



Title: Analysis of competitiveness in MSMEs during the Covid-19 pandemic, case of Tlaxcoapan, Hidalgo

Authors: TREJO-ENCARNACIÓN, Patricia, HERNÁNDEZ-GÓMEZ, Diana, AGUILAR-REYNA, Verónica and CRUZ-REYNA, Ariana

Editorial label ECORFAN: 607-8695
 BECORFAN Control Number: 2022-01
 BECORFAN Classification (2022): 131222-0001

Pages: 16
 RNA: 03-2010-032610115700-14

ECORFAN-México, S.C.
 143 – 50 Itzopan Street
 La Florida, Ecatepec Municipality
 Mexico State, 55120 Zipcode
 Phone: +52 1 55 6159 2296
 Skype: ecorfan-mexico.s.c.
 E-mail: contacto@ecorfan.org
 Facebook: ECORFAN-México S. C.
 Twitter: @EcorfanC

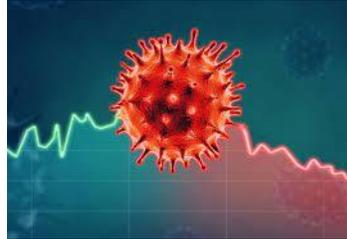
www.ecorfan.org

Holdings		
Mexico	Colombia	Guatemala
Bolivia	Cameroon	Democratic
Spain	El Salvador	Republic
Ecuador	Taiwan	of Congo
Peru	Paraguay	Nicaragua

Introducción

El objetivo de la presente investigación es realizar un **análisis de la competitividad** de las **Mipymes, del municipio de Tlaxcoapan, Hidalgo**; con la finalidad de conocer cuáles son los factores que les impide mantenerse dentro del mercado local durante la pandemia Covid-19.

Introducción



Introducción

La finalidad de este trabajo es analizar desde una perspectiva de los dueños de las Mipymes, cuales fueron los problemas que tuvieron que enfrentar a causa de la pandemia del COVID-19, y conocer cuales fueron las **acciones y estrategias** que tuvieron que implementar en los **aspectos de mercadotecnia, clientes, competitividad, protocolos de contingencia y el uso de las tecnologías de la información y comunicación**; para ser competitivas y poder dar solución a la crisis económica que se presentaba.

Metodología

La metodología utilizada fue con un enfoque **mixto** y un diseño de investigación **descriptiva-exploratoria**, a partir de allí, y con la información proporcionada por dueños, se describirá la realidad empresarial en las que viven las Mipymes de Tlaxcoapan, durante la pandemia del Covid-19.

Metodología

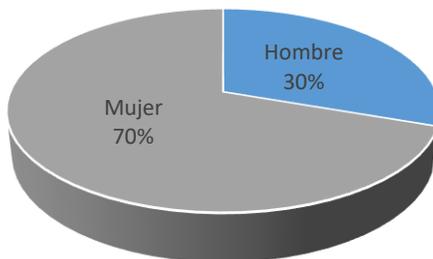
El instrumento que se aplicó para recabar los datos fue un cuestionario exprofeso, dividido en 5 ejes temáticos como es: **mercadotecnia, clientes, competitividad, protocolos de contingencia, y el uso de las tecnologías de la información y comunicación**; Se aplicaron 323 cuestionarios, resultado que arroja el muestreo estadístico, de acuerdo a 2043 unidades económicas de Tlaxcoapan.

Preguntas de Investigación

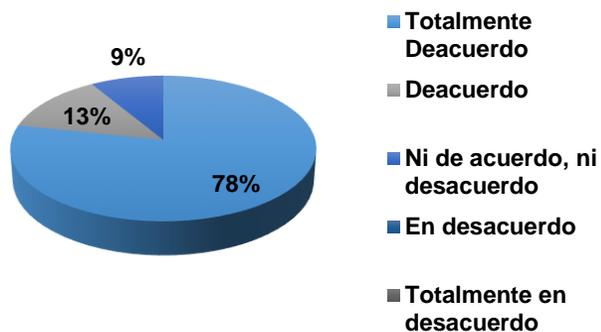
1. ¿Las Mipymes de Tlaxcoapan cuentan con planes estratégicos de contingencia?
2. ¿El contar con planes de contingencia lograrán ser más competitivas las Mipymes?

