9	Menos de 2	Menos de 2
Pequeña	10-49	Entre 2 y 10	Menos de 2
Mediana	50-249	Entre 10 y 50	Entre 10 y 43
Grande	Más de 249	Más de 50	Más de 43

Fuente: Elaboración propia con información de (Nacional Financiera, 2004, pág. 1).

En la publicación del Diario Oficial de la Federación del 30 de Junio de 2009 se establece una nueva clasificación para las empresas en México tomando en cuenta el número de empleados así como también el nivel de ventas similar a lo considerado por la Comisión Europea:

Tabla 2.4.-4. Tamaño de empresas por sector, número de trabajadores y monto de ventas.

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

Fuente: Elaboración propia con información de (Gobierno Federal, 2009).

* Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%

2.2.1. La Pequeña y Mediana Empresa en México.

Para Nacional Financiera, en México, la pequeña y mediana empresa es considerada como una organización económica que en su conjunto es vital para la economía del país. Innovación, distribución masiva de productos y servicios, generación de empleos y su papel de proveedor para la gran empresa son sólo algunos de los elementos que recalcan su importancia. Por su tamaño y dinámica tienen el perfil para ser empresas generadoras de mayores beneficios, con mayor conocimiento de los canales de distribución y del mercado, así como con una gran flexibilidad para adaptarse a los cambios de su entorno.

De acuerdo con algunas cifras oficiales, el 99% del total de empresas mexicanas son Pequeñas y Medianas empresas (PYMES), las cuales tienen la siguiente distribución por sector económico: Manufactura 12%, Comercio 49% , Servicios 39% , Total 100%. (Nacional Financiera, 2004)

Estas empresas por lo regular son de un único propietario, en su mayoría recurren a la renta de un local, son financiadas principalmente por recursos familiares empleando entre uno y dos trabajadores en promedio. En el caso de su desempeño se tienen detectadas las principales causas de su fracaso y éxito. Entre las causas de por qué una PYME puede fracasar están: incompetencia o falta de experiencia de los administradores, la negligencia en el uso y aprovechamiento de los recursos y los beneficios, la falta de controles en la operación y en la previsión, la falta de capital suficiente y la falta de una identificación correcta del riesgo.

Considerando el último censo económico realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía en el año 2014 “En México, 95.4% de los establecimientos son microempresas, que en conjunto, en 2013 aportaron 9.8% de la producción bruta. En contraste, los establecimientos grandes (251 y más personas ocupadas) representan 0.2%, los cuales en 2013 concentraron 64.1% de la producción bruta.” (INEGI, 2014)

Entre los factores positivos que se reconocen de las PYMES: el trabajo arduo, la dedicación y el esfuerzo, la correcta identificación de las necesidades del mercado y por último

el conocimiento de la actividad que se desarrolla.

Entrando en materia de análisis sobre las características y contrastes que existen en las PYMES en México es necesario identificar cuáles son los aspectos necesarios para que esta sea competitiva definiendo este último concepto como lo estableció la Secretaría de Economía en 2002:

La Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro Pequeña y Mediana Empresa, emitida el 30 de Diciembre de 2002, por el gobierno mexicano, define a la competitividad, como la capacidad para mantener y fortalecer la rentabilidad y participación en los mercados (Secretaría de Economía, 2006). (García Pérez de Lema, Estrada Bércenas, & Sánchez Trejo, 2009)

Con base en el estudio empírico en México para determinar los factores determinantes del éxito competitivo en la PYME (García Pérez de Lema, Estrada Bércenas, & Sánchez Trejo, 2009) se consideraron los siguientes: los recursos humanos por su estrecha relación con la operación y su determinante factor relacionado con la capacitación, la planeación estratégica por ser el concepto a través del cual se definen objetivos, determinación de principios, tiempo y recursos necesarios para su implementación. También están la innovación y tecnología generalmente porque es a través de ellas que se genera valor basándose en el conocimiento y por ultimo las certificaciones de calidad que garantizan el apego hacia normas establecidas para la producción de un bien o la configuración de un servicio.

Para entender más las particularidades de las PYMES y el impacto que estas tienen en la economía nacional es preciso consultar algunos datos del censo económico más reciente realizado en el año 2014:

Del total de las unidades económicas, 95.4% tiene hasta 10 personas ocupadas; 3.6% ocupa de 11 a 50; 0.8%, de 51 a 250; y 0.2%, de 251 y más personas. Las unidades económicas de 0 a 50 trabajadores absorben, en conjunto, 99.0% de las unidades económicas totales. (INEGI, 2014)

Relacionando esto con el tabulador publicado en el Diario Oficial de la Federación surge que México es un país de micro y pequeñas empresas, en conjunto con las demás la generación de empleos es de la siguiente manera:

Los rangos de ocupación de 0 a 10 y de 251 y más personas ocupadas concentran 68.6% del total del personal ocupado a nivel nacional, mientras que los porcentajes de participación del tamaño de 11 a 50 y 51 a 250 personas fueron de 15.1 y 16.3%, respectivamente. (INEGI, 2014)

Con relación al tiempo de existencia de estas unidades económicas:

De esta manera, se tiene que de las unidades económicas que emplean hasta 10 personas, 56.4% se establecieron antes de 2009, mientras que 43.6% iniciaron actividades en el periodo de 2009 a 2013; en cuanto a las de mayor tamaño (de 251 y más personas), 89.7% lo hicieron antes de 2009 y 10.3%, en el periodo de 2009 a 2013. (INEGI, 2014)

Esto indica que casi la mitad de las micro y pequeñas empresas tienen cinco años o menos de operación, por otro lado las grandes en contraste muestran una permanencia mayor en el tiempo. Respecto a la aportación a la productividad en el país:

Las unidades económicas más pequeñas, medidas a partir del tamaño de 0 a 10 personas ocupadas, representan 95.4% del total captado; este grupo concentra 9.8% de la producción bruta total. En contraste, el grupo de unidades económicas que ocupa a más de 250 personas representa 0.2% del total y concentra 64.1% de la producción bruta total del país. (INEGI, 2014)

Un dato de llamar la atención pues a pesar de ser un gran número de micro y pequeñas empresas su aportación es apenas de casi el 10% contra el 64% que aportan las grandes empresas con apenas el .2% del personal empleado.

2.2.2. Características de la Pequeña y Mediana Empresa en México.

A través de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF)⁶ se presentan los 10 errores más comunes en los que incurren los empresarios de PYMES en México y que a su vez terminan con la vida de sus unidades de Negocio:

- La ausencia de una cultura empresarial.
- Falta de análisis estratégico.
- Mala administración.
- Incompetencia personal.
- Creerse todólogo.
- Mala previsión financiera.
- Adquirir deuda sin previsión.
- Centralizar el poder.
- Ausencia de controles.
- Falta de planeación.

Son escasos los estudios basados en una metodología que se han realizado para hacer un diagnóstico referente a las características de gestión y administración de las PYMES en México, de estos existen dos que corresponden a la década de los años 80 (Palomo González, 2008), la encuesta a la industria mediana y pequeña que realizó NAFIN (Nacional Financiera) en 1985 y la que realizó SECOFI (Secretaría de Comercio y Fomento Industrial) en la industria por escala productiva. Tomando como referencia lo anterior Jurado et. al. en 1990 realizan un estudio en el sector maderero de las micro y pequeñas empresas que arroja resultados similares a los

⁶ <http://www.condusef.gob.mx/index.php/empresario-pyme-como-usuarios-de-servicios-financieros/548-errores-mas-comunes-del-empresario-pyme>

estudios mencionados y corrobora esa información obteniendo la problemática en los siguientes aspectos:

- a). Organización. Falta de estructura formal, falta de sistematización de sus operaciones y actividades, falta de políticas escritas, falta de supervisión y de estándares de desempeño.
- b). Recursos Humanos. Falta de capacitación, excesiva rotación de personal, falta de seguridad e higiene.
- c). Mercadotecnia. Falta de conocimiento real de su competencia, falta de utilización de técnicas mercadológicas para dar a conocer su producto y, adecuarlo a las necesidades del consumidor.
- d). Producción. Falta de técnicas para planear la producción, falta de medición y control de la calidad, falta de sistematización de los procedimientos de producción, deficiencias en su sistema de compras, incapacidad de surtir pedidos grandes, mala distribución del trabajo y las instalaciones, deficiente nivel de productividad.
- e). Innovación Tecnológica. Tecnología antigua, sin medidas anticontaminantes.
- f). Contabilidad. Escasez de registros contables, costos mal determinados y precios que no cubren los costos totales.
- g). Finanzas. Falta de conocimiento para analizar los estados financieros, falta de acceso a créditos convenientes para la empresa.
- h). Fiscal. Excesiva regulación fiscal, desconocimiento de sus obligaciones y cumplimiento. (Palomo González, 2008)

Con base en lo anterior se identifican áreas de oportunidad en aspectos que resultan básicos para el entendimiento y funcionamiento de una empresa entendiendo que por el tamaño de estas organizaciones resulta una tarea compleja designar recursos para su atención.

2.3. Definiciones de administración

La administración se coloca como una consecuencia natural de la aparición de las organizaciones que su vez dieron pie a la configuración de unidades más complejas como las empresas económicas, sin embargo en su origen ha estado presente en diversas situaciones y ha respondido a diferentes enfoques y objetivos. Estos últimos son los que caracterizan de manera más clara el por qué de la necesidad de la tarea administrativa en las organizaciones, mientras en ellas haya un propósito, habrá administración. “Un elemento básico de toda organización es su meta o propósito... sin una meta, ninguna organización tendría razón de ser” (Stoner, Freeman, & Gilbert, 1996, págs. 6-7)

Al identificar dar forma como un objetivo de la administración junto con los conceptos de consciencia y constancia, se relaciona la razón de ser de la organización y su búsqueda por trascender o impactar en su entorno a través de actividades consistentes , “La administración consiste en darle forma de manera consciente y constante, a las organizaciones” (Stoner, Freeman, & Gilbert, 1996). Al hablar de su entorno también se reconoce que la organización busca una constante transformación de aquellas condiciones que le rodean para prosperar hacia un fin particular, también se reconoce el concepto de eficiencia que tiene que ver con la utilización de los recursos disponibles de una manera en que siempre sean suficientes para alcanzar las metas, “La administración es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos” (Koontz & Weihrich, 1999, pág. 6). En tema de aprovechamiento de recursos se puede considerar que interna y externamente la administración busca incidir en cómo aprovecharlos mejor. Con esta idea se reconoce que la administración también tiene un impacto en la permanencia de las organizaciones y empresas a través del tiempo y a su vez estas en su impacto en el presente y el futuro del entorno, consecuentemente dejarán un pasado, una historia en la que se reflejaran las posturas respecto a las tomas de decisiones que serán estudiadas. (Stoner, Freeman, & Gilbert, 1996).

¿De qué manera se podrán configurar y conformar las acciones para impactar en las organizaciones y estas a su vez en el entorno? Deben existir una serie de acciones que tendrán

que llevar una secuencia lógica con base en el objetivo de la administración. Se llama a esta secuencia un proceso administrativo, que por si sólo remite a que la administración también puede considerarse como un proceso, “La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas por la organización” (Stoner, Freeman, & Gilbert, 1996), esto refiere más a una secuencia ordenada en la que es evidente la intención de estar constantemente previendo y anticipando todas aquellas variables que deban ser consideradas para garantizar que el camino hacia las metas establecidas tenga las soluciones que serán implementadas ante cada acontecimiento presupuestado o proyectado.

Al considerar al proceso administrativo como un eje estructurado y fundamental de las actividades de una organización, la planeación emerge como el paso que antecede a todas las actividades que emanan de su implementación.

Lyndall F. Urwick, divide el proceso administrativo en dos fases, a las cuales les nombra mecánica y dinámica de la administración. Para este autor la mecánica administrativa es la parte teórica de la administración en la que se define lo que debe hacerse, ubicándose en el futuro. Por otra parte, la dinámica administrativa se refiere a cómo conducir, en la actualidad, el organismo social. (Luna González, 2014)

En esta postura de Urwick y retomada por Luna González se reconocen dos aspectos presentes en las actividades de las organizaciones, por un lado aquella que las coloca a través del diseño de procesos y definición de los objetivos en una posición ideal en el tiempo, lo que aspiran a ser, y por otro lado la operativa (dinámica), enfrentar en tiempo real la implementación de las actividades a través de las cuáles se busca alcanzar ese ideal como empresa. Aunque se complementan es claro el contraste respecto a estas dos fases en la que se puede nuevamente identificar a la planeación aún con un mayor peso. Este trabajo de investigación aborda de manera más enfática esta etapa por su relación directa con el tema que plantea, sin embargo para reconocer su importancia en las distintas posturas y enfoques administrativos de los autores más representativos a continuación se hace una revisión de las mismas.

2.3.1 Teorías y enfoques de la administración

Idalberto Chiavenato (Chiavenato, 2006) identifica dos enfoques respecto a la administración que derivan del enfoque clásico: la administración científica y la teoría clásica. En relación con esto, se distinguirán a los personajes relevantes de cada una, para el primer caso Frederick Winslow Taylor quien “busca aumentar la eficiencia de la empresa mediante la racionalización del trabajo del obrero” (Chiavenato, 2006, pág. 44) y para el segundo caso a Henri Fayol como uno de los principales precursores de la teoría clásica en la que “se ocupa del aumento de la eficiencia de la empresa mediante la organización y aplicación de principios científicos generales de la administración” (Chiavenato, 2006, pág. 44). Estas posturas fueron la influencia para la administración en las primeras décadas del siglo XX y surgieron como el resultado de dos consecuencias de la Revolución Industrial: el crecimiento acelerado y desorganizado de las empresas y la necesidad de aumentar la eficiencia y la competencia de las organizaciones.

2.3.1.1. Administración científica

Para entender la postura de Frederick Taylor respecto a la administración científica se deben conocer los principios fundamentales determinados en su obra *The Principles of Scientific Management* publicado en 1911:

- Sustitución de reglas prácticas por preceptos científicos.
- Obtención de la armonía en la acción grupal en lugar de la discordia.
- Consecución de la cooperación de los seres humanos, en lugar del individualismo caótico.
- Obtención mediante el trabajo de la producción máxima, no de una producción restringida.
- Desarrollo de la plena capacidad de todos los trabajadores, en favor de su máxima prosperidad personal y de la compañía. (Koontz & Weihrich, 1999, pág. 19)

Estos conceptos no están del todo alejados de los que actualmente se perciben en la administración contemporánea. Cobra mucha relevancia la trayectoria laboral de Taylor en la compañía Midvale Steel, en la que estuvo al frente de diversos puestos como operario, pues esta influyó en la visión integral acerca de la operación de una empresa y le permite reconocer áreas de oportunidad sobre las que va proponiendo soluciones en sus obras posteriores. Una de las aportaciones en su modelo de estudio fue como a través de la observación detectó diversos paradigmas relacionados con la operación tanto de los obreros como de las tomas de decisiones de quienes estaban al mando de las tareas productivas, esto dio pie a lo que ahora se determina como Organización Racional del Trabajo (ORT). Sus fundamentos son los siguientes:

- Análisis del trabajo y estudio de los tiempos y movimientos.
- Estudio de la fatiga humana.
- División del trabajo y especialización del operario.
- Diseño de cargos y tareas.
- Incentivos salariales y premios por producción.
- Concepto de homo economicus.
- Condiciones ambientales de trabajo.
- Estandarización de métodos y máquinas.
- Supervisión funcional. (Chiavenato, 2006, pág. 50)

De este modelo de análisis surgen principios para la administración científica que están muy relacionados con el concepto de proceso administrativo, de acuerdo con Taylor estos son: principio de planeación, principio de preparación, principio de control y principio de ejecución. (Chiavenato, 2006, pág. 56), posteriormente surgen autores como Harrington Emerson quien propuso los principios de eficiencia y los inicios de la administración por objetivos o Henry Ford, quizás el más conocido dentro de los impulsores de la administración científica con una de las aportaciones más relevantes en la industria: la producción en serie.

Chiavenato ofrece una crítica hacia la administración científica señalando que debería llamarse estudio “científico del trabajo” (Chiavenato, 2006, pág. 58). En ella también señala aspectos como el mecanicismo de la administración por su rigidez, la súper especialización de los operarios al subdividir y subdividir las tareas, la visión microscópica del hombre al arrebatarle su sentido social e incluso, paradójicamente la falta de comprobación científica ante algunos de sus postulados.

2.3.1.2. Teoría clásica de la administración

Es en Francia donde surge en paralelo un enfoque de la administración que más allá de enfocarse en el operario se enfoca en la estructura de la organización como uno de los pilares para lograr la eficiencia. “La teoría clásica de la administración surgió de la necesidad de encontrar lineamientos para administrar organizaciones complejas, por ejemplo las fábricas.” (Stoner, Freeman, & Gilbert, 1996, pág. 38). La aparición del enfoque clásico de la administración se le atribuye a Henri Fayol, conocido también como el padre de la administración moderna. El enfoque de Fayol puede estar relacionado con el de Taylor considerando la utilización de métodos científicos aunque “...Taylor se interesaba primordialmente por las funciones de la organización mientras que Fayol se interesaba por la organización total y se enfocaba hacia la administración, que, en su opinión era la operación empresarial más descuidada.” (Stoner, Freeman, & Gilbert, 1996, pág. 38). Fayol establece en seis las funciones básicas de la empresa: técnicas, comerciales, financieras, de seguridad, contables y administrativas. (Chiavenato, 2006, pág. 70) También define su concepto de administración como un acto a través del cuál se planea, organiza, dirige, coordina y controlan las actividades de una organización, con base en estos es como también se define y construye el concepto de proceso administrativo.

Las aportaciones de Fayol a la administración es la consideración de la proporcionalidad de las funciones administrativas, reconociendo que estas deben ser delegadas y distribuidas entre los integrantes de la organización, y la diferenciación entre administración y organización dando para esta última dos significados distintos. En el primero define a la organización como una entidad social y en la segunda como una función administrativa y parte del proceso

administrativo. (Chiavenato, 2006, pág. 72). Los principios básicos para la administración de acuerdo con Fayol son:

- División del trabajo: consiste en la especialización de las tareas y de las personas para aumentar la eficiencia.
- Autoridad y responsabilidad: autoridad es el derecho de dar órdenes y el poder de esperar obediencia; la responsabilidad es una consecuencia natural de la autoridad. Ambas deben estar equilibradas entre sí.
- Disciplina: depende de la obediencia, aplicación, energía, comportamiento y respeto de los acuerdos establecidos.
- Unidad de mando: cada empleado debe recibir órdenes de un solo superior. Es el principio de la autoridad única.
- Unidad de dirección: una cabeza y un plan para grupo de actividades que tengan un mismo objetivo.
- Subordinación de los intereses individuales a los intereses generales: los intereses generales deben sobreponerse a los intereses particulares.
- Remuneración del personal: deben haber una justa y garantizada satisfacción para los empleados y para la organización en términos de retribución.
- Centralización: se refiere a la concentración de la autoridad en la alta jerarquía de la organización.
- Jerarquía o cadena escalar: es la línea de autoridad que va de la parte más alta a la más baja.
- Orden: un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar. Es el orden material y humano.
- Equidad: amabilidad y justicia para alcanzar la lealtad del personal.
- Estabilidad y duración en su cargo del personal: la rotación tiene un impacto negativo sobre la eficiencia de la organización.
- Cuanto más tiempo permanezca una persona en su cargo, mejor. Iniciativa: la

capacidad de visualizar un plan y de asegurar su éxito.

- Espíritu de cuerpo (solidaridad): la armonía y la unión entre las personas contribuyen grandes fuerzas para la organización. (Luna González, 2014, pág. 43)

La teoría clásica de la administración tiene posturas que son similares entre los autores que la impulsaron, en ellos se destaca ver a la administración como una ciencia, elevar el concepto de organización como una estructura, la división del trabajo y la especialización del mismo, la coordinación y la organización lineal en la que el esquema piramidal y jerárquico es el que determina las líneas de relación entre los puestos.

Aunque Fayol definió su proceso administrativo otros autores clásicos aunque seguidores de su modelo propusieron otros procesos administrativos. Para Lyndall Urwick el proceso administrativo consistía en siete pasos agregando la previsión y la investigación a los cinco propuestos por Fayol, en el caso de Luther Gulick, uno de los más conocedores de la teoría clásica, la asesoría, la información y la presupuestación son elementos que también deben estar considerados en el proceso administrativo. El caso de Lyndall Urwick es de llamar la atención para el objetivo de este proyecto debido a que sus consideraciones en materia de previsión e investigación están muy a tono con lo que se pretende demostrar con relación a la apertura de una empresa. En sintonía con la misma observación por su estrecha relación con el tema aparece Max Webber como uno de los precursores del concepto de burocracia con la finalidad de mejorar los resultados y las relaciones entre una organización a través de la implementación de reglamentos y controles estrictos, sin embargo es preciso reconocer la diferencia con el concepto que buscaba Webber y el preconceito que se tiene sobre la burocracia particularmente extendida en el ámbito de las organizaciones públicas (Stoner, Freeman, & Gilbert, 1996, pág. 40).

En materia de las relaciones humanas hay que destacar a Mary Parker Follett como una de las pioneras en el campo de las relaciones humanas y la estructura de la organización. Follet “creía firmemente en la fuerza del grupo, en el cual los individuos podían combinar sus diversos talentos para lograr algo mayor” (Stoner, Freeman, & Gilbert, 1996). Afirmaba que la administración era el “arte de hacer las cosas a través de las personas”. Es necesario hacer énfasis en esta aportación debido a que en estas visiones estructurales la consideración del

recurso humano y las subjetividades del mismo empiezan a cobrar importancia a través de autores que tienen la capacidad de visión para entender la influencia de esta variable dentro de las organizaciones como también su concepción como catalizadores de lo que las personas llevan hacia el entorno a través de sus realidades laborales. Este efecto actualmente influye en la percepción que puede tener una persona ajena a una organización sobre ella.

Precisamente en la apreciación crítica de Chiavenato sobre la teoría clásica se señala el enfoque simplificado de la organización formal sin considerar los aspectos psicológicos y social únicamente enfocándose a la organización formal y sus esquemas lógicos y preestablecidos (Chiavenato, 2006). La ausencia de trabajos experimentales también es señalada pues a pesar de pretender recurrir a métodos y modos científicos para contrarrestar el empirismo es precisamente lo empírico lo que le da sustento a la elaboración de los conceptos de Fayol. A estos se suman el ultrarracionalismo en el enfoque de administración al recurrir al pragmatismo al asumir la universalidad de los conceptos de administración propuestos, la teoría de la máquina por la concepción mecanicista en la división del trabajo (al igual que Taylor), el enfoque incompleto de la organización al no considerar a las organizaciones informales y su enfoque de sistema cerrado por la consideración de variables conocidas y previsibles así como de aspectos que pueden ser generales y universales, aún con esto la teoría clásica es una de las escuelas que más adeptos tiene dentro de la administración actual.

2.3.1.3. Enfoque humanista de la administración

A este enfoque se le considera una revolución conceptual debido a que:

Hace que el interés puesto en la máquina y en el método de trabajo, en la organización formal y en los principios de administración ceda prioridad a la preocupación por las personas y por los grupos sociales. (Chiavenato, 2006, pág. 84)

A partir de 1930 en Estados Unidos como consecuencia de desarrollo del desarrollo de las ciencias sociales surge la Psicología del Trabajo, esta comprende en dos etapas, la primera

acerca del análisis del trabajo y de la adaptación del trabajador al trabajo y la segunda entendida como la adaptación del trabajo al trabajador. (Chiavenato, 2006, pág. 84). Los autores más destacados quienes fueron los precursores de en este enfoque administrativo son Hugo Münsterberg, por su aplicación de la psicología organizacional y los test para selección de personal, Ordway Tead y su orientación democrática de la administración, la ya comentada Mary Parker Follett y su idea de la contextualización del individuo en las organizaciones, Chester Bernard y su teoría de la cooperación en la organización.⁷

A partir de estas contribuciones es como se llega a la teoría de relaciones humanas que se origina en hechos como la necesidad de humanizar y democratizar la administración, el desarrollo de las ciencias humanas y las ideas de la filosofía pragmática de John Dewey y de la psicología dinámica de Kurt Lewin y del famoso experimento de Hawthorne.⁸

Elton Mayo quien es uno de los fundadores de la teoría de las relaciones humanas en la administración expuso puntos de vista (Chiavenato, 2006) que son derivados de los métodos de trabajo que buscan la eficiencia y no la cooperación, entre ellos están el reconocimiento del trabajo como una actividad típicamente grupal, la reacción del operario no como individuo aislado sino como grupo social, señala que la tarea básica de la administración es formar una élite capaz de comprender y comunicar, el descuido de la capacidad social al pasar de una sociedad estable a una adaptable, la detección del reconocimiento como un aspecto motivador para el individuo en el trabajo y la detección de la civilización industrializada como causante de la desintegración de los grupos primarios de la sociedad.

Respecto a la teoría clásica los contrastes propuestos en la teoría de las relaciones humanas son tratar a la organización como un grupo de personas, poner énfasis en las personas, considera sistemas de la psicología, enfoque de delegación de autoridad y autonomía del empleado, énfasis en las relaciones entre las personas a través de la confianza y las dinámicas grupales e interpersonales. (Chiavenato, 2006). La motivación humana y el liderazgo son aspectos que

⁷ De acuerdo con Chiavenato estos autores forman parte de la etapa transitoria entre la teoría clásica y el reconocimiento del enfoque humanista de la administración.

⁸ Un experimento para determinar la correlación entre productividad e iluminación en el trabajo.

también tienen lugar en esta teoría pues son analizados a fondo y de establecen teorías y rasgos de estos conceptos. De esta manera es como a través del individuo y su relación con la organización es que se entiende la configuración de la administración como una actividad que es sensible y variable ante diferentes motivos o estímulos dándole una característica más orgánica que la mecánica que se planteo a partir de la concepción científica y clásica de la administración. Es como se da pie a la teoría general de sistemas como una influencia para empezar a determinar y reconocer el concepto de sistema en la administración y sus distintos tipos.

2.3.1.4. Enfoque de sistemas

Bajo el enfoque de sistemas se considera que “en lugar de abordar los diversos segmentos de una organización por separado, piensa que la organización es un sistema único, que tiene un propósito y está formado por partes que se interrelacionan” (Stoner, Freeman, & Gilbert, 1996, pág. 50). Se le atribuye al biólogo alemán Ludwing von Bertalanffy una teoría interdisciplinaria para abordar problemas exclusivos de cada ciencia, esta teoría fue denominada como Teoría General de Sistemas (T.G.S.) misma que se basa en la comprensión de la dependencia recíproca de todas las disciplinas y de la necesidad de su integración. Con la aparición de la TSG los principios del enfoque clásico y científico del reduccionismo, el pensamiento analítico y el mecanicismo son sustituidos por el expansionismo o el principio que sustenta que todo fenómeno es parte de un fenómeno mayor, el pensamiento sintético o la idea de que todo fenómeno se explica a través de su funcionamiento como parte de un sistema mayor y la teleología que determina a la causa necesaria pero no siempre suficiente para provocar un efecto (Chiavenato, 2006). A partir de estos tres principios es como surge la cibernética⁹ y también una verdadera revolución en el ámbito administrativo.

Algunos de los conceptos clave en el enfoque de sistemas considerados por Stoner,

⁹ “Es propósito de la cibernética desarrollar una lengua y unas técnicas que permitan, no sólo encarar los problemas más generales de comunicación y regulación, sino además establecer un repertorio adecuado de ideas y métodos para clasificar sus manifestaciones particulares por conceptos” (Wiener, 1958)

Freeman y Gilbert (Stoner, Freeman, & Gilbert, 1996, pág. 51) son:

Subsistemas: Son las partes que constituyen un sistema entero que a su vez puede ser también parte de un sistema mayor.

- Sinergia: Significa que el todo es mayor que la suma de sus partes, es decir que la suma de esfuerzos dará mayores y mejores resultados que los esfuerzos aislados.
- Sistemas abiertos y cerrados: El primero interactúa con su ambiente, el segundo no.
- Límite del sistema: Se considera que cada sistema tiene un límite que lo separa de su ambiente.
- Flujo: Los sistemas tienen un flujo de información materiales y energía.
- Retroalimentación: Clave para el control del sistema, en la medida en que se opera el sistema este genera información la cual se va a entregar a las personas indicadas (o sistemas) con la finalidad de evaluar y corregir.

Los sistemas se pueden clasificar dependiendo de su constitución como también de su naturaleza, para el primer caso los hay físicos o concretos y abstractos o conceptuales, para el segundo se les clasifica en sistemas abiertos y sistemas cerrados. Además de los aspectos considerados por Stoner et. al. Chiavenato (Chiavenato, 2006) señala las entradas o inputs de materia prima, insumos, información y energía, la salida, resultado o producto, el procesamiento de este y el ambiente como algunos de los parámetros para poder evaluar el alcance de una organización.

2.3.2. Tecnología de la información y administración.

Dentro de las variables externas que se identifican como influencia en el rumbo y las decisiones de una organización se reconocen las económicas, las sociales, las políticas y las tecnológicas. La tarea de mantenerse al corriente de cuáles son los cambios que suceden en cada una depende de las características de cada empresa, probablemente unas tendrán mayor efecto que otras, eso

no exonera a ninguna organización actualizarse para incluir esa información en sus toma de decisiones. El aspecto tecnológico es quizás el que está más estrechamente relacionado con la innovación y sobre todo con la tendencia sobre la cuál el mercado apuntara en materia de productos y servicios. “El grado de tecnología de una sociedad o industria específica determina, en gran medida, los productos o servicios que se producirán, el equipo que se usará y la forma en que se utilizarán las operaciones” (Stoner, Freeman, & Gilbert, 1996, pág. 85).

Los cambios que se han presentado a lo largo del último siglo han sido graduales pero en definitiva el avance y desarrollo tecnológico a gran escala ha acelerado este cambio y ha impactado contundentemente en la cultura de las organizaciones hablando de su capacidad para adaptarse, ser dinámicas y flexibles en corto tiempo. Habrá algunas organizaciones que tengan una cultura de previsión sobre estos cambios y otras que estén constantemente sumergidas en la reactividad ante los estímulos de las variables externas. La década de los años 90 se le conocerá como la del inicio de la era de la información, el capital intelectual se coloca a la par del capital financiero. A partir de esta realidad es como la tecnología y la información se complementan para dar pie al concepto de tecnología de la información.

El efecto temporal y espacial que la tecnología de la información tiene en las empresas va en el sentido de la eficiencia, se requiere menos tiempo para la mayoría de las actividades y por supuesto menos espacio para el resultado de las mismas. Los términos producto de este impacto que han sido identificados por los expertos son y que los diferencian de las prácticas de la vieja escuela son:

- Conocimiento. La integración del conocimiento en productos y servicios.
- Digitalización. La información es digital y su volumen físico disminuye además de que su difusión es inmediata.
- Virtualización. Las cosas físicas se pueden hacer de manera virtual.
- Moleculización. Las grandes estructuras ahora son una serie de integraciones de moléculas dinámicas, móviles.
- Integración/Redes Interconectadas. Las nuevas estructuras son horizontales y las

moléculas dinámicas crean redes a través de las cuáles se coordinan y se comunican.

- Desintermediación. Se elimina el papel del intermediario por la capacidad de interacción entre oferente y demandante a través de las redes como internet.
- Convergencia. Las grandes empresas industriales y de extracción no son más las entidades económicas dominantes, ahora las empresas que desarrollan tecnología e innovaciones en materia de conocimiento e información están equiparándose o superando ese poder económico.
- Innovación. Ciclos de vida de los productos más cortos, la tendencia es la constante transformación de lo obsoleto en lo actualizado.
- Produconsumo. A través de internet el consumidor también produce, información, opiniones, soluciones, productos, servicios a través de su experiencia al estar inmerso en una nueva configuración del acceso a la información.
- Inmediatismo. Las empresas son en tiempo real, la capacidad de conectarse a través de las redes exige a las organizaciones a responder a las necesidades
- Globalización.
- Discordancia. (Chiavenato, 2006, pág. 503).

A través del enfoque de sistemas surge la necesidad de agregar esta evolución tecnológica como una entrada que la organización deberá procesar a su favor además de considerar su inclusión en sus productos y servicios, ello conduce a definiciones como la siguiente:

La empresa recibe del exterior entradas de diversa índole: Informaciones sobre la evolución del mercado (clientes, competencia, etc.); evolución de técnicas de Dirección y Gestión, así como situación de la estructura laboral (legislación, carencias, etc.); evolución de la tecnología, etc. También recibe otras entradas tales como: maquinaria, materias primas, personas, suministros diversos, y entradas de tipo financiero como flujos monetarios. Mediante el correspondiente procesamiento, entrega al entorno los resultados de la actividad productiva, salidas hacia el entorno: Bienes y Servicios. (Castilla Plaza, Implicaciones de las tecnologías de la información en la gestión del sistema empresa.,

2006)

Para atender esta realidad la empresa debe tener presente que la innovación es un factor determinante si se pretende actuar en consecuencia de las exigencias y tendencias del ambiente externo y del mercado, tener la información es sólo una parte, la otra es qué hacer con ella.

