



Micro, pequeñas y medianas empresas: Estrategias de negocios y dificultades de crecimiento

García Estrada, Aranza Guadalupe

*Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración.
Monterrey, Nuevo León, México, itsaranzag@hotmail.com, Av. Universidad S/N Col.
Ciudad Universitaria, (+52) 81 83 29 40 00*

Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex:

Revisión por pares

Fecha de aceptación: Agosto de 2018

Fecha de publicación en línea: Diciembre de 2018

Resumen

El objetivo de esta investigación es identificar los obstáculos que enfrentan las MiPyMEs para implementar estrategias de crecimiento. Se realiza un estudio descriptivo cuantitativo y cualitativo. Los resultados, señalaron que las empresas centrarán sus esfuerzos en estrategias de crecimiento y expansión. Existen distintas fuentes de financiamiento gubernamentales que permiten hacer crecer a las MiPyMEs, uno de ellos es el INADEM mismo rechazó 50 % de solicitudes por errores normativos, esto se debe a que los aspirantes no cuentan con el conocimiento necesario para elaborar la solicitud apropiadamente. Buscar nuevas formas de financiamiento se volvió una prioridad para estas empresas, sin embargo el 51 % de los directivos consultados por American Express dijo que tiene dificultades para acceder al financiamiento necesario para el crecimiento de su negocio.

Palabras claves: MiPyMEs, incertidumbre, estrategia, financiamiento, crecimiento.

Abstract

The objective of this research is to identify the obstacles SMEs face in implementing growth strategies. A quantitative and qualitative descriptive study is carried out. The results indicated that companies will focus their efforts on growth and expansion strategies. There are different sources of government financing that allow SMEs to grow, one of them is INADEM which rejected 50% of requests due to regulatory errors, this is due to the fact that applicants do not have the necessary knowledge to prepare the request in an appropriately. Finding new forms of financing became a priority for these companies, however, 51% of the executives consulted by American Express said they have difficulties in accessing the necessary financing for the growth of their business.

Key words: SMEs, uncertainty, strategy, financing, growth.

1. INTRODUCCIÓN

Las micro, pequeñas y medianas empresas juegan un papel importante en el desarrollo de la economía mexicana debido a su capacidad de generar empleos y su gran aportación al Producto Interno Bruto (PIB). Sin embargo, es muy difícil que se desarrollen en un entorno incierto, por lo tanto, es necesario conocer e implementar estrategias de negocios innovadoras que permitan obtener los suficientes recursos para mejorar su productividad y competitividad.

En esta ponencia se busca dar a conocer algunas de las líneas de acción que pueden ser implementadas en épocas de incertidumbre económica. Además se muestran las expectativas de crecimiento de las empresas ya que una encuesta realizada por American Express nos revela que las MiPyMEs están optando por estrategias para su crecimiento. Sin embargo, existen dificultades para acceder al financiamiento necesario para hacer crecer un negocio, un análisis económico señala que la tasa de interés de los financiamientos es la primera restricción que tienen las MiPyMEs.

La pregunta a responder en este proyecto es ¿Cuáles son los obstáculos que enfrentan las MiPyMEs para implementar estrategias de crecimiento? La realización de la presente investigación se hizo tomando una metodología descriptiva desde una perspectiva cualitativa y cuantitativa.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Micro, Pequeñas y Medianas empresas

Las PyMEs son Pequeñas y Medianas Empresas, con un número no muy grande de trabajadores y con una facturación moderada. Estas empresas son consideradas como el principal motor de la economía. Y es que en muchos casos, las PyMEs son las empresas que más empleo dan. Y es muy sencillo entender el porqué, ellas contribuyen de manera importante a la generación de empleos. Es así, como un importante espacio del mercado, es cubierto por medio de estas empresas.

Son la columna vertebral de la economía mexicana. Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) generan 72 % del empleo y 52 % del Producto Interno Bruto (PIB) del país. En México hay más de 4.1 millones de microempresas que aportan 41.8 % del empleo total. Las pequeñas suman 174,800 y representan 15.3 % de empleabilidad; por su parte, las medianas llegan a 34,960 y generan 15.9% del empleo.

Las PyMEs se concentran en actividades como el comercio, los servicios y la industria artesanal, al igual que en trabajos independientes. ("Pymes", s.f.)

2.2 Estrategia de negocios

Las estrategias de negocio representan planes o métodos que las compañías utilizan para llevar a cabo diversas funciones en sus operaciones comerciales.

Las pequeñas empresas pueden adaptar estas estrategias a sus operaciones y asignarlas a diferentes empleados. Las empresas a menudo utilizan estrategias para proporcionar directrices a seguir por los propietarios, directivos y empleados cuando se trabaja en el negocio. (Vitez, s.f.)