Resultados

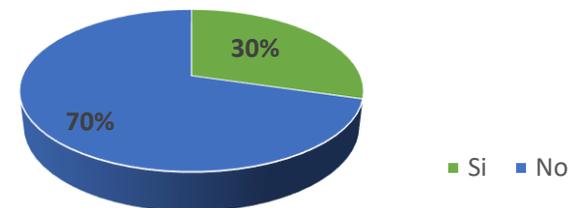
Eje: Mercadotecnia



Gráfica 1 Género de los propietarios de las Mipymes

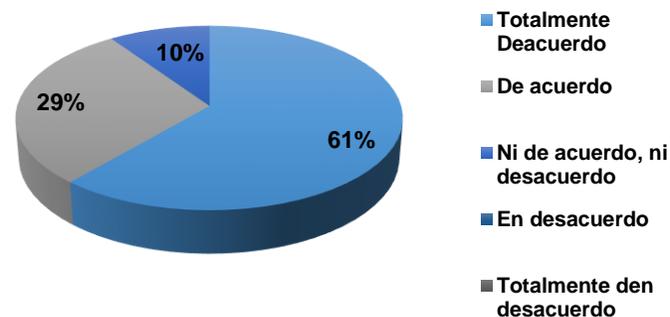


Gráfica 2 La mercadotecnia es un factor importante para el desarrollo de la empresa.

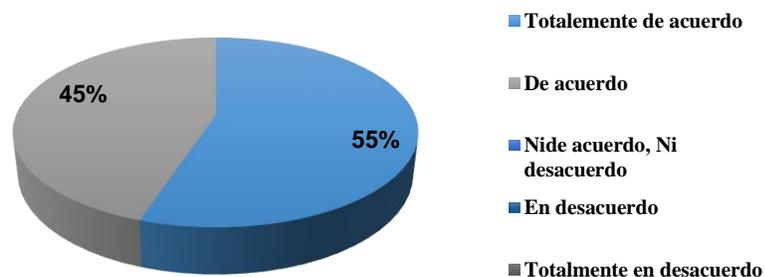


Gráfica 3 Durante la pandemia ¿diseño un plan comercial de contingencia?

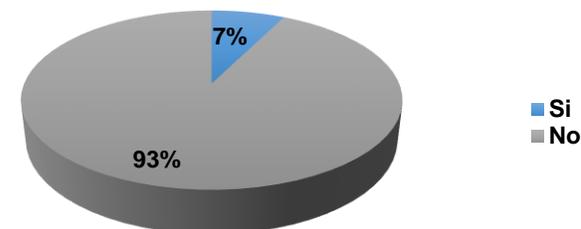
Eje: Mercadotecnia



Gráfica 4 Se considera apropiado que todos los miembros participen en la toma de decisiones en los planes de mercadotecnia de la empresa.



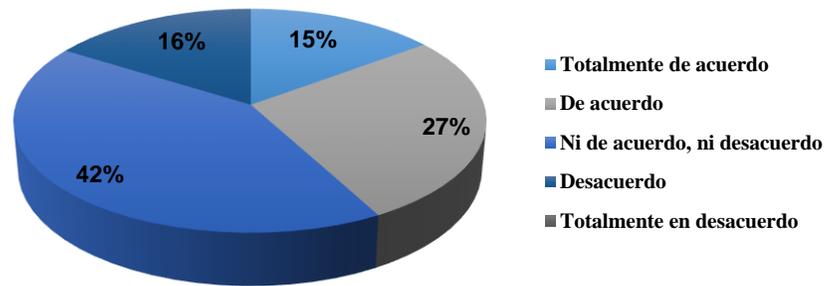
Gráfica 5 La empresa se ha preocupado por generar promociones u ofertas para la venta de sus productos para atraer la atención del cliente y elevar las ventas ante el COVID-19.