Las tecnologías de la información y la comunicación son un conjunto de servicios, redes, software y aparatos que tienen como fin la mejora de la calidad de vida de las personas dentro de un entorno, y que se integran a un sistema de información interconectado y complementario. (Urbano & Toledano, 2008, pág. 162)

2.3.3. Innovación

Para definir a la innovación se debe entender que esta no existe si únicamente se queda en una idea no implementada. Las ideas y los conceptos no son innovaciones. Tampoco importa la procedencia de las ideas. Lo importante es que las ideas sean puestas en práctica con éxito para satisfacer a los clientes. La innovación incluye tanto la invención como la comercialización o implementación. (Escorsa Castells & Valls Pasola, 2003, pág. 21)

Partiendo de esto es como se revisan algunos conceptos de innovación. Autores como André Piatier (1987) definen la innovación como una idea transformada en algo vendido o usado, Sherman Gee (1981) afirma que «la innovación es el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil hasta que sea comercialmente aceptado». (Pavón y Goodman) (1981) la entiende como «el conjunto de actividades, inscritas en un determinado período de tiempo y lugar, que conducen a la introducción con éxito en el mercado, por primera vez, de una idea en forma de nuevos o mejores productos, servicios o técnicas de gestión y organización» . Según el Manual de Frascati, de la OCDE, «se trata de la transformación de una idea en un producto o en un servicio comercializable, un procedimiento de fabricación o distribución operativo, nuevo o mejorado, o un nuevo método de proporcionar un servicio social». (Escorsa Castells & Valls Pasola, 2003)

Tomando como referencia las singularidades entre una PYME y una gran empresa se halla que tratándose de innovación existen factores que determinan la orientación de esta. Estos factores están estrechamente relacionados con los recursos con los que cuentan.

A pesar de que la innovación es la estrategia más importante en cuanto a competitividad tanto para las Pymes como para las empresas grandes, la forma de innovar es distinta en ambas. En esto se distinguen tres factores principales. El primero es el nivel tecnológico. Las empresas de alto nivel o motor tecnológico son más activas en la innovación de productos, especialmente en aquellos que son nuevos para el mercado; las firmas de baja tecnología se enfocan más a las innovaciones en el proceso y a la reducción de costos. Los otros dos factores se refieren a las relaciones con el mercado y la estrategia de competencia. En los tres factores hay gran heterogeneidad en cuanto al tamaño de empresas pero se distinguen, también, casos de Pymes exitosas. (Pineda Domínguez & Torres Márquez, 2010, pág. 84)

Las propuestas innovadoras que surgen no necesariamente tendrán un impacto en el mercado si estas no son desarrolladas a través de un proceso que considere aspectos financieros desde su concepción, desarrollo y comercialización. Una idea innovadora debe impactar en la organización a través de acciones concretas y sobre todo a través de consideraciones técnicas y económicas sobre su beneficio para los consumidores y también para la empresa en sí.

Desde el punto de vista empresarial, una idea por sí sola no tiene ningún valor. Es necesario probarla, saber cuáles son sus oportunidades en el mercado, establecer su viabilidad económica, sus posibilidades y requisitos tecnológicos, su aporte como elemento innovador. (Silva Duarte, 2008, pág. 51)

Se cree que las modificaciones a productos y servicios son parte de un proceso de innovación sin embargo se corre el riesgo de que estas sean influenciadas por enfoques subjetivos por parte de la organización ofreciendo lo que se cree es mejor para el mercado sin considerar la información que emana de este. La innovación debe aportar algo más que sea

identificado por los consumidores, una solución para necesidades detectadas que facilite el uso sobre cierto producto o servicio.

Algunas empresas creen que están innovando porque transforman, reestructuran o modifican productos o procesos de servicio, sin embargo, con ello no logran mejorar los niveles de satisfacción de la clientela. Muchas otras, que se han transformado a nombre de la innovación, en vez de lograr mayor fidelidad de la clientela la han distanciado. La razón: se debe considerar como verdadera innovación aquello que represente un valor agregado para el cliente. (Silva Duarte, 2008, pág. 82)

Si se considera la estructura de la mayoría de las PYMES se deduce que por los recursos humanos con los que cuenta representa una tarea compleja destinar estos para la tarea que significa el desarrollo de innovaciones. Incluso el seguimiento de las tendencias respecto a su implementación para el beneficio del empresario en sus organizaciones no es algo que sea la constante.

En el caso de empresas mexicanas, es claro que la gran mayoría no ejercita una metodología adecuada para identificar sus tecnologías estratégicas, sobre todo las diversas estrategias para desarrollarlas o adquirirlas, a pesar de que, aunque de manera empírica, perciben la gran relación entre estos conceptos y las estrategias generales que siguen. (Pineda Domínguez & Torres Márquez, 2010, pág. 103)

Situaciones de este tipo deberían estar consideradas en la etapa de planeación considerando las actividades primarias de una unidad de negocio, es por esta razón que la etapa mencionada y pilar del proceso administrativo debe ser observada a través también de las necesidades estratégicas y no únicamente como un previsor de recursos basándose en alcances a corto o mediano plazo.

2.4. Planeación

La planeación es una parte fundamental del proceso administrativo, se ha visto que algunos

autores agregan en esta etapa o antes de ella conceptos como la previsión y la investigación, independientemente de cómo se conciba lo realmente importante es toda la preparación que debe haber desde la concepción de la idea de negocio hasta su puesta en marcha. Haciendo una relación con la innovación autores como Pineda y Torres se interesan en la asociación con la tecnología y planeación.

Al adentrarse en el sistema de producción y en su administración se obtiene una gran extensión e intensidad de los conceptos que vuelven complejas estas áreas de conocimiento. De los bienes de la empresa, en este trabajo interesa la tecnología, y de los elementos de la administración que se entrelaza con ella, interesa la planeación. (Pineda Domínguez & Torres Márquez, 2010, pág. 15)

Existen modelos en los que el concepto de planeación es concebido con la inclusión de una serie de pasos que uno a uno definen y prevén tanto requisitos como variables que están estrechamente relacionados con la idea de negocio y que su consideración ayudará a enfocar los esfuerzos en la proyección que se establece a partir de estas apreciaciones.

Para efectos del modelo que se utiliza en esta obra, se va a considerar que el plan de negocio está compuesto por los siguientes elementos:

- 1. Definición del negocio
- 2. Desarrollo del negocio
- 3. Mercado
- 4. Competencia
- 5. Operaciones
- 6. Estimaciones financieras

Cuando se tiene plena conciencia de los elementos que integran nuestro proceso de planeación es posible establecer la logística operativa para cada paso. Establecer una secuencia

lógica con base en requisitos previos para poder avanzar en el proceso que permitirá tener control de lo que se está haciendo y si tiene congruencia con lo que se pretende lograr. La ausencia de algún paso o requisito establecido en nuestra planeación repercutirá en la realidad operativa de las organizaciones obligando quizás a retroceder constantemente hacia actividades que consumirán recursos no necesariamente destinados a producir para obtener beneficios.

Cada elemento es como la pieza de un rompecabezas; hasta que cada una no esté en su lugar, lo representado, en este caso la empresa, no estará completo. (Silva Duarte, 2008, pág. 187)

La toma de decisiones es también un aspecto que está ligado a la planeación pues de esta se genera la información cuantitativa y cualitativa que enriquecerá el juicios del empresario y de los integrantes de una organización. Este flujo de la información da sustento y respaldo a las acciones que se determinen dando claridad en la concepción integral de los objetivos.

Con la “Planificación Estratégica” se desea representar el proceso de fijación de objetivos a largo plazo, con la asignación de recursos y diseño de sistemas de decisión y control para la consecución de resultados a largo plazo, una vez alcanzados los objetivos a corto plazo. (Castilla Plaza, Implicaciones de las tecnologías de la información en la gestión del sistema empresa., 2006, pág. 64)

La documentación de la planeación es clave si se pretenden realizar tareas concretas que generen resultados, no documentar esta etapa es carecer de un guión o guía sobre la cual además de trabajar se confirma que las acciones están en sintonía con los objetivos.

En general, se puede afirmar que todo proceso de planificación consta de las siguientes etapas: 1) establecer el objetivo, 2) buscar y obtener la información, 3) evaluar las alternativas, 4) preparar el plan en un documento escrito y 5) desarrollar el programa de trabajo en el tiempo requerido. (Urbano & Toledano, 2008, pág. 51)

2.5. Emprendedor y emprendimiento

El emprendedor es aquella persona de la cuál nace la idea de negocio. Su perfil está determinado por características internas como también por el entorno en el que se desenvuelve. ¿Cuál es el origen de este concepto? También es un derivado de la palabra emprender:

El término emprendedor proviene de las locuciones latinas *in* , *en* , y *prendere* , *coger* , cuyo significado es acometer o llevar a cabo. Por extensión, y probablemente por influencia del francés y del italiano, lenguas en las que empresario se dice *entrepreneur* e *imprenditore* respectivamente, el vocablo se utiliza para señalar a quien inicia una empresa. En consecuencia, emprendedor es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume todo o la mayor acción de riesgo. Por lo anterior, se concluye que los emprendedores son los principales agentes de cambio de la sociedad. (Silva Duarte, 2008, pág. 27)

Al considerar el concepto cambio y lo que ello representa, se está hablando de que un emprendedor a través de sus ideas de negocio pretende cambiara tanto su realidad como también por consecuencia la de su entorno. Los motivos para este acto pueden ser diversos y su origen es una mezcla tanto de factores externos como internos:

Se sabe que los emprendedores se lanzan a realizar sus proyectos, sea por necesidad o por oportunidad, pero finalmente crean trabajo para sí y para otros y eso es un elemento vital para la convivencia humana. Más allá de los inductores materiales —como incrementar los ingresos económicos, por ejemplo—, el emprendedor se hace cargo de tareas que van a trascender y que por su sentido contribuirán al mejoramiento de la calidad de vida de un conglomerado poblacional. (Silva Duarte, 2008, pág. 28)

¿Cuál es el papel del emprendedor dentro de las organizaciones? La visión de estos influye mucho en su comportamiento y desempeño, anticipan, previenen, están atentos ante los cambios que están sucediendo en el entorno. Don agentes de cambio a través de ideas que son concebidas bajo enfoques no tradicionales. Es preciso mencionar que los emprendedores también tienen un

papel importante dentro de las empresas de las que no son precisamente iniciadores, es decir como empleados. "...debemos distinguir dos tipos de emprendimiento, entendido como la actividad del emprendedor, el Emprendimiento Individual que está asociado a la creación de nuevas empresas y el Emprendimiento Corporativo el cual se da hacia el interior de las empresas (Stopford, y Baden-Fuller, 1994)." (Morales Cruz, 2014, pág. 66)

El emprendedor a partir de sus acciones también impacta en la percepción y proyección temporal de una empresa por su capacidad visionaria con base en la suma de intuición e información. Las organizaciones que dirige están constantemente bajo la pauta de cambios generados por inquietudes que nacen del mercado, a partir de ellas surge la necesidad de que estas permeen en la estructura de la empresa para que de manera integral obtenga el resultado que busca.

Al actuar como emprendedor visualiza oportunidades para nuevos proyectos, estimula ambientes para que su equipo desarrolle innovaciones en productos o servicios, crea y opera en coherencia con la expresión del presente de las organizaciones se explica por el pasado y como el futuro no existe, se construye a partir del presente. En otras palabras, lo que una organización, empresa o persona es hoy, es consecuencia de lo que ha hecho o dejado de hacer en el pasado; por lo tanto, el futuro será la consecuencia de lo que haga o deje de hacer en el presente. En el rol de administrador, como un director de orquesta, coordina, es decir, armoniza talentos humanos con recursos y capacidades de la empresa u organización para el logro de los objetivos, mediante el uso de instrumentos como la planeación, la dirección y el control. (Silva Duarte, 2008)

Otra de las definiciones de lo que es un emprendedor que recurre al entorno incierto es su relación con el concepto de riesgo. ¿Van a funcionar siempre estas iniciativas y oportunidades? No se sabe con certeza y por lo regular los emprendedores actúan y toman decisiones con información limitada pero su capacidad para poder generar ideas a partir de esas limitaciones se mezcla con su capacidad intuitiva:

Los emprendedores se podrían definir como individuos que innovan, identifican y crean

nuevas oportunidades de negocios, reuniendo y coordinando nuevas combinaciones de recursos para extraer los máximos beneficios de sus innovaciones en un entorno incierto (Amit et al., 1993). (Alonso Nunez & Galve Gorriz, 2008, pág. 8)

Existen diversos enfoques bajo los cuales se trata de explicar el surgimiento de los emprendedores y el fenómeno del emprendimiento, es un reconocimiento de cuáles son algunas de las variables que influyen y como estas son determinantes.

1. Un enfoque económico: en el cual se recogen las diferentes teorías económicas que explican el fenómeno de la creación de empresas como resultado de la racionalidad económica a nivel de empresario, empresa o sistema económico.

2. Un enfoque psicológico: donde se analiza la figura del empresario como persona, su perfil y las condiciones que caracterizan a los empresarios de éxito. Se centra principalmente en las características personales del empresario.

3. Un enfoque socio-cultural y del entorno: enfatiza los factores sociales, políticos, familiares y en especial, la influencia del apoyo institucional en la decisión del emprendedor de crear su propia empresa.

4. Un enfoque gerencial: recoge un conjunto de teorías que se desarrollan en el interior de la empresa ya establecida incidiendo sobre las características de la misma y de su organización, no aplicándose por tanto al estudio de la fase anterior de creación de la empresa. (Alonso Nunez & Galve Gorriz, 2008, pág. 10)

El emprendimiento como tal es también una corriente o tendencia influenciada por los continuos cambios en los que intervienen diversos actores, uno que hay que resaltar es aquel relacionado con la intención de agregar valor a los productos y servicios anteponiendo la obtención de un beneficios social y de cierto modo esperar mediante las correspondientes proyecciones un beneficio económico como consecuencia. Este enfoque puede ser quizás el que caracterice de manera más precisa a la cultura del emprendimiento en la que los visionarios son

capaces de reconocer que sus ideas encajan en las necesidades presentes y que a futuro serán una solución.

El espíritu empresarial es una forma de pensar, razonar y actuar vinculada y suscitada por la búsqueda de una oportunidad de negocio. Su resultado es la creación, mejora, realización y renovación de valor en el sentido más amplio del término, es decir, no sólo valor económico sino también social, y no sólo para sus propietarios (los emprendedores o empresarios) sino también para todos los grupos de interés vinculados con ellos (empleados, clientes, proveedores, etc.). (Urbano & Toledano, 2008, pág. 31)

2.5.1. El emprendimiento en México

En México se tienen antecedentes históricos relevantes en cuanto a la materia de emprendimiento y creación de empresas más allá de que el siglo XX sea particularmente al cual se asocian estos conceptos.

A pesar de que los términos empresa y empresario se usan y extienden prácticamente hasta el siglo XX, para referirse a los grandes negocios, el estudio de las empresas más importantes en México comienza desde el periodo colonial, hasta donde se remontan muchas de las tendencias y prácticas empresariales que resurgen a finales del siglo XIX, durante el periodo de industrialización. Han prevalecido de algún modo u otro hasta la actualidad, en contextos distintos o bajo reglas de juego cambiantes. (de la Torre, Carmona, & Ruiz, 2011)

México como país tiene ciertas condiciones en las cuales una persona toma la decisión de abrir un negocio. Estas condiciones pueden ser de índole social, económico, político, geográfico, etc. También hay aspectos muy relacionados con los valores y actitudes del emprendedor mexicano particulares de la cultura de este país.

De acuerdo con una encuesta (Peña, 2003) realizada a 120 empresarios en México para

determinar su perfil, Garrido Vargas y Meza Téllez señalan:

Las características que se presentan con mayor frecuencia en los emprendedores empresariales las cuales son: confianza en sí mismo, objetivos y metas claras, perseverancia, responsabilidad, orientación al éxito, búsqueda de superación, creatividad, entusiasmo, productividad, constancia e iniciativa. Son personas que se “auto impulsan” y consiguen su “sueño” ayudando a otros, navegan sólo con su propia meta, y conforme crecen se asocian a las cámaras que agrupan a empresarios de diversos giros. Otras características que también poseen los emprendedores empresariales son: tenacidad, aceptación del cambio, capacidad de observación, dinamismo, conocimiento de sus capacidades y limitaciones; tolerancia a situaciones difíciles, liderazgo, capacidad de análisis y capacidad de auto organización.

(Garrido Vargas & Meza Téllez, 2011)

Las características que se han abordado respecto al perfil de los emprendedores está presente en el perfil que los resultados de esta encuesta arrojan, es decir, una personalidad que contiene los elementos necesarios para plantearse ideas innovadoras y llevarlas a cabo. Este mismo estudio también arroja información que ayuda a conocer particularidades acerca del perfil de los emprendedores en este país:

Tabla 2.5.-1. Nivel de estudios de emprendedores.

Nivel de estudios	
Licenciatura	49%
Maestría	28%
Bachillerato	7%
Secundaria	6%
Carrera Comercial	4%
Pasantes	4%
Carrera Técnica	2%

Fuente: Elaboración propia con información de (Peña, 2003).

Tabla 2.5.-2. Tipo de escuela a la que asistieron emprendedores.

Tipo de escuela	
Privada	76%
Pública	24%

Fuente: Elaboración propia con información de (Peña, 2003).

Tabla 2.5.-3. Áreas de estudio de emprendedores.

Áreas de estudio	
Ingeniería	24%
Administración	20%
Derecho	9%
Contaduría	6%
Actuaría	6%
Psicología	6%
Otras áreas	29%

Fuente: Elaboración propia con información de (Peña, 2003).

Tabla 2.5.-4. Estudios de actualización.

Actualización	
Cursos de actualización	69%
Cursando estudios	62%

Fuente: Elaboración propia con información de (Peña, 2003).

Tabla 2.5.-5. Origen de emprendimiento.

Origen emprendedor	
Familia emprendedora	69%

Fuente: Elaboración propia con información de (Peña, 2003).

Tabla 2.5.-6. Nivel socioeconómico de emprendedores.

Nivel socioeconómico	
Medio	90%
Alto	5%
Bajo	5%

Fuente: Elaboración propia con información de (Peña, 2003).

Tabla 2.5.-7. Edad de incursión laboral.

Incursión laboral/comercial	
Primer trabajo (16 años)	70%
Primera venta (niñez)	60%
Edad primera apertura de empresa	28 años

Fuente: Elaboración propia con información de (Peña, 2003).

Tabla 2.5.-8. Factores motivo de emprendimiento.

Factores motivo de emprendimiento	
Realización personal	42%
Independencia laboral	31%
Necesidad económica	15%
Desempleo	2%
Otras motivaciones	10%

Fuente: Elaboración propia con información de (Peña, 2003).

El giro al que se dedicó el 25% es el resultado de haber detectado un nicho que no había sido explotado. Algo muy interesante es que el 62% de los encuestados tuvo al menos un negocio previo y en promedio tres empresas antes de consolidar la actual. Para el 38% fue su primer negocio. La razón por la cual no funcionaron los primeros intentos es debido a su falta de experiencia (61%). En promedio la inversión inicial fue de 350,000 pesos.

Tabla 2.5.-9. Origen de financiamiento.

Origen de financiamiento	
Ahorros personales	38%
Préstamos amigos	18%
Familiares	16%
Préstamos bancarios	16%
Socios	12%

Fuente: Elaboración propia con información de (Peña, 2003).

Este reporte comenta que el 54% atribuyó su éxito a sus capacidades. El 40% indicó

que su meta en la vida era lograr un equilibrio entre su negocio, familia y persona. El 83% practicaba algún deporte y el 28% leía como pasatiempo favorito. (Garrido Vargas & Meza Téllez, 2011) respecto a la encuesta de (Peña, 2003)

En un estudio de innovación y su relación con el emprendimiento en las regiones de México se cita el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para exponer algunos motivos para emprender detectando que casi el 40% es una mezcla entre la necesidad y la detección de una oportunidad. También se establece que menos del 10% de estos proyectos están relacionados con una idea innovadora, esto hace concluir a los autores a que en México se tiene una baja orientación hacia la creación de empresas e ideas innovadoras.

Según el Informe 2013 del Global Entrepreneurship Monitor- GEM (GEM, 2013), el 81,2% de los negocios nuevos (Temprana Actividad Emprendedora [TAE]) corresponden al sector orientado al consumo, mientras que solo el 13% al sector de la transformación. En este mismo informe, en relación con la aptitud emprendedora en México en etapas tempranas, se explica que el 39,2% tienen un motivo mixto para emprender, siendo una mezcla de la apertura de negocios por necesidad y oportunidad. En cuanto al nivel de innovación de los productos y/o servicios ofertados por las nuevas empresas, el Informe GEM explica que tan solo el 9,4% corresponden a resultados innovadores. Por consiguiente, la mayor tasa de apertura de negocios en el sector poco intensivo en conocimientos y los datos mencionados de la TAE implican la búsqueda de resultados económicos rápidos, la ausencia de una actividad laboral fija y poca inversión tecnológica y económica, confirmando que no pueda hablarse en la actualidad de un repunte en la capacidad de innovación regional en México. (Sánchez Tovar, García Fernández, & Mendoza Flores, 2015)

Si se trata de entender esta realidad se debe remitir a uno de los orígenes de esta cultura del emprendimiento en México misma que en palabras de Carrillo y Niebla generó ambigüedad sobre el tema del emprendimiento:

En México y el mundo, la figura del emprendedor ha ido tomando en los últimos años una

posición mítica, que lo ubica a la par de un héroe que lucha contra las fuerzas del mercado para iniciar su aventura de negocio, instalando una empresa. Esta idea ha generado una gran cantidad de literatura, programas estatales y proyectos universitarios, con la idea de promover la generación de empresas, a partir del apoyo e incluso, se dice, de la formación de emprendedores. Durante la década de los ochenta, los programas emprendedores comenzaron a surgir con una gran importancia en el país, y con ellos, una gran ambigüedad en torno al tema. (Carrillo & Niebla Zatarain, 2011)

Existen otras posturas en las cuáles recalcan la importancia de que los emprendedores se enfoquen de manera muy objetivo en ideas y propuestas de negocio innovadoras generadoras de valor y empleo para la sociedad más allá del enfoque a la riqueza personal. México es un país que a partir de esta idea resulta idóneo por la situación económica que se vive actualmente.

La creación de empleo es uno de los principales retos a los que se enfrenta la sociedad en este siglo ya que con la llegada de nuevas tecnologías, se sustituye al hombre por la automatización y no se generan nuevas oportunidades. El emprendimiento se ha motivado desde todos los ámbitos, pero se observa que no todos pueden o deben ser emprendedores. Se necesita emprendimiento que genere valor para la sociedad y cree nuevos empleos, no nada más genere riqueza para el dueño, es decir es importante promover el emprendedurismo (Peinado-Vara, 2006).

Hay consideraciones respecto a la falta de más información sobre el fenómeno del emprendimiento en México ya que a través de los datos que se generen por medio de la investigación científica se podrán definir de manera más puntual las acciones necesarias para el fortalecimiento de este fenómeno.

En México existe una gran falta de información sobre este tipo de compañías, por lo que es importante ampliar las investigaciones en este campo y ampliar los resultados en cuanto a diferencias de género. Se considera que conforme avance la investigación científica en este tema se enriquecerá la teoría del emprendimiento/ emprendedurismo y se ayudará al estudio del fenómeno del desempeño de los nuevos negocios en México. (Cisneros, 2012)

Teniendo un conjunto de características e información relacionada con el perfil de un emprendedor se da pie a identificar cuáles de los hábitos y aspectos particulares de las generaciones identificadas en la historia contemporánea le corresponden.

2.5.1.1. Millennials y Generación Z

Las características generacionales influyen mucho en la disposición de emprender, en este apartado se verán las características que tienen estas generaciones y su perfil para reconocer en ellos la postura hacia ser generadores de negocios y de ideas innovadoras. Ante las consideraciones que se tienen acerca de las características y perfiles de los emprendedores bien vale entender también las particularidades generacionales de quienes de acuerdo con esta investigación serán los sujetos de estudio o considerados como los potenciales beneficiarios de este trabajo. En primer lugar habrá que identificar las cuatro generaciones conformados por los que un estudio de Pew Research considera las cuatro generaciones con adultos desde el punto de vista legal y una más que está en vías de ser considerada bajo este criterio. Estas generaciones están conformadas por los tradicionalistas de la gran generación, los “baby boomers”, la generación X, los millennials y adicionalmente la generación Z.

In American culture currently, there are, as defined by a 2010 Pew Research study (Taylor & Keeter, 2010), four generations of legal adults. The four adult generations, according to the Pew study, include the silent generation (traditionalists or the Greatest Generation: those born between 1922 and 1945), the baby boomers (born from 1946 to 1964); Generation X (born from 1965 to 1977); and millennials (born from about 1977 to 1993). In addition, there is Generation Z (born from 1993 to 2005). The focus of this article is on Generation Z, the oldest of whom are now reaching young adulthood, and the majority of whom are between age 20 and younger. (Turner, 2015)

Se pondrá atención en las generaciones Millennials y Generación Z para determinar cuáles de sus rasgos pueden ser similares a los que el perfil de un emprendedor posee y con base en este criterio poder identificarlos como potenciales usuarios de una guía electrónica. Inicialmente

se aborda a la generación de los llamados millennials a la que algunos autores también la identifican como generación Y:

Generation Y is also referred to as Gen Y, Echo Boomers, Millennials or Millennials, Generation We, Internet Generation, Connect 24/7, and Leave No One Behind (Schroer, 2015).

Al reconocer que esta generación busca un balance entre su vida personal y su trabajo aunado a su búsqueda por encontrar un significado e sus vidas bajo contextos de trascendencia es posible inferir que eso de una u otra manera los hará plantearse el autoempleo como una alternativa para lograr ese balance y ese significado de vida. Además de esto su orientación hacia el uso de las tecnologías y la multifuncionalidad les provee de una manera distinta de aproximarse a ideas de negocio innovadoras:

Compared to members of other generations, Gen Y tend to be more social and confident as they seek personal and work-life balance (Gibson, 2015). They are generally less independent, more inclusively community oriented, and seek a sense of meaning in greater contexts. Gen Y had parents who were more available to them than Gen-X individuals; however, Gen Y expect more supervision and feedback, clear goals, structure, and mentoring (Gibson, 2015). Driven by technology, Gen Y expect to multitask and approach projects from a variety of creative vantage points. (Wiedmer, 2015)

Los integrantes de esta generación están altamente orientados hacia el emprendimiento como una manera de escapar de la tradicional forma de trabajos como empleados, la idea de permanecer en un solo lugar bajo las mismas circunstancias no parecen ser una opción deseable:

Gen Y are making a significant move from traditional forms of employment to self-employment because they are very entrepreneurial—engaging in multiple jobs with diverse career paths (Gibson, 2015). Because Gen Y seek happiness in their work and life, the notion of one job, one career mindset is no longer valid. Gibson (2015) noted that Gen Y integrate work and life by pursuing multiple job options. As future business leaders, they will build into businesses natural Gen Y traits and attributes, such as data, speed, and execution. (Wiedmer, 2015)

Respecto al uso de la tecnología perciben que les facilita la vida desde una perspectiva social hasta la flexibilidad de desempeñar sus trabajos profesionales desde el lugar y como ellos lo prefieran:

Millenials perceive that technology makes their lives easier and makes their generation distinctive. According to Nielsen, more than 70 percent of millenials feel that technology makes their lives simpler; more than 50 percent feel that technology brings family and friends closer; and almost 25 percent ranked technology as the top characteristic of their generation. Technology has given the millenial generation the ability to work where they want and when they want. (Johnson, 2015)

Con relación al uso de nuevas tecnologías cabe destacar que el uso de aplicaciones y redes sociales el estilo de vida de esta generación, “Apps and social media have facilitated the TEQ lifestyle with the millenial generation.” (Johnson, 2015)

La generación posterior a la de los millennials es la generación Z, esta en similitud con la clasificación de Taylor y Keeter se reconoce de la siguiente manera en comparación con las otras generaciones:

La Generación Z (Schroer, 2008) se refiere a niños o adolescentes que han nacido entre los años 1995 y 2012, en contraposición a la Generación Y (1977-94), llamada también la Segunda «Baby Boomers» y la Generación X (1966-76), o generación perdida. (Fernández-Cruz & Fernández-Díaz, 2016)

De manera más particular esta generación también puede sub clasificarse e incluso reconocer una generación en gestación que será la más numerosa hasta la fecha y con una relación hacia la tecnología mucho más estrecha que generaciones anteriores.

Para otros autores (Mascó, 2012), siendo más específicos, nos encontramos a los Z1, nacidos entre finales de 1990 y 2000, y los Z2, los que nacieron a partir de 2005. A partir de 2010 se habla de una nueva generación, la Generación α o «Google Kids» (Grail

Research, 2011), caracterizada por ser la primera generación del siglo XXI, la más numerosa hasta la fecha, por adoptar la tecnología con mayor rapidez, por empezar y permanecer más tiempo en la escuela y por estar enfocada hacia la tecnología. (Fernández-Cruz & Fernández-Díaz, 2016)

La generación Z tiene la característica de haberse gestado en una era totalmente digital, esto significa que marcarán la agenda desde edades por debajo de los 20 años, algo que está sucediendo si se remite al nivel de exposición que permiten las aplicaciones con fines sociales actualmente en uso. Casos como Instagram, Whatsapp, You Tube y Snapchat son algunos ejemplos de ello.

Roughly defined as those born since 1996, Gen Z is the group of under-20-year-olds, the first generation born into a digital world. The next generation of trendsetters — representing more than 25 percent of the U.S. population (larger than the boomers or millennials, according to the U.S. Census Bureau) — is already beginning to put its stamp on the world. (Dupont, 2015)

Karen Murray establece que esta generación está íntimamente ligada con el concepto de movilidad respecto a lo que quieren y el momento en el que lo quieren, en contraste con la generación Y, el uso de la tecnología es a una edad muy temprana comunicándose también en ese contexto de una manera más directa y rápida.

Karen Murray, principal of Cottage 8, a Minneapolis-based media-strategy firm, says: “Generation Z is all about mobile — media on their terms, where, what and when they want it. Compared to millennials, they were not raised on traditional media and are using technology much earlier and faster to communicate whatever and wherever they want.” (Dupont, 2015)

El deseo de emprender está presente debido a que han sido testigos de cómo sus familiares y parientes adultos han estado atados al concepto de la fuerza de trabajo, el emprendimiento resulta una oportunidad de trascender haciendo de este un mundo mejor.

At the same time, these New Realists have an entrepreneurial desire, after seeing their parents and older siblings struggle in the workforce. And for many, entrepreneurship means an opportunity to do something good for the world, following examples set by organizations such as Feed My Starving Children and TOMS Shoes. (Dupont, 2015)

La generación Z está preconcebida como la generación que será más emprendedora entre otras características como son una marcada inclinación hacia la medida, la diversidad y la educación. Es inevitable ver en esta generación un gran potencial para su desarrollo en el ámbito empresarial con ideas de negocio que generarán valor para las personas.

They are predicted to become the most entrepreneurial, conservative, diverse and educated generation in the world and if that isn't enough to impress you then take a look at other facts about this astonishingly promising generation who are making their way into the complex healthcare system. (Smith-Trudeau, 2016)

Esta generación estará trabajando en tareas que aún no existen y su tendencia hacia el trabajo independiente y su gran versatilidad para la resolución de problemas a través de sus especializaciones en el mercado de servicios.

Renfro (2015) noted that 65% of grade-school students today will work in jobs that do not currently exist. Gen Z will be different types of professionals: not 40-hour per week cubicle workers, but freelance contractors with great flexibility, who solve problems with particular expertise. Gen Z will want to enter the professional and technical idea economy, although the largest growth will be in the service economy (Renfro, 2015). (Wiedmer, 2015)

La generación Y y Z poseen características en común que los identifican como un segmento idóneo para el uso de una guía electrónica con la finalidad de coadyuvar a la conformación de proyectos de emprendimiento con base en la intención de formalizarlos. Una de las coincidencias más relevantes es el uso de la tecnología y la apertura para trabajar de manera más independiente, aunque si bien en el caso de la generación Y que tiende a requerir mayor supervisión, una aplicación como la que plantea esta investigación cumple la función para guiar como también para su libre uso coincidiendo con el perfil de la generación Z.

2.5.2. Emprendimiento en Puebla

Siguiendo con la tarea de definir las características del emprendimiento en México es el turno de profundizar en el área de interés que es la entidad de Puebla. Para ello se cita el trabajo Medición del emprendedurismo en el Municipio de Puebla: Diagnóstico para el desarrollo empresarial. (Pérez Paredes & Torralba Flores, 2015). De esta investigación se obtienen la información acerca de los tipos de actividades de las microempresas estando distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 2.5.2.-1. Tipo de empresa de emprendedores poblanos.

Tipo de empresa	
Comercial	60%
Servicios	30%
Industrial	10%

Fuente: Elaboración propia con base en la información de: (Pérez Paredes & Torralba Flores, 2015).

Tabla 2.5.2.-2. Género de emprendedores poblanos.

Género	
Hombres	54%
Mujeres	46%

Fuente: Elaboración propia con base en la información de: (Pérez Paredes & Torralba Flores, 2015).

Tabla 2.5.2.-3. Nivel de estudios de emprendedores poblanos.

Nivel educativo	
Nivel básico	26%
Nivel medio superior	37%
Nivel superior	32%
Maestría	4%

Fuente: Elaboración propia con base en la información de: (Pérez Paredes & Torralba Flores, 2015).

Acerca de los rangos de edades en los cuales se realizó la apertura de la primera empresa los siguientes resultados:

Tabla 2.5.2.-4. Edad de apertura para primera empresa de emprendedores poblanos.

Edad primera empresa	
20-24 años	28%
25-34 años	45%
35-44 años	5%
+45 años	11%

Fuente: Elaboración propia con base en la información de: (Pérez Paredes & Torralba Flores, 2015).

El 50% de estas empresas es administrado directamente por su creador mientras que por encargados y familiares es el 30% y 20% respectivamente. Los servicios contables profesionales son a los que más recurren considerando que el 48% ha contratado algún servicio profesional. Más de la mitad de estos emprendedores iniciaron sus proyecto por necesidad representando el 55% contra el 40% que lo hicieron para aprovechar una oportunidad. Recurrir a la asesoría para iniciar una empresa no es precisamente la tendencia entre estos empresarios ya que el 60% no recurrió a ninguna, huelga mencionar que más del 80% reconoce tener experiencia previa directa o indirecta en la administración de una empresa. (Pérez Paredes & Torralba Flores, 2015)

Como complemento de la información anterior se hallaron los siguientes resultados en el libro “Las MIPYMES en el estado de Puebla” (García Flores, Fernández Ruiz, Muñoz Tagle, Silva Ambriz, & Reyes Arellano, 2008) publicado en el año 2008, que si bien no se enfoca de manera particular en el fenómeno del emprendedurismo, aporta información respecto a estas organizaciones:

Tabla 2.5.2.-5. Tipo de empresa en Puebla.

