

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), marzo-abril 2026,
Volumen 10, Número 2.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v10i2

IDENTIFICACIÓN DE LAS MIPYMES EN LA COMUNIDAD DE ESCÁRCEGA, CAMPECHE PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

**IDENTIFICATION OF MSMES IN THE COMMUNITY OF
ESCÁRCEGA, CAMPECHE FOR THE IMPLEMENTATION OF
STRATEGIES FOR BUSINESS COMPETITIVENESS**

Lucía Antonieta López Velasco

Tecnológico Nacional de México

Edith González Lazo

Tecnológico Nacional de México

Martha Elena Cervantes Sánchez

Tecnológico Nacional de México

Guadalupe del Rosario Hernández Morales

Instituto Tecnológico Superior de Escárcega, México

Hugo Alberto Ramírez López

Instituto Tecnológico Superior de Escárcega, México

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v10i2.23205

Identificación de las Mipymes en la Comunidad de Escárcega, Campeche para la Implementación de Estrategias para la Competitividad Empresarial

Lucia Antonieta López Velasco¹

lucia.lv@escarcega.tecnm.mx

<https://orcid.org/0009-0007-8535-1545>

Tecnológico Nacional de México
ITS de Escárcega, Escárcega Campeche
México

Edith González Lazo

edith.gl@escarcega.tecnm.mx

<https://orcid.org/0000-0002-8138-2076>

Tecnológico Nacional de México
ITS de Escárcega, Escárcega Campeche
México

Martha Elena Cervantes Sánchez

mcervantesia@itsescarcega.edu.mx

Tecnológico Nacional de México
ITS de Escárcega, Escárcega Campeche
México

Guadalupe del Rosario Hernández Morales

200205012@itsescarcega.edu.mx

Instituto Tecnológico Superior de Escárcega
México

Hugo Alberto Ramírez López

210205021@itsescarcega.edu.mx

<https://orcid.org/0009-0006-7003-9295>

Instituto Tecnológico Superior de Escárcega
México

RESUMEN

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) constituyen un pilar fundamental en el desarrollo económico y social principalmente en las comunidades rurales; la falta de acceso a financiamientos, la insuficiencia de capacitación empresarial, la carencia de innovación y tecnología, afectan su competitividad y capacidad para generar un impacto significativo en la economía social, las cuales enfrentan muchos obstáculos limitando su capacidad para generar empleos sostenibles y contribuir al fortalecimiento de la economía social, de acuerdo a este problema, se llevó a cabo esta investigación acerca de la Identificación de las mipymes en la comunidad de Escárcega, Campeche para la implementación de estrategias para la competitividad empresarial. Este proyecto se realizó bajo la modalidad de tipo Aplicada, con un enfoque cualitativo, siendo una de las actividades muy importantes que se realizó con trabajos de campo mediante técnicas y herramientas como (cuestionarios). Así mismo se analizó la determinación de la población con la cual se obtuvo datos claros, precisos y ordenados.

Palabras clave: competitividad, marketing, innovación estrategias

¹ Autor principal.

Correspondencia: lucia.lv@escarcega.tecnm.mx

Identification of Msmes in the Community of Escárcega, Campeche for the Implementation of Strategies for Business Competitiveness

ABSTRACT

Micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) are a fundamental pillar of economic and social development, especially in rural communities. Lack of access to financing, insufficient business training, and a lack of innovation and technology affect their competitiveness and capacity to generate a significant impact on the social economy. These businesses face numerous obstacles that limit their ability to create sustainable jobs and contribute to strengthening the social economy. In response to this problem, this research was conducted to identify MSMEs in the community of Escárcega, Campeche, for the implementation of strategies to enhance business competitiveness. This project was carried out using an applied research approach with a qualitative focus. A key activity was fieldwork, employing techniques and tools such as questionnaires. The study also included a population analysis to obtain clear, precise, and organized data.