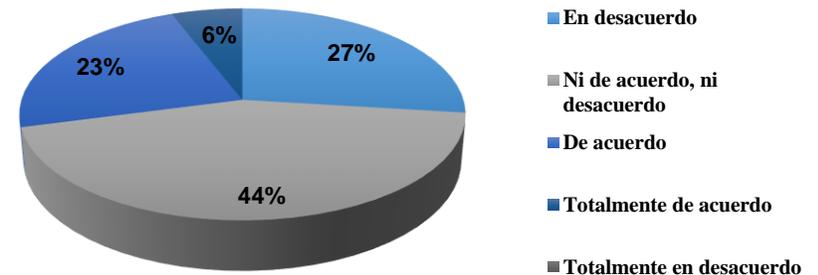
Gráfica 6 La empresa cuenta con un área o departamento de Marketing formalmente establecido.

Resultados

Eje: Clientes



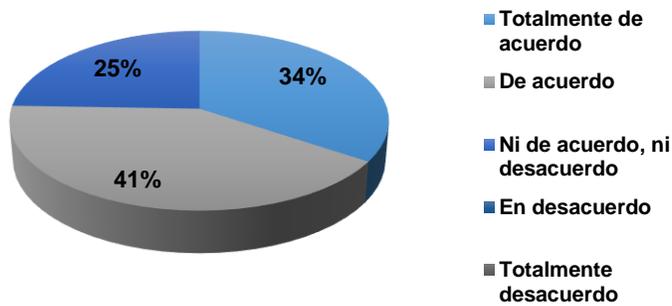
Gráfica 7 Se tienen bien identificados los clientes a los que están dirigidos los productos de la empresa.



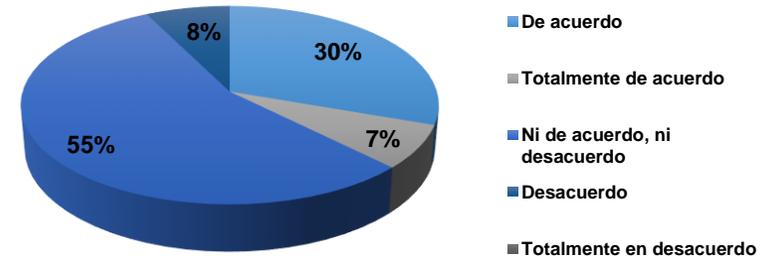
Gráfica 8 Se acostumbra medir el nivel de satisfacción del cliente.

Resultados

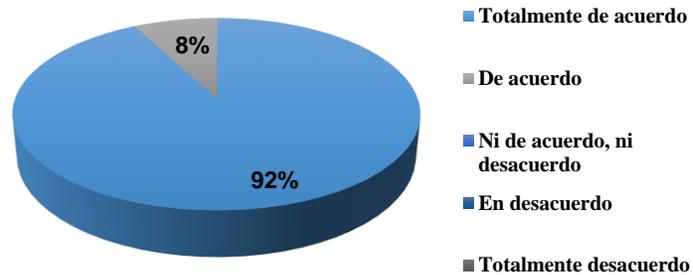
Eje: Competitividad



Gráfica 9 Para tomar decisiones la empresa siempre analiza la competencia.



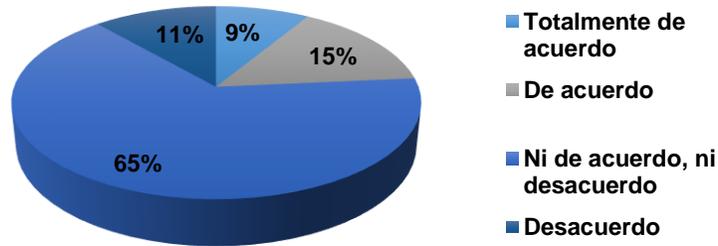
Gráfica 10 Se tiene bien identificada la competencia.



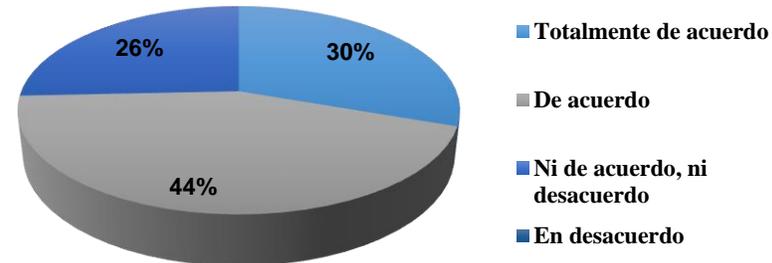
Gráfica 11 Considera los precios de sus productos más accesibles que los de la competencia.