2.2.1 Estrategia de crecimiento

Una estrategia de crecimiento implica la introducción de nuevos productos o la adición de nuevas características para los productos existentes. A veces, una pequeña empresa puede verse obligada a modificar o ampliar su línea de productos para mantenerse al día con los competidores. De lo contrario, los clientes pueden empezar a utilizar la nueva tecnología de una empresa competitiva. Una pequeña empresa también puede adoptar una estrategia de crecimiento mediante la búsqueda de un nuevo mercado para sus productos. (Suttle, s.f.)

2.2.2 Estrategia de diferenciación de productos

Las pequeñas empresas a menudo utilizan una estrategia de diferenciación de los productos cuando tienen una ventaja competitiva, como la calidad o servicio superior. Las empresas utilizan una estrategia de diferenciación de productos a fin de diferenciarse de sus competidores clave. Sin embargo, una estrategia de diferenciación de producto también puede ayudar a una empresa a crear lealtad de marca, de acuerdo con el artículo "Estrategias genéricas de Porter" en QuickMBA.com.

2.2.3 Estrategia de precio diferenciado

Una estrategia de precios diferenciados consiste en cobrar precios altos por un producto, en particular durante la fase de introducción. Una pequeña empresa utilizará una estrategia de precios diferenciados para recuperar rápidamente su producción y los gastos de publicidad. Sin embargo, tiene que haber algo especial en el producto para que los consumidores paguen el precio exorbitante. Un ejemplo podría ser la introducción de una nueva tecnología. Una pequeña empresa puede ser la primera en introducir un nuevo tipo de panel solar.

Dado que la empresa es la única que vende el producto, los clientes que realmente quieren los paneles solares pueden pagar el precio más alto. Una de las desventajas de los precios diferenciados es que tiende a atraer a la competencia con relativa rapidez, según la Administración de Pequeños Negocios. Las personas emprendedoras pueden ver los beneficios que la empresa cosecha y producir sus propios productos, siempre y cuando tengan el know-how tecnológico. (Suttle, s.f.)

2.2.4 Estrategia de adquisición

Una pequeña empresa con un capital extra puede utilizar una estrategia de adquisición para obtener una ventaja competitiva. Una estrategia de adquisición supone la compra de otra empresa, o de una o más líneas de productos de dicha empresa. Por ejemplo, un minorista de abarrotes en la costa este puede comprar una cadena de supermercados comparable en el medio oeste para expandir sus operaciones. (Suttle, s.f.)

2.3 La estrategia en entornos inciertos

¿Cómo diseñamos una estrategia en entornos inciertos? Podemos comenzar por "clasificar" la incertidumbre. En la práctica, la mayor

parte de directivos hace una clasificación dual en la que, o hay cero incertidumbre y por tanto, todo es predecible; o hay incertidumbre infinita, y por tanto nada es predecible. En realidad, el nivel de incertidumbre más común es el intermedio y en esa dirección apuntamos nuestro análisis.

La primera sugerencia para hacer estrategia en estos entornos es reducir el nivel de incertidumbre. Empresarios con visión suelen confiar más en su intuición que en una apreciación cuantitativa y cualitativa. Sin despreciar esta capacidad, es evidente que la intuición no basta para tomar acciones estratégicas satisfactorias. Una segunda sugerencia consiste en identificar las fuentes de incertidumbre.

Las más frecuentes suelen ser tres: 1) el cambio tecnológico; 2) la acción de los competidores; y, 3) la regulación gubernamental. ("La estrategia en entornos inciertos", 2004)

2.3.1 El cambio tecnológico

El cambio tecnológico es una constante en el desarrollo industrial y empresarial de los países, y tan antiguo como el mismo deseo humano por vivir mejor. La imprenta, el teléfono, los aviones, son ejemplos de adelantos tecnológicos que transformaron la sociedad y la estructura de las industrias existentes.

El más reciente adelanto tecnológico que nos ha deslumbrado ha sido el uso de internet en los negocios, abriendo miles de interrogantes sobre el futuro de las empresas. ("La estrategia en entornos inciertos", 2004)

2.3.2 La acción de los competidores

Las acciones de los competidores son otra fuente de incertidumbre. Una forma de reducir este nivel de desconocimiento es mediante la elaboración de "perfiles del competidor". Basta responderse preguntas como ¿qué ha hecho este competidor tradicionalmente?, ¿por qué ha reaccionado así? ¿Cuáles son sus recursos y capacidades para competir en el mercado?, y otras semejantes para tener una aproximación bastante aceptable de su comportamiento futuro. A través de estos "perfiles del competidor" podemos reducir el nivel de incertidumbre sobre sus acciones estratégicas.