Keywords: competitiveness, marketing, innovation, strategies

*Artículo recibido 23 febrero 2026
Aceptado para publicación: 27 marzo 2026*



INTRODUCCIÓN

El municipio de Escárcega, Campeche enfrenta muchos obstáculos en las micro, pequeñas y medianas empresas limitando su capacidad para generar empleos sostenibles y contribuir al fortalecimiento de la economía. (Secretaría de Economía, 2024) nos dice que Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) son el grupo al que pertenecen más del 99.8 % de las empresas en el país. Simbolizan cualidades socioculturales que, en conjunto con la dinámica económica, dan muestra al mundo de la diversidad y riqueza, Contribuyen al fortalecimiento económico, promueven el desarrollo regional e impactan positivamente en la vida social. Las mipymes mexicanas son el motor de nuestra economía, generan el 52 % de los ingresos y emplean a 27 millones de personas, que representan el 68.4 %, del total de personas que trabajan en el sector empresarial. Su distribución a lo largo del territorio es diversa, concentrándose en la región Sur las mipymes dedicadas principalmente al comercio y, en el norte, aunque el número es menor, éstas realizan actividades de tipo industrial. Las mipymes también enfrentan retos, algunos de éstos son: Baja esperanza de vida. 52 de cada 100 mipymes cierran durante sus primeros dos años. Escaso conocimiento en habilidades digitales. La mayoría de las mipymes carecen de conocimientos digitales, así como de seguridad digital que permita mejorar y proteger sus operaciones. Complejidad administrativa. El 70 % de las mipymes enfrentan obstáculos al iniciar su negocio. Acceso limitado a tecnologías digitales y emergentes. De las microempresas que representan el 95 % de las mipymes, únicamente el 19 % tiene acceso a un equipo de cómputo. Estos retos requieren alternativas que resuelvan de manera integral cada una de las causas que lo provocan, principalmente, a través del desarrollo de habilidades empresariales considerando aquellas que tienen relación con el desarrollo social y competencias interpersonales. Debido a esto se realizó una investigación con la finalidad de implementar estrategias para la competitividad empresarial del municipio de Escárcega, Campeche. El trabajo presentado a continuación aborda el contexto de las micro, pequeñas y medianas empresas, buscando como principal objetivo Identificar las características y necesidades, proponiendo estrategias de Marketing digital que mejoren la competitividad empresarial de las mipymes en la comunidad de Escárcega Campeche, Es por ello el desarrollo de esta investigación que tiene como finalidad la Identificación de las mipymes en la localidad, reconocer las principales cualidades y sectores económicos, analizar las necesidades de capacitación, financiamiento y tecnología que limitan



la competitividad de la mipymes, analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que enfrentan, diseñar propuestas de estrategias de Marketing digital Enfocadas en mejorar la eficiencia operativa y competitividad, mediante una investigación de campo en la cual nos basamos en una metodología e instrumentos de recolección de datos para posteriormente poder ser analizados y emitir diferentes propuestas o soluciones de mejora.

METODOLOGÍA

Este proyecto de investigación se llevó a cabo bajo la modalidad de investigación de tipo Aplicada, según, (Prieto Herrera, 2009) menciona que es aquella que permite responder algunas inquietudes, preguntas o problemas sobre una situación específica de la vida real; además que indica que tienen como finalidad recoger y registrar ordenadamente los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio (Baena Paz, 2017), con un enfoque cualitativo. Para llevarse a cabo esta investigación se recolectaron datos a través de un instrumento en forma de cuestionario que contenía 29 ítems con opciones múltiples de respuestas el autor (Franklin, 2007) nos dice que el cuestionario es un instrumento que se emplea para obtener la información deseada en forma homogénea, están constituidos por series de preguntas escritas, predefinidas, secuenciadas y separadas por capítulos o temática específica, con el propósito de que muestren la interrelación y conexiones lógicas entre las diferentes áreas y rubros para que en conjunto brinden un perfil completo de la organización.

De acuerdo al Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), muestra un registro de 1137 negocios con actividad económica comercial al por mayor y al por menor, la cual 1112 de ellas pertenecen a las empresas de tamaño micro, donde se involucra un total de 0 a 10 empleados. (Torrez, Montejó & Quijano, 2020, pág. 3) cabe mencionar que solo se analizaron 16 colonias de la localidad de Escárcega, Campeche, por ende, la población fue de 260 microempresas. Los autores (Fischer de la Vega & Espejo Callado, 2017, págs. 40,41) en su libro titulado “Introducción a la Investigación de Mercados 4ta edición, menciona que Para realizar el cálculo del tamaño de la muestra, se emplea la fórmula para poblaciones finitas (menos de 500,000 elementos), como se muestra a continuación:



Figura1. Fórmula de poblaciones finitas.

$$n = \frac{\alpha^2 Npq}{e^2 (N - 1) + \alpha^2 pq}$$

En donde

n= Número de elementos (tamaño de la muestra)

α = Nivel de confianza

N= Universo o población

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

e= Error de estimación (precisión en los resultados)

Se determina el nivel de confianza (a) con que se va a trabajar

Laura Fischer proporciona tres parámetros:

1. Si $a = 1$, se abarca 68.26% de los casos
2. Si $a = 1.96$, se abarca 95% de los casos
3. Si $a = 2.58$, se abarca 99% de los casos

En este caso es de 1.96 ya que le estamos otorgando un nivel de confianza del 95%.