Resultados

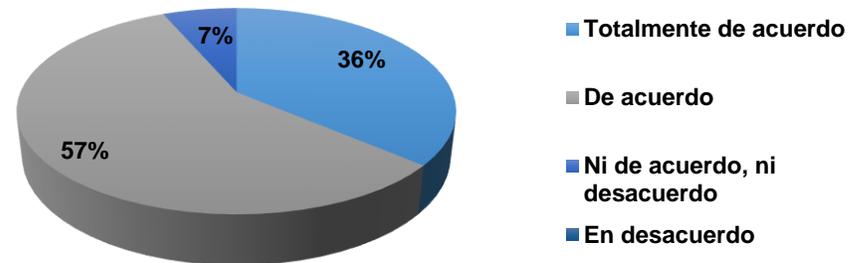
Eje: Protocolos de contingencia



Gráfica 12 Conozco los protocolos establecidos por la Secretaría de Salud para las Pymes.



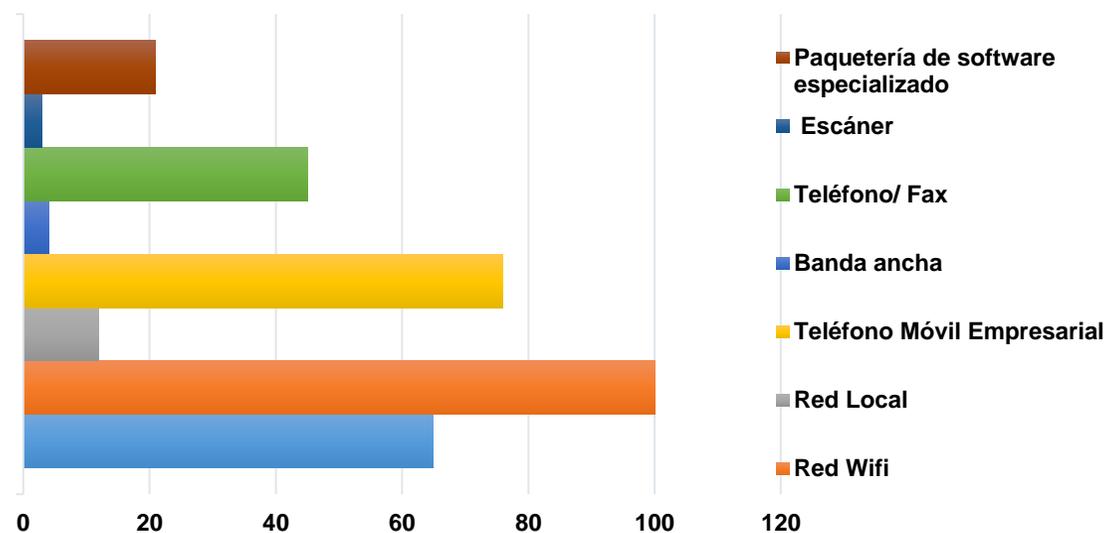
Gráfica 13 Estoy de acuerdo con lo que establece la Secretaría de Salud, COFEPRIS y todos los que lo regulan ante la contingencia.



Gráfica 14 Se aplican innovaciones constantes dentro de los procesos de la empresa ante la contingencia COVID-19.