Tipo de empresa	
Comercial	47%
Servicios	22%
Industrial	18%

Fuente: Elaboración propia con base en la información de: (García Flores, Fernández Ruiz, Muñoz Tagle, Silva Ambriz, & Reyes Arellano, 2008).

Tabla 2.5.2.-5. Figura fiscal de empresa en Puebla.

Tipo de empresario	
Persona moral	20%
Persona física	80%

Fuente: Elaboración propia con base en la información de: (García Flores, Fernández Ruiz, Muñoz Tagle, Silva Ambriz, & Reyes Arellano, 2008).

Tabla 2.5.2.-6. Sector de empresas en Puebla.

Sectores	
Construcción	3%
Servicios	26%
Manufactura	17%
Comercio	54%

Fuente: Elaboración propia con base en la información de: (García Flores, Fernández Ruiz, Muñoz Tagle, Silva Ambriz, & Reyes Arellano, 2008).

Tabla 2.5.2.-7. Nivel de estudios de propietarios de empresas en Puebla.

Nivel educativo del propietario	
Sin estudios	2%
Primaria	11%
Secundaria	16%
Preparatoria	21%
Carrera técnica	11%
Licenciatura	34%
Especialidad	2.4%
Maestría	2.6%
Doctorado	.2%

Fuente: Elaboración propia con base en la información de: (García Flores, Fernández Ruiz, Muñoz Tagle, Silva Ambriz, & Reyes Arellano, 2008).

Tabla 2.5.2.-8. Áreas de estudio de propietarios de empresas en Puebla.

Área de estudios del propietario	
Ciencias	7%
Sistemas de información	4%
Ingeniería	19%
Operación	1%
Mercadotecnia	5%
Contabilidad	21%
Administración general	20%
Derecho	5%
Otra	19%

Fuente: Elaboración propia con base en la información de: (García Flores, Fernández Ruiz, Muñoz Tagle, Silva Ambriz, & Reyes Arellano, 2008).

Con base en la información anterior surge que el sector comercial es en el que se concentran la mayor cantidad de PYMES y de estas una de cada ocho están definidas como personas físicas. Preparatoria y licenciatura son los gruesos de máximo nivel educativo de los propietarios, en el caso de los estudios superiores estos se concentran en ingenierías, contabilidad y carreras relacionadas con la administración general.

2.6. La apertura de una empresa

Para la apertura de una empresa están considerados dentro de la planeación aspectos en materia del cumplimiento de requisitos para su puesta en marcha y que están relacionados con trámites y exigencias destacando los aspectos jurídicos, contables y fiscales así como también las relaciones con los trabajadores como lo señala Duarte Silva.

Fundar una empresa implica adquirir una serie de responsabilidades y compromisos, cuyo propósito final es lograr el establecimiento de relaciones éticas y respetuosas con la comunidad en la que la organización se desempeña, con los trabajadores e incluso con el medio ambiente. Si no se sigue el proceso adecuado, la creación del negocio puede tornarse engorrosa. Por ello se le sugiere al emprendedor que busque una buena asesoría antes de dar inicio a su proyecto. Aunque los trámites y exigencias varían en cada país y

se ajustan a las distintas legislaciones, son tres las áreas que básicamente se deben considerar: los aspectos jurídicos de la empresa, lo atinente a su desempeño contable y fiscal, y lo referente a las relaciones con los trabajadores, es decir, el ámbito laboral. (Duarte Silva, 2008, pág. 169)

La recomendación de una asesoría especializada por parte del autor tiene relación con reconocer el proceso de apertura y creación de una empresa como un requisito para sentar las bases que permitan la operación de la misma y con continuidad, no hacerlo podría resultar en la interrupción de las operaciones y pérdidas para los emprendedores.

Con la idea de negocio concebida y proyectada se debe hacer una evaluación y diagnóstico del alcance que tendrá dicha actividad. El empresario debe asumir esa responsabilidad y no cometer omisiones si conoce las obligaciones. No conocer los detalles sobre lo que necesita para ser una empresa formalmente establecida puede hablar mucho de su falta de previsión y consideración de los factores externos que influirán en su operación. ¿Qué se debe suponer si estas formalidades no son cubiertas o la justificación de su no cumplimiento esté basada en el argumento de la ignorancia? Duarte Silva identifica las posibles necesidades legales que se deben considerar de acuerdo con la actividad preponderante de la empresa.

También surgen regulaciones especiales cuando se trata de establecimientos que, de un u otra manera, trabajan con material sujeto a derechos de autor, como obras musicales, material audiovisual, impresos y publicaciones, entre otros. En todos los ámbitos es inaceptable que el empresario infrinja la ley y responda que no la conocía. Es parte de su responsabilidad pedir y conocer la información correspondiente a todo lo que regula su área y actividad. (Duarte Silva, 2008, pág. 172)

Tener una idea clara de cuáles son las fases o etapas que se deben considerar para poner en marcha una empresa o negocio es tener ubicado el momento en que se tendrán que considerar los trámites que se tienen que realizar en las instituciones encargadas de la emisión de permisos y licencias. El emprendedor no puede eximirse de la responsabilidad de informarse o mantenerse actualizado respecto a la información y requisitos relacionados con su actividad. Urbano y

Toledano identifican cuatro etapas concretas (gestación de la idea, creación de la empresa/proyecto, lanzamiento o proyección y consolidación) a través de las cuáles se pueden reconocer de manera más específica cuáles son las necesidades o requerimientos.

Aunque las acciones concretas que conlleva la puesta en marcha de una nueva empresa o proyecto sean irrepetibles y únicos, lo cierto es que, como en cualquier proceso de planificación, probablemente seamos capaces de identificar una serie de etapas comunes. Dichas etapas se suelen corresponder con lo que se ha denominado: 1) gestación de la idea, 2) creación de la empresa/proyecto, 3) lanzamiento o proyección y 4) consolidación. (Urbano & Toledano, 2008, pág. 52)

Si se acude a la segunda y tercera etapas propuestas por Urbano y Toledano, es en la que aparece la obligación y necesidad de desarrollar los trámites para la creación formal y legal de la empresa así como también para operar en el mercado, es decir su lanzamiento, aunque de acuerdo con los autores es la segunda la más relevante para establecer las bases concretas que permitan iniciar una actividad sin tener el riesgo de regresar sobre los pasos por un posible incumplimiento.

Todo ello es analizado de forma pormenorizada durante la segunda etapa, denominada estrictamente “creación de la empresa/proyecto”. Esta fase es la más larga del proceso de planificación y abarca la realización de actividades tan diversas como el análisis de la idea y de la oportunidad de negocio, la búsqueda de los apoyos necesarios para llevarla a cabo, y la elaboración de un documento escrito, o plan de la empresa o negocio (donde se explican y detallan todos los elementos relevantes, recursos necesarios y acciones a llevar a cabo en la puesta en marcha de un nuevo proyecto empresarial). Además, el desarrollo de los trámites necesarios para la creación formal y legal de la empresa (constitución de la sociedad, obtención de las correspondientes licencias y permisos, etc.), y la previa elección de la forma jurídica para operar en el mercado, constituyen también acciones propias de esta fase. (Urbano & Toledano, 2008, pág. 53)

Los trámites necesarios dependerán de la actividad de la empresa u organización, por esta

razón es crucial desarrollar un análisis pormenorizado de cuáles serán las necesidades y las definiciones más convenientes para las actividades que se busquen desempeñar en el mercado. Aunado con lo anterior está reforzar la idea de concebir al emprendimiento como un proceso que más allá del arroj o riesgo que conlleva requiere del reconocimiento de sus respectivas etapas, planificación y procesos con el objetivo de profesionalizar la labor del emprendedor.

Entendiendo que los trámites de esta naturaleza están depositados en el terreno de la administración pública como prestadora de esos servicios, es importante identificar cuáles son los conceptos y esfuerzos que marchan de manera paralela junto con la profesionalización del emprendedor a través, esto es, desde el enfoque de garantizar una dinámica que se encuentre a la altura de las expectativas de los perfiles y a las exigencias globales en materia de creación de empresas como una estrategia clave para el crecimiento económico y la distribución eficiente de sus beneficios.

2.6.1. Simplificación de trámites para la apertura de un negocio.

A nivel mundial hay una tendencia muy clara hacia la simplificación de la apertura de negocios y empresas. Existen reportes y diagnósticos muy específicos al respecto como los ya mencionados reportes del Banco Mundial. Considerar las mejores prácticas proporcionan una idea más clara de cómo se está abordando esto en otros países y cuáles son las políticas que en ellos se han estado adoptando para este fin.

Dentro de las expresiones manifiestas sobre la preocupación de las administraciones públicas se encuentran las denominadas Ventanillas Únicas Empresariales:

En los últimos años, apreciamos una creciente preocupación de las administraciones públicas y organizaciones sociales por el exceso de trámites burocráticos que tienen que realizarse en el proceso de creación de una empresa. En este contexto se han creado los centros integrados de tramitación y asesoramiento al empresario, denominados Ventanillas Únicas Empresariales (VUE), a fin de incentivar la iniciativa empresarial. (Valencia de Lara & García Villaverde, 2009, pág. 111)

La creación de ventanillas únicas es una tendencia marcada cuyo objetivo es reducir o simplificar el proceso para la apertura de una empresa esta simplificación también tiene relación con el acceso a la información relacionada con los trámites que las administraciones públicas solicitan. Regularmente el acceso a esta información no tiene los servicios fácilmente reconocibles o son deficientes como se señala a continuación:

Pensamos, muchas veces con acierto, que no tenemos estos servicios de información, orientación y asesoramiento empresarial con estas características a nuestro alcance, si bien, también es cierto, que no contamos con suficiente información sobre los servicios que tenemos en nuestro entorno más cercano. (Sevilla Siglo XXI, S.A., 2009, pág. 48)

El concepto de ventanilla única tiene como trasfondo incrementar la creación de empresas:

Potenciar la creación de empresas reduciendo la presión administrativos para su creación de la ventanilla y facilitando los creación. Por ejemplo, única. (Sevilla Siglo XXI, S.A., 2009, pág. 12)

Otro de los enfoques que acompañan al concepto de ventanillas únicas se encuentra en sistemas de apertura rápida mismos que están diseñados para simplificar un proceso administrativo. Es preciso mencionar que estos sistemas están pensados para apertura de empresas de bajo impacto o riesgo.

Un aspecto relevante de los programas con enfoque empresarial es que han contemplado la implementación de lo que se ha conocido como sistema de apertura rápida de empresas (SARE), el cual se construye sobre la base de los programas de simplificación, reingeniería y modernización administrativa mencionados. El SARE contempla cambios en las formas de control o regulación de un segmento de giros empresariales llamados de bajo riesgo (ambiental, de salud y civil). En materia de regulación, la esencia del SARE radica, por una parte, en la selección y aprobación legal de los giros de bajo riesgo y, por otra, en la sustitución de permisos y licencias previos a la apertura de un negocio por sistemas de verificación de cumplimiento (y sanciones en su caso) posteriores a la apertura. (Tamayo & Haro, 2006, pág. 57)

La simplificación está estrechamente relacionada con un tema de eficiencia en el uso y manejo de los recursos con los que cuenta un emprendedor pero también con minimizar la tardanza que podría acarrear la apertura de una empresa y el impacto económico que puede tener en una comunidad, procesos engorrosos y tardados pueden representar un costo para la sociedad.

El excesivo tiempo y esfuerzo dedicado a su cumplimiento también representa un costo para la economía y para la sociedad. (Tamayo & Haro, 2006)

El modelo de las ventanillas únicas para la apertura de empresas debe integrar no únicamente a las órdenes de gobierno u oficinas públicas en las que recaiga esta responsabilidad, también deben ser incluidos los actores principales a través de las organizaciones y cámaras existentes. De este modo se complementa tanto la actividad desde la óptica administrativo gubernamental como también la praxis de las empresas y sus representantes. Prieto y García lo señalan de la siguiente manera:

La ventanilla única empresarial (VUE) es una iniciativa conjunta de todas las Administraciones Públicas (Administración General del Estado, de las comunidades autónomas y de las administraciones locales) y las cámaras de comercio, que tiene por objeto el apoyo a los emprendedores en la creación de nuevas empresas mediante la prestación de servicios integrados de tramitación y asesoramiento al emprendedor. (Prieto García, Álvarez Martínez, & Herráez Vidal, 2013, pág. 230)

La participación de las cámaras de comercio u organizaciones es fundamental pues es el complemento a una estrategia de simplificación de trámites si se considera que la asesoría que surge dentro de estos conglomerados también orienta y dirige hacia un mismo objetivo pero desde la óptica de un intercambio de información que garantice la continuidad de prácticas de simplificación y mejora en el servicio que se ofrezcan de estas iniciativas.

2.6.2. Simplificación para la apertura de un negocio en México.

En el caso específico de México se ha adoptado este enfoque mismo que conlleva también a una

cultura en la cual se fomenta la creación de empresas y a también la creación de un entorno competitivo, “La política industrial en México se ha transformado gradualmente en una política de fomento empresarial. En los últimos 20 años se ha puesto el acento en la recuperación de la competitividad perdida por el proceso de apertura comercial” (Carlo & Stumpo, 2010, pág. 305).

En este proceso se deben definir cuáles son los aspectos fundamentales que se deben atender y entender como elementos clave para enfocar los esfuerzos con el fin de simplificar los trámites para la apertura de empresas de bajo impacto, González J. se refiere fundamentalmente a normas “...normas y regulaciones gubernamentales que afectan a la creación de empresas y que van destinadas a mejorar las condiciones en que las empresas se crean y desarrollan. (González J. , 2012, pág. 67). De acuerdo con el autor esto se verá materializado en beneficios fiscales, legislativos, reducción de trámites que a su vez incentivan y potencian el espíritu empresarial.

Anteriormente se mencionó a los actores principales que para este caso se asume que son los emprendedores, nuevamente se remite a su papel dado que en su conjunto pueden aportar información derivada de su propia experiencia que ayuden al mejoramiento en la toma de decisiones rumbo a la simplificación, sin embargo esta participación debe estar bien orquestada y focalizada en redes de trabajo, situación que como lo señala González J: “Una de las asignaturas pendientes de nuestras políticas de fomento emprendedor es sin duda la creación de redes que puedan ser efectivamente aprovechadas por los emprendedores desde el mismo instante de gestación, creación e inicio de la nueva empresa.” (González J. , 2012, pág. 67). Sin estas redes difícilmente se podría dar empuje a estas iniciativas y marcar la pauta en cuanto a decisiones y tiempos se refiere para atender estas necesidades como algo prioritario por los beneficios que supone para la actividad económica del país.

En el caso mexicano hay evidencia de las acciones específicas respecto a esta necesidad de simplificación. Tal es el caso de las Ventanillas Únicas Empresariales:

En los últimos años, apreciamos una creciente preocupación de las administraciones públicas y organizaciones sociales por el exceso de trámites burocráticos que tienen que realizarse en el proceso de creación de una empresa. En este contexto se han creado los centros integrados de tramitación y asesoramiento al empresario, denominados

Ventanillas Únicas Empresariales (VUE), a fin de incentivar la iniciativa empresarial. (Valencia de Lara & García Villaverde, 2009, pág. 111)

Como se ha visto, existen una serie de acciones con las que se ha puesto atención al enfoque global en materia de simplificación de trámites. La más notable es la que se refiere a la creación de Ventanillas Únicas. ¿De qué manera este concepto se hace presente localmente?

De manera muy puntual se analiza el nivel local para determinar cuáles son los aspectos considerados para la apertura de una empresa. En el enfoque conceptual de lo que representan las ventanillas únicas se encuentra el proceso de implementación del denominado Sistema de Apertura Rápida de Empresas. Con base en esta iniciativa hay una respuesta desde el entorno local para responder a las necesidades globales:

En el momento de la entrevista, la CGEMERP (Coordinación General de Mejora Regulatoria del municipio de Puebla) estaba inmersa en el proceso de planeación del Sistema de Apertura Rápida de Empresas (SARE), del Centro de Atención Empresarial, del Inventario Estatal de Trámites Empresariales y de una clasificación de trámites por giro de actividad. Estas acciones confirman que en el estado de Puebla se ha adoptado un enfoque de MR (Mejora Regulatoria) decididamente orientado hacia la promoción empresarial. (Tamayo & Haro, 2006, pág. 39)

Hay evidencia para afirmar que los esfuerzos en materia de simplificación de trámites para apertura de empresas han estado presentes desde la década pasada aunque estas acciones como se ha mencionado anteriormente están sujetas a la capacidad de los organismos públicos de ser eficaces cuando se trata de tomar decisiones concretas.

Desde un nivel mucho más específico y relacionado con los Sistemas de Apertura Rápida Empresarial, Tamayo y Haro señalan que: “Este sistema funcional requiere un acuerdo entre dependencias municipales para ceder competencias y control en favor de la MR (Mejora Regulatoria) empresarial, y su reconocimiento formal implicará reformas al reglamento de la administración pública municipal.” (Tamayo & Haro, 2006). La tarea para la creación de este

sistema requiere de un trabajo coordinado entre dependencias para su logro pues no es una tarea que suponga la intervención de una sola dependencia lo que también representa paradójicamente tiempo que se debe añadir a la expectativa en lo que se refiere a la simplificación de un trámite

De los tres niveles de gobierno, Tamayo y Haro identifican al municipal como en el que se concentran de manera más aguda las ineficiencias para implementar acciones de orden global o de niveles de gobierno jerárquicamente superiores (estatal y federal):

En el nivel municipal es también donde la ineficiencia de los procesos regulatorios (trámites) aplicables tanto a empresas como a ciudadanos es más aguda. En consecuencia, se observa que en no pocos casos la responsabilidad de la MR (Mejora Regulatoria) es asignada a las áreas de desarrollo urbano o administrativo, o incluso a la de supervisión de la normativa. (Tamayo & Haro, 2006, pág. 58)

Los sistemas de apertura rápida son las iniciativas más concretas que se relacionan estrechamente con el concepto de las ventanillas únicas y particularmente relacionadas con la apertura rápida de empresas. Una vez identificados es necesario hacer una revisión de su concepto y especificaciones.

2.6.3. Sistema de Apertura Rápida de Empresas (SARE).

El ejemplo y modelo más relevante de la política que se ha adoptado en el país hacia la simplificación de los trámites para la apertura de una empresa de bajo riesgo se conoce como SARE (Sistema de Apertura Rápida de Empresas) definido como:

Un programa de simplificación, reingeniería y modernización administrativa de los trámites municipales para el inicio de operaciones de una empresa de bajo riesgo en locales previamente construidos, cuyo objetivo es la resolución de las solicitudes en un plazo no mayor a tres días hábiles, y sin trámites previos, lo que supone una ventanilla única municipal para tal efecto. ((SARE), 2017)

Simplificación, reingeniería y modernización son conceptos clave que acompañan a esta definición lo que supone una adaptación al entorno actual para implementar prácticas que ayuden a desahogar la maquinaria burocrática que se percibe de manera generalizada como lenta e ineficiente. Aunado a esto la delimitación sobre el concepto de empresas de bajo riesgo que se corresponde al listado de giros de bajo riesgo que deben estar integrados en un catálogo dependiendo de la normativa y regulación local. Si bien no hay una definición general para una empresa de bajo riesgo, en la Ciudad de México el término establecimientos mercantiles de bajo impacto está definido como: “Aquellos que se caracterizan por la compraventa, arrendamiento, distribución de bienes o prestación de servicios y que por sus propias características tiene prohibida la venta de bebidas alcohólicas.” (SEDECO, s.f.).

De acuerdo con la definición que se encuentra en el Diario Oficial de la Federación (DOF) en el que se publican los lineamientos para la implementación de este sistema se definen los giros de bajo riesgo como: “las actividades económicas que no representan un riesgo por sus implicaciones para la salud humana, animal y vegetal, la seguridad y el medio ambiente, y que se encuentran clasificadas de conformidad con el SCIAN” (Federación, 2016)

Si bien este programa arrancó en el año 2002 bajo el concepto adoptado y en ciertos municipios, es hasta 2016 que se publican los Lineamientos vigentes del Sistema de Apertura Rápida de Empresas (SARE) y del Programa de Reconocimiento y Operación del SARE (PROSARE) y en 2018 cuando se publica con fundamento en la Ley General de Mejora Regulatoria una guía homologada para ser distribuida de manera general en los municipios del país.

Actualmente se persigue el logro de la implementación del SARE en más municipios y que esta sea eficaz y continua, muestra de que hay continuidad y atención sobre esta iniciativa. El SARE es el ejemplo más concreto y contundente de que actualmente las administraciones de los tres niveles de gobierno se han coordinado para lograr concretar la implementación de la bentanilla única dirigida para la apertura rápida de empresas de una manera simplificada. Esto coloca al país en una ánimo de congruencia con las tendencias y recomendaciones que existen

globalmente, la implementación dada la complejidad de la configuración política y geográfica es quizás el tema que tendrá que abordarse a partir de otras soluciones sobre todo para los casos en que los municipios no han logrado consolidar la continuidad del sistema.

Por lo anterior es importante reconocer cuál es uno de los impactos que se pretenden lograr con la implementación de estas medidas y sin duda uno de ellos está relacionado con el estatus de las micro, pequeñas y medianas empresas en un contexto de formalidad de las actividades comerciales.

2.7. Formalidad e informalidad de las pequeñas y medianas empresas en México

La formalidad e informalidad de una organización o empresa responde a una dualidad entre las que destacan las que se presentan dentro de las organizaciones a través de las relaciones entre las personas que participan en ellas. En esta estructura las relaciones humanas se reconocen a través de las áreas y éstas en conjunto pueden demostrar su característica intrínseca formal o informal hacia el exterior.

La organización entendida en un sentido subjetivo supone el considerarla en lo que tiene de sistema social, en el que se combinan medios materiales y humanos con el propósito de alcanzar un fin común. El elemento humano crea relaciones entre sí dentro de la estructura de la organización, estas relaciones son básicamente de dos tipos: Formal e informal. Tanto la organización formal como la informal se asientan en una estructura, que recoge todas las relaciones de las personas que se integran en esa estructura. (Castilla Plaza, Implicaciones de las tecnologías de la información en la gestión del sistema empresa., 2006, pág. 33)

Identificando los fines en común a través de la combinación de medios materiales y humanos surge también la reflexión de cómo este fin también muestra su aspecto rector, en el que se manifiesta la postura de las direcciones o niveles jerárquicos de mayor nivel para fomentar la formalidad o informalidad de las organizaciones.

La organización formal, dentro de lo que se ha establecido antes como estructura organizativa, consiste por lo tanto en las relaciones de los miembros de la organización como consecuencia de las directrices establecidas por la dirección. Esas relaciones no son ocasionales y están predeterminadas, pudiéndose considerar como relaciones derivadas del ejercicio de autoridad de aquellos miembros que la ostentan. (Castilla Plaza, Implicaciones de las tecnologías de la información en la gestión del sistema empresa., 2006, pág. 35)

Una organización va a proyectar su sentido de formalidad a través de la expresión que desde sus directrices se dicten al resto de los integrantes, si estas apuntan en el sentido de controlar la operación para imprimirle un sentido de autoridad, el resto de la organización se comportará a través del respeto y cuidado de aspectos fundamentales que procuren la formalidad. Sin este sentido de autoridad que aliente la formalidad a partir de juicios concretos y reconocibles en la operación, existe la posibilidad de recaer en relaciones informales derivadas de influencias en la toma de decisiones ajenas al control de la organización.

A diferencia de la estructura formal, donde las relaciones de los miembros se dan por haber sido previamente establecidas por una autoridad, en la organización o estructura informal se dan aquellas relaciones que se establecen entre las personas, respondiendo las mismas a estímulos emocionales o sociales. La estructura informal junto con la formal generan lo que se entiende por estructura real o de funcionamiento de la empresa. (Castilla Plaza, Implicaciones de las tecnologías de la información en la gestión del sistema empresa, 2006, pág. 38)

Una organización puede basar su estructura en función de estímulos emocionales e incluso sociales que la llevan a ser reconocida como informal debido a que en este cúmulo de influencias necesariamente dejan de responder de manera proactiva y se encuentran en un ambiente reactivo influenciado por aspectos en los que su adaptabilidad depende de variables que se presentan de acuerdo con las circunstancias. Considerando este contraste y relacionándolo con la idea de una empresa formal o informal se reconoce que la primera basa sus decisiones en ejes bien definidos

que son permeados entre la organización con un sentido de autoridad y a su vez, quienes la conforman reconocen que esta dirección debe aplicar en la cultura organizacional del día a día. Por otro lado, si las organizaciones responden a las emociones y a los factores sociales externos se encuentran en un ambiente indefinido que también impacta en el sentido de las relaciones entre las personas y de la organización hacia el exterior.

Tan importante es reconocer esto para entender que a partir de la previsión de cuáles son las necesidades para establecer la formalidad de una empresa también se establecen las bases que en su conjunto impactarán en el desempeño que la organización tendrá y las expectativas a futuro de permanencia y crecimiento.

Diversos expertos han propuesto modelos de gestión logística para elevar la competitividad en el mercado; algunos de ellos son ambiciosos para las pequeñas y medianas empresas (Pyme) debido a la estructura informal y carencia de conocimientos técnicos de las mismas; otros hacen referencia indirecta a los flujos de información interna, implicando una desintegración total del sistema por la débil interrelación entre áreas. (Mayett Moreno, Martínez Flores, Cano Olivios, Orue Carrasco, & López Nava, 2015)

La formalidad es relevante en el sentido de que las PYME que carecen de la misma tendrán dificultades para aprovechar la implementación de acciones enfocadas a su mejora, ante una organización propensa a cambios estructurales producto de decisiones emocionales o reactivos se genera poca consistencia para mantener a las personas con las competencias necesarias, quienes finalmente serán clave para las interrelaciones en las áreas que habrán de determinar la cualidad integral de las mismas en conjunto.

Uno de los grandes retos de la Pyme en nuestro país es la ausencia de formalización (Díaz et al., 2012); es decir, la falta de procedimientos, de una estructura organizada, de programas y de planificación. El desempeño económico de una empresa está directamente relacionado con su gestión y eficacia. (Mayett Moreno, Martínez Flores, Cano Olivios, Orue Carrasco, & López Nava, 2015)

La formalización de las empresas y particularmente de las PYME resulta en una de las grandes tareas. El tema de la falta de planeación es relevante porque este puede ser tratado desde el inicio de las organizaciones, si se concibe adecuadamente la formalización como unidad de negocio en el proceso de creación y lanzamiento es muy probable que a futuro sea un elemento que defina e influya las decisiones posteriores. Una organización que no concibe la formalidad como un aspecto fundamental desde su iniciación muy probablemente estará encontrando sobre la marcha una serie de dificultades que le significarán una operación ineficaz y consumirán recursos que constantemente subsidiarán las carencias que resulten de reprocesos o solicitudes de requerimientos básicos.

Sin embargo, estas previsiones son una parte del panorama completo, la otra parte radica en cómo las administraciones públicas facilitan estos procesos de planeación e influyen para que las organizaciones formalicen sus actividades a través de procesos y trámites simples. Si el entorno de un emprendedor no tiene acceso a sistemas y herramientas que faciliten la formalización de sus organizaciones, entonces estos serán más propensos a actuar con base en la necesidad de sus emociones y a las situaciones socioeconómicas.

Se ha visto anteriormente que las organizaciones deben contemplar aspectos legales y son precisamente estos los que recaen en materias especialidades como el derecho, desde dónde se tendrán que concebir cuáles son los instrumentos para alentar a las empresas para establecer su carácter formal.

Las dificultades que el derecho experimenta para regular a la empresa en este nuevo contexto se han traducido y reflejado de muy diversas maneras; una de ellas es tal vez la aparición de códigos de conducta, por medio de los cuales las empresas, en muchos casos, asumen de manera unilateral compromisos y obligaciones encaminadas a respetar ciertas normas nacionales o asumen compromisos con algún tipo de impacto público y social, e incluso ecológico en los países en los que actúan. (Reynoso Castillo, 2014)

Las empresas pueden asumir a partir de la aparición de regulaciones, sus

responsabilidades, pero esto no es suficiente si se perciben como ajenos ya sea por un depósito excesivamente burocrático o por no facilitar su acceso. La reflexión sobre este aspecto es sumamente importante y relevante pues a partir de esta es que se han gestado soluciones como las ventanillas únicas o los sistemas de apertura rápida de empresas, se debe diferenciar muy bien la responsabilidad desde el punto de vista legislativo y la que corresponde al ejecutivo donde se debe implementar y concebir pensando en facilitar su cumplimiento.

En un ambiente competitivo las empresas y organizaciones deben tener presente que su desempeño no es ajeno a la opinión y evaluación de agentes externos. Más allá de que su éxito o fracaso sea determinado por la expectativa que logre cumplir su producto o servicio, hay ciertos niveles de crecimiento que están determinados por otros indicadores. La formalidad finalmente estará depositada en organizaciones robustas hablando de su consistencia y a su vez facilitará su expansión, para ello es necesario que las relaciones internas soporten de manera adecuada y eficaz los procesos que habrán de ser determinantes para la reputación de la empresa en el mercado.

En esta perspectiva se ubica el Índice Mexicano de Reputación Empresarial (IMRE), en cuyos objetivos se encuentra la promoción de una idea clara, precisa y cuantificable de la reputación de las empresas que operan en el país entre la opinión pública. Las variables que analiza el IMRE son la atención a los clientes y proveedores; el compromiso con el desarrollo de México; la preocupación por los intereses de los accionistas, inversionistas y socios; la relación con la competencia; la relación con la comunidad; el respeto a las leyes y normas vigentes; el respeto al derecho de los trabajadores, y el respeto al ambiente. (Montiel Campos, 2014)

Índices y listados como el IMRE forman parte de una estrategia para mantener a las empresas enfocadas en expectativas altas sobre su desempeño en el mercado. Por esta razón es que elevar la competitividad de las mismas empresas, tiene una relación estrecha con la formalidad, de este modo garantiza su continuidad en el mercado aportando los beneficios de su operación, las organizaciones informales difícilmente pueden aspirar a trascender a través de sus actividades.

La concepción de las ideas de negocio tienen un ciclo de vida que está vinculado también con el perfil del emprendedor. La experiencia juega un papel determinante para reconocer las necesidades y prever las acciones que habrán de formar parte del lanzamiento de una idea de negocio. Es innegable que los perfiles que cuentan con poca experiencia evolucionan sus conceptos y van concretando algunos requisitos sobre la marcha, sin embargo finalmente tendrán que enfrentar la serie de momentos clave a partir de los cuales su formalidad debe ser reconocida.

Generalmente un plan de negocio, desarrollado por un micro o pequeño empresario, se inicia como una persona natural, informalmente constituida y va tomando su perfil empresarial, en la medida que se vaya consolidando aspectos básicos, tales como el mercado que se va a atender, la forma cómo va a elaborar más técnicamente el producto o como prestar en forma más eficiente el servicio y la estructura empresarial que más se ajuste al mismo. (Flores Uribe, 2010, pág. 172)

La consolidación de los aspectos básicos es la etapa en la que todo emprendedor reconocerá y estará expuesto a la información relacionada con el cumplimiento de normas, reglamentos y leyes para el funcionamiento de su empresa. En este momento el entorno es determinante pues la manera en la que estén planteadas las alternativas, requisitos y procesos para obtener licencias y permisos para funcionar habrá de tener un efecto en la inserción de la organización de manera formal.

Para fundar una empresa es indispensable tener claramente definidas las actividades a las que se va a dedicar, para poder determinar el tipo de empresa que más se ajuste a su plan de negocio. El tipo de permiso, autorización o registro que pudiere necesitarse para desarrollarla. Y ante qué autoridades o entidades es necesario tramitarlos. (Flores Uribe, 2010, pág. 172)

En un plan de negocios se debe tener presente todo lo relacionado con los permisos, autorizaciones, registros, autoridades, entidades o dependencias y los trámites que se deben

cumplir, ante la ausencia de esta información se debe suponer que no hay un panorama lo bastante completo para el lanzamiento de la idea de negocio. Un plan de negocios con estas consideraciones puede ser crucial para determinar si la empresa tendrá una característica de formalidad o por el contrario de informalidad. Se ha mencionado que al arribar a la etapa en la que se deben iniciar las acciones que habrán de insertar a las empresas en la formalidad, puede ser determinante cómo esté configurado el sistema administrativo público para llevarlas a cabo.

Es fundamental que desde la perspectiva de la administración pública se haya detectado la importancia de contribuir con el entorno empresarial en el sentido de facilitar y simplificar los trámites que se traducen en aligerar o reducir sustancialmente la burocracia administrativa. De este modo y considerando la responsabilidad asimilada del emprendedor para formalizar sus actividades, se aíslan un conjunto de objeciones que pueden resultar cómodas para justificar el no iniciar trámites. Este señalamiento está soportado por autores como Silva Duarte, quien señalo lo siguiente:

La concepción burocrática de la organización de un país incide en la creación de empresas. En algunas sociedades, la cantidad de trámites y el intervencionismo estatal no armonizan con el esfuerzo del emprendedor. El acto de creación de una empresa debería ser lo más sencillo posible, mediante procesos integrados alrededor de un registro único que concentre lo tributario nacional y local, así como todas las transacciones asociadas a la interacción del emprendedor con el Estado. Se trata de hacer que los costos de transacción sean lo mínimos posibles y que su recaudo sea automático. (Silva Duarte, 2008, pág. 40)

No solamente se esta ante la posibilidad de que se geste un grueso de empresas informales, sino que también hay una incidencia respecto a la creación de empresas lo que tendrá efecto en la competitividad de un país para figurar entre las naciones en las cuáles se alienta al emprendedor del cuyas actividades surgen aspectos tan importantes actualmente como la innovación, la creatividad y las patentes. Incluso dentro de las mismas organizaciones este tipo de laberintos administrativos y burocráticos pueden incidir en la dinámica afectando a las organizaciones desestimulando sus procesos:

Weber planteó la normalización sólo para resolver el problema de la desorganización; sin embargo, la excesiva reglamentación en las empresas ha desestimulado la creatividad en la toma de decisiones. (Silva Duarte, 2008)

Retomando el enfoque de las organizaciones formales e informales se reconoce que el aparato administrativo público incide de manera determinante en cómo se configuran internamente las empresas, la relación entre el personal y las áreas que la integran y su papel en el mercado y hacia el exterior hablando en términos de impacto social. Si se consideran entornos en los cuales existe una excesiva regulación no debe extrañar que el subproducto de esto se vea reflejado en empresas informales que son alentadas a mantenerse así mientras no se encuentren los caminos y se tomen las decisiones adecuadas para la simplificación y facilitación de los trámites. Gonzáles y Medina lo señalan así: “En diversas obras se plantea que hay una estrecha relación entre una excesiva regulación y la informalidad, es decir, se parte de que una excesiva tramitología fomenta la informalidad.” (González & Medina Torres, 2008).