Se determina la probabilidad a favor y la probabilidad en contra:

Según (Fischer de la Vega & Espejo Callado, 2017, pág. 38) para obtener estos datos se evalúa la situación que guarda en el mercado el fenómeno o característica investigada, pero cuando no se tiene una idea clara de esta situación es preciso dar los máximos valores, tanto a la probabilidad de que se realice el evento favorable como de que no se realice. Esto es, 50% a p y 50% a q, donde la suma de ambas siempre será 100%. al no tener conocimiento exacto acerca de la problemática se les asignará la ponderación máxima a ambos.

Se determina el error (a):

(Fischer de la Vega & Espejo Callado, 2017, pág. 39) mencionan que el margen de error se determina con base en la validez que se quiere dar la información y está relacionada con el nivel de confianza. En este caso cuanto mayor sea el nivel de confianza mayor será el margen de error que puede permitirse, hasta de un 10% en niveles de confianza de 99% y viceversa, si damos un 90% en nivel de confianza



únicamente se pueden permitir errores de 2 a 4% ya que de otra manera la información recabada carecería de la validez necesaria.

De acuerdo a lo establecido en el nivel de confianza del diagnóstico de un 95% y teniendo el error gran relación con este y faltando el porcentaje mínimo el margen de error será de 5%.

Sustitución de la fórmula:

Datos:

$$n=x$$

$$e= 5\%$$

$$a= 1.96$$

$$p= 50\%$$

$$q= 50\%$$

N= microempresas

Donde:

$$n = \frac{(1.96)^2 (260)(50\%)(50\%)}{(5\%)^2(260 - 1) + (1.96)^2 (50\%)(50\%)}$$

$$n = \frac{(3.8416) (260)(0.50)(0.50)}{(0.05)^2(260 - 1) + (3.8416) (0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{249.704}{1.6079} = 155.29 = 155 \text{ encuestas}$$

Se llevó a cabo la recolección de datos, donde se obtiene la información que se necesita para sustentar nuestra teoría para (Bernal, 2010) Estos datos o información recolectados son el medio a través del cual se prueban las hipótesis, se responden las preguntas de investigación y se logran los objetivos del estudio originados del problema de investigación en la localidad de Escárcega, Campeche.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como resultado del proyecto titulado “Identificación de las mipymes en la comunidad de Escárcega, Campeche para la implementación de estrategias para la competitividad empresarial” mediante las



encuestas realizadas se obtuvieron los siguientes resultados. El sector más predominante es el Terciario (servicios como comercios, transporte y educación) con un 94% de los resultados, las micro, pequeñas y medianas empresas están registradas ante el servicio de Administración Tributaria(SAT) en su mayoría las empresas cuentan con 4,5 y 10 años de antigüedad, contando al inicio con uno o hasta tres empleados, en la actualidad solo se cuenta con un empleado, la mayoría de las empresas prefiere contratar personas con preparatoria y secundaria y de preferencia que sean mujeres, las empresas reportan ventas mensuales entre \$5,000 mil y \$10,000 mil y la mayoría del personal en las empresas no ha recibido capacitación en los últimos dos años, las áreas de capacitación de mayor interés según las encuestas son Ventas, Marketing, Administración y Finanzas, en los últimos 3 años la mayoría de los empresarios no han solicitado algún tipo de crédito para la mejora continua de su negocio, los principales obstáculos para acceder a un financiamiento son las altas tasas de interés y no haberlo intentado, las redes sociales son la herramienta digital más utilizadas hoy en día como (Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp Business, Software de ventas, Página web) mientras que un porcentaje significativo no utiliza ninguna herramienta digital, esto ocasiona que muy pocos cuentan con un perfil en las redes sociales, la mayoría de las empresas no invierte en publicidad digital pagada, mientras que una minoría sí lo hace, ya sea de forma regular u ocasional. Por ende, las empresas tienen un nivel bajo de conocimiento en marketing digital, muy pocos se autoevalúan con un nivel alto, la falta de capacitación digital en marketing se considera muy necesario para aumentar las ventas, atraer nuevos clientes y mejorar la imagen de la empresa, la falta de conocimientos y tiempo son los principales impedimentos para adoptar marketing digital según los encuestados.