Resultados

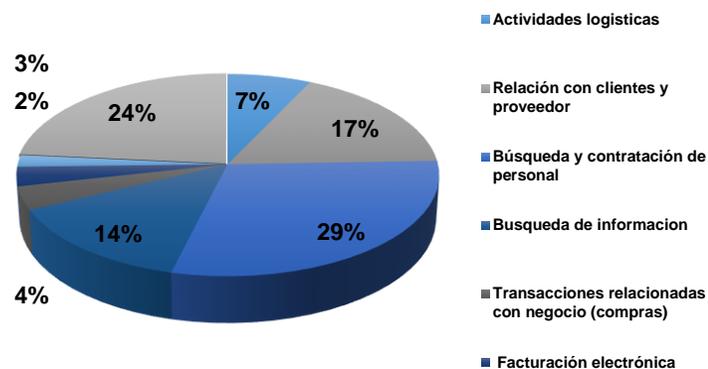
Eje: Uso de las tecnologías de la información y comunicación



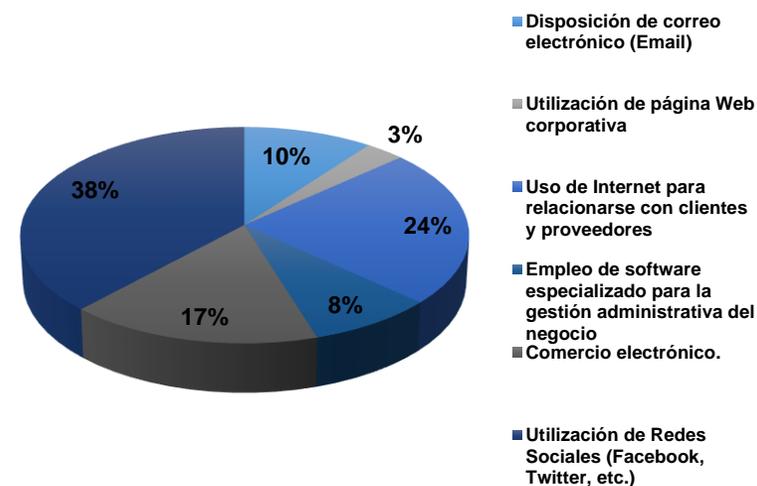
Gráfica 15 Tipos de disponibilidad de infraestructura de tecnologías de la información y la comunicación que utiliza su empresa ante la contingencia Covid-19

Resultados

Eje: Uso de las tecnologías de la información y comunicación



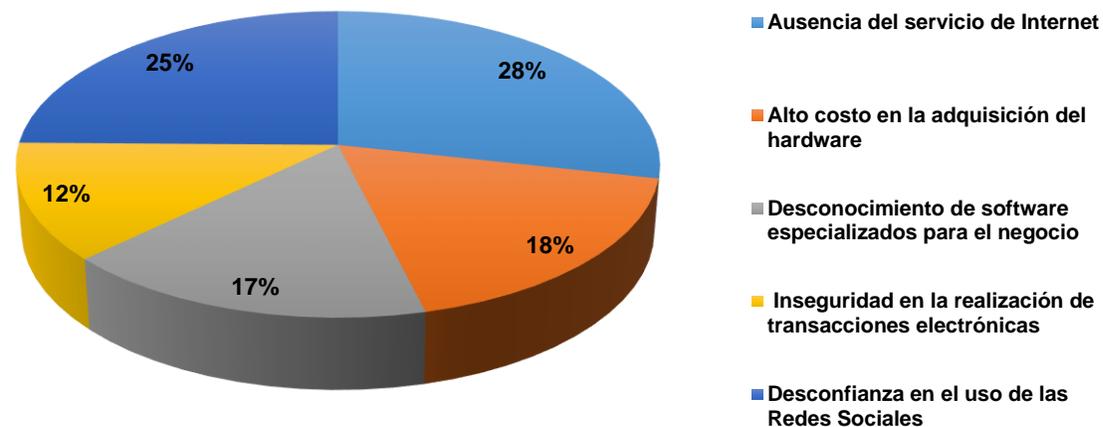
Gráfica 16 En caso de disponer de internet, indique cuales son las actividades principales que les da uso para cualquier diligencia presentada en su empresa durante la contingencia COVID-19.



Gráfica 17 Indique el tipo de actividades de tecnologías de la información y la comunicación que su empresa haya realizado en medio de la contingencia COVID-19.