Lo anterior no significa que las organizaciones informales no aporten beneficios a su entorno, sin embargo también habrá que diferenciar lo informal de lo ilegal. John Cross y Sergio de la Peña diferencian los problemas que existen entre los mercados ilegales e informales lo que incluye a las organizaciones que comparten esa misma connotación. Uno de esos problemas lo identifican como el resultado de que al ser las organizaciones informales generadoras de beneficios y efectos positivos, las administraciones públicas pueden relajar su exigencia de integrarlas a la formalidad pues el beneficio inmediato e impacto en la economía beneficia de manera indirecta sus gestiones. (Cross y Peña, 2006).

Se concluye que el tema de formalidad e informalidad depende de dos factores cruciales. El primero de ellos está relacionado con la concepción del plan de negocios y su proyección con todas las consideraciones de trámites y cumplimientos legales, esto depende del perfil de la dirección que encabeza el emprendimiento, es decir si este está sujeto a acciones concretas derivadas de una línea proactiva y con objetivos definidos, alcanzables y medibles o si está sujeta a un perfil reactivo que incidirá en la organización respondiendo a estímulos emocionales o eventos sociales que irán modificando las decisiones sin considerar las acciones elementales

o estratégicas para una empresa.

El segundo aspecto tiene que ver con el entorno administrativo público en el que esté inmersa la organización y cómo en la medida en que este esté preparado para la simplificación y agilización de trámites relacionados con la apertura de una empresa, tendrá una influencia determinante en la apertura de empresas y en la existencia de empresas con un carácter formal. Huelga mencionar que si este entorno administrativo público no está encaminado hacia el fin comentado en materia de trámite y reducir la excesiva burocracia, entonces los efectos serán adversos a los comentados, desincentivar la apertura de empresas y la aparición de más organizaciones con carácter informal en el mercado.

Capítulo III. Marco Contextual

3.1. Antecedentes de las redes de comunicación electrónicas

A través de la historia se han sucedido avances en materia de redes de comunicación electrónicas, desde la aparición del telégrafo, la transmisión de voz, la transmisión de señales de radio, el uso de las frecuencias para la transmisión de imagen, las triangulaciones satelitales y la transmisión de datos. La invención de transistor representó un gran salto en la aceleración de la codificación de la lógica, y la comunicación con y entre máquinas.

El transistor inventado en 1947 en los Laboratorios Bell de Murray Hill (Nueva Jersey) por tres físicos, Bardeen, Brattain y Shockley (ganadores del Premio Nobel por este descubrimiento), hizo posible procesar los impulsos eléctricos a un ritmo más rápido en un modo binario de interrupción y paso, con lo que se aceleró la codificación de la lógica y la comunicación con máquinas y entre ellas: denominamos a estos dispositivos de procesamiento semiconductores y la gente comúnmente los llama chips (en realidad formados por millones de transistores). (Río Cobián, 2006)

Estos semiconductores o chips representaron una mejora sustancial y un complemento perfecto para los ordenadores de la época cuyas características resultan totalmente sobredimensionadas a las que actualmente se conoce en los ordenadores de uso cotidiano.

Los ordenadores: nacieron en Filadelfia en 1946... Los historiadores recordarán que el primer ordenador electrónico pesaba 30 toneladas, fue construido en módulos de metal de dos metros y medio de altura, tenía 70.000 resistores y 18.000 tubos de vacío, y ocupaba la superficie de un gimnasio. Cuando se encendía, su consumo eléctrico era tan alto que la red eléctrica de Filadelfia titilaba. (Río Cobián, 2006)

Los ordenadores han formado parte desde entonces del gran avance en las telecomunicaciones pues es la especialización en el campo la que ha estado a la par de la aceleración en el ritmo del avance tecnológico. Los transistores como desarrollo de las

tecnologías de la transmisión se combinan con las tecnologías de nodo para la creación de dispositivos como los conmutadores electrónicos.

Las telecomunicaciones: las tres últimas décadas ha conocido una aceleración del ritmo de progreso tecnológico como consecuencia de la revolución producida por la combinación de las tecnologías de nodo (conmutadores y selectores de rutas electrónicos) y los nuevos enlaces (tecnologías de la transmisión). (Río Cobián, 2006)

La aparición del primer conmutador electrónico creó una atmósfera de competitividad entre los fabricantes de la época. Esta dinámica fue el comienzo de una carrera hacia el desarrollo de productos más potentes, más rápidos y más flexibles o adaptables. El primer conmutador electrónico de producción industrial fue el ESS-1 presentado por Laboratorios Bell en 1969 (Río Cobián, 2006). Los circuitos integrados cuyo desarrollo tuvo lugar en los años 70, dieron paso a la aparición de los conmutadores digitales siendo estos más eficientes en los rubros de espacio, energía y trabajo respecto a los dispositivos analógicos. La incursión de esta nueva tecnología supuso una revolución en la industria a nivel mundial integrando avances y desarrollos provenientes de distintas latitudes y organizaciones, esto condujo a una nueva dinámica que benefició la industria de las telecomunicaciones.

La relevancia de la aparición del conmutador en el campo de las comunicaciones y su evolución como dispositivo digital radica en que gracias a él se puede establecer comunicación entre varios ordenadores creando una red de dispositivos lo que a la postre derivó en la posibilidad de crear redes tales como la Internet.

3.1.1. El surgimiento de Internet

Comúnmente se cree que la historia de Internet tiene un origen similar a una gran cantidad de invenciones y desarrollos tecnológicos, esto es, a partir de objetivos con carácter bélico. Sin embargo Larry Roberts, quien participó en la arquitectura de lo que se conoció como ARPANET, precursora de la red que hoy se conoce, señaló que este enfoque surge como consecuencia de la publicación de un artículo académico cuyo autor fue Paul Baran en el que

relaciona el desarrollo como parte de las acciones enfocadas hacia la carrera armamentista nuclear, Robert lo niega categóricamente argumentando que el desarrollo tuvo que ver con explorar la posibilidad de intercambiar información dentro de una red de ordenadores (Veà, 2010).

En su origen el desarrollo del Internet está relacionado con una serie de eventos clave mismos que se abordan de manera cronológica, esto por la razón de que todo desarrollo tecnológico es la suma de diversas acciones quizás relacionadas entre sí en cuanto a los objetivos, en este caso relacionados con el campo de las telecomunicaciones, pero que en principio no dimensionaron el impacto que tendría en el curso de la historia de la humanidad.

- 1957: El lanzamiento del satélite soviético Sputnik a la órbita terrestre es quizás uno de los eventos más significativos para la historia del origen de Internet considerando lo que significó en materia de desarrollo de ingeniería aeroespacial como también en cuestión de precisión para su desarrollo y colocación en órbita pues inauguraba una era totalmente nueva en el campo de las telecomunicaciones. Este evento fue el motivo para que se detonaran acciones orientadas tanto a entrenar a los científicos sobre todo en el bloque occidental como también para desarrollar programas de defensa como el denominado Advanced Research Project Agency (ARPA).
- 1962: A raíz de eventos que se produjeron en detrimento de algunas instalaciones importantes para las telecomunicaciones en el interior del territorio norteamericano, y que supusieron un riesgo inminente para la pérdida de comunicación, es como se concibe la idea de desarrollar un sistema de comunicación capaz de subsistir incluso ante un evento como una guerra nuclear. A partir de esto es como se concibe el concepto de la Internet, una red de comunicación que subsista a pesar de eventos extraordinarios principalmente de tipo bélico. Es en este año cuando se crea dentro de la ARPA, la Information Processing Techniques Office (IPTO) en la que se vincula a la agencia de manera formal con trabajos relacionados con el para entonces nuevo campo de la computación. Básicamente las investigaciones se centrarían en el uso de computadoras, que si bien permitirían ser accedidas por usuarios de manera simultánea, también permitirían la conexión de otras computadoras que a su vez

resultarían en una red de computadoras dando servicio de manera simultánea a diversos usuarios y fungiendo como respaldo de los otros dispositivos conectados.

- 1967: Se identifica como “paquetes” al envío remoto de información cifrada a través de computadoras conectadas entre sí permitiendo la función de intermediarias y ampliando el tamaño de la red garantizando el envío y recepción de la información sin comprometer la comunicación a través de una comunicación lineal.
- 1969-1970: Se aplica el término de protocolo para denominar a un programa encargado del control de las redes y su comunicación, estos protocolos de comunicación son las reglas a través de las cuáles puedan comunicarse y compartir recursos entre dispositivos aún teniendo distintos sistemas operativos. Es durante estos años en los que se logra la primera conexión en la Universidad de California (UCLA) entre un host y un protocolo de comunicación lo que supone un salto hacia el exponencial crecimiento de las interconexiones de computadoras y redes.
- 1974: Aunque es complejo definir un año o fecha exacta en la cuál se reconozca a la Internet como una red en funcionamiento por la gran cantidad de eventos que sucedieron para que esto se materializara, se considera a este año como relevante por la publicación del trabajo conjunto de Vinton Cerf y Robert Kahn sobre un trabajo exitoso realizado en 1972. En este se sugirió el trabajo conjunto de dos protocolos, el TCP (Transmission Control Protocol) y del IP (Internet Protocol).

Estas fechas son parte de una amplia y compleja historia acerca del nacimiento de Internet y ayudan a entender los motivos que originaron la creación de esta red, así como algunos detalles específicos que asisten en comprender el concepto de la misma: computadoras conectadas a computadoras para hacer una red de comunicación a través de programas y protocolos que permitan la comunicación sin importar las diferencias de sistemas operativos. Se puede decir que el mundo empezaría a hablar un mismo idioma para intercambiar información sin tener la limitación o el riesgo de depender de una sola vía de comunicación.

3.1.2. La difusión y masificación del uso de la red de Internet

En el año de 1990 se celebra la primera conferencia sobre el ciberespacio en la Universidad de Austin del estado de Texas, una vez que a nivel nacional se consolida la idea del desarrollo de redes de computadoras despertando interés especialmente del mundo académico y científico. Con una infraestructura prácticamente consolidada el tema de interés que surge es cómo tener acceso a esa red, sobre todo desde quienes no formaban parte de estas universidades y organizaciones académicas y científicas. Es en este año donde se despierta el interés también sobre cómo lograr comercializar una idea de este tipo provocando una oleada de soluciones programadas y pensadas para un usuario final que pudiera tener acceso a través de intermediarios pero también con la ergonomía precisa que no supusiera ser un experto en computadoras para hacer uso de esta nueva red.

Afortunadamente para ese fin todos los desarrollos de las décadas de los 60, 70 y 80 derivaron en una innovación que se había planteado las complejidades y a su vez las soluciones que garantizaran la comunicación y conectividad entre redes y equipos de estas redes con sus particularidades como los sistemas operativos. En la década de los 90, si bien la red contaba con la infraestructura que soportaba la transferencia de información, el acceso era a través de protocolos de transferencia limitados sobre todo en cuanto a búsqueda de nuevos recursos o fuentes de información. Para atender esta limitación que suponía una restricción para operar incluso a una escala internacional, Linder y Cahill de la Universidad de Minnesota crean Gopher, un sistema que permitía crear una estructura en forma de árbol que contaba con un menú jerárquico desde el que se podía recorrer y acceder a enlaces que a su vez apuntaban hacia los contenidos de información. Este sistema englobaba otros protocolos como Telnet o FTP para integrarlos y facilitar la experiencia del usuario.

Este sistema permitió que se ordenara la información en los computadores, colocarlos de manera jerárquica y establecer enlaces a través del menú que permitieran tener acceso a la información. La multiplicación de usuarios de este sistema derivó en situaciones complejas que ayudaron a detonar ideas y soluciones mucho menos rígidas y más flexibles para detonar el uso masivo de la red de Internet. De esto derivó WAIS (Wide Area Information Servers), que a través de una interfaz más sencilla proporciona sobre todo la búsqueda y visualización de

resultados de búsquedas de una variedad de bases de datos comerciales y gratuitas, concretamente este sistema permite las búsquedas de información en la red. Como en el caso de Gopher, el uso masivo de WAIS plantea la necesidad de otras soluciones ante la numerosa creación de bases de datos fuentes, es así como aparece el WWW, el sistema más revolucionario desde la invención del computador personal.

El WWW (World Wide Web) se define como: “Un sistema hipermedia que integra en una interfase común a todos los recursos existentes en la red para su acceso en forma organizada y normalizada, cubre todos los recursos del mundo en forma hipermedia o hipertexto.” (ACIMED, 2004). El concepto clave para este sistema en los inicios de Internet fue el hipertexto, pues a través de este se enlazan documentos entre sí y en ubicaciones de distintos ordenadores lo que deriva en recursos compartidos a través de una red de ordenadores. Con base en este funcionamiento se establecen los conceptos de servidor web que es el que recibe las solicitudes de documentos a través de hipertextos y encargado de enviarlos y el cliente web que se encarga de enviar las solicitudes del usuario hacia el servidor web para finalmente presentarlos en pantalla. Respecto a la solución para el complejo tema de los distintos sistemas operativos se crea el http (Hyper Text Transfer Protocol) definido como: “protocolo de transferencia de hipertexto (que) permite llamar a cualquier tipo de página web, se utiliza para transferir ficheros escritos en un idioma normalizado” (ACIMED, 2004), como complemento para lo anterior se desarrolla el HTML (Hyper Text Markup Language) que es un lenguaje con una sintaxis específica y que a grandes rasgos permite el envío de información en código ASCII de un ordenador a otro permitiendo que su representación se despliegue manteniendo el formato original del cual fue emitido.

A partir de estos desarrollos el uso de internet a través de la proliferación del uso de la WWW detona la aparición de exploradores, programas que funcionan como clientes y que a través de una interfaz amigable permiten que los usuarios interactúen y realicen búsquedas de información y documentos. Es en el año de 1993 cuando aparece Mosaic, el primer explorador de Internet. A este le suceden Netscape e Internet Explorer, este último de la compañía Microsoft que se enfoca en el uso de su producto con el objetivo de dominar el mercado respecto a la oferta de estos programas. Es en este mismo año en el que M. Gray del MIT (Massachusetts Institute

of Technology) crea Wanderer, un programa que a través de una recorrido de la web y conteo de sitios, crea el concepto que sería dominante y determinante para los usuarios de Internet: los motores de búsqueda. El concepto de estos motores se basa en que a través de una búsqueda específica, estos programas hacen un recorrido a través de la web y devuelven los resultados que coincidan con los caracteres que fueron capturados por el usuario en la barra de búsqueda. A partir de esto los sitios empiezan a ser categorizados e identificados con base en sus contenidos ya sea de tipo especializado o específico de acuerdo con la información que contuvieran.

Por lo anterior se sentaron las bases para que Internet se convirtiera en una herramienta con un gran potencial a nivel mundial, sin embargo su uso estaba limitado a las esferas que estaban inmersas en el tema y avances tecnológicos, no precisamente estaba al alcance, incluso como concepto, de un usuario común y corriente. Con las bases creadas en 1993 y una publicación en 1994 en la que el WWW se da a conocer formalmente, es como la inversión privada es atraída hacia este proyecto que claramente exhibe su potencial como un servicio tanto para hacer más eficientes sus modelos de negocio y contacto con los clientes, como también un servicio listo para ser ofrecido a un consumidor común y corriente final, es así como Internet pasa de ser un proyecto gubernamental a un activo de empresas de telecomunicaciones como AT&T. Tan sólo unos años después de su conocimiento público, para 1996 ya eran mil millones de dólares el volumen de transacciones a nivel global.

3.1.3.El uso de Internet en las PYMES.

Años después del nacimiento de Internet como una red de dominio público y al alcance de usuarios no necesariamente especializados, se plantea la cuestión de conocer su efecto en los diversos ámbitos y espacios existentes en la sociedad, en este caso se plantea cuál efecto ha tenido en las empresas considerando las necesidades que pueda satisfacer como una herramienta adicional o en ciertos modelos de negocio, indispensable. Actualmente los cambios del entorno han sumergido a las empresas en situaciones complejas que si bien varían en su nivel de dificultad, mantienen el reto de plantear soluciones efectivas y eficientes hacia el exterior pero también hacia el interior de las organizaciones. La competitividad exige que se recurra a

herramientas y tecnologías actuales para mantenerse a tono y en sintonía con las expectativas del mercado en las diversas industrias. Estas herramientas y la misma necesidad de actualización es lo que define la permanencia de muchas empresas y sus expectativas a futuro, siendo esto último clave para los inversionistas.

Actuar con base en la dinámica del cambio es tener la capacidad de adaptarse constantemente y esto se traduce en adoptar nuevas dinámicas de trabajo así como nuevos procesos, sistemas y tecnologías. Más allá de los procesos internos y sus áreas este impacto puede recaer en áreas que tradicionalmente han sido concebidas bajo esquemas en los que el trato personal se concibe como indispensable, hoy día existen conceptos tan de uso común como hacer comercio electrónico. Castillo Plaza menciona que: “El comercio electrónico y la gestión del conocimiento interno y externo resultan de interés para la redefinición de la empresa hacia la adaptación a un entorno cambiante pero pleno de posibilidades.” (Castilla Plaza, Implicaciones de las tecnologías de la información en la gestión del sistema empresa, 2006, pág. 451).

El impacto que ha tenido Internet en la dinámica de las empresas es tangible y en su combinación con las tecnologías de la información se han complementado de tal manera que es inconcebible la operación de una empresa sin tener a la mano estos recursos combinados. Al respecto Montiel Campos se pronuncia:

En los últimos 10 años se ha incrementado más del doble y gran parte de ello proviene del sector de las TIC. Así, por ejemplo, la posibilidad de tener acceso en “tiempo real” a la información por medio de interfases electrónicas de datos entre minoristas, mayoristas y fabricantes, ha reducido los tiempos de entrega y las horas de trabajo requeridas para producir y entregar productos. (Montiel Campos, 2014, pág. 49)

El acceso en tiempo real se logra a partir de los avances en telecomunicación de los cuáles internet es la herramienta más relevante, más allá del ahorro en tiempos de entrega y horas de trabajo, supone un impacto en la toma de decisiones puesto que la información que se genera sobre todas las actividades de la empresa, facilitan la orientación de los objetivos y directrices

de una empresa al grado de que pueden ser cambiantes en la medida en que se profesionalice al interior de las organizaciones la lectura de esta información.

Bajo el concepto de globalización, Internet ha coadyuvado a la expansión de los negocios y a sortear las barreras territoriales y espaciales al vincular personas y organizaciones con intereses en común de manera inmediata, esta dinámica es la que al mismo tiempo fomenta el impulso del desarrollo de la tecnología en el campo de las telecomunicaciones como un reflejo de las necesidades y estándares que se actualizan día con día.

Las TIC han incrementado el acceso global al enlazar a las personas en las empresas por medio de las telecomunicaciones. Los satélites establecen conexiones electrónicas instantáneas de voz e imagen casi en cualquier parte del mundo. La naturaleza autosostenible de la tecnología actúa como un catalizador que impulsa su cada vez más acelerado desarrollo. (Montiel Campos, 2014)

El concepto de autosostenibilidad recae en cómo las empresas a medida que elevan sus modelos de negocio a Internet a través de inversiones para fortalecer sus sistemas de comunicación y administración, esto es retribuido económicamente y justifica el pago de la inversión al ajustarse a las expectativas del mercado y los consumidores quienes percibirán en estas organizaciones un interés real por facilitar cualquier tipo de transacción de un producto o servicio. Un claro ejemplo es el e-commerce que ha mostrado crecimientos notables y es una tendencia consolidada para las empresas:

El negocio del comercio electrónico (e-commerce) resulta ser eficaz al menudeo, incluso ha presentado un crecimiento de más de 100%. Según los estudios auspiciados por Visa y la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), las ventas anuales en línea superan los MXP\$6 000 millones y seguirán aumentando a un ritmo anual de por lo menos dos dígitos. (Montiel Campos, 2014)

El impacto que ha tenido para la simplificación de las transacciones comerciales y a su vez en la reingeniería interna de las organizaciones ha impactado en lo económico no

únicamente en los ingresos sino también en el retorno de la inversión sobre todas las tecnologías y sistemas orientadas a solucionar la comunicación entre los integrantes de la organización como también hacia el exterior con clientes, proveedores y otras organizaciones. Diversos autores subrayan los beneficios del uso de la web para las empresas y particularmente a las PYMES, entre las que Marín y Lasso de la Vega (Marin & Lasso de la Vega, 2017) destacan las siguientes:

- Lograr ventajas competitivas.
- Facilitar la realización de transacciones en tiempo real.
- Elevar la visibilidad y competitividad.
- Mejorar la percepción de imagen y credibilidad del negocio.
- Comunicarse bidireccionalmente.
- Interactuar directamente con el público.
- Acceder fácilmente al público objetivo.
- Elevar la competitividad organizacional.
- Reducir costos para la organización en sus procesos como también para el público en sus procesos de búsqueda de información.
- Reducir el número de los intermediarios.
- Reducir las restricciones geográficas.
- Incrementar el número de clientes.
- Eficientar la comunicación estableciendo una comunicación que genera lealtad entre el cliente y la empresa.
- Promocionar los productos y servicios de la empresa facilitando el logro de los objetivos de marketing.

El uso de internet como parte de las tecnologías de la información ha modificado la dinámica de las organizaciones en todos sus niveles, desde la relación con proveedores, la

comunicación interna, el contacto con los clientes, la relación con ellos en el proceso de venta. En uno de los estudios existentes respecto al uso de Internet y su efecto en el desempeño de las PYMES en México (Amoros, Planellas, & Bartista-Foguet, 2007) se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- El tipo de actividad o giro de la empresa no influye de manera determinante en el nivel de uso y aprovechamiento de Internet.
- En el modelo de evaluación utilizado en el estudio determina que los perfiles de dueños o directores de empresas con mayor motivación son los que tienen una mayor predisposición para alentar el uso de Internet en sus modelos de negocio. Esto se traduce en empresas que adoptan y utilizan los avances tecnológicos en pos de que sus organizaciones se beneficien de estos.
- Hay una gran influencia de clientes y proveedores en cómo las empresas se involucran y adoptan el uso de Internet en su operación, en la medida en que los primeros tengan mayor uso de esta herramienta sumergen a las empresas en la necesidad de hacer uso de la misma.
- Las empresas que invierten en compra de equipo avanzado tecnológicamente para el aprovechamiento de Internet no necesariamente son las que más crecimiento muestran a través del tiempo, esto por la razón de que comprar equipo no es la única medida si no se establecen objetivos y su uso se orienta hacia la eficiencia.

Los beneficios que el uso de Internet ha proporcionado a las empresas y su administración son identificables y diversos, aunque es importante señalar que estos dependen de que la dirección establezca objetivos que estén ligados a su uso y en la ejecución exista un control sobre cuáles son los indicadores clave que habrán de ser impactados así como que los recursos para esta herramienta sean utilizados de manera eficiente. Sin duda alguna el Internet a marcado un antes y después en la manera en que el mundo se comunica y el cambio de la dinámica dentro de las organizaciones es la excepción. Las soluciones empresariales que provee esta conectividad con de alguna manera, infinitas y su desarrollo tendrá que ir adaptándose a los usuarios y sus necesidades así como también en su especialización, una de esas adaptaciones es

el desarrollo de aplicaciones, mismas que van de la mano con una tendencia en materia de movilidad así como también de ergonomía para las generaciones presentes y futuras.

3.2. Aplicaciones Informáticas

3.2.1 Aplicaciones WEB

Una aplicación informática se debe entender como una programa que ha sido desarrollado para que el usuario realice una o diversas tareas en específico. La característica principal de estas se encuentra en su particularidad como programa de no ser un sistema operativo, utilidad o herramienta para el desarrollo de software. Es posible encontrar diversas aplicaciones especializadas para arquitectura, diseño, fotografía, finanzas, correo electrónico, etc., y uno de sus principales requisitos es que cada programa debe ser instalado en la computadora y adaptarse al sistema operativo para su correcto funcionamiento. Debido a esto su ejecución depende en gran medida de que el ordenador y la aplicación informática sean compatible razón por la que la incompatibilidad entre estos sea una de las razones principales para que su universalidad sea limitada.

Como se ha mencionado, el impacto que a tenido el Internet ha cambiado la manera en la que las personas obtienen información, realizan su trabajo, compran bienes y servicios, se conectan con otras personas entre otros múltiples beneficios y en diversos campos. Para las empresas ha significado un cambio profundo pues al estar conformadas por personas, estas a su vez han gestado la transformación desde el núcleo para así ser parte de un cambio organizacional con la herramienta que representa Internet y las posibilidades que emanan de la conectividad incidiendo directamente en los estilos de administración. El concepto que se conoce como Internet o la Web ha evolucionado en la medida de su consolidación como un sistema como también en la medida de las necesidades de los usuarios. De este modo se identifican las etapas más representativas de esta red y su característica más sobresaliente de acuerdo con distintas etapas:

- WEB 1.0: Enfocada en la conectividad de la información.

- WEB 2.0: Enfocada en la conectividad entre personas.
- WEB 3.0: Enfoque en integración de bases de datos, conocimiento y desarrollo de aplicaciones para hacer la red más participativa y colaborativa.
- WEB 4.0: El enfoque más avanzado concibiendo no sólo una interacción total entre la red y el usuario, sino una manera de razonar y ayudarse de manera mutua. (Marugesan, Rossi, Wilbanks, & Djavanshir, 2011).

De manera particular, la etapa WEB 3.0 es en la cual se encuentra el concepto de aplicación u aplicaciones WEB, estas se pueden definir como:

Una aplicación web (web-based application) es un tipo especial de aplicación cliente/servidor, donde tanto el cliente (el navegador, explorador o visualizador) como el servidor (el servidor web) y el protocolo mediante el que se comunican (Hyper Text Transfer Protocol (HTTP)) están estandarizados y no han de ser creados por el programador de aplicaciones. (Luján, 2001)

Para entenderlo mejor, una aplicación WEB se debe entender como un programa que ha sido escrito en un lenguaje de programación que es interpretable por el navegador WEB y que su ejecución también corresponde a este, de este modo no hay restricción alguna respecto al sistema operativo que lo ejecute siempre y cuando la codificación contemple el uso de las distintas plataformas. Esto conduce a las aplicaciones informáticas que dependían en gran medida de la compatibilidad del ordenador y sus sistema operativo para funcionar, y a reconocer que las aplicaciones WEB son programas que se ejecutan remotamente en el servidor valiéndose del navegador como el medio para acceder e interactuar con estas. Actualmente se utilizan una gran cantidad de aplicaciones WEB siendo las más populares aquellas que están orientadas a la conectividad entre las personas comúnmente conocidas como redes sociales. Este concepto de conectividad entre las personas y de manera remota, se hace más presente en el concepto de movilidad mismo que por el uso de los dispositivos electrónicos portables generó un nuevo concepto de aplicaciones informáticas: las aplicaciones móviles.

3.2.2 Aplicaciones móviles

Los sucesos que marcaron un antes y después en el desarrollo de las aplicaciones móviles fue el lanzamiento del teléfono iPhone de la marca Apple y del sistema operativo Android de Google, empresa desarrolladora de tecnología. El concepto de las aplicaciones móviles no es otro más que programas que están desarrollados para ejecutarse en dispositivos portables conectados inalámbricamente.

Las aplicaciones móviles o apps son piezas de software diseñadas para ser instaladas y utilizadas en dispositivos móviles, que se adaptan a las limitaciones de estos dispositivos pero también permiten aprovechar sus posibilidades tecnológicas (por ejemplo, la localización para servicios adaptados al contexto o el acelerómetro en algunos videojuegos) (Allen, 2003)

El desarrollo de aplicaciones de este tipo ha tenido un auge en los años recientes producto del aumento en el uso de dispositivos móviles o portables. Estas aplicaciones tienen la característica de ser programadas para un fin específico, consumen una gran cantidad de datos en la red, tienen fácil acceso a través de las tiendas de aplicaciones e incluso se basan en aspectos como la geolocalización.

El uso de internet en dispositivos móviles ha evolucionado rápidamente hacia las aplicaciones en detrimento de los navegadores: en 2014 sólo un 14% del uso de internet móvil implicaba navegadores, mientras que el 86% era a través de aplicaciones. (Khalaf, 2014)

Algunos de los aspectos que han detonado el interés por desarrollar este tipo de aplicaciones son los siguientes:

- Son aplicaciones que hacen uso de redes de datos de alta velocidad lo cual genera un efecto en el usuario pues las bases de datos empleadas están en estas redes que a su

vez se vuelven más numerosas.

- Son relativamente baratas y tienen un alto desempeño lo que a su vez se complementa con la aparición de dispositivos mas potentes y con mayor capacidad de almacenamiento lo que facilita su difusión.
- Los sitios para descargarlas o adquirirlas son de fácil comprensión e intuitivas para el usuario. Parte de su éxito radica en la manera en que Apple y Google lograron facilitar su difusión a través de la creación de plataformas ergonómicas para el usuario.
- Permiten que terceros desarrollen sus aplicaciones y a su vez facilitan la exposición y difusión de estas a través de sus plataformas, siendo Apple la más estricta en cuanto a sus requisitos.
- La implícita necesidad de desarrollar aplicaciones simples, con un objetivo en concreto y que respondan a la condición de movilidad pues es la característica que tiene como requisito el usuario. Para este fin, el desarrollador se enfrenta a varios retos respecto a cómo lograr desarrolla una aplicación considerando las diferencias que existen en el entorno tales como las características de los dispositivos, conectividad de la red, las diferencias entre las plataformas, entre otros. (Tracy, 2012).

El desarrollo de las aplicaciones móviles ha sido la consecuencia del desarrollo de otras aplicaciones informáticas orientadas hacia otros dispositivos y que a medida de la evolución de los dispositivos móviles se ha ido adaptando hasta el tipo de aplicaciones que se pueden encontrar actualmente. Su desarrollo estuvo limitado principalmente por las características de los primeros teléfonos móviles. De 1988 a 1998 la disponibilidad de datos para estos teléfonos era prácticamente nula, con la aparición de los teléfonos que soportaban una red WAP (Wireless Application Protocol) de 1998 al año 2002 su uso estaba orientado a la mensajería MMS/SMS teniendo como limitante principal el tamaño de la pantalla.

Es en el año 2002 con la aparición de los teléfonos inteligentes (smart phones) cuando aparecen aplicaciones orientadas principalmente a ciertos lenguajes de programación o sistemas operativos como Java-ME, Windows Mobile, Palm OS, RIM, etc., en estos dispositivos existía una gran variedad de pantallas lo que obligaba a los desarrolladores a considerar esta

característica y adaptarse a las distintas versiones que le fueran posibles para la difusión de sus aplicaciones.

Con la aparición de los dispositivos de pantalla táctil (touch screen) encabezada por el iPhone de Apple, es cuando deviene en cascada toda una ola de desarrollos de aplicaciones. Las características de estos dispositivos los convierten en vehículos idóneos para el desarrollo de aplicaciones, cuentan con sus espacios para la difusión de aplicaciones y marcan la pauta al convertirse en el estándar o plataforma para el desarrollo de aplicaciones. La gran diversidad en cuanto a tamaño y pesos de los dispositivos dignifican una gran oportunidad y sobre todo por la característica de soportar conexiones WiFi además de las redes 3G Y 4G móviles.

3.3. Las aplicaciones y su impacto en el sector empresarial

El desarrollo de aplicaciones ha impactado diversas actividades humanas cambiando radicalmente la manera en que eran concebidas y el caso específico de la administración empresarial no es la excepción. Una gran lista de tareas dentro de las organizaciones han sido traducidas a través del lenguaje de la programación en sistema y herramientas útiles para la búsqueda y consecución de objetivos de una manera eficaz y eficiente, las que destacan son las siguientes:

- Alegra: Para el control de la contabilidad y las finanzas.
- Factuaonline: Facturación en línea.
- BaseCamp: Gestión de proyectos.
- Zoho CRM: Gestión de clientes.
- Workmeter: Gestión de recursos humanos.
- Zoho: Gestión Empresarial.
- Google Adwords Keyword Tool, Trends: Investigación de mercados.
- Google Analytics: Analítica WEB.

- Mention: Monitoreo de presencia online.
- Dropbox: Sincronización y gestión de archivos.
- Skype: Videollamadas.
- Google Calendar: Administración del tiempo. (Díaz, 2013).

En el contexto de las PYMES, la implementación de estas aplicaciones ha estado sujeta a la evolución de las mismas, principalmente por temas de infraestructura. Como se ha visto, las aplicaciones informáticas requerían de ser instaladas específicamente en equipos con especificaciones particulares y muchas de ellas requerían la utilización de servidores propios para su funcionamiento y administración. Esto suponía dadas las características de estas empresas, una inversión significativa que no todas podían permitirse una característica intrínseca que por sí misma incide en su administración, “Las pymes, por su parte, caracterizadas por menores recursos relativos, tienen grandes dificultades metodológicas y conceptuales para implementar y mantener una arquitectura de gobernanza (ligada a la administración).” (Yacuzzi, 2010).