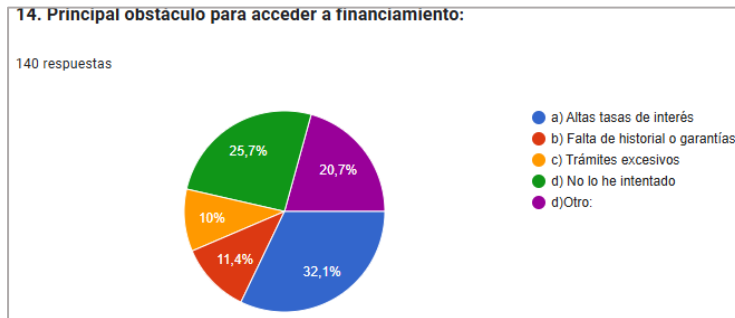
ILUSTRACIONES, TABLAS, FIGURAS

Gráfica 1. Área geográfica del sector económico



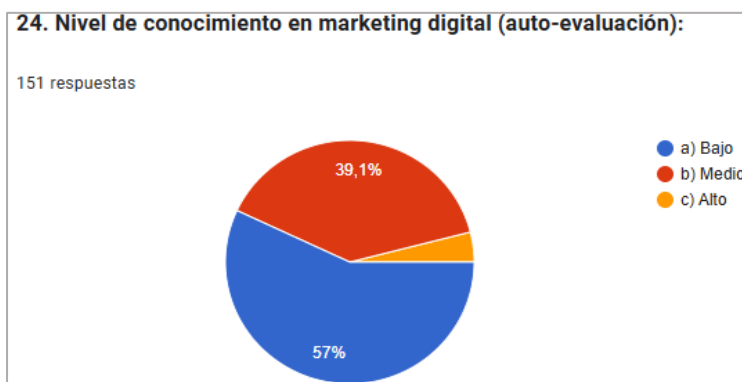
De acuerdo a las encuestas realizadas nos muestra que el sector que más predomina es el terciario con un 94.8% esto se conforma por una gran diversidad de servicios, que no producen bienes materiales, sino que los distribuyen o prestan servicios intangibles. Incluye actividades como el comercio, transporte, comunicaciones, turismo, servicios financieros, educación, sanidad y administración pública. Estos servicios pueden ser ofrecidos por entidades públicas o privadas.

Gráfica 2. Obstáculo para acceder a un financiamiento



Con un 32.1% la siguiente gráfica nos muestra que el mayor obstáculo que presentan las mipymes para poder acceder a un financiamiento son las altas tasas de intereses, la siguiente causa con un 25,7% no lo ha intentado el 20,7% Indicaron otras razones, los porcentajes más bajos fueron por falta de historial, garantías o trámites excesivos.

Gráfica 3. Marketing digital



Esta gráfica nos presenta el 57% el nivel muy bajo sobre el conocimiento en marketing digital, el 39.1% con un nivel medio y solo con un 4% tiene el nivel alto de conocimiento.

CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación realizada mediante la aplicación del instrumento (cuestionarios) Nos llevó a identificar qué factores impiden o delimitan el desarrollo económico y la sostenibilidad y contribución

al fortalecimiento de la economía social en la localidad de Escárcega, Campeche, las necesidades de capacitación, financiamiento y tecnología son los que limitan la competitividad de las Mipymes en esta localidad, por ende, son las debilidades y amenazas con las que se enfrentan.

Diseñar propuestas de estrategias de Marketing digital Enfocadas en mejorar la eficiencia operativa y competitividad de las Mipymes son una oportunidad para un buen fortalecimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Baena Paz, G. (2017). Metodología de la investigación (3ra ed.). México: Patria. Obtenido de

http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf

Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación. Administración, Economía, Humanidades (Tercera edición ed.). (O. F. Palma, Ed.) Colombia: Pearson Educación. Obtenido de

https://www.academia.edu/76957970/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_Bernal_pdf

Fischer de la Vega, L., & Espejo Callado, J. (2017). Introducción a la Investigación de Mercados. México: Mcgraw-Hill Education. Obtenido de

https://www.ingebook.com/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=10594

Franklin, E. B. (2007). Auditoria Administrativa:Gestión Estratégica del Cambio (Segunda Edición ed.). (P. M. Rosas, Ed.) México: Pearson Educación. Obtenido de

<https://studylib.es/doc/9087755/libro-auditor%C3%ADa-administrativa-gesti%C3%B3n-estrat%C3%A9gica-del-ca...>

Prieto Herrera, J. E. (2009). Investigación de Mercados (Bogotá, D.C., agosto de 2009 ed.). Bogotá, D.C.: Ecoe Ediciones Ltda. Obtenido de

<https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/3611/1/Investigaci%C3%B3n%20de%20Mercados%20-%20Jorge%20Eli%C3%A9cer%20Prieto%20Herrera-FREELIBROS.ME.pdf>

Secretaria de Economía. (Junio de 2024). Mipymes mexicanas:Motor de nuestra economía. 8-15-17.

Obtenido de



https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/923851/20240626_Dosier_MIPYMES_SA_LIDA_Interactivo_5_.pdf

Torrez, Montejó & Quijano, M. (2020). Una aproximación en las microempresas de Escárcega, Campeche, ante la adaptación en tiempos de pandemia. VIII Congreso Virtual Internacional Transformación e Innovación en las Organizaciones, (pág. 3). Escárcega, Campeche. Obtenido de <https://www.eumed.net/actas/20/trans-organizaciones/3-una-aproximacion-en-las-microempresas-de-escarcega-campeche.pdf>