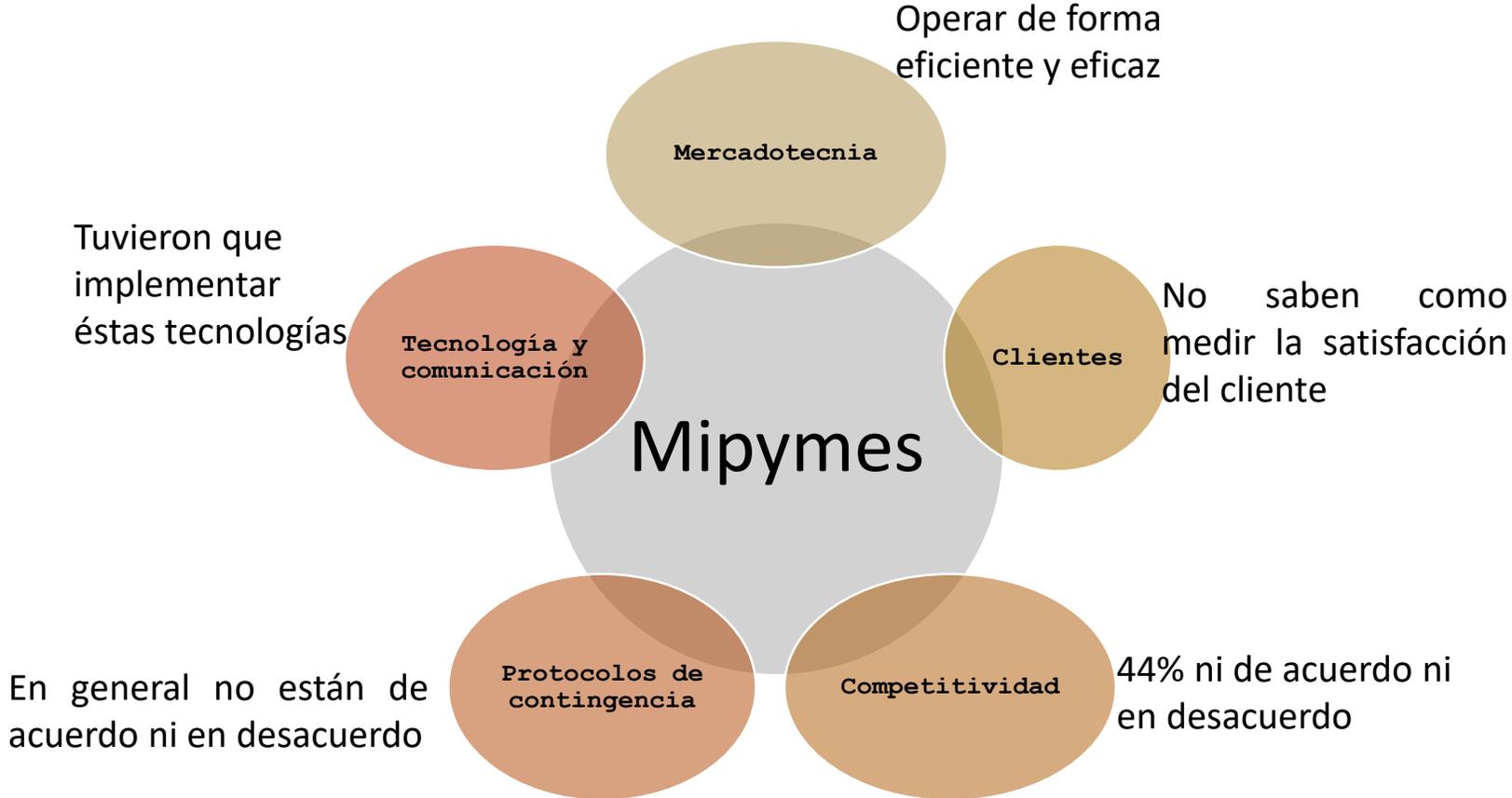
Resultados

Eje: Uso de las tecnologías de la información y comunicación



Gráfica 18 Las tecnologías de la información y la comunicación ha sido un recurso favorable ante esta contingencia, indique cuales son los factores que ven como un problema para sus ventas en esta pandemia COVID-19.

Conclusiones



Referencias

(2020). En Z. M. Sánchez, *Gestión de las Mypimes Mexicanas en tiempos de contingencia COVID-19*. (pág. 368). HESS, S.A. DE C.V.