Actualmente con el desarrollo de aplicaciones web y móviles, se ha dejado de lado de manera significativa, la necesidad de contar con una infraestructura robusta en cuanto a equipo se refiere y esto ha beneficiado de manera directa a la implementación de programas y sistemas de información que coadyuvan a la gestión y administración de las PYMES.

A través de un Smartphone o de una tableta se pueden gestionar áreas fundamentales de una pyme, con una inversión mínima, costes fijos reducidos y, sobre todo, bajo el prisma del mejor aprovechamiento posible del tiempo. En este sentido, existen cada vez un mayor número de aplicaciones o apps que pueden contribuir decisivamente a una dirección más eficaz de la empresa. (Asesores de PYMES, 2018)

Actualmente la adopción de nuevas tecnologías y la orientación a la innovación son requisitos indispensables para la posición competitiva de las PYMES, pues más allá de seguir tendencias de industria lo realmente central es colocar al cliente o consumidor como el referente

para responder a sus necesidades:

Hoy se acepta que la innovación es la transformación del conocimiento en nuevos productos, procesos y servicios y que vamos allá de la ciencia y la tecnología: involucra la exploración y la satisfacción de las necesidades de los clientes o usuarios. (Castellanos Méndez, 2003)

Esta condición tiene un elemento imperativo que es la de adaptarse, la característica por tamaño de las PYMES podría ser una ventaja por su flexibilidad para responder a los cambios sin embargo estos deben ser congruentes con lo que se pretende lograr, “Es claro que para poder solucionar estos obstáculos y mejorar la competitividad es de suma importancia que las pymes implementen de manera adecuada herramientas tecnológicas acorde a los objetivos del negocio.”

(Canabal, 2017). En este sentido las aplicaciones se convierten en el vehículo adecuado puesto que en su proceso de adaptación a los mismos usuarios, encajan con la idea de utilizar herramientas adecuadas acorde a los objetivos de las organizaciones. Dentro de los más importantes surgen los relacionados a la mejora de los procesos internos y el desarrollo de estas herramientas coinciden con este fin:

Los beneficios potenciales al implementar herramientas tecnológicas en una organización son muchos, dentro de los cuales se incluyen desde los de carácter operativo, como el aumento de la eficiencia automatizando procesos, hasta los beneficios de carácter estratégico, como la mejora de los procesos empresariales. (Canabal, 2017)

El entorno en México respecto al desarrollo de estas aplicaciones informáticas pareciera estar relacionado con la gran cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, considerando su condición de país subdesarrollado en materia tecnológica, sin embargo esto debería representar un área de oportunidad para el desarrollo e innovación considerando la dinámica de estas organizaciones respecto a su adaptabilidad a los cambios. Un detalle interesante es que las organizaciones grandes tampoco parecen ser diferentes en cuanto al desarrollo tecnológico y el

registro de patentes (Canabal, 2017), lo que indica que no es determinante el tamaño de las empresas cuando se trata de establecer pautas respecto a la innovación.

Aunque las firmas grandes poseen, probablemente, recursos especializados para lanzar productos al mercado, las pequeñas y medianas empresas (Pymes) pueden mejorar el uso de su tecnología actual para crecer con amplias ventajas. (Pineda Domínguez & Torres Márquez, 2010, pág. 83)

Sin duda el tamaño de las PYMES es una ventaja para adoptar el uso de tecnologías y que esto permee en la estructura organizacional, del mismo modo el desarrollo de las mismas puede beneficiarse al encontrarse en un entorno con menos complejidad para su control y más proclive a su especialización.

Dentro del marco particular de la planeación estratégica de los negocios y sus principios, se encuentra la estrategia que toma como arma poderosa para la competitividad del recurso tecnológico. Así como se pretenden que se administren e impulsen los demás recursos de la firma para enfrentar los embates del mercado y del medioambiente, se propone que este procedimiento se lleve a cabo a partir de la estrategia tecnológica, ya que ésta tiene más alcance que los demás instrumentos, porque además de utilizar dichos factores, los incluye en su desarrollo. De aquí su definición como un factor penetrante en la actividad de la empresa. (Pineda Domínguez & Torres Márquez, 2010, pág. 101)

Se debe plantear que dentro de esta estrategia tecnológica no puede perderse de vista que además de las organizaciones también los emprendedores deben estar orientados a recurrir a estos desarrollos incluso desde la concepción de sus ideas de negocio. Independientemente de la etapa en la que aporte una solución, se debe tener presente una cultura orientada hacia la búsqueda de las opciones existentes para hacer sus procesos eficientes y eficaces. Esta es una de las razones por las cuáles se plantea en este trabajo el impacto que podría tener en la condición de formalidad de las empresas, tener acceso a un desarrollo informático que logre concebir y facilitar el proceso de apertura de un negocio a través de herramientas diseñadas para ello. Así es cómo surge la necesidad de explorar cuáles son las opciones actuales que están enfocadas hacia la simplificación y facilitación de la apertura de una empresa de bajo impacto.

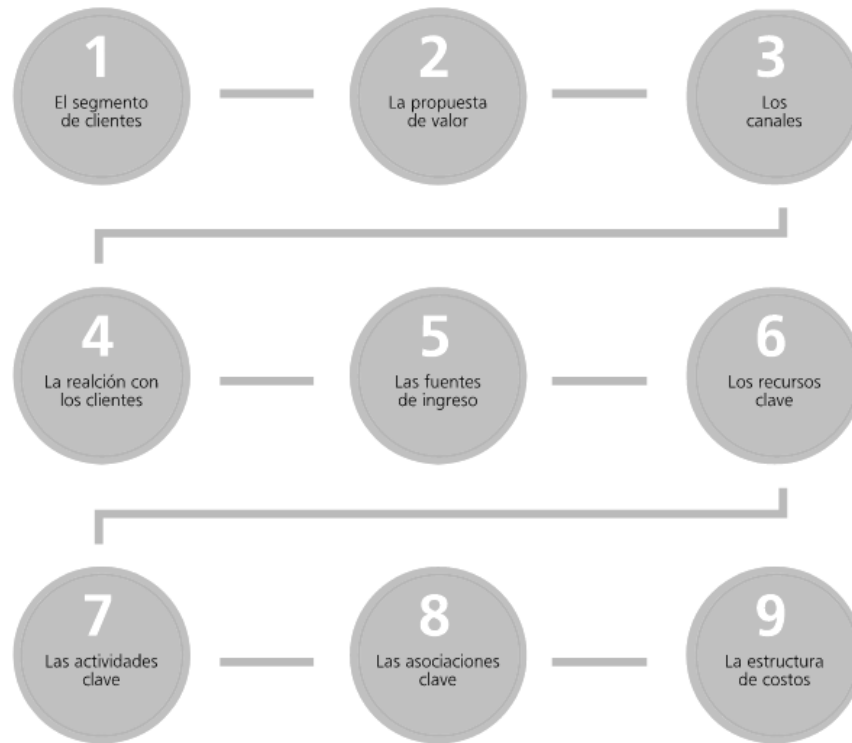
3.4. Aplicaciones informáticas y emprendimiento.

Actualmente el uso de aplicaciones informáticas es una práctica más común de lo que fue en años pasados y eso naturalmente resulta en un mercado muy atractivo para los desarrolladores. Por esta razón el surgimiento numeroso de estas aplicaciones se manifiesta en muchas áreas ajustando sus características a las necesidades de las audiencias o incluso siendo propositivas. Esta creciente práctica tiene frentes que deben ser abordados con una óptica respecto a cuestionar si el desarrollo de estas es con una finalidad de generar valor o simplemente por una tendencia a la que los desarrolladores o emprendedores buscan adherirse sin analizar la utilidad de la misma.

La actual visión generalizada de las aplicaciones como un gran e innovador negocio ha llevado a entenderlas erróneamente como un modelo de negocios en sí mismas, lo cual atenta contra la sostenibilidad (económica, si se quiere ver así) de los nuevos emprendimientos, tecnológicos o no, que, además de incorporar una aplicación, a veces pueden carecer de más fundamento. (Müller, 2017)

Los autores Osterwalder y Pigneur definen los modelos de negocio como “una descripción de la racionalidad detrás de cómo una organización crea, transmite y captura valor”. (Osterwalder, 2010). Dentro de los 9 elementos considerados como fundamentos esenciales y constructivos de un modelo de negocio, mismos que integran en su herramienta propuesta llamada Business Model Canvas, destaca el segundo elemento que se refiere a la propuesta de valor, el cual es esencial pues por medio del mismo se define cómo crear, transmitir y captura el valor de un modelo de negocio.

Figura 3.4.-1. Business Model Canvas.



Fuente: <https://www.strategyzer.com/>

El modelo anterior representa en sí cierta complejidad para la definición de cada elemento en un modelo de negocio, pero también alerta sobre la tendencia actual de los emprendedores a concebir el desarrollo de aplicaciones como modelos de negocio en sí, y que aún considerando este modelo para definir sus propuestas de valor, ven a las aplicaciones como el todo, no parte del todo. Esta reflexión lleva a conocer en cuáles casos las aplicaciones concebidas como un eje rector de modelos de negocio suelen tener destinos positivos:

- Como canales de venta: Facilitar el proceso de un deseo a una compra.
- Como herramienta de gestión del cliente: Para obtener la información de los clientes.
- Como canal transaccional: Mover el dinero más fácilmente.
- Como contenido para después pautar: Se crea para ser depositario de contenidos y que posteriormente a través de su uso, dictarán la manera en la que pautar otras acciones.

Los casos excepcionales para el desarrollo de aplicaciones como modelos de negocio son cuando el desarrollo final es un software, esto tiene mejor definido su uso y finalidad, así como el modelo de monetización a partir de su concepción como un producto, aunque regularmente estos son extensiones de otros desarrollos que pueden ser diversos en los hábitos de uso de sus clientes potenciales tanto por dispositivos como por las características mismas de estos.

Los diferentes tipos de monetización para una aplicación son los siguientes:

- Modelo de pago: Vender la aplicación.
- Freemium: Se descarga gratis pero la aplicación en su versión final tiene un costo.
- In app: Gratuita con contenidos de pago.
- In house: Para usos específicos de un entorno empresarial.
- De suscripción: Es gratuita pero sus contenidos son descargados por suscripción.
- Por publicidad: Se monetiza a través de la venta de espacios publicitarios dentro de la aplicación.

(Escudero, 2018)

La concepción de este trabajo no busca como tal centrarse en el desarrollo de una herramienta como un modelo de negocio en sí, sino como un complemento que sirva como gestor de información relevante para la apertura de un negocio de bajo impacto en el municipio de Puebla, por tal motivo si bien se consideran estos aspectos relacionados con el desarrollo de aplicaciones como proyectos de emprendimiento, se toma la información para entender los riesgos aunque como tal la idea es coadyuvar para difundir la información y acercarla en un formato más práctico y fácil para el perfil de usuarios y emprendedores en el que se busca incidir.

La revolución del internet y los avances tecnológicos han desarrollado con entusiasmo un recién interés en solucionar los problemas del gobierno y agilizar la toma de decisiones,

dando a los estudiantes de postgrado una nueva dimensión académica y a los profesores un desafío profesional. (Blanco, 2010)

Desde la perspectiva de tener un interés para hacer una aportación para ayudar a atender las áreas de oportunidad que tienen los gobiernos, a través de iniciativas particulares, es como surge la concepción de una herramienta de esta naturaleza. Por este motivo también es necesario reconocer cuál es actualmente la situación del gobierno respecto a su enfoque en el uso de herramientas tecnológicas de comunicación y sobre todo su enfoque hacia los usuarios con un perfil emprendedor.

3.5. Gobierno Electrónico y gobierno abierto.

México como país se encuentra rezagado en lo que se refiere al desarrollo digital, por esta razón la agenda digital se ha posicionado como uno de los ejes de trabajo en los planes de desarrollo. La Nueva Gestión Pública como parte de una tendencia a nivel mundial para mejorar el proceso administrativo público es un enfoque que paralelamente impacta en la manera en que los gobiernos de los tres niveles adoptan a las nuevas tecnologías como parte de las tareas pendientes por atender.

El gobierno electrónico es ya una parte de las estructuras y procesos de la administración pública moderna. A través del internet, los gobiernos pueden comunicarse con sus ciudadanos y propiciar la prestación de servicios rápidos y eficientes. El internet se ha convertido en un vehículo necesario para enseñar y difundir información y para fomentar la participación cibernética de los ciudadanos. (Blanco, 2010)

De esto surgen las propuestas que contribuyan a mejorar los indicadores de eficiencia, eficacia y calidad de los servicios públicos. Las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) son herramientas que con su probado funcionamiento en el sector privado se convierten en naturales asistentes para el sector público en su objetivo de organizar y reorganizar las tareas y procesos inherentes a su función. Así es como surge el concepto de gobierno

electrónico. Si bien la adopción de las TIC no necesariamente garantiza que el funcionamiento per se sea el esperado, es un elemento más al que habría que agregar los mecanismos de transparencia para conocer realmente el impacto que tiene la adopción de estas prácticas y herramientas y así evaluar si se obtienen los resultados que se esperan.

Es necesario hacer la aclaración de lo que se entiende como un Gobierno Electrónico (GE):

Una nueva forma de gobierno que utiliza las Tecnologías de Información y Comunicación (tic), con modalidades para la gestión, planificación y administración, por medio de portales en Internet con información referente a las dependencias de la administración pública, órganos de gobierno, poderes, legislación de los tres niveles de gobierno, así como servicios y trámites para permitir a la sociedad lograr un mayor contacto con la administración pública. (Pérez Zúñiga, Camacho Castillo, Mena Hernández, & Arroyo Cervantes, 2015-2016)

Se le atribuye al entonces vicepresidente de los Estados Unidos en 1999, Al Gore, la introducción del concepto Gobierno Electrónico (GE), que en sentido general se refiere a la adopción de las TIC normalmente usadas en las empresas privadas en las tareas administrativas de los gobiernos. En este concepto no se puede dejar de lado que la adopción de estas prácticas y herramientas no sólo obedece a la intención de los gobiernos en pos de la consecución de mejores resultados en materia de gestión pública, sino que también es la consecuencia de que los ciudadanos en general comienzan a adoptar el uso de las nuevas tecnologías a través de las ofertas que hay en el mercado y son ellos quienes a través de su utilización hacen inevitables comparaciones entre los procesos del sector público y los del sector privado, es posible afirmar que el gobierno finalmente debe adaptarse a las expectativas del usuario.

El ranking con el que se mide el desempeño de un GE se compone de tres elementos: 1) disponibilidad de servicios en línea, 2) infraestructura de telecomunicaciones y 3) capacidad humana. (Cruz Meléndez C., 2017). En este, México como país perdió posiciones del año 2010 al 2014 para recuperarse en el año 2016 como consecuencia de la reforma en la Ley Federal de Telecomunicaciones.

Diversas son las herramientas tecnológicas que han permitido a la administración pública eliminar papeleos, franquear barreras burocráticas, restricciones por horarios y localizaciones, aumentar la recaudación fiscal e ingresos por servicios públicos y el ejercicio del gasto corriente.

En el gobierno electrónico las herramientas tecnológicas que lo hacen posible, como sitios web, aplicaciones móviles, redes sociales y dispositivos móviles, entre otros, contribuyen a alcanzar múltiples objetivos gubernamentales como aumentar la eficiencia, la eficacia y la calidad en la atención del servicio público. (Cruz Meléndez C., 2017)

El señalamiento anterior resulta útil para el objetivo de este trabajo por la razón de que identifica el uso de aplicaciones móviles como parte de las herramientas tecnológicas utilizadas en el gobierno electrónico y por ello se encuentra que ha sido identificada como complemento para el abanico de opciones en las que se pueden establecer puntos de contacto entre el gobierno y la ciudadanía considerando ya la tendencia en el uso de estas aplicaciones móviles pensadas para su uso en dispositivos electrónicos portables.

A modo de complemento es preciso señalar que el concepto de GE, no podría funcionar de manera aislada si no está acompañado de otro llamado Gobierno Abierto (GA). Este concepto deriva de la necesidad de crear un código abierto en materia informática que finalmente derivó en iniciativas que tienen que ver con la administración pública pues su concepto influyó en diversas áreas del conocimiento. “Gobierno Abierto es un enfoque que propone una forma particular de entender los procesos de gobierno, a partir de principios como los de la transparencia y la participación ciudadana.” (Apertus, s.f.), lo anterior se logra a partir de adoptar procesos y sistemas que mediante la tecnología de la comunicación garantice la transparencia de la información y el seguimiento de la ciudadanía a partir de esa información. Si se considera al gobierno electrónico aunado al gobierno abierto se identifica que la intención de transparencia y participación ciudadana es posible a partir de la difusión y uso de herramientas desarrolladas para las diversas plataformas electrónicas de comunicación.

Las herramientas de más uso por el gobierno en el marco de los conceptos de GE y GA son:

Tabla 3.5.-1. Desarrollos informáticos de comunicación utilizados por GE y GA.

Herramientas GE	Herramientas GA
Sitio WEB - Portales de gobierno.	<ul style="list-style-type: none"> - Portales de transparencia focalizada. - Portales de visualización. - Datos abiertos. - Portales de compras públicas (considerar del lado de GE). - Crowdsourcing y citizensourcing. - E-peticiones, campañas y recolección de firmas.
Apps móviles.	<ul style="list-style-type: none"> - Apps cívicas.
Redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> - Facebook. - Twitter.
	Herramientas no tecnológicas. <ul style="list-style-type: none"> - Comités. - Presupuestos participativo. - Leyes de acceso a la información. - Foros abiertos. - Comités ciudadanos y toma de decisiones participativas. - Grupos focales. - Jurado de ciudadanos.

Fuente: Elaboración propia con información de (Cruz Meléndez C., 2017).

Dentro de la diversidad de herramientas y fines en los que el GE y el GA están involucrados para la atención de las necesidades del entorno surge la necesidad de conocer cuáles de estos esfuerzos están orientados para la simplificación y facilitación de aperturas de empresas de bajo impacto. Esto ayuda a reconocer de manera específica las características de

estos desarrollos y sistemas, su aplicación y su situación actual para partir también de esa información y definir la manera en que se acopla con la propuesta de este trabajo de investigación.

3.5.1. Sistemas para la apertura rápida de empresas.

Dentro de las relaciones que se establecen a través del GE está la que se refiere a Gobierno-Empresa, esta se define con base en las iniciativas que tienen como objetivo dar servicios de administración e información a las empresas a través de Internet, en esta relación es importante que se defina el tipo de empresa y sector al que se va a atender como también establecer que las acciones deben estar alineadas con las características y necesidades del sector privado empresarial (Guédez B., 2018).

Para un emprendedor estas acciones son por demás útiles debido a que ante las tareas de planeación necesarias para llevar a cabo una idea de negocio, las relacionadas con los trámites que se deben realizar en oficinas de administración pública son en principio concebidas como extenuantes y proclives a consumir recursos de tiempo más allá de las expectativas. Sin embargo con la adopción de enfoques como el GE y GA, el acercamiento y apertura de esta información para los emprendedores avanza hacia una cultura que también busca impactar tanto en la formalidad de las empresas como también en la recaudación. Aún así estos esfuerzos deben ser focalizados, identificados y segmentados dentro del abanico de servicios y a su vez el emprendedor debe también ser parte de esta cultura identificando y ubicando los trámites que requiere.

Sin embargo, muy poco podría hacer un empresario que dispone de mucha información si no cuenta con un método que le permita seleccionarla, clasificarla y sistematizarla adecuadamente. Es quizá en este punto, donde la mayoría permanecen ajenos. Así, mientras los emprendedores se concentran y preocupan por el desarrollo del proyecto en su conjunto, con frecuencia dejan de lado lo concerniente al recurso información. Sin embargo, disponer de la información adecuada en el momento preciso, y saber hacer un

buen uso de ella, puede ser crucial para el éxito del proyecto. (Urbano & Toledano, 2008, pág. 161)

Las propuestas revisadas anteriormente como las ventanillas únicas y el SARE son parte de esta condensación de requisitos que ya en su misma clasificación son una ayuda para el emprendedor. Tener esta información de manera inmediata ayuda a que no se deje de lado su cumplimiento y a su vez a que esté presente dentro de las tareas pendientes de los emprendedores. En este escenario es relevante considerar cuáles podrían ser los distintos canales de comunicación a través de los cuales la información esté disponible puesto que la disponibilidad también depende del formato en que este sea consultado, centralizar su consulta de acuerdo considerando una única vía o manera de acceder a ella podría resultar en un sesgo que deje de considerar a los usuarios por sus hábitos de uso de dispositivos electrónicos y consumo de información.

Cada vez es más relevante disponer de información de calidad para poder tomar decisiones. También es cierto, que cada vez es más fácil y rápido disponer de tal información. En la actualidad, el uso de ordenadores y otras tecnologías de la información se ha extendido, y se ha intensificado su empleo como soporte de otras actividades. (Urbano & Toledano, 2008, pág. 161)

Cuando se habla de información de calidad y el extendido uso de la tecnología también se refiere a la variedad y diversas presentaciones en que se manifiesta y del mismo modo a formular el cuestionamiento de en qué formatos o plataformas se deberían hacer consideraciones especiales derivadas de los cambios abruptos que surgen cada día en el mercado de los dispositivos y tecnologías de telecomunicación. Dentro de este universo un factor que es presente y determina la dinámica actual en el campo de las telecomunicaciones es Internet, mismo que se ha revisado anteriormente.

Empezaremos por aquellos servicios de apoyo a la creación de empresas que pueden estar más cerca de los emprendedores y emprendedoras, para finalizar con aquellos que pueden consultarse por la red, por Internet. (Sevilla Siglo XXI, S.A., 2009)

Internet como pináculo en materia de disponibilidad de recursos de información dicta la pauta para cuando se pretende concebir un servicio electrónico para el apoyo de los emprendedores en su tarea de formalizar y abrir una empresa rápida y fácilmente. Muchas herramientas le asistirán en la administración y gestión de su proceso administrativo, sin embargo en la consideración de la organización como una idea en proceso en búsqueda de ser realizada se habrán de revisar las opciones existentes para consulta.

Encontramos evidencia empírica de que las redes sociales son relevantes en la creación de nuevas empresas y en la actuación empresarial. Así, en la fase inicial el fundador del negocio requiere, además del apoyo emocional, un gran número de recursos tangibles e intangibles, entre los que se cuentan los recursos financieros, los conocimientos técnicos y los conocimientos directivos para lograr la puesta en marcha de su empresa. (Valencia de Lara & García Villaverde, 2009, pág. 109)

Dentro de los conocimientos técnicos y directivos se ha planteado que se deben tener presentes aquellos que forman parte de los requerimientos desde una perspectiva legal para la apertura de una empresa. Como tal este proceso también debe estar presente la tecnología de administración de procesos de negocio.

La tecnología de administración de procesos de negocio BMP o Business Process Management es una de las tendencias que se deben estudiar para implementar con ella, además de la actualización de varias bases de datos con una sola transacción, el concepto de ventanilla única. Muchas veces el usuario que se acerca a realizar algún trámite con una entidad del Gobierno debe visitar varias ventanillas, ante la necesidad de hacer algo en aplicaciones diferentes. Como quien dice, si el trámite requiere transacciones con tres programas, se tiene que visitar tres ventanillas para completarlo. Con BMP esto se obvia, porque este software puede, con una sola transacción, mandar los datos que cada aplicación requiere de forma independiente desde una sola ventanilla. (Sanabria Zambrano, 2010)

Esto es precisamente lo que representa para el GE y GA la existencia de las ventanillas únicas y el SARE, pues a través de su implementación se están conjugando estos dos conceptos además de que están estrechamente vinculadas con las herramientas tecnológicas. Esta visión no debe quedarse únicamente en estos esfuerzos sin también ampliarse con base en las tendencias de los usuarios en torno a su consumo de información, esto hace latente que las iniciativas que se tengan respecto a democratizar más estas opciones sean una tarea que requiere la participación tanto de las organizaciones públicas pero también la participación de las iniciativas particulares. En el segmento de las PYMES estos esfuerzos cobran relevancia dadas las características de estas.

Al ser las microempresas un segmento importante dentro de la estructura industrial nacional y al tener un gran impacto en el empleo que se genera, es que se vuelve preponderante impulsar su desarrollo a partir de capacidades de innovación y de acceso a trámites eficientes y de bajo costo que les permita fortalecer su capacidad competitiva, pues en caso contrario, se corre el riesgo de estar generando empleo precario si no hay mejoras en productividad. (Varela Llamas, 2019)

Desde diversas perspectivas los sistemas y desarrollos de aplicaciones informáticas inciden en el nivel competitivo de una PYME que se traducirá en organizaciones fortalecidas y con una mayor expectativa de generar beneficios para su entorno socioeconómico. A nivel mundial hay diversos ejemplos de plataformas electrónicas que están creadas y diseñadas para atender esta necesidad en la apertura de empresas, como el CIRCE (Centro de Información y Red de Creación de Empresas) en España:

Posibilitar la resolución telemática de los trámites necesarios para la creación y puesta en marcha de un negocio: por ejemplo, a través del portal de la Administración General del Estado www.060.es. El centro de información y red de creación de empresas (CIRCE) es un sistema de información que permite realizar de forma telemática los trámites de constitución y puesta en marcha (Prieto García, Álvarez Martínez, & Herráez Vidal, 2013, pág. 230)

En Chile se cuenta con el sitio web www.tuempresaenundia.cl en el que gradualmente se han incorporando distintas clasificaciones de empresas, en Paraguay se cuenta con el SUAUE (Sistema Unificado de Apertura De Empresas), Panamá cuenta con el sitio <https://www.panamaemprende.gob.pa/> para la simplificación de este proceso, entre los diversos ejemplos en Latinoamérica similares al SARE en México. Definitivamente el uso de Internet y las plataformas electrónicas como complementos para apuntar hacia una cultura de simplificación y facilitación de trámites están dentro de la agenda global y en sintonía con las recomendaciones de las instituciones encargadas de vigilar estas prácticas.

3.6. Aplicaciones móviles.

Dentro de las diversas plataformas electrónicas empleadas para albergar los sistemas enfocados en la apertura rápida de empresas, el de las aplicaciones móviles es uno de los que más interesa para este trabajo. El motivo es el papel que está desempeñando en los paradigmas de la comunicación además de la marcada tendencia en el uso de las mismas en los dispositivos móviles. Actualmente el mercado de las aplicaciones a nivel nacional tiene un valor de 2,100 millones de dólares y según datos del INEGI 36.4 % de los mexicanos instalaron alguna en sus dispositivos móviles (Entrepreneur, 2018).

Actualmente más de la mitad de la población mundial hacen uso de Internet, de acuerdo con la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) el 51% de la población mayor de seis años es usuaria de Internet en su mayoría para la descarga de archivos, compras en línea y transacciones bancarias. El uso de las redes sociales se encuentra en un 83% con base en los usuarios totales antes mencionados. Los dispositivos móviles como los smartphones y tablets con usados por un 53% y un 31% respectivamente para acceder a contenidos en línea según datos de la AMIPCI para el año 2015. El 82% de los usuarios de smartphones han descargado una aplicación móvil para su dispositivo. En México, durante el año 2017 se instalaron cerca de 36.4 millones de aplicaciones entre los más de 71 millones de usuarios de la red de Internet con 64 millones conectándose a través de un smartphone a través del cuál consumen un 90% del tiempo total de navegación a través de una aplicación (Jaramillo, 2018). En México se descargan

aproximadamente 60 mil aplicaciones diarias, con un promedio de 20 por dispositivo de las cuales 4 son de paga. El 90% de los usuarios abre sus aplicaciones diariamente.

Las aplicaciones móviles han resultado en un elemento que potencializa el uso de los dispositivos móviles, pues estos en sus contenidos de origen de manufactura, contienen regularmente sólo las aplicaciones necesarias de acuerdo con el fabricante dejando al usuario la posibilidad de descargar aquellas aplicaciones que se adapten a sus hábitos. Estas aplicaciones abarcan una gran variedad de servicios o fines que van desde solicitar un vehículo para transporte, realizar compras en línea, hasta aplicaciones como juegos y plataformas de entretenimiento. Habrá que recordar que actualmente es posible tener estos desarrollos por la gradual especialización que sucedió en estas aplicaciones en su recorrido también de manera paralela a la historia y desarrollo de los dispositivos móviles que en una primera etapa eran muy limitados para albergar estas aplicaciones. La posibilidad de que estos dispositivos logran tener la tecnología para conectarse a Internet resultó en un paso agigantado a través del cual el mercado de las aplicaciones se potenció.

La aparición del iPhone de Apple junto con la del sistema operativo Android surgieron con la opción de sitios o plataformas especiales para la descarga de aplicaciones, en su lanzamiento las opciones en las llamadas tiendas de aplicaciones no rebasaban el medio centenar y actualmente se contabilizan millones de descargas y miles de opciones disponibles. Los datos de una aplicación se pueden alojar en el teléfono o en un servidor remoto con la salvedad de que toda la información relacionada con su uso y la información personal del usuario, en caso de existir, debe ser protegida mediante protocolos de seguridad. En el desarrollo de una aplicación participan normalmente un encargado o supervisor del proyecto quien tiene a su cargo un *userexperience* quien se encarga de definir las características con base en el perfil del usuario final, equipo de mercadotecnia, diseñadores y programadores que en su conjunto materializan el concepto inicial de una aplicación (Velaztegui, 2015).

Los principales desarrolladores de aplicaciones móviles en México son:

Tabla 3.6.-1. Principales desarrolladores de aplicaciones en México.

Desarrollador	Año Inicio	Desarrollador	Año Inicio
Sferea	2009	Wild Robot	2007
Kokonut Studio	-	Totaltech	+10 años
Ironbit	2005	Appsmóviles	2003
Icom Systems	2006	Intelligen Media	2011
ClouSourceIT	ND	Tr3sco	2007

Fuente: Elaboración propia con información de (Ruiz, 2014).

Los sistemas operativos que han acaparado el desarrollo de aplicaciones por ser plataforma para su ejecución son Symbian, Blackberry, iOS (Apple) y Andorid convirtiéndose estas dos últimas en las más populares y extendidas actualmente. Android por su parte cuenta con 2 mil millones de dispositivos activos al mes con una cuota del 87% del mercado a nivel mundial. Por su parte el sistema iOS se encuentra en alrededor de 1.3 mil millones de dispositivos. Las aplicaciones móviles más populares para cada uno de estos dos sistemas dominantes en el globo son:

Tabla 3.6.-2. Aplicaciones más utilizadas por sistema operativo.

Android	iOS
Whatsapp	YouTube
Facebook	Gmail
Messenger	Instagram
Helix Jump	Spotify
Messenger Lite	Netflix

Fuente: Elaboración propia con información de (Velázquez, 2018).

Actualmente hay una tendencia de crecimiento sobre el uso de aplicaciones móviles que está ligado también al creciente uso de dispositivos móviles como los smartphones. Para el segundo trimestre de 2018 se reportó un crecimiento del 6.8% más que el mismo periodo del año 2017. La diversificación de aplicaciones para otro tipo de dispositivos como relojes

inteligentes o pantallas de televisión son otros dispositivos que han incrementado la descarga de aplicaciones. Las aplicaciones de descarga gratuita que dentro de su modelo de negocio obtienen ingresos a través de la venta de publicidad han tenido un desempeño destacable generando en este mismo periodo, ingresos por \$105 millones de pesos. La modalidad de aplicaciones que tienen la opción de compras de contenido adicional, mismas que llegan a los 10.3 millones de usuarios, generaron ingresos por \$1,798 millones de pesos. Las aplicaciones de pago, con 6 millones de usuarios, registraron ingresos por poco más de \$710 millones de pesos. Estas dos últimas opciones, en su modelo de negocio, representan una oportunidad de ingresos interesante para los desarrolladores, sin embargo, la opción de aplicaciones de pago irá decreciendo para mudar a la opción de pago de contenidos dentro de aplicaciones de descarga gratuita de acuerdo con expertos en la materia (CIO, 2018).

Para el desarrollo de un brief adecuado para el desarrollo de una aplicación móvil se consideran aspectos muy específicos como son: mercado, objetivo, condiciones, arquitectura de información, inversión y desarrollo.

- Mercado: Se refiere a la definición del perfil de los usuarios finales de esta aplicación. Reunir la información respecto a las características demográficas y socioeconómicas como también de sus necesidades para de esta manera tener una proyección de cuáles estrategias serán adecuadas para que los usuarios potenciales consideren necesario el desarrollo a través de su promesa de valor.
- Objetivo: Definir cuál será el objetivo del desarrollo y situarlo en una línea de tiempo siempre preguntándose cuál será su expectativa una vez que la aplicación sea lanzada al mercado. Es recomendable no definir múltiples objetivos sino considerar uno y a partir del mismo ir trazando los siguientes pasos sin desviarse de su eje mandatorio.
- Condiciones: En este paso se deben visualizar las condiciones en las que el usuario potencial, de acuerdo a su perfil, utilizará la aplicación. Sumado a lo anterior se debe definir en cuál sistema operativo va a operar y cuáles son las características de los dispositivos para tener una idea de las limitaciones como también de áreas que puedan potenciarse a partir de estas.