Alejandro, B. D. (2012). Pymes. Un reto a la competitividad. Externado. Obtenido de Pymes. Un reto a la competitividad: <https://publicaciones.uexternado.edu.co/gpd-pymes-un-reto-a-la-competitividad-9789586168502.html>

Amexme. (2021). Obtenido de Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias Amexme Nacional, A.C.: <https://www.amexme.org/>

Ángel, R. (16 de AGOSTO de 2020). *Principios para elaborar un plan de contingencia para Pymes ante el Coronavirus*. . Obtenido de [https://laneurona.com\(texto/prinpla-de-contingencia-para-pymes-ante-el-coronavirus/](https://laneurona.com(texto/prinpla-de-contingencia-para-pymes-ante-el-coronavirus/)

Ángel, R. M. (16 de agosto de 2020). *Principios para elaborar un plan de contingencia para Pymes ante el Coronavirus*. Obtenido de La Neurona: <https://laneurona.com/texto/prinplan-de-contingencia-para-pymes-ante-el-coronavirus/>

Anzola, S. (2010). *Administración de Pequeña Empresa*. México : McGraw Hill.

Banco, R. F. (2020). *Federal Reserve Economic Data*. Obtenido de <https://fred.stlouisfed.org/>.

CEPAL. (2021b). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Obtenido de LC/FDS.4/3/Rev.1 Competitividad.

E. F. (2016). Factores de competitividad. . *Revista San Gregorio*.

CONEVAL. (2015). *Informe anual sobre la situación y rezago social*.

DIR&GE . (12 de Mayo de 2022). Obtenido de El reto de retener y fidelizar clientes en la pyme: <https://directivosygerentes.es/pymes/noticias-pymes/decisiones-estrategicas-empresas>

EDN. (02 de diciembre de 2020). *EI INEGI PRESENTA RESULTADOS DE LA SEGUNDA EDICIÓN DEL ECOVID-19*. Obtenido de INEGI: https://inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/ECOVID-IE_DEMOGNEG.pdf

Referencias

Factores de competitividad. (2016). En F. d. Competitividad. Copyright © Revista San Gregorio.

Fischer, L. (2011). *Mercadotecnia*. McGraw - Hill.

Hernández R., F. (2003). *Metodología de la Investigación*. MacGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. .

Hubspot. (s.f.). Obtenido de ¿Qué es un cliente? Definición e importancia en las empresas: <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-un-cliente>

Ift. (2021). *usuarios de servicios de telecomunicaciones*. Obtenido de tercera encuesta: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/tercerencuesta2021mipymes.pdf>

Mbuyisa, B. y. (2017). *The role of ICT use in SMEs towards poverty reduction*. asystemic literaure reviesw. Journal of International Development. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/jid.3258>

Mercadotecnia. (2011). En J. E. Laura Estela Fischer, *Mercadotecnia* (pág. 309). México: Mac Graw Hi.

Michel Eugene, P. (2016). Factores de competitividad. Obtenido de En F. d. Competitividad. Copyright © Revista San Gregorio.

Oakpower. (05 de Noviembre de 2018). Obtenido de Pasos para hacer un plan de marketing para pymes: <https://oakpower.es/index.php/top-news/41-analizamos-el-marketing-y-la-comunicacion-de-las-pymes>

Porter, M. E. (2000). *En F. d. Competitividad*. Copyright © Revista San Gregorio. Obtenido de Factores de competitividad. (2016).

telecomunicaciones, I. f. (2021). *usuarios de servicios telecomunicaciones*. Obtenido de itf: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/usuarios-y-audiencias/tercerencuesta2021mipymes.pdf>

Vavra, T. G. (2002). *Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000*. Fundación CONFETAMEL.

Velasco, E. (1993). *El Precio Variable estratégica de marketing*. Editorial Mc. Graw-Hill.



ECORFAN®

© ECORFAN-Mexico, S.C.

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BECORFAN is part of the media of ECORFAN-Mexico, S.C., E: 94-443.F: 008- (www.ecorfan.org/booklets)