- **Arquitectura de Información:** El orden y secuencia que va a tener la aplicación respecto a su información y contenido es clave para su diseño y desarrollo. Se deben considerar a modo de mapa conceptual cómo estará organizada y jerarquizada la información considerando su objetivo y funciones imprescindibles para que la experiencia del usuario sea fluida y de acuerdo con las expectativas que genere la idea central que tenga la aplicación.
- **Inversión:** A partir de la serie de definiciones de los pasos anteriores llega el momento de hacer una proyección financiera respecto a su costo estimado, realizar ajustes y sobre todo enfocarse en maximizar el presupuesto con base en ello. Otro aspecto importante es que a través de esta proyección se definan cuáles son o serían los recursos necesarios para el desarrollo de la aplicación. Con base en el mercado meta habrá que estimar a partir de cuál modelo de negocio se parte y en cuál es el punto que se pretende alcanzar para la recuperación de la inversión.
- **Desarrollo:** En este paso se debe identificar quién o quiénes son los proveedores adecuados para el desarrollo de la aplicación. Para ello se debe determinar si estos han estado enfocados en un proyecto similar, cuáles son sus especialidades con base en las plataformas, sistemas operativos o dispositivos, como también comparar cuáles se ajustan al presupuesto definido. Este paso es determinante para que todo el proceso anterior sea concebido y potencializado con base en la experiencia de los desarrolladores. Claro está que la participación de otros criterios y expertos darán una última revisión y aportación a la concepción inicial de la idea.

A partir del desarrollo vendrán los pasos de lanzamiento mismo que dependerá de la plataforma elegida y tendrá que ser acompañada de una estrategia de comunciación y campaña de mercadotecnia y publicidad, y el paso de retroalimentación que para este tipo de desarrollos informáticos, puede obtenerse a través de la misma aplicación y también con las opiniones, comentarios y calificaciones de los usuarios en las plataformas de distribución especializadas para estas aplicaciones.

Capítulo IV. Metodología

4.1. Descripción de la aplicación

La aplicación que se pretende desarrollar tiene como objetivo reunir la información de los requisitos necesarios para la apertura de un negocio de bajo impacto en el Municipio de Puebla. La concepción de esta idea parte de la experiencia relacionada con la intención de abrir y regularizar un negocio. A través de su realización se identificaron distintos lugares destinados para realizar trámites en particular así como también formatos y documentación específica. Si bien la información de estos trámites puede ser consultada en línea a través del enlace <http://www.pueblacapital.gob.mx/tramites-empresariales/item/4768-apertura-rapida-de-empresas-bajo-impacto> y <http://pueblacapital.gob.mx/aviso-de-apertura-de-negocios> , la propuesta que se presenta en este trabajo es la de seguir una tendencia que permita colocar esta información en una plataforma más apegada a los hábitos de consumo de información actuales.

Es a partir de esto que se concibe el desarrollo de una aplicación que concentre la información sobre los trámites y requisitos, que sirva como guía y al mismo tiempo ofrezca la posibilidad de realizar un diagnóstico para conocer el estado actual contra el estado ideal en lo relacionado al cumplimiento y regularización de los requisitos para la apertura de un negocio de bajo impacto.

Otro de los motivos para decidir este formato es el actual uso de los dispositivos móviles y la descarga de aplicaciones para satisfacer necesidades de entretenimiento, educación y consulta.

El desarrollo de la aplicación debe estar sustentado por la información que apunte a cómo es valorado su uso y utilidad por parte del segmento de personas que se encuentren en el rango que interesa como receptores de los beneficios de la información que se pretende incluir en la aplicación. Para ello es necesario determinar características como el perfil demográfico y la intención de apertura de un negocio, su opinión y posturas respecto a las soluciones que actualmente se ofrecen en materia de accesibilidad, requerimientos, uso de tecnología de acceso

a la información y de manera más específica al uso de aplicaciones.

Para lograr satisfacer y recolectar las necesidades de información que ayuden a justificar el desarrollo de esta aplicación se elaboró un instrumento de encuesta con preguntas dicotómicas y de escala Likert que serán aplicadas al tamaño de la muestra que arroje el cálculo del universo de sujetos que se encuentren en el rango de edad que interesa en el proyecto. Una vez recolectada esta información se procederá a determinar aspectos relevantes para la toma de decisiones en el desarrollo y diseño del contenido de la aplicación.

La configuración de la aplicación considera aspectos como: determinar los trámites que serán incluidos, el orden secuencial y lógico de los mismos, reunir la información relacionada con los trámites incluyendo los formatos necesarios, determinar cómo se podría realizar un diagnóstico a través de la autoevaluación para presentar un resultado, determinar el diseño con base en el uso de una plantilla así como elementos gráficos de identidad, finalmente se procedería a la programación con el objetivo de lograr una aplicación ergonómica, intuitiva, concreta y de fácil acceso.

4.2. Metodología

La metodología utilizada en el desarrollo de esta investigación está basada en el libro Metodología de la Investigación de Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio (Hernández S. Roberto, 1991), además de las recomendaciones y dirección del Dr. Amado Torralba Flores. En este capítulo se verán aspectos relacionados con el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación, su diseño, selección, tipo y tamaño de la muestra, la realización de la recolección de datos, el instrumento de medición y el análisis de los resultados.

4.3. Planteamiento del problema

Como se expuso en el primer capítulo de este trabajo, la formalización de los negocios de bajo riesgo y su apertura dependen en gran manera de la disponibilidad de la información, de la simplificación y la facilitación para realizar los trámites. Por esta dependencia es que a nivel global se han emitido las recomendaciones pertinentes para que desde los órganos establecidos para la realización de estos trámites, se realicen las acciones orientadas a la simplificación y facilitación de estos requisitos. De este modo es como han surgido los conceptos tales como el de las ventanillas únicas o los sistemas de apertura rápida de empresas. Considerando la existencia de estas iniciativas lo que se plantea es a través de cuáles otras herramientas es posible difundir y hacer disponible la información considerando las tendencias actuales relacionadas con el consumo de información.

Considerando las opciones se determinó que uno de los desarrollos informáticos más utilizados en la actualidad, es el de las aplicaciones y dentro de la diversidad de estas, se encuentran a las aplicaciones móviles como exponentes de las más utilizadas y con un crecimiento en su desarrollo. A partir de esto se determinó la necesidad de conocer la viabilidad de su desarrollo para albergar la información relacionada con la apertura de una empresa y saber si su uso puede incidir en la intención de abrir una empresa de bajo impacto además de formalizarla considerando los requisitos necesarios. Estas consideraciones conducen a una investigación para obtener la información que soporte la hipótesis planteada en el sentido de que una herramienta de este tipo podría incidir en la formalidad y apertura de PYMES de bajo impacto entre el perfil de emprendedores en el municipio de Puebla.

4.4. Objetivos de investigación

Los objetivos de investigación establecidos son los siguientes:

- A través del instrumento, obtener información sobre el perfil de los sujetos de investigación para asociar esta a las características del diseño y estructura que en la aplicación se deben contemplar.

- Determinar cuál es la postura de los encuestados respecto al emprendimiento considerando:
 - Experiencia sobre emprendimiento.
 - Intención hacia el emprendimiento.
 - Antecedentes de emprendimiento.

- Definir cuál es su acercamiento y conocimiento acerca de la información disponible para la apertura de un negocio de bajo impacto en el municipio de Puebla en los siguientes aspectos:
 - Conocimiento de requisitos para la apertura de una empresa de bajo impacto en el municipio de Puebla.
 - Postura respecto a la accesibilidad de la información para la apertura de empresas.
 - Utilidad que se le da a la información existente sobre la apertura de empresas.

- Conocer su hábito de uso de aplicaciones móviles, su opinión respecto a la utilización de esta para obtener información y su intención a utilizarla como una herramienta que le asista en la formalización y apertura de un negocio de bajo impacto, específicamente:
 - Uso de aplicaciones móviles en la cotidianidad.
 - Las aplicaciones móviles como fuente de información.
 - Intención de uso de una aplicación para obtener información de los requisitos para la apertura de un negocio.

4.5. Diseño de la Investigación

Esta investigación es cuantitativa de carácter no experimental, transeccional descriptiva por la razón de estar dirigida a un grupo de personas en un momento determinado y sin intervenir de manera alguna para alterar o modificar las variables, la intención fue de indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan una o más variable respecto al uso de una aplicación móvil como herramienta para la apertura de un negocio de bajo impacto (Hernández S. Roberto, 1991). La encuesta fue difundida a través de internet a través de un formulario electrónico.

4.6. Selección de la muestra

4.6.1. Unidad de análisis

Los sujetos a análisis en esta investigación son personas pertenecientes a la Generación Y (Millennials 1981-1995) que cuentan con un dispositivo móvil, hacen uso de aplicaciones y tienen un genuino interés en el tema de emprendimiento dentro del municipio de Puebla.

4.6.2. Tipo de muestra

La muestra se obtuvo por conveniencia para facilitar la aplicación de la encuesta y para que los perfiles coincidieran con los considerados específicamente en cuanto a edad, hábitos de uso e involucramiento con el tema de emprendimiento esto con la finalidad de obtener información más apegada al planteamiento sobre el uso de aplicaciones móviles para objetivos de apertura de negocios.

4.6.3. Tamaño de la muestra

Para el tamaño de la muestra se consideraron a las mujeres y hombres habitantes del municipio de Puebla, nacidos entre el año de 1981 y 1995, con un nivel educativo mínimo de educación

superior. De acuerdo con los datos más recientes del INEGI para el año 2010, el número de personas que reúnen este perfil en el municipio de Puebla son 130,313. La fórmula utilizada para determinar el tamaño de la muestra es la siguiente:

Figura 4.6.3-1. Fórmula para calcular el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Fuente: (PSYMA, 2015)

En donde N= Tamaño de la población (130,313), Z= nivel de confianza (1.96), p= probabilidad de éxito o proporción esperada (.5), q= probabilidad de fracaso (.5) y d= error admisible (.05).

Con base en esta fórmula se obtiene un tamaño de muestra de 383 encuestas.

4.7. Recolección de datos

4.7.1. Instrumento de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos es un cuestionario de elaboración propia que consta de 20 preguntas y una sección de apertura en la que se solicitan datos relacionados con el perfil demográfico del encuestado. Las preguntas contemplan cuatro aspectos que interesan para esta investigación:

- El perfil como emprendedor del encuestado basado en sus antecedentes, en su experiencia y en su intención relacionado con la apertura de una empresa de bajo impacto.
- El conocimiento respecto a los requisitos actuales en materia de apertura de negocios por parte del ayuntamiento en el municipio de Puebla, así como también el efecto de la información para la toma de decisiones relacionadas con la apertura de una empresa.

- La familiarización y uso de aplicaciones móviles en sus necesidades cotidianas de información.
- La consideración de uso de una aplicación móvil como herramienta para obtener información relacionada con los requisitos para la apertura de un negocio y el efecto que esta tendría para la toma de decisiones del encuestado.

Las preguntas del cuestionario están redactadas como afirmaciones, para las respuestas se utilizó una escala de Likert de 5 opciones, con excepción de la pregunta 1 y 2 (dicotómicas con opción de Sí y No):

Tabla 4.7.1.-1. Escala de Likert utilizada para el instrumento de recolección de datos.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Fuente: Elaboración propia.

El cuestionario cuenta con una sección inicial de preguntas en las que se incluye campos de edad, género, estado civil, nivel educativo, hijos, ocupación y tipo de vivienda. El tiempo para contestarlo se calcula en no más de 5 minutos.

4.7.2. Aplicación del instrumento de recolección de datos.

La recolección de datos se realizó durante el último trimestres de 2016 a través de la difusión del enlace para un formulario electrónico (Anexo 4.7.2.1.) en la plataforma de Google Docs (<https://goo.gl/forms/5tamxLqMqkZGmZzg2>), entre los perfiles referenciados y seleccionados de acuerdo con las características. Las encuestas que se realizaron de manera personal se hicieron con el apoyo de una Tablet con conexión compartida de internet a través de un dispositivo móvil para de esta manera enlazar el formulario electrónico en tiempo real. El instrumento de medición se encuentra en el Anexo 4.7.2.2. (Encuesta).

4.9. Análisis de Resultados

A continuación se presentan los resultados que se obtuvieron a través del instrumento difundido y aplicado entre los sujetos de estudio de acuerdo con las características especificadas.

4.9.1. Análisis estadístico descriptivo

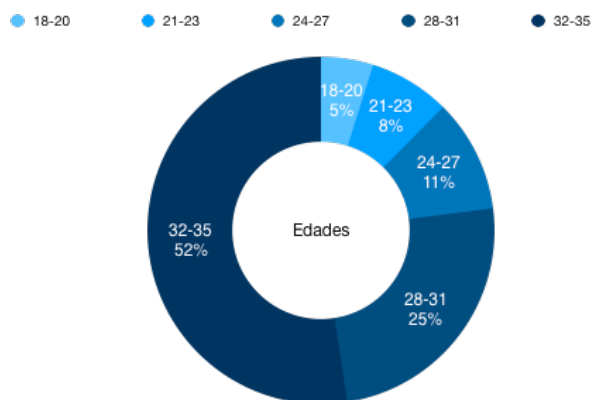
El análisis descriptivo se realizó a partir de obtener una base de datos como resultado de la aplicación del instrumento, misma que se trabajó con el software de hojas de cálculo Excel de la paquetería Office de Microsoft. A partir del análisis se elaboraron las gráficas y el análisis correspondiente de los resultados.

4.9.2. Composición de la muestra

Se presentan los datos de la primera sección del instrumento relacionados con datos generales respecto al perfil de los sujetos de estudio.

En esta primera gráfica se observa la distribución de edades destacando en primer lugar las que oscilan entre los 28 y 35 años de edad por la razón de su selección para responder al requisito generacional.

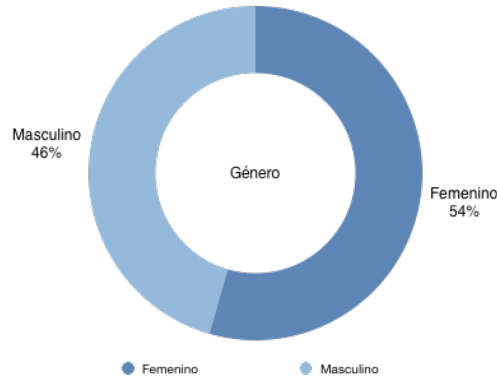
Gráfica 4.9.2.-1. Rangos de edades de encuestados.



Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

En la segunda gráfica se tiene la distribución por género predominando del femenino con 54% sobre el masculino, con un 46%.

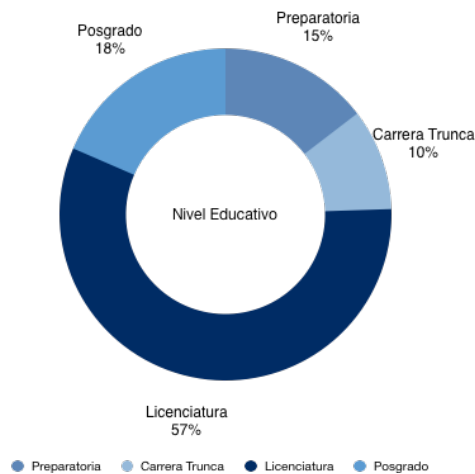
Gráfica 4.9.2.-2. Género de encuestados.



Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

El nivel educativo predominante entre los sujetos de estudio es de licenciatura con el 57%, un 10% respondieron que, si bien iniciaron una carrera, no la concluyeron.

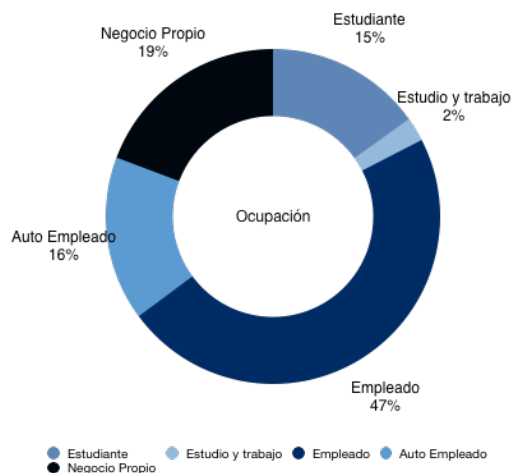
Gráfica 4.9.2.-3. Nivel educativo de encuestados.



Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

En el tema de ocupación se encontró un 47% de encuestados que actualmente son empleados, contra un 19% de emprendedores que cuentan con un negocio propio y 16% de auto empleados que no identifican su actividad como un negocio propio como tal.

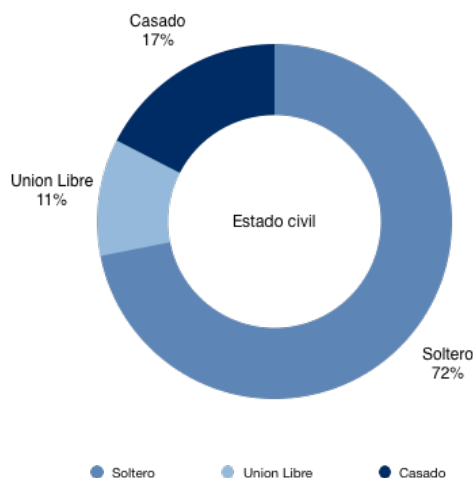
Gráfica 4.9.2.-4. Ocupación de encuestados.



Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

Con relación al estado civil, el 72% de los encuestados se declararon como solteros mientras que el restante 28% respondió tener una relación en unión libre o por matrimonio.

Gráfica 4.9.2.-5. Estado civil de encuestados.

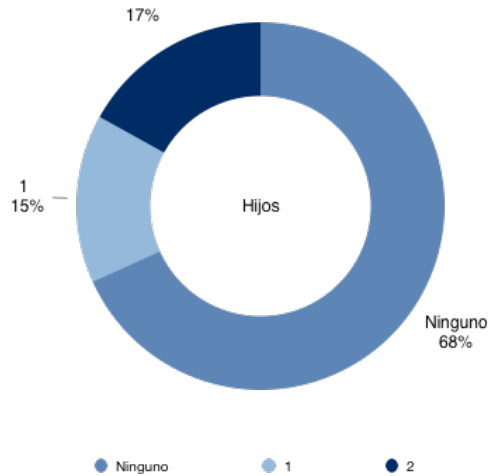


Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

La cantidad de encuestados que no tienen hijos está casi a la par del porcentaje de quienes se declararon solteros con un 68%, 15% respondieron que tienen un hijo mientras que el 17%

restante dos hijos.

Gráfica 4.9.2.-6. Número de hijos.



Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

Si bien el 39% respondió tener una casa propia, la suma de quienes rentan o viven con sus padres en conjunto se eleva al 61% restante.

Gráfica 4.9.2.-7. Tipo de vivienda.



Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

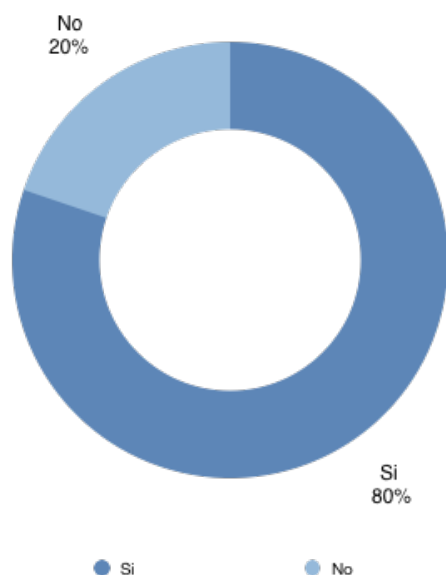
4.10.2. Resultados de la muestra

Los resultados que se presentan a continuación son los relacionados a las 20 preguntas contenidas en el instrumento de recolección de datos con base en la estructura que se determinó para cada sección. Estos se presentan en gráfica de dona para las respuestas dicotómicas y en barras para identificar hacia cuál nivel de la escala Likert se manifestaron las respuestas a las afirmaciones presentadas.

4.10.2.1. Perfil emprendedor

1.- En mi familia existe al menos un caso de emprendimiento de negocio.

Gráfica 4.10.2.1.-1 Antecedente familiar de emprendimiento.

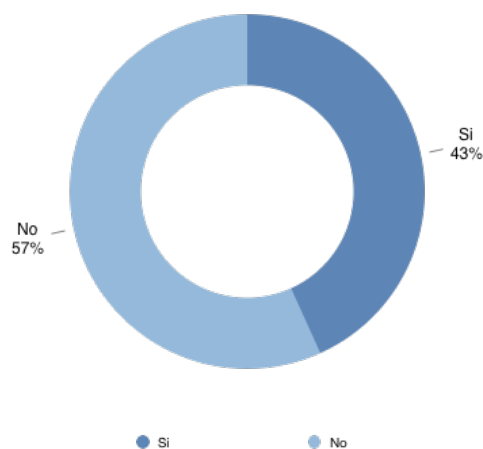


Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

Dado el elevado porcentaje del 80% con relación a casos de emprendimiento en el entorno familiar se asume que, en el municipio de Puebla entre los perfiles seleccionados para ser sujetos de encuesta, hay una disposición a emprender algún tipo de negocio.

2.- He emprendido un negocio por cuenta propia.

Gráfica 4.10.2.1.-2. Porcentaje de emprendedores.

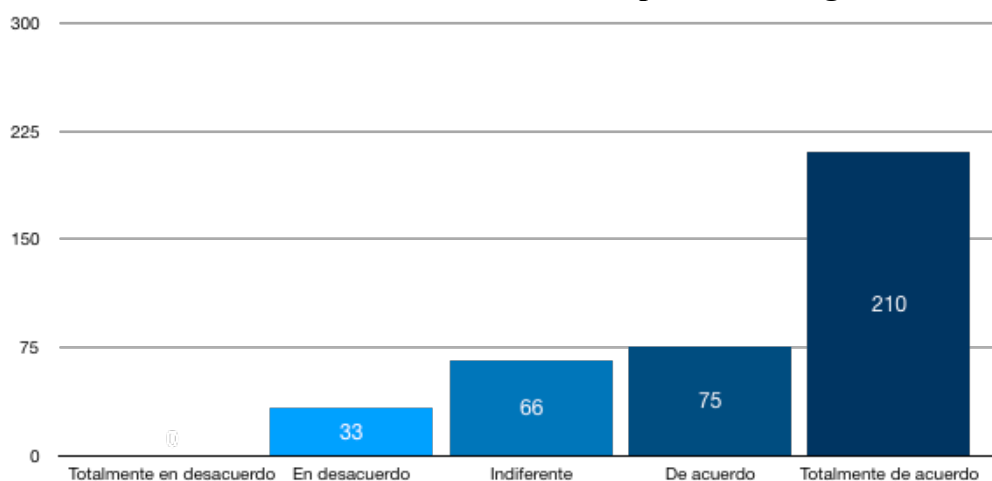


Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

Poco menos de la mitad de los encuestados con el 43%, han emprendido o han tenido la intención de iniciar un negocio, mientras que el 57% no lo ha hecho. Esto habla en cifras que 1 de cada 2 encuestados aproximadamente ya han tenido una experiencia de emprendimiento.

3. Tengo la intención de abrir un negocio próximamente.

Gráfica 4.10.2.1.-3. Intención de apertura de negocio.

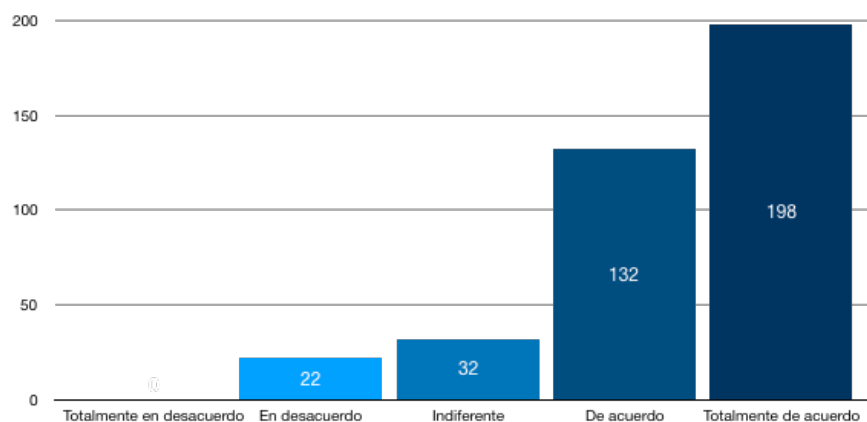


Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

La intención de abrir un negocio se inclina hacia las opciones de totalmente de acuerdo y de acuerdo con un total del 74% de encuestados lo que habla del marcado perfil de emprendedor entre los participantes de la investigación.

4. Me considero una persona con espíritu emprendedor.

Gráfica 4.10.2.1.-4. Identificación como emprendedores.



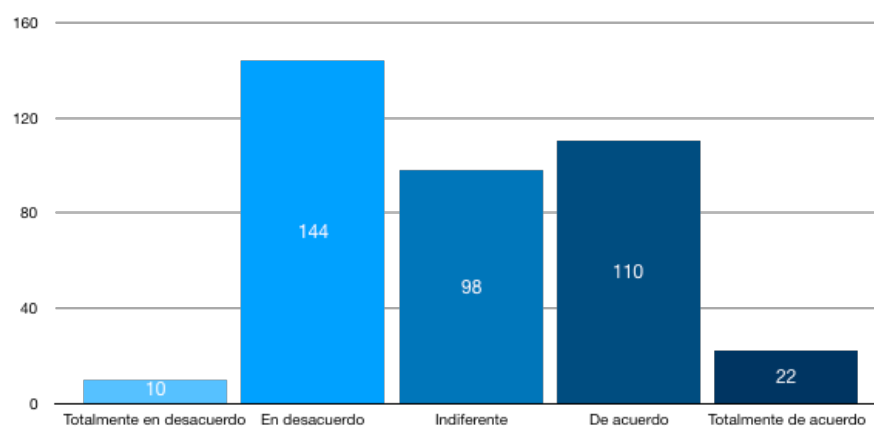
Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

Lo anterior coincide con la percepción que tienen los encuestadores respecto a si se consideran emprendedores, 51% optaron por el totalmente de acuerdo mientras que 34% estuvieron de acuerdo, sumando un total de 85% que se identificaron como emprendedores.

4.10.2.2. Conocimiento de requerimientos

5. Conozco todos los requisitos para la apertura de un negocio de bajo impacto.

Gráfica 4.10.2.2.-1. Conocimiento de requisitos para abrir un negocio.



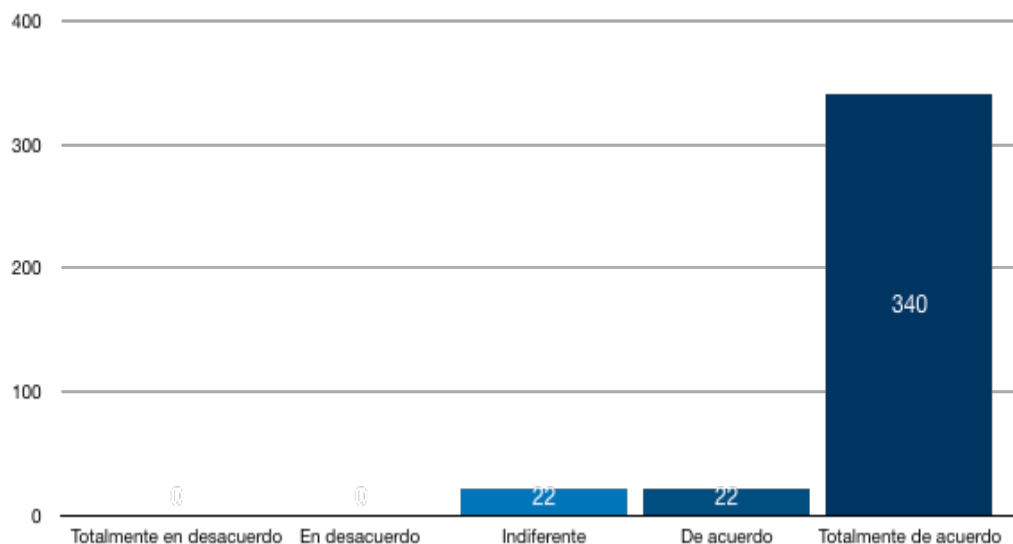
Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

Un total del 37% de los encuestados se ubicaron en la postura de desacuerdo respecto al conocimiento de los requisitos para la apertura de un negocio de bajo impacto, 25% se mantuvieron como neutrales y 34% personas estuvieron de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Esto contrasta con el hecho de que, si bien una gran parte de los encuestados se identifican como emprendedores, eso no significa que tengan pleno conocimiento de los requisitos de apertura.

6. Considero que es importante conocer los requisitos para la apertura de un negocio.

Gráfica 4.10.2.2.-2. Importancia de conocer los requisitos de apertura de un negocio.



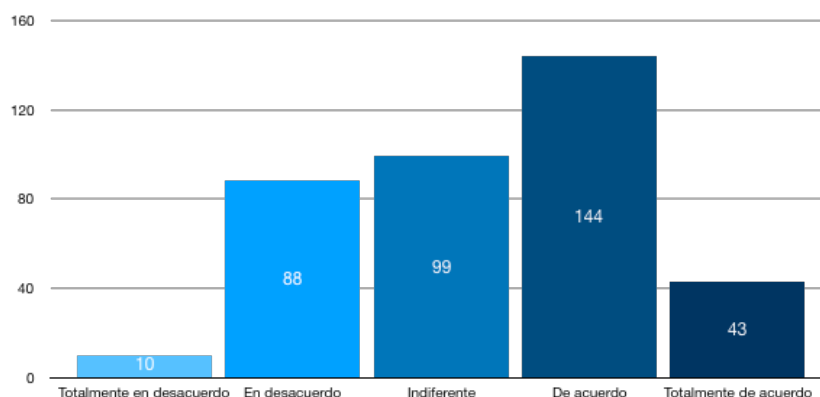
Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

La gran mayoría con el 88% de los encuestados, consideran que conocer estos requisitos para la apertura de un negocio de bajo impacto, es importante. Esto habla de la certeza que hay entre los perfiles de la necesidad de conocer esta información.

4.10.2.3. Accesibilidad de la información

7. Considero que actualmente en el municipio de Puebla se tiene acceso a la información sobre los requisitos para la apertura de un negocio.

Gráfica 4.10.2.3.-1. Percepción de acceso a la información en el municipio de Puebla.

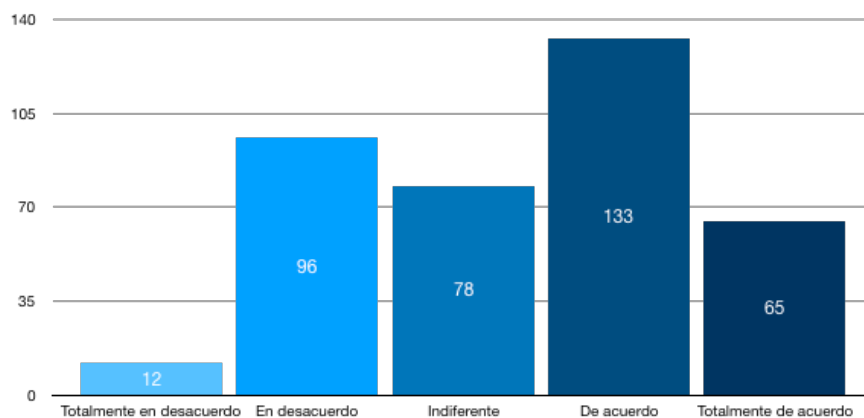


Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

La postura de los encuestados respecto a la accesibilidad de la información en el municipio de Puebla tiene una distribución similar a la del conocimiento que estos tienen sobre los requisitos, aunque en este caso con opiniones concentradas en estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con el 48%.

8. Actualmente se pueden identificar las dependencias en las que se deben realizar los trámites para la apertura de un negocio.

Gráfica 4.10.2.3.-2. Identificación de dependencias de gobierno para trámites.



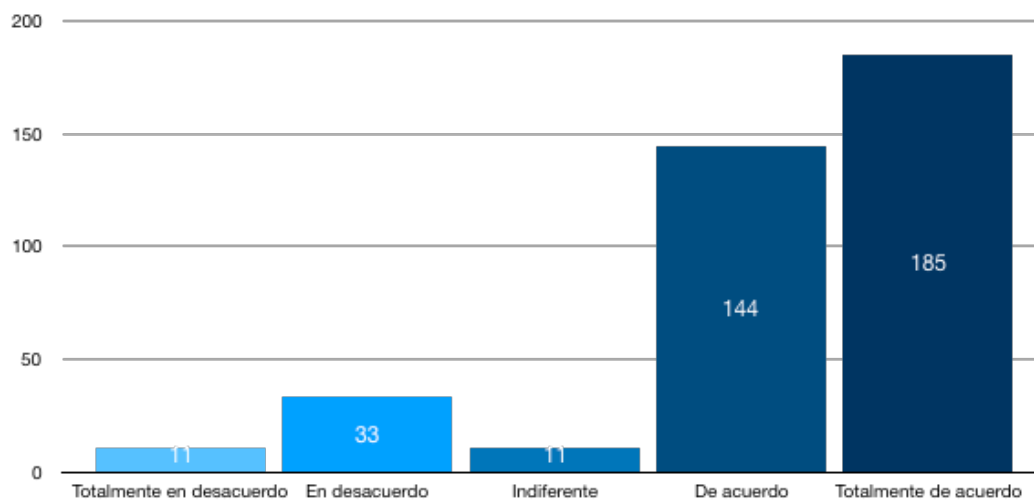
Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

No hay unanimidad respecto a identificar cuáles son las dependencias de gobierno en las cuáles están ubicados los distintos trámites que deben realizarse para la apertura de un negocio de bajo impacto, esto contrasta mucho con el concepto de ventanilla única que se ha querido adoptar pues aún en ese caso no parece ayudar a transmitir el mensaje, 34% dicen estar de acuerdo con identificar las dependencias mientras que el 25% está en desacuerdo.

4.10.2.4. Trámites

9. Conocer los trámites para la apertura de una empresa contribuiría a reducir la informalidad.

Gráfica 4.10.2.4.-1. Percepción de conocimiento de requisitos de apertura como factor para reducir la informalidad.

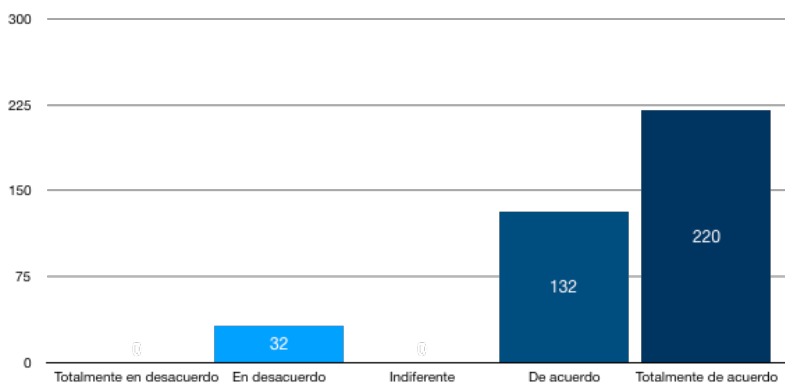


Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

Los encuestados se manifestaron en una gran parte de acuerdo y totalmente de acuerdo con un 85% en reconocer que el conocimiento de los trámites para la apertura de una empresa podría contribuir a reducir la informalidad de las mismas, esto apunta a que la difusión de estos tendría un impacto positivo de acuerdo con los perfiles consultados.

10. Una ventanilla única para realizar los trámites para la apertura de un negocio, ayudarían a la apertura y formalización de más empresas.

Gráfica 4.10.2.4.-2. Ventanilla única como generadora de apertura y formalización de empresas.

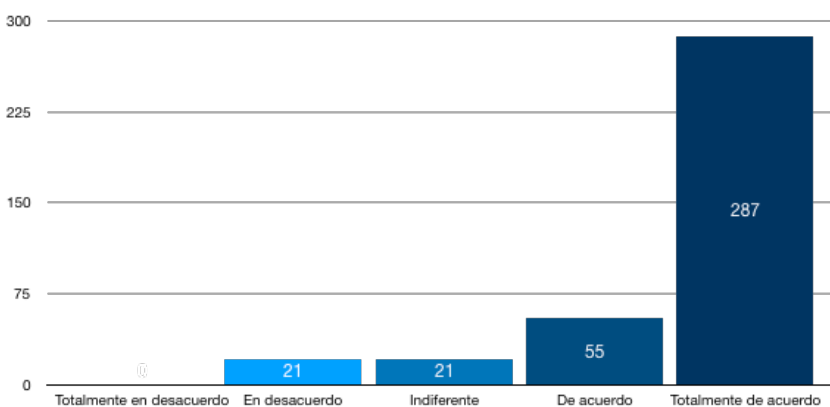


Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

En una cantidad similar a la pregunta anterior hay una tendencia hacia estar de acuerdo con el 34% y totalmente de acuerdo con el 57% cuando se trata de reconocer a las ventanillas únicas de trámites como un factor que ayudarían a la apertura y formalización de más empresas. A partir de esto se reconoce la utilidad de una ventanilla única para emprendedores como una acción que tiene una percepción positiva.

11. Conocer a fondo los requisitos para cada trámite facilitaría mi intención y toma de decisiones para abrir un negocio.

Gráfica 4.10.2.4.-3. Conocimiento de requisitos de apertura de negocio para facilitar toma de decisiones.

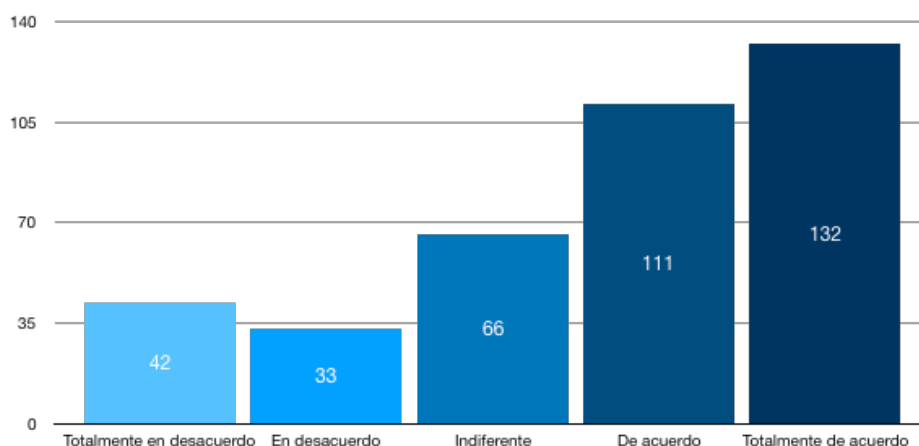


Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

Los encuestados se muestran totalmente de acuerdo con un 74% respecto a la idea de que un conocimiento más amplio sobre los requisitos de cada trámite tendría un impacto en facilitar su toma de decisiones para abrir un negocio. De este modo se reconoce que la difusión de esta información podría impulsar más la apertura de empresas.

12. He utilizado mi dispositivo móvil para consultar información relacionada con trámites en dependencias de gobierno.

Gráfica 4.10.2.4.-4. Utilización de dispositivo móvil para obtener información de dependencias de gobierno.



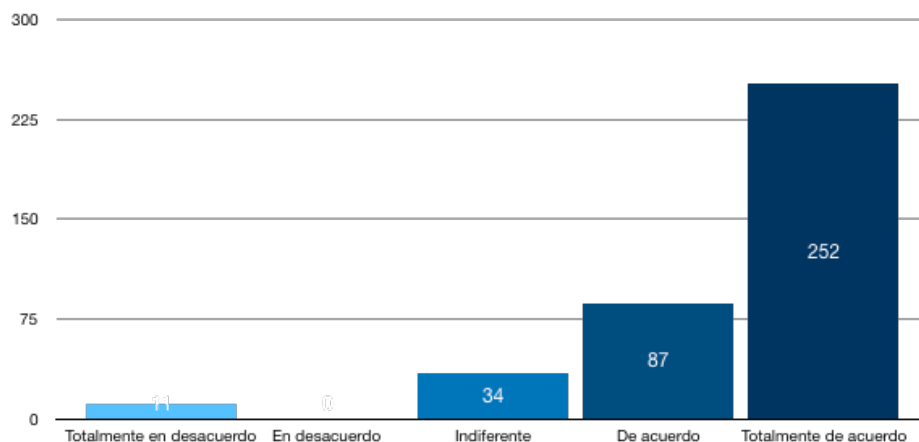
Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

La utilización de los dispositivos móviles para consultar información relacionada con trámites en dependencias de gobierno es una práctica que el 63% de los encuestados ha realizado, esto indica la tendencia que hay respecto a la búsqueda de información en plataformas tecnológicas móviles peor en este caso cuando se trata de trámites relacionados con el gobierno aún con el 20% sumado de en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

4.10.2.5. Uso de tecnología

13. Realizo búsquedas de información a través de dispositivos móviles.

Gráfica 4.10.2.5.-1. Uso de dispositivos móviles para búsqueda de información.

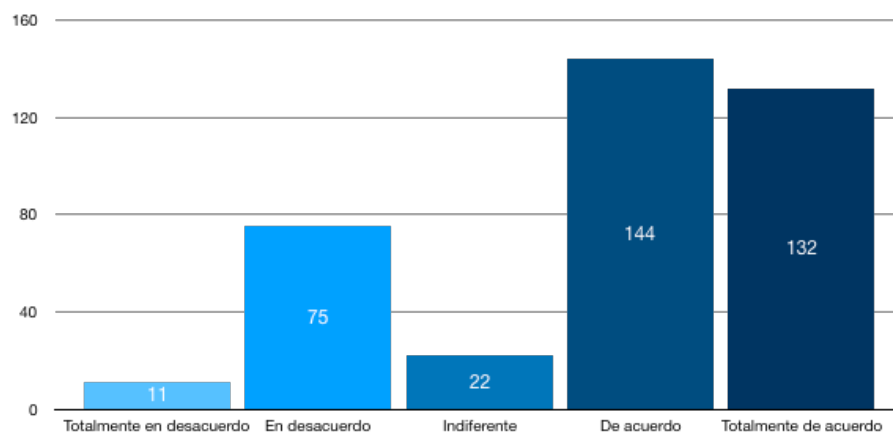


Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

Cuando se trata de generalizar el concepto de las búsquedas de información a través de dispositivos móviles es cuando se encuentra una gran mayoría que se ubica en de acuerdo y totalmente de acuerdo con el 88%, esto coincide plenamente con la tendencia que hay en el uso de estas herramientas como de uso cotidiano para estas acciones.

14. Considero que los dispositivos móviles sustituirán el uso de equipos de escritorio.

Gráfica 4.10.2.5.-2. Expectativa de uso de dispositivos móviles para reemplazar equipos de escritorio.



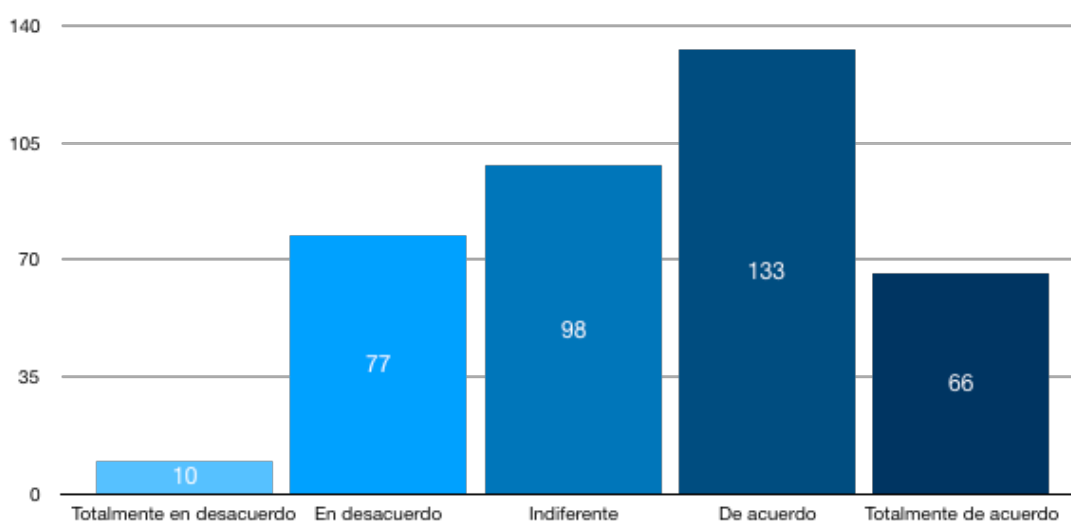
Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

Entre los encuestados, aunque existe una marcada opinión respecto a la factibilidad de que los equipos móviles sustituyan a los fijos o de escritorio con el 34% totalmente de acuerdo y el 37% de acuerdo, llama la atención que el 28% no se hayan manifestado del todo de acuerdo ante esta idea, se puede interpretar que en los equipos de escritorio aún se realizan tareas que no necesariamente podrían realizarse en dispositivos móviles.

4.10.2.6. Uso de aplicaciones móviles

15. Las aplicaciones para dispositivos móviles son fuente de información para mi toma de decisiones.

Gráfica 4.10.2.6.-1. Aplicaciones móviles como fuente de información.

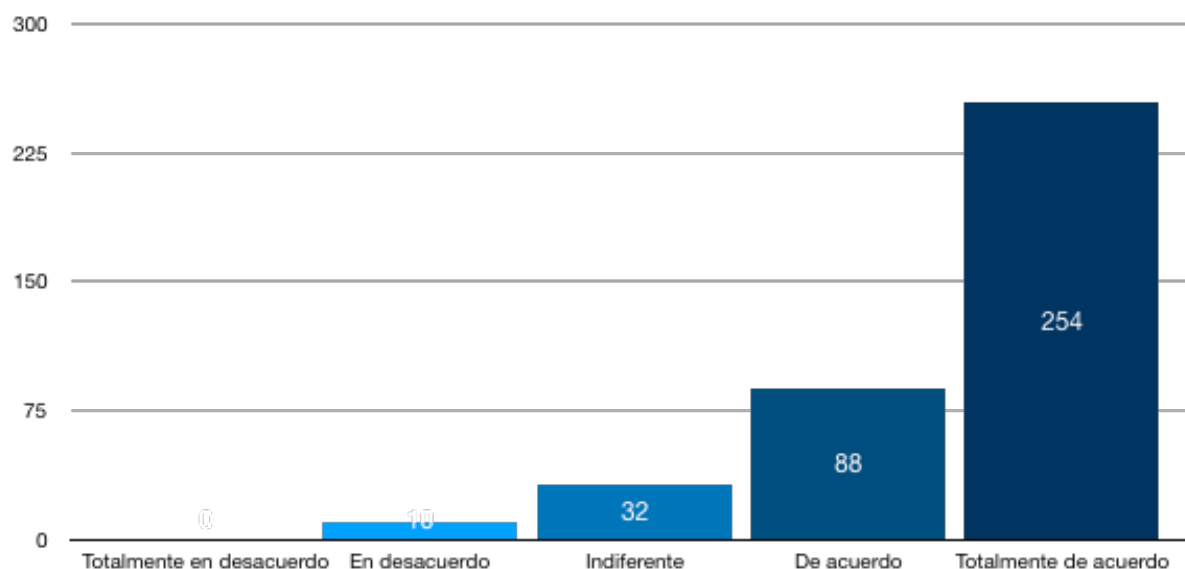


Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

Las anteriores preguntas aportaron una idea más generalizada respecto al uso de los dispositivos móviles para el acceso a información específica, sin embargo tratándose de aplicaciones móviles y su uso específico como fuente de información para la toma de decisiones, el 48% se mantuvo por debajo de estar de acuerdo o totalmente de acuerdo. Esto representa casi la mitad y es un indicador de que no hay un grueso significativo que utilice las aplicaciones móviles como fuente de información para la toma de decisiones aunque con la tendencia de su uso quizás es una cuestión de tiempo y adopción de su uso. Estuvieron de acuerdo con la afirmación un 19% y totalmente de acuerdo el 17% de los encuestados.

16. Una aplicación con toda la información relacionada con los requisitos para la apertura de una empresa me ayudaría a decidirme a abrir un negocio propio.

Gráfica 4.10.2.6.-2. Uso de aplicación con información de apertura de empresas como detonante de apertura de negocios.

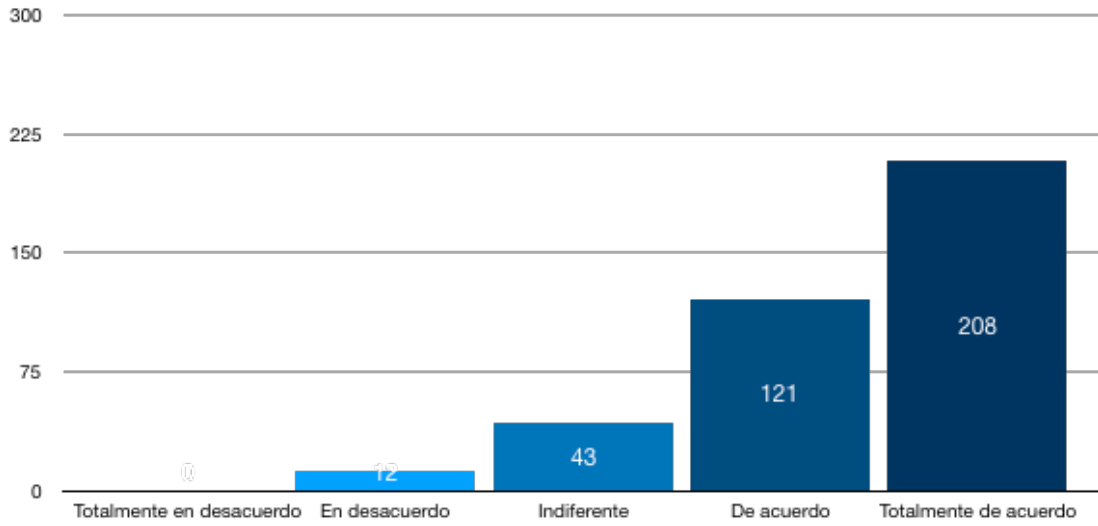


Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

La existencia de una aplicación específica que contenga la información de los requisitos para la apertura de una empresa es una opción que de acuerdo con los encuestados ayudaría mucho a tomar la decisión de abrir una, esto con un 89% que se ubican en las respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo. Con esto se infiere que la aportación positiva que puede tener el desarrollo de una aplicación con estas características en cuanto al emprendimiento.

17. Una aplicación que me ayudara a diagnosticar mi nivel de cumplimiento para la apertura de una empresa me ayudaría a tomar mejores decisiones.

Gráfica 4.10.2.6.-3. Aplicación con diagnóstico de cumplimiento como facilitador de toma de decisiones.

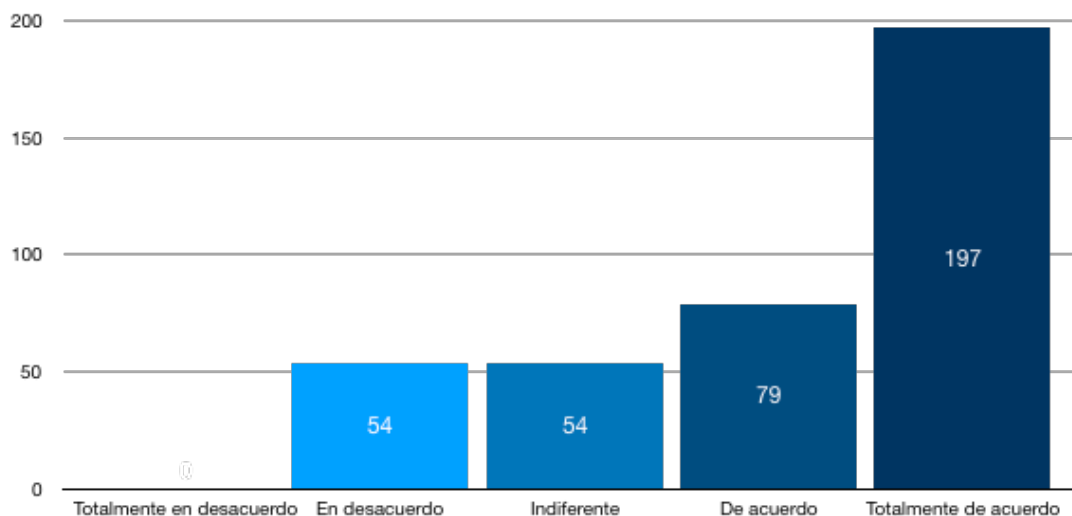


Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

En términos más específicos de lo que significaría que una aplicación móvil arrojara un diagnóstico sobre el cumplimiento en materia de requisitos para apertura de un negocio y ayudar en la toma de decisiones, los encuestados se decantaron por estar de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 85%, lo que indica que no sólo la información que pudiera contener la aplicación sería significativa para los usuarios objetivo sino que también agregaría valor incluir algún tipo de checklist relacionado con el cumplimiento de los trámites.

18. Considero como una buena iniciativa el desarrollo de aplicaciones que ayuden a la planeación para la apertura de un negocio.

Gráfica 4.10.2.6.-4. Percepción de utilidad de aplicaciones móviles como facilitadores de planeación empresarial.

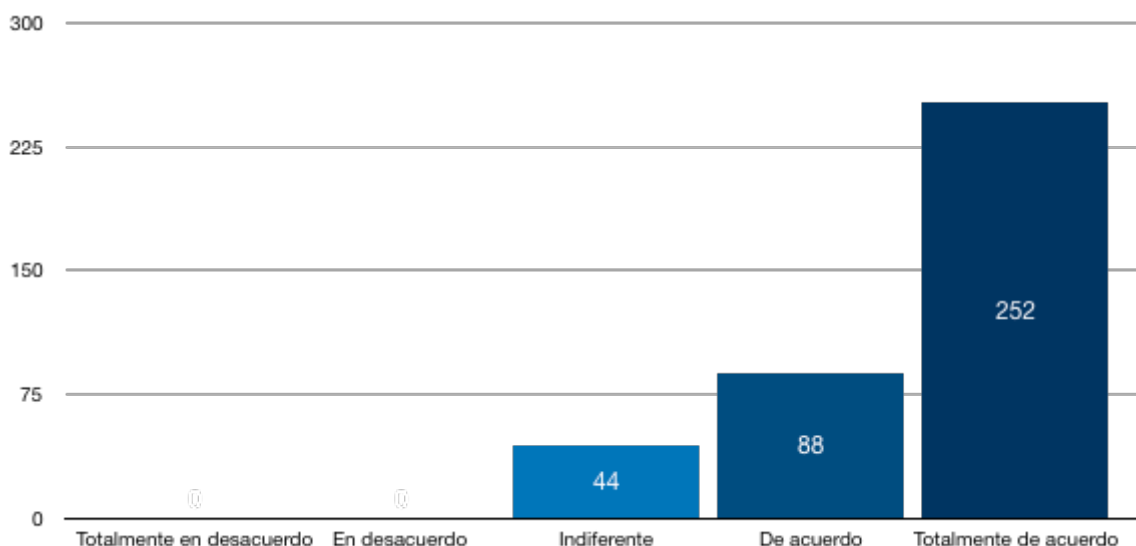


Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

Como iniciativa, el 71% muestran estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con el desarrollo de aplicaciones que asistan en la planeación para la apertura de un negocio, una postura no tan contundente como se mostró en la pregunta anterior quizás por el concepto de planeación que es más específico y quizás tenga una concepción más diversa para los encuestados con relación a las aplicaciones móviles.

19. Considero que una aplicación que me guíe para la apertura de un negocio podría sustituir una asesoría pagada.

Gráfica 4.10.2.6.-5. Aplicación móvil con información como sustituto de una asesoría.

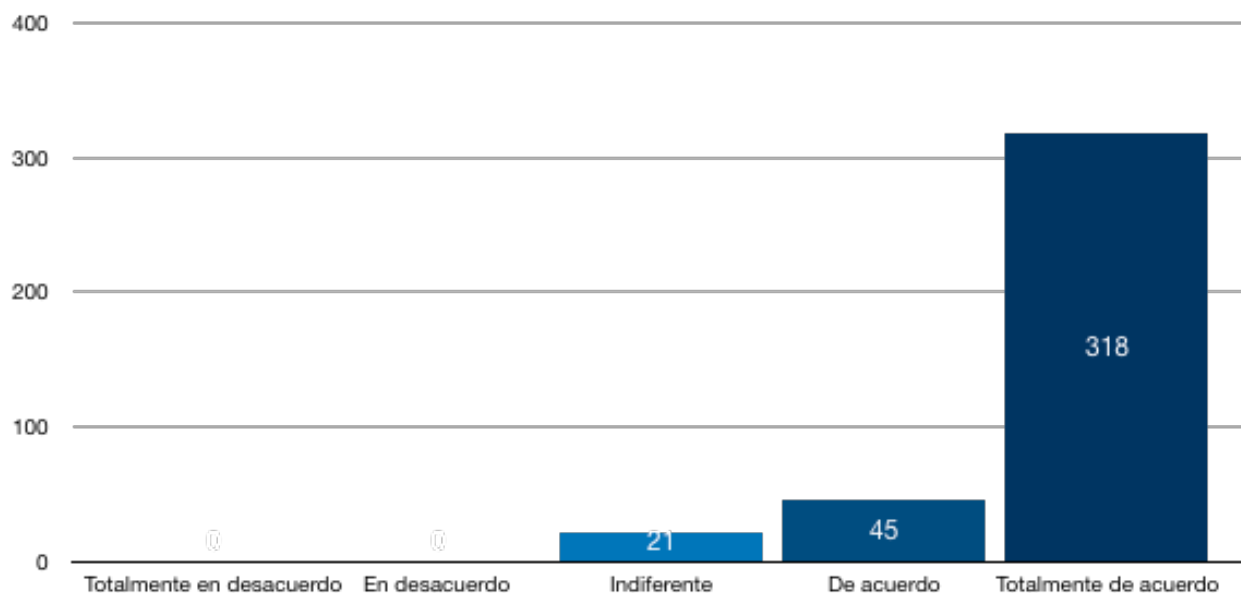


Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

Respecto a si una aplicación móvil que asista en el proceso para la apertura de un negocio podría sustituir una asesoría pagada, los encuestados se manifestaron hacia una postura de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 88%. Esto abre la posibilidad de que la comercialización de este tipo de aplicaciones para este tipo de fines podría ser bien recibida en un segmento de mercado que le de valor al beneficio que obtenga de su uso.

20. Descargaría y haría uso de una aplicación que me ayudara a conocer cómo abrir un negocio.

Gráfica 4.10.2.6.-6. Disposición a utilizar una aplicación que proporcione la información de cómo abrir un negocio.



Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición sobre el uso de una Aplicación móvil para emprendedores.

Finalmente, en la pregunta más específica acerca de la intención de uso que tendrían los encuestados respecto a una aplicación móvil que ayudara a conocer cómo abrir un negocio, se obtuvo una marcada inclinación hacia la respuesta de totalmente de acuerdo lo que indica la viabilidad de este tipo de desarrollos informáticos dirigidos a segmentos específicos con interés en temas específicos, en este caso de emprendimiento para perfiles emprendedores.

Capítulo V. Propuesta

5.1. Propuesta de guía electrónica para la apertura de un negocio de bajo impacto en el municipio de Puebla.

La siguiente propuesta está basada en la investigación documental como también en la investigación de campo que se realizó entre las y los sujetos de estudio para este trabajo y considerando los resultados. El contenido se determinó con base en la información que está actualmente publicada en la página del Ayuntamiento de Puebla a la fecha de conclusión de este trabajo. La información relacionada con la obtención del Aviso de Apertura de un Negocio ha sido concentrada en el desarrollo de una aplicación móvil con la finalidad de ser una referencia para las y los usuarios. El orden en el que se presenta la misma permite la consulta libre así como también se propone un orden secuencial de la siguiente manera:

- Conocer la descripción de cada uno de los requisitos obligatorios y opcionales.
- Consultar un catálogo de giro para conocer cuáles son los requisitos opcionales que se deben cumplir considerando la actividad primaria del negocio.
- Identificar los distintos formatos que deben ser empleados para cada requisito.
- Ubicar las oficinas así como obtener la información de contacto de las mismas en las que se realizan los trámites que derivan de los requisitos para obtener el Aviso de Apertura de Negocio.

El tipo de aplicación informática que se propone es una aplicación móvil y el sistema operativo que se eligió para el desarrollo de esta guía electrónica es Android de Google, esto debido a que es el sistema operativo utilizado en cerca del 90% de dispositivos móviles en México (Galvan, 2018). La aplicación tiene por nombre APPYME haciendo un juego de aplicaciones entre el anglicismo app (aplicación informática) mismo que es manejado por la mayor parte de los usuarios para referirse a estos desarrollos instalados en sus dispositivos móviles y las siglas de PYME (Pequeña y Mediana Empresa).

A continuación se presentan las pantallas correspondientes al contenido de la aplicación y la descripción de cada una de ellas.

5.1.1. Inicio

En la pantalla de Inicio los usuarios pueden acceder al *Menú*, al contenido de cómo funciona la aplicación y a la explicación de lo que es el Aviso de Apertura de Negocio para el municipio de Puebla.

El *Menú* contiene los enlaces para las secciones de Requisitos, Catálogo de Giros, Formatos, Directorio, Guía Ayuntamiento y Contacto. Dentro del contenido de cómo funciona la aplicación de pueden encontrar las descripciones y enlaces de acceso de las secciones de Requisitos, Catálogo de Giros, Formatos y Directorio.

Figura 5.1.1. Pantalla de Inicio



Fuente: Elaboración propia.

5.1.2. Requisitos

En la sección de *Requisitos* los usuarios pueden consultar la descripción de cada uno de los requisitos solicitados para el trámite del Aviso de Apertura de Negocio. Esta sección se encuentra dividida en dos partes. La primera contiene los requisitos que son obligatorios para cumplir: certificado de inscripción al PUAM (Padrón de Usuarios Acreditados del Municipio de Puebla), alta fiscal, croquis de la ubicación del negocio, fotografías del negocio y el comprobante de domicilio.

La segunda parte contiene los requisitos opcionales: tarjetón de residuos tóxicos, protección civil, aviso de funcionamiento o licencia sanitaria y constancia de medidas preventivas. La aplicación de estos requisitos depende del giro de negocio, es por eso que en la siguiente sección se puede consultar cuáles aplican como requisito.

Figura 5.1.2. Pantalla de Requisitos.



Fuente: Elaboración propia.

5.1.3. Catálogo de Giros

En el catálogo de giros es posible consultar tanto en formato PDF como en formato tabla de HTML, cuáles son los requisitos que aplican para cada tipo de negocio y de esta manera

considerarlos como parte complementaria de los requisitos obligatorios ya mencionados. En esta sección es posible compartir los enlaces de descarga de este catálogo en sus dos formatos, para una cómoda consulta en otros dispositivos además del móvil.

Figura 5.1.3. Pantalla de Catálogo de Giros.



Fuente: Elaboración propia.

5.1.4. Formatos

En el apartado de *Formatos* están los enlaces disponibles para consultar los ejemplos de formatos que están relacionados con los requisitos obligatorios y con los requisitos opcionales que se describen en las secciones anteriores. Esta sección tiene la finalidad de reconocer las características de acuerdo con lo solicitado por el ayuntamiento.

Figura 5.1.4. Pantalla de Formatos.



Fuente: Elaboración propia.

5.1.5. Directorio

En el *Directorio* los usuarios pueden obtener la información de las oficinas de atención o centros de atención en el Municipio de Puebla para lo relacionado a los trámites y presentación de los requisitos para obtener el Aviso de Apertura de Negocio. La información que se puede encontrar es dirección, horarios de atención, teléfono y un mapa con la geolocalización de cada centro de atención.

Figura 5.1.5. Pantalla de Directorio.



Fuente: Elaboración propia.

5.1.6. Guía Ayuntamiento

Como información complementaria se incluye la guía publicada por el Ayuntamiento del Municipio de Puebla en materia de la obtención del Aviso de Apertura de Negocio.

Figura 5.1.6. Pantalla de Guía Ayuntamiento.



Fuente: Elaboración propia.

5.1.7. Contacto

Se incluye un formulario de contacto para obtener retroalimentación por parte de las y los usuarios de esta aplicación.

Figura 5.1.7. Pantalla de Contacto.



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

En México se experimentan una serie de acontecimientos que representan cambios que podrían definir el rumbo definitivo hacia el modelo en el que se aspira a convertir como país. Dentro de la gran diversidad de grupos e instituciones que están involucradas en esta metamorfosis, se ubican quienes forman parte de la actividad económica desde la iniciativa privada como empresarios, emprendedores y administradores de empresas en representación de empresas y unidades económicas de diversas dimensiones y en diversos giros.

En estas circunstancias, la actuación responsable de las empresas y sus participantes es crucial. El cumplimiento de los requisitos mínimos para operar y la formalización de las actividades económicas es una de las vías a través de las cuales se propicia un cambio de cultura que supone también una diversidad de beneficios. Aunado con lo anterior, también es importante la generación de propuestas sobre ese punto que trasciendan más allá de los límites que puedan reconocerse por parte de las organizaciones o de quienes participan en ellas. Considerando los tiempos actuales, así como la consolidación de herramientas y medios de difusión digitales, la atención sobre estas necesidades representa una gran oportunidad para proponer soluciones que de manera paralela a los esfuerzos de organizaciones públicas, fomenten la formalización de las unidades de negocio.

La innovación y la generación de valor son aspectos que deben estar presentes como parte fundamental de la concepción de una propuesta, de este modo se da pie al reconocimiento del entorno más reciente y formular un enfoque adicional a partir de las opciones existentes. La realización de este trabajo estuvo influenciada por este enfoque, y para su consecución se tuvo que recurrir al desarrollo de habilidades complementarias tanto para la investigación documental y de campo, como también para el desarrollo de la propuesta.

Un tema relacionado con desarrollos informáticos representa una oportunidad de recurrir a fuentes con información que ha ido evolucionando a un ritmo rápido, incluso en la construcción de los antecedentes como en conceptos de aplicaciones móviles, que son relativamente recientes. Por ello, aunque lo es actualmente para diversos temas, para este en

particular cobra aún más relevancia contar con recursos electrónicos tanto de la institución como los que se pueden encontrar en Internet. Gracias a ello, desde el punto de vista documental, las limitaciones que se pudieron encontrar fueron mínimas.

Del mismo modo, los recursos electrónicos fueron de gran ayuda para la recolección de la información en la aplicación del instrumento de medición. Esto conduce a la reflexión de cómo podrían ser desahogadas otras investigaciones a través de plataformas electrónicas incluso institucionalizadas para generar conocimiento y hacer del levantamiento una labor mucho más eficiente.

En el tema del desarrollo de la propuesta, soportada por la intención de uso que expresaron los sujetos de estudio, representó un reto aunque también una interesante experiencia ante la diversidad de opciones existentes que facilitan la comprensión y el acercamiento a este tipo de desarrollos. Es importante que ese vínculo se haga más presente en el trabajo de aula como también en el trabajo de investigación pues representa un universo de oportunidades para satisfacer necesidades y proponer soluciones bajo el enfoque antes mencionado.

Para finalizar se hace énfasis en la importancia de generar propuestas que coadyuven al mejoramiento de las condiciones de emprendimiento y administración de negocios, fomentando un ambiente de mejores prácticas, de búsqueda de soluciones innovadoras y de generación de valor. Desde el interior de las empresas, en el ánimo de los emprendedores y en el criterio de los administradores se encuentra la capacidad para visualizar estas oportunidades más allá de los límites preestablecidos.

Bibliografía

- Álvarez, S. (3 de Septiembre de 2015). *CNN Expansión*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2015, de www.cnnexpansion.com:
<http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2015/09/02/tramites-e-impuestos-la-migrana-de-los-emprendedores>
- Allen, J. P. (2003). The evolution of new mobile applications: a sociotechnical perspective. *International journal of electronic commerce*.23-36., 23-36.
- ACIMED. (2004). *Aproximaciones para una historia de Internet*. . Obtenido de <https://www.proxydgb.buap.mx:2057/login.aspx?direct=true&db=lth&AN=26302719&lang=es&site=eds-live>.
- Alonso Nunez, M., & Galve Gorriz, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. En U. d. Trabajo, *Acciones e Investigaciones Sociales*. (págs. 5-44). Zaragoza: Universidad de Zaragoza: Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo.
- AMIPCI. (19 de mayo de 2015). *AMIPCI*. Recuperado el 28 de enero de 2016, de www.amipci.org.mx: <https://www.amipci.org.mx/es/noticiasx/2241-alcanza-internet-el-51-de-penetracion-entre-los-usuarios-potenciales-de-mexico-amipci>
- Amoros, J., Planellas, M., & Bartista-Foguet, M. (2007). ¿La tecnología de Internet ayuda al desempeño de las pequeñas y medianas empresas? Evidencia de una selección de empresas mexicanas. *Revista Latinoamericana de Administración*, 71.
- ANTAD. (- de - de 2015). *Formalmente México Crece*. Recuperado el 10 de diciembre de 2015, de <http://www.formalmentemexicocrece.mx/>: <http://www.formalmentemexicocrece.mx/>
- Apertus. (s.f.). *Gobierno Abierto*. Obtenido de Apertus: <http://apertus.org.mx/gobierno-abierto>
- Asesores de PYMES. (12 de Febrero de 2018). *Asesores de PYMES*. Obtenido de Asesores de PYMES: <http://asesoresdepymes.com/mejorar-la-gestion-global-la-pyme-traves-las-apps/>
- Ayuntamiento de Puebla. (27 de enero de 2016). *Puebla Capital*. Recuperado el 27 de enero de 2016, de www.pueblacapital.gob.mx: <http://www.pueblacapital.gob.mx/tramites-empresariales/item/4768-apertura-rapida-de-empresas-bajo-impacto>
- Ayuntamiento de Puebla. (27 de enero de 2016). *Puebla Capital*. Recuperado el 28 de enero de 2016, de www.pueblacapital.gob.mx: [http://www.pueblacapital.gob.mx/tramites-](http://www.pueblacapital.gob.mx/tramites-empresariales/item/4768-apertura-rapida-de-empresas-bajo-impacto)

empresariales/

Blanco, R. (11 de Mayo de 2010). *Las aplicaciones informáticas en la administración y educación pública*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/las-aplicaciones-informaticas-en-la-administracion-y-educacion-publica/>

Cleri, C. (2007). *El libro de las PYMES*. Argentina.

Canabal, R. C. (2017). Aplicacion de un Esquema de Arquitectura Empresarial (TOGAF) para una Pequena Empresa (PYME) utilizando Aplicaciones Colaborativas de Google. .

Informacion Tecnologica, 85.

Carlo, F., & Stumpo, G. (2010). Políticas de apoyo a las PYMES en América Latina: entre avances innovadores y desafíos institucionales. Chile: B - CEPAL.

Carrillo, O., & Niebla Zatarain, J. (- de 2011). El emrpendedor de la empresa familiar mexicana, una visión crítica. *Gestión y Estrategia*(40), 65-72.

Castellanos Méndez, J. G. (2003). PyMES INNOVADORAS. CAMBIO DE ESTRATEGIAS E INSTRUMENTOS. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. Obtenido de RED ALYC: <http://www.redalyc.org/pdf/206/20604702.pdf>

Castilla Plaza, C. (2006). Implicaciones de las tecnologías de la información en la gestión del sistema empresa. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Castilla Plaza, C. (2006). Implicaciones de las tecnologías de la información en la gestión del sistema empresa. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.

C-Estrategia. (1 de enero de 2011). *C-Estrategia*. Recuperado el 26 de enero de 2016, de www.c-estrategia.com: <http://www.c-estrategia.com/es/index.php>

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. (7ma Edición ed.). México: McGraw Hill.

CIO. (20 de Agosto de 2018). *El consumo de aplicaciones en México crece 7%*. Obtenido de CIO: <http://cio.com.mx/el-consumo-de-aplicaciones-en-mexico-para-smartphones-crece-casi-7/>

Cisneros, E. (2012). Factores de emprendimiento que influyen en el desempeño de la micro y pequeña empresa. *Anáhuac Journal*, 12(1), 53-75.

COFEMER. (- de - de 2012). *COFEMER*. Recuperado el 28 de enero de 2016, de www.cofemer.gob.mx:

<http://www.cofemer.gob.mx/imagenesUpload/20138131957Review%20Puebla.pdf>

COPARMEX. (22 de julio de 2013). *COPARMEX*. Recuperado el 27 de enero de 2016, de www.coparmex.org.mx:
http://www.coparmex.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=557:acciones-para-la-promocion-de-la-formalidad-del-empleo&catid=20:noticias&Itemid=566

Cruz Meléndez C., Z. V. (2017). Municipios y gobierno abierto, más allá del gobierno electrónico. *Opera*, 55-77.

Delgado, V. (8 de julio de 2013). *Emprende*. Recuperado el 27 de enero de 2016, de emprende.unir.net: <http://emprende.unir.net/blog/la-informacion-el-emprendimiento-y-las-microempresas-en-espana/>

De la Torre, R., Carmona, N., & Ruiz, L. (octubre de 2011). Las estrategias de largo plazo de las grandes empresas mexicanas desde una perspectiva histórica. *Anáhuac Journal*, 11(2), 9-29.

Díaz, J. (22 de Enero de 2013). *Negocios y Emprendimiento*. Obtenido de Negocios y Emprendimiento: <https://www.negociosyemprendimiento.org/2013/01/aplicaciones-web-para-administrar-empresa.html>

Duarte Silva, J. E. (2008). *Emprendedor, crear su propia empresa*. México: Grupo Editor Alfaomega.

Dupont, S. (2015). Move Over Millennials, Here Comes Generation Z. *Public Relations Tactics*, 22(5), 19.

El Economista. (29 de octubre de 2014). *El Economista*. Recuperado el 25 de enero de 2016, de www.economista.com.mx: www.economista.com.mx/industrias/2014/09/17/comerciantes-piden-homologar-tramites-abrir-negocios

El Financiero. (27 de 10 de 2015). *El Financiero*. Recuperado el 11 de 12 de 2016, de www.elfinanciero.com.mx: <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/abrir-un-nuevo-negocio-en-mexico-es-mas-tardado-que-en.html>

Entrepreneur. (2018). Ellos mejoran las apps en México. *Entrepreneur*, 12.

Escorsa Castells, P., & Valls Pasola, J. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. Madrid, España: Universitat Politècnica de Catalunya.

Escudero, J. (07 de Mayo de 2018). *Cómo hacer el plan de empresa de una app*. Obtenido de Emprendedores: <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/a77608/plan-negocio-app-aplicacion-movil/>

Flores Uribe, J. (2010). *Proyectos de inversión para las PYME*. Colombia: Ecoe Ediciones.

Federación, D. O. (04 de Octubre de 2016). *Diario Oficial de la Federación*. Obtenido de Diario Oficial de la Federación:
http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5455526&fecha=04/10/2016

Fernández-Cruz, F., & Fernández-Díaz, M. (2016). Los docentes de la Generación Z y sus competencias digitales. *Comunicar*, 24(46), 97-105.

García Flores, J., Fernández Ruiz, S., Muñoz Tagle, C., Silva Ambriz, A., & Reyes Arellano, A. (2008). *Las MIPYMES en el estado de Puebla*. Puebla, Puebla, México: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

García Pérez de Lema, D., Estrada Bércenas, R., & Sánchez Trejo, V. G. (Abril-Junio de 2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio Empírico en México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 169-182.

Garrido Vargas, & Meza Téllez. (2011). La otra cara del emprendimiento. *Revista De La Alta Tecnología Y Sociedad*(5), 89-95.

Gobierno Federal. (30 de junio de 2009). *Diario Oficial de la Federación*. Recuperado el 5 de febrero de 2016, de dof.gob.mx:
http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5096849&fecha=30/06/2009

Gobierno Federal México. (29 de 02 de 2012). *El Sistema de Apertura Rápida de Empresas* . Recuperado el 11 de 12 de 2015, de www.cofemer.gob.mx:
<http://www.cofemer.gob.mx/contenido.aspx?contenido=122>

Gobierno Federal México. (- de - de 2016). *Gob*. Recuperado el 27 de enero de 2016, de www.gob.mx: <http://www.gob.mx/mexicodigital/articulos/la-estrategia-digital-nacional-en-apoyo-a-emprendedores>

González Guzmán, L. (25 de noviembre de 2015). *Angulo 7*. Recuperado el 27 de enero de 2016, de angulo7.com.mx: <http://angulo7.com.mx/economia/item/7027-factibilidad-imco-puebla.html>

González, G. R. (29 de Mayo de 2014). *E-Consulta*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2015, de www.e-consulta.com: <http://www.e-consulta.com/nota/2014-05-29/economia/avanza-puebla-14-lugares-en-ranking-doing-business-del-banco-mundial>

González, J. (2012). *Creación de empresas: guía del emprendedor*. España: Ediciones Pirámide.

González, M., & Medina Torres, J. (2008). *La república informal: ambulante en la Ciudad de México*. México: Editorial Miguel Ángel Porrúa.

Gonzalez, R. (11 de septiembre de 2014). *La Jornada*. Recuperado el 27 de enero de 2016, de www.jornada.unam.mx: <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2014/09/11/exceso-de-tramites-e-impuestos-causas-de-alta-informalidad-encuesta-del-bdem-5768.html>

Guédez B., J. J. (2018). El gobierno electrónico y la reinterorganizacional en la administración pública. Caso de análisis: Contraloría del Estado Lara. Alvarado, Venezuela.

Gutierrez Aragón, O. (2013). *Fundamentos de administración de empresas*. -, España: Larousse - Ediciones Pirámide.

Heidegger, M. (1983). *Ser y tiempo*. México: F.C.E.

Hernández Ortiz, M. J. (2014). *Administración de empresas (2a. ed.)*. Madrid, España: Larousse - Ediciones Pirámide.

Hernández S. Roberto, F. C. (1991). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw Hill.

INEGI. (- de - de 2014). *INEGI*. Recuperado el 5 de febrero de 2016, de www.inegi.org.mx: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/ce/ce2014/doc/infografias/infmipymes_ce.pdf

INEGI. (- de - de 2014). *INEGI*. Recuperado el 5 de febrero de 2016, de www.inegi.org.mx: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/ce/ce2014/doc/folleto/frrdf_ce2014.pdf

International Finance Corporation. (1 de Enero de 2018). *PYMES mexicanas, una panorama para 2018*. Obtenido de FORBES: <https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-un-panorama-para-2018/>

Jaramillo, A. (29 de Marzo de 2018). *¿Cómo ha avanzado el mercado de las apps en México?* Obtenido de Merca 2.0: <https://www.merca20.com/como-ha-avanzado-el-mercado-de-las-apps-en-mexico/>

Johnson, M. (2015). Stop Talking About Work/Life Balance! TEQ and the Millennial Generation. *Workforce Solutions Review*, 6(2), 4-7.

Khalaf, S. (1 de Abril de 2014). *Flurry analytics*. Obtenido de Apps solidify leadership six years into the mobile revolution: <http://flurrymobile.tumblr.com/post/115191864580/apps-solidify-leadership-six-years-into-the-mobile>

Koontz, H., & Weihrich, H. (1999). *Administración: una perspectiva global*. McGraw Hill

Interamericana.

Loyola, J. E. (11 de 12 de 2016). *5 trámites para abrir tu negocio en regla*. Recuperado el 11 de 12 de 2016, de www.forbes.com.mx: <http://www.forbes.com.mx/5-tramites-para-abrir-tu-negocio-en-regla/>

Luján Mora, S. (- de - de 2002). *Programación de aplicaciones web: historia, principios básicos y clientes web*. San Vicente, Alicante, España. Recuperado el 29 de enero de 2016, de rua.ua.es: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16995/1/sergio_lujan-programacion_de_aplicaciones_web.pdf

Luján, S. M. (2001). *Programación en Internet: clientes web*. Alicante España: Editorial Club Universitario.

Luna González, C. (2014). *Proceso Administrativo*. México: Larousse - Grupo Editorial Patria.

Luna, C. (17 de agosto de 2014). *CNN Expansión*. Recuperado el 26 de enero de 2016, de www.cnnexpansion.com: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2015/08/15/informalidad-laboral-retoma-fuerza-en-mexico>

Macías, E. (10 de octubre de 2013). *Tic Beat*. Recuperado el 28 de enero de 2016, de www.ticbeat.com: <http://www.ticbeat.com/tecnologias/las-10-tendencias-tecnologicas-para-la-empresa-en-2014-segun-gartner/>

Marin, P. D., & Lasso de la Vega, M. G. (2017). La efectividad de las páginas web en la comunicación empresarial de las pequeñas y medianas empresas. Un estudio en PYMES de la provincia de Cádiz. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 54–71.

Marugesan, S., Rossi, G., Wilbanks, L., & Djavanshir, R. (2011). The Future of Web Apps. *IT Pro*, 12-14.

Maslow, A. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396.

Mayett Moreno, Y., Martínez Flores, J., Cano Olivios, P., Orue Carrasco, F., & López Nava, G. (2015). Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresas en México. *Contaduría y Administración*, 60(1), 181-203.

MDC Consultores. (26 de enero de 2016). *MDC Consultores*. Recuperado el 26 de enero de 2016, de www.despachocontablemdc.com:

http://www.despachocontablemdc.com/asesoria_para_la_apertura_de_empresas.php

México Gobierno Federal. (10 de Diciembre de 2015). *COEFEMER*. Recuperado el 10 de

Diciembre de 2015, de Comisión Federal de Mejora Regulatoria: <http://www.cofemer.gob.mx/>
Montiel Campos, H. (2014). De la idea de negocio a la alerta empresarial: precursores del plan de negocios. México: Larousse - Grupo Editorial Patria.

Morales Cruz, J. (- de abril de 2014). *CESUN*. Recuperado el 11 de febrero de 2016, de www.cesun.edu.mx: <http://www.cesun.edu.mx/wp-content/uploads/2014/04/El-emprendedor-y-la-empresa-JC-Morales.pdf?c410b4>

Nacional Financiera. (- de - de 2004). *Nacional Financiera*. Recuperado el 4 de febrero de 2016, de www.nafin.gob.mx:
https://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjQ1qXHjd_KAhWFph4KHbwsBpsQFggtMAM&url=http%3A%2F%2Fwww.nafin.gob.mx%2Fportalnf%2Fget%3Ffile%3D%2Fpdf%2Fherramientas-negocio%2Fadministracion1_1.pdf&usq=AFQjCNEMME3cwIVjrNAGcJb2qJ2GvX6aog&sig=2=tlrT3xiRjgmnqBK4PXRsdA

Nacional Financiera. (- de - de 2008). *Nacional Financiera*. Recuperado el 4 de febrero de 2016, de www.nafin.com.mx:

<http://www.nafin.com.mx/portalnf/content/otros/glosario.do?letter=E>

NOTIMEX. (11 de septiembre de 2014). *Economía Hoy*. Recuperado el 27 de enero de 2016, de www.economiahoy.mx: <http://www.economiahoy.mx/actualidad-eAm-mexico/noticias/6071963/09/14/Tramites-e-impuestos-causas-de-la-informalidad-Banxico.html>

Osterwalder, A. &. (2010). *Business Model Generation*. . Obtenido de Business Model Generation. : businessmodelgeneration.com

Palma, P. (3 de Enero de 2015). *Forbes*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2015, de www.forbes.com.mx: <http://www.forbes.com.mx/que-tan-facil-es-abrir-un-negocio-en-mexico/>

Palomo González, M. A. (- de jul-sep de 2008). *Nación Multicultural UNAM*. Recuperado el 5 de febrero de 2016, de www.nacionmulticultural.unam.mx:

<http://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/docs/1810.pdf>

Peña, R. (2003). El perfil del emprendedor. *Entrepreneur*, II(17), -.

Pérez Paredes, A., & Torralba Flores, A. (Abril-Julio de 2015). Emprendedurismo en el municipio de Puebla: Diagnóstico para el desarrollo empresarial. *Tec Empresarial*, 9(1), 19-

30.

Pérez Zúñiga, R., Camacho Castillo, O., Mena Hernández, E., & Arroyo Cervantes, G. (2015-2016). Análisis general del gobierno electrónico en México. *Pakaat: Revista de Tecnología y Sociedad*.

Piedras, E. (9 de enero de 2013). *El Economista*. Recuperado el 28 de enero de 2016, de eleconomista.com.mx: <http://eleconomista.com.mx/columnas/columna-especial-empresas/2013/01/09/nuevas-tendencias-tics>

Pineda Domínguez, D., & Torres Márquez, A. (2010). *Las estrategias y tecnologías estratégicas en la competitividad de las empresas*. México: Instituto Politécnico Nacional.

Porter, L., Lawler, E., & Hackman, J. (1975). *Behavior in Organization*. New York: McGraw Hill Book Co.

Prieto García, M., Álvarez Martínez, J., & Herráez Vidal, P. (2013). *Empresa e iniciativa emprendedora*. España: Macmillan Iberia, S.A.

PSYMA. (4 de Noviembre de 2015). *¿Cómo determinar el tamaño de la muestra?*. Obtenido de PSYMA: <https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>

Qode. (- de - de 2012). *Qode*. Recuperado el 29 de enero de 2016, de qode.pro: <http://qode.pro/blog/que-es-una-app/>

RAE. (01 de Enero de 2016). *dle.rae.es*. Recuperado el 15 de Enero de 2016, de Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española: <http://dle.rae.es/?id=Esip2Nv>

Red Legal. (- de - de 2013). *Red Legal*. Recuperado el 11 de 12 de 2015, de www.redlegal.com: <http://www.redlegal.com/articulos-empresas/pasos-para-crear-una-empresa.html>

Reyes, C. (29 de Mayo de 2014). *Excelsior*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2015, de www.excelsior.com: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2014/05/29/962150>

Reynoso Castillo, C. (2014). Las transformaciones del concepto de empresa. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 18, 133-158.

Río Cobián, E. (2006). La Importancia de la innovación organizativa para la obtención de los beneficios derivados de la introducción de las Tecnologías de la Información. . Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Rocha Monasterio. (26 de enero de 2016). *Rocha Monasterio*. Recuperado el 26 de enero de

2016, de www.rochamonasterio.com:

<http://www.rochamonasterio.com/servicios/asesoria.html>

Ruiz, C. (31 de Diciembre de 2014). *10 firmas que lideran el desarrollo de las aplicaciones móviles en México*. Obtenido de El Financiero:

<https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/10-firmas-que-lideran-el-desarrollo-de-las-aplicaciones-moviles-en-mexico>

Sánchez Tovar, García Fernández, & Mendoza Flores. (2015). La capacidad de innovación y su relación con el emprendimiento en las regiones de México. *Estudios Gerenciales*, 243-252.

Saavedra García, M. L., & Tapia Sánchez, B. (- de enero-abril de 2013). *Red ALyC*.

Recuperado el 28 de enero de 2016, de www.redalyc.org:

<http://www.redalyc.org/pdf/823/82326270007.pdf>

(SARE), G. p. (1 de Enero de 2017). *Gobierno Federal*. Obtenido de Gobierno Federal:

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/416249/Gu_a_para_la_Implementaci_n_y_Operaci_n_del_Sistema_de_Apertura_R_pida_de_Empresas__SARE_.pdf

Müller, C. (2017). Las apps no sonsinónimo de emprendimiento: ¡cuidado! *Revista de Negocios del IEEM*, 30-32.

Sanabria Zambrano, J. (2010). Ventanilla única en trámites en-línea. *El Tiempo*, 14.

SEDECO. (s.f.). *Portal de Información de Trámites del SI@PEM*. Obtenido de SEDECO:

http://pits.sedecodf.gob.mx/pits/pages/conoce_impactos.xhtml

Sevilla Siglo XXI, S.A. (2009). Cuaderno para emprendedores y empresarios: recursos para emprender. Argentina: El Cid Editor.

Silva Duarte, J. E. (2008). *Emprendedor, crear su propia empresa*. México: Alfaomega Grupo Editor.

Sistema de Apertura Rápida de Empresas. (15 de Marzo de 2013). Recuperado el 11 de 12 de 2015, de www.cofemer.gob.mx: <http://www.cofemer.gob.mx/contenido.aspx?contenido=201>

Smith-Trudeau, P. (2016). Generation Z Nurses Have Arrived Are you ready? *Vermont Nurse Connection*, 19(1), 3-4.

Staff Puebla Online. (12 de Agosto de 2014). *Puebla Online*. Recuperado el 10 de 12 de 2015, de pueblaonline.com.mx/:

<http://pueblaonline.com.mx/portal/movil/index.php/ciudad/item/10825-ayuntamiento-de-puebla-agiliza-emision-de-licencias-de-funcionamiento#&panel1-1>

- Stoner, J., Freeman, E., & Gilbert, D. (1996). *Administración*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Tamayo, R., & Haro, A. (2006). El proceso de mejora regulatoria en el municipio urbano mexicano: una primera aproximación. México.
- Tracy, K. W. (2012). Mobile application development experiences on Apple's iOS and Android OS. *IEEE Potentials*, 30-34.
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *Journal Of Individual Psychology*, 71(2), 103-113.
- Universidad Nacional Autónoma de México. (01 de Mayo de 2003). Apuntes para la asignatura Administración Básica I. México, Ciudad de México, México: Fondo Editorial FCA.
- Urbano, D., & Toledano, N. (2008). Invitación al emprendimiento: una aproximación a la creación de empresas. -, España: Editorial UOC.
- Valencia de Lara, P., & García Villaverde, P. (2009). FACTORES DE ÉXITO DEL PROCESO DE PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA: VALORES CULTURALES, REDES SOCIALES Y AYUDAS PÚBLICAS. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 105-121.
- Varela Llamas, R. &. (2019). Emprendimiento empresarial, inversión en I+D y marco institucional en México. *Análisis Económico*, , 133–156.
- Velázquez, K. (10 de Septiembre de 2018). *Marketing 4 E-commerce*. Obtenido de Top 10: las aplicaciones móviles más utilizadas en México (2018) y sus curiosidades.: <https://marketing4ecommerce.mx/top-10-aplicaciones-moviles-mexico/>
- Velaztegui, A. (2015). Los mexicanos que desarrollan apps. *Contenido*, 20-25.
- Veà, A. (2010). "The unknown history of Internet". Palo Alto, California, Estados Unidos.
- Wiedmer, T. (2015). Generations Do Differ: Best Practices in Leading Traditionalists, Boomers, and Generations X, Y, and Z. *Delta Kappa Gamma Bulletin*, 82(1), 51-58.
- Wiener, N. (1958). *Cibernética y sociedad*. Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.
- World Bank. (- de - de 2016). *Español Doing Business*. Recuperado el 29 de enero de 2016, de espanol.doingbusiness.org: <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreconomies/mexico/#starting-a-business>
- World Bank. (- de - de 2016). *World Bank Español Doing Business*. Recuperado el 29 de

enero de 2016, de espanol.doingbusiness.org:
<http://espanol.doingbusiness.org/methodology/starting-a-business#procedures>
World Bank Group. (- de - de 2014). *Doing Business*. Recuperado el 11 de 12 de 2015, de www.doingbusiness.org:
<http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreconomies/mexico/sub/puebla/topic/starting-a-business>
World Bank Group. (- de - de 2015). *Doing Business 2016*. Recuperado el - de - de 2016, de http://espanol.doingbusiness.org/~/_/media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB16-Full-Report.pdf
Yacuzzi, E. (2010). Herramientas Japonesas Para La Gobernancia De Las Pequeñas Y Medianas Empresas. *Documentos de Trabajo*, 1–26.
Yubero, F. (13 de agosto de 2009). *La Nave va*. Recuperado el 29 de enero de 2016, de lanaveva.wordpress.com: <https://lanaveva.wordpress.com/2009/08/13/nomadismo-y-sedentarismo/>
Zúñiga Bustos, R. (2009). *PYMES*. Argentina: El Cid Editor.
Zayas Agüero, P. M., & Cabrera Ferreiro, N. (- de octubre de 2010). *EUMED*. Recuperado el 29 de enero de 2016, de www.eumed.net: <http://www.eumed.net/ce/2010b/zacf.htm>

Anexos

Anexo 4.7.1.1. Encuesta en formato electrónico.



Cuestionario Aplicación Móvil PYMES

* Required

Perfil Emprendedor

Para conocer tu situación y postura ante el emprendimiento

1. En mi familia existe al menos un caso de emprendimiento de negocio. *
Choose ▾
2. He emprendido un negocio por cuenta propia. *
Choose ▾
3. Tengo la intención de abrir un negocio próximamente. *
Choose ▾
4. Me considero una persona con espíritu emprendedor. *
Choose ▾

BACK NEXT

This content is neither created nor endorsed by Google. Report Abuse · Terms of Service

Google Forms



Cuestionario Aplicación Móvil PYMES

* Required

Requerimientos de Apertura de Negocio

Tu involucramiento con la apertura de un negocio.

5. Conozco los requisitos para la apertura de un negocio de bajo impacto en Puebla. *
Choose ▾
6. Considero que es importante conocer los requisitos para la apertura de un negocio. *
Choose ▾

BACK NEXT

This content is neither created nor endorsed by Google. Report Abuse · Terms of Service

Google Forms



RIIAP

Cuestionario Aplicación Móvil PYMES

* Required

Accesibilidad

Tu opinión sobre la accesibilidad para tramitar una apertura de negocio.

7. Considero que actualmente en el municipio de Puebla se tiene acceso a la información sobre los requisitos para la apertura de un negocio: *

Choose

8. Actualmente se pueden identificar las dependencias en las que se deben realizar los trámites para la apertura de un negocio: *

Choose

BACK NEXT

This content is neither created nor endorsed by Google. Report Abuse - Terms of Service

Google Forms



RIIAP

Cuestionario Aplicación Móvil PYMES

* Required

Trámites

El proceso de apertura de un negocio.

9. Conocer los trámites para la apertura de una empresa contribuiría a reducir la informalidad: *

Choose

10. Una ventanilla única para realizar los trámites para la apertura de un negocio, ayudarían a la apertura y formalización de más empresas: *

Choose

11. Conocer a fondo los requisitos para cada trámite facilitaría mi intención y toma de decisiones para abrir un negocio: *

Choose

BACK NEXT

This content is neither created nor endorsed by Google. Report Abuse - Terms of Service

Google Forms



RIIAP

Cuestionario Aplicación Móvil PYMES

* Required

Uso de Tecnología

Tu perfil como usuario de tecnología.

12. He utilizado mi dispositivo móvil para consultar información relacionada con trámites en dependencias de gobierno: *

Choose

13. Realizo búsquedas de información a través de dispositivos móviles: *

Choose

14. Considero que los dispositivos móviles sustituirán el uso de equipos de escritorio: *

Choose

BACK NEXT

This content is neither created nor endorsed by Google. Report Abuse - Terms of Service

Google Forms



RIIAP

Cuestionario Aplicación Móvil PYMES

* Required

Uso de Aplicaciones

Cómo utilizas aplicaciones para dispositivos móviles.

15. Las aplicaciones para dispositivos móviles son fuente de información para mi toma de decisiones: *

Choose

16. Una aplicación con toda la información relacionada con los requisitos para la apertura de una empresa me ayudaría a decidirme a abrir un negocio propio: *

Choose

17. Una aplicación que me ayudara a diagnosticar mi nivel de cumplimiento para la apertura de una empresa me ayudaría a tomar mejores decisiones: *

Choose

18. Considero como una buena iniciativa el desarrollo de aplicaciones que ayuden a la planeación para la apertura de un negocio: *

Choose

19. Considero que una aplicación que me guíe para la apertura de un negocio podría sustituir una asesoría pagada: *

Choose

20. Descargaría y haría uso de una aplicación que me ayudara a conocer cómo abrir un negocio: *

Choose

BACK SUBMIT

This content is neither created nor endorsed by Google. Report Abuse Terms of Service

Google Forms

Anexo 4.7.1.2. Instrumento de recolección de información. (Encuesta).

Aplicación en dispositivo móvil para emprendedores

Objetivo: Identificar el perfil de emprendimiento, determinar el nivel de conocimiento referente a los requisitos para la apertura de una empresa, conocer el uso que hacen de la tecnología así como también el uso de aplicaciones en dispositivos móviles para sus objetivos de emprendimiento.

Instrucciones: Marca con una X la respuesta de tu elección o escribe la información que se te pide.

Generalidades

Edad:

1 () 18 a 20

2 () 21 a 23

3 () 24 a 27

4 () 28 a 31

5 () 32 a 35

Género: M F

Máximo nivel educativo:

1 () Preparatoria

2 () Carrera Trunca

3 () Licenciatura

4 () Posgrado

Ocupación:

- 1 () Estudiante
- 2 () Empleado
- 3 () Auto empleado
- 4 () Negocio propio
- 5 () Estudio y trabajo

Estado civil:

- 1 () Soltero
- 2 () Casado
- 3 () Unión libre

Hijos:

- 1 () Ninguno
- 2 () 1
- 3 () 2
- 4 () Más de 2

Vivienda:

- 1 () Vive con padres, alguno de ellos o familiares
- 2 () Renta una vivienda individualmente
- 3 () Renta una vivienda de manera compartida
- 4 () Tengo casa propia

Perfil Emprendedor

- 1.- En mi familia existe al menos un caso de emprendimiento de negocio:

Sí No

2.- He emprendido un negocio por cuenta propia:

Sí No

3. Tengo la intención de abrir un negocio próximamente:

1 Totalmente de acuerdo

2 De acuerdo

3 Indiferente

4 En desacuerdo

5 Totalmente en desacuerdo

4. Me considero una persona con espíritu emprendedor:

1 Totalmente de acuerdo

2 De acuerdo

3 Indiferente

4 En desacuerdo

5 Totalmente en desacuerdo

Requerimientos de Apertura

5. Conozco los requisitos para la apertura de un negocio de bajo impacto.

1 Totalmente de acuerdo

2 De acuerdo

3 Indiferente

- 4 () En desacuerdo
- 5 () Totalmente en desacuerdo

6. Considero que es importante conocer los requisitos para la apertura de un negocio:

- 1 () Totalmente de acuerdo
- 2 () De acuerdo
- 3 () Indiferente
- 4 () En desacuerdo
- 5 () Totalmente en desacuerdo

Accesibilidad

7. Considero que actualmente en el municipio de Puebla se tiene acceso a la información sobre los requisitos para la apertura de un negocio:

- 1 () Totalmente de acuerdo
- 2 () De acuerdo
- 3 () Indiferente
- 4 () En desacuerdo
- 5 () Totalmente en desacuerdo

8. Actualmente se pueden identificar las dependencias en las que se deben realizar los trámites para la apertura de un negocio:

- 1 () Totalmente de acuerdo
- 2 () De acuerdo
- 3 () Indiferente
- 4 () En desacuerdo
- 5 () Totalmente en desacuerdo

Trámites

9. Conocer los trámites para la apertura de una empresa contribuiría a reducir la informalidad.

- 1 () Totalmente de acuerdo
- 2 () De acuerdo
- 3 () Indiferente
- 4 () En desacuerdo
- 5 () Totalmente en desacuerdo

10. Una ventanilla única para realizar los trámites para la apertura de un negocio, ayudarían a la apertura y formalización de más empresas::

- 1 () Totalmente de acuerdo
- 2 () De acuerdo
- 3 () Indiferente
- 4 () En desacuerdo
- 5 () Totalmente en desacuerdo

11. Conocer a fondo los requisitos para cada trámite facilitaría mi intención y toma de decisiones para abrir un negocio:

- 1 () Totalmente de acuerdo
- 2 () De acuerdo
- 3 () Indiferente
- 4 () En desacuerdo
- 5 () Totalmente en desacuerdo

Uso de Tecnología

12. He utilizado mi dispositivo móvil para consultar información relacionada con trámites en dependencias de gobierno:

- 1 () Totalmente de acuerdo
- 2 () De acuerdo
- 3 () Indiferente
- 4 () En desacuerdo
- 5 () Totalmente en desacuerdo

13. Realizo búsquedas de información a través de dispositivos móviles

- 1 () Totalmente de acuerdo
- 2 () De acuerdo
- 3 () Indiferente
- 4 () En desacuerdo
- 5 () Totalmente en desacuerdo

14. Considero que los dispositivos móviles sustituirán el uso de equipos de escritorio:

- 1 () Totalmente de acuerdo
- 2 () De acuerdo
- 3 () Indiferente
- 4 () En desacuerdo
- 5 () Totalmente en desacuerdo

Uso de Aplicaciones

15. Las aplicaciones para dispositivos móviles son fuente de información para mi toma de decisiones:

- 1 () Totalmente de acuerdo
- 2 () De acuerdo
- 3 () Indiferente
- 4 () En desacuerdo
- 5 () Totalmente en desacuerdo

16. Una aplicación con toda la información relacionada con los requisitos para la apertura de una empresa me ayudaría a decidirme a abrir un negocio propio:

- 1 () Totalmente de acuerdo
- 2 () De acuerdo
- 3 () Indiferente
- 4 () En desacuerdo
- 5 () Totalmente en desacuerdo

17. Una aplicación que me ayudara a diagnosticar mi nivel de cumplimiento para la apertura de una empresa me ayudaría a tomar mejores decisiones:

- 1 () Totalmente de acuerdo
- 2 () De acuerdo
- 3 () Indiferente
- 4 () En desacuerdo
- 5 () Totalmente en desacuerdo

18. Considero como una buena iniciativa el desarrollo de aplicaciones que ayuden a la planeación para la apertura de un negocio:

- 1 () Totalmente de acuerdo
- 2 () De acuerdo
- 3 () Indiferente

- 4 () En desacuerdo
- 5 () Totalmente en desacuerdo

19. Considero que una aplicación que me guíe para la apertura de un negocio podría sustituir una asesoría pagada:

- 1 () Totalmente de acuerdo
- 2 () De acuerdo
- 3 () Indiferente
- 4 () En desacuerdo
- 5 () Totalmente en desacuerdo

20. Descargaría y haría uso de una aplicación que me ayudara a conocer cómo abrir un negocio:

- 1 () Totalmente de acuerdo
- 2 () De acuerdo
- 3 () Indiferente
- 4 () En desacuerdo
- 5 () Totalmente en desacuerdo