En general, existen cuatro estrategias por las que puede optar la competencia: 1) pugnar por un trozo del pastel; 2) cambiar la estructura de la industria; 3) cambiar el hábito del consumidor; y, 4) cambiar la propuesta de valor estándar. ("La estrategia en entornos inciertos", 2004)

2.4 Expectativas de crecimiento de las MiPyMEs

En la encuesta Global SME (Small Medium Enterprise) Pulse, en el que participaron altos ejecutivos de compañías de 15 países, mostró un optimismo moderado en el mercado medio (37 % de opiniones positivas frente a 19 % negativas), sobre el estado de la economía mundial en los próximos 12 meses, pero con plena confianza en sus habilidades empresariales para afrontar los retos. Según el sondeo, 59 % de las pymes encuestadas esperan un crecimiento de los ingresos de al menos 4 % este año, en tanto que 48 % estiman un beneficio de al menos 6 % anual en los próximos tres años. ("Pymes mexicanas, preparadas para acceder a nuevos mercados", 2017).

Las empresas consultadas indicaron que centrarán sus esfuerzos en estrategias de crecimiento y expansión para mejorar su desempeño financiero. Para 54 %, la expansión a nuevos segmentos de mercado doméstico será una prioridad en los próximos tres años, cifra muy por encima del promedio mundial (42 por ciento). ("Pymes mexicanas, preparadas para acceder a nuevos mercados", 2017)

Las pymes mexicanas también apuestan por la exportación: 37 % planea llegar a nuevos mercados y hay mucho optimismo en esta tarea, ya que 62 % de éstas cree que su compañía tiene los planes adecuados para aumentar su exportación.

En tanto que 76 % afirmó que hoy es más fácil acceder a nuevos mercados que hace tres años, cifra superior al registrado en otro país. ("Pymes mexicanas, preparadas para acceder a nuevos mercados", 2017)

No obstante, 51 % de los directivos consultados por American Express dijo que tiene dificultades para acceder al financiamiento necesario para hacer crecer su negocio, mientras que 74 % reconoció que el flujo de efectivo afecta su capacidad para pagar a proveedores en tiempo y forma.

Hoy en día, estas compañías dependen de acceso a fondos (55 %) y a préstamos bancarios (52 %), por lo que buscarán nuevas formas de financiamiento. ("Pymes mexicanas, preparadas para acceder a nuevos mercados", 2017)

El crecimiento de los ingresos (56 %) y el margen de utilidad (43 %) será prioridades para las pymes mexicanas en el largo plazo y en cuanto a inversión se enfocarán a desarrollar e implementar innovaciones en modelos, productos, servicios y formas de trabajo (75 %); aplicar tecnología de punta (74 %) y responder de forma inmediata a las necesidades del negocio (63 por ciento). ("Pymes mexicanas, preparadas para acceder a nuevos mercados", 2017)

2.5 Fuentes de financiamiento gubernamentales para MiPyMEs en México

2.5.1 CONACYT

Es el programa de apoyo para las empresas que invierten en proyectos de investigación, desarrollo de tecnología e innovación, dirigidos al desarrollo de nuevos productos, procesos o servicios. Su objetivo general es incentivar, a nivel nacional, la inversión de las empresas en actividades y proyectos relacionados con la investigación, desarrollo tecnológico e innovación a través del otorgamiento de estímulos complementarios, de tal forma que estos apoyos tengan el mayor impacto posible sobre la competitividad de la economía nacional. ("Programa de Estímulos a la Innovación", s.f.)

Una de las modalidades de este programa es INNOVAPYME (Innovación tecnológica para las micro, pequeñas y medianas empresas). Modalidad dedicada exclusivamente a propuestas y proyectos cuyo proponente sea empresas MIPYMES. En esta modalidad las empresas podrán presentar propuestas de manera individual o vinculada con IES, CI o ambos. ("Programa de Estímulos a la Innovación", s.f.)

2.5.2 INADEM

El Instituto Nacional del Emprendedor ayuda a aquellos nuevos emprendedores que cuentan con una micro, pequeña y mediana

empresa. Este programa del gobierno federal cuenta con incubadoras para los proyectos en el cual se le ayuda a crecer. Así como cuenta con aceleradoras, con vinculaciones y con eventos para los emprendedores.

En ella podemos encontrar eventos en los cuales es posible inscribirse para un asesoramiento. El INADEM recibió, en su primer año, 7,300 solicitudes de financiamiento de todo el país, cabe mencionar que de estas solicitudes la mitad fueron rechazadas por errores normativos. ("Reconocidos INADEM", 2018)

2.5.2.1 Proceso de selección de proyectos

Una vez que se cierre la convocatoria, los proyectos tiene cinco días para pasar por un primer filtro, que vienen siendo los comités que tiene cada estado, seguido de esto viene lo que es la revisión normativa, que es que todo los papeles estén en regla, que los emprendedores lleven todos los papeles requeridos, si se suscitara un error, las personas concursantes de estos proyectos tienen cinco días para resolver estos problemas ya que en ocasiones los problemas o los errores son pequeños como su RFC a veces no coincide con el domicilio fiscal y gracias a las nuevas reglas en un máximo de 40 días hábiles para darle la respuesta al concursante, si es aceptado firmara el convenio y se le dará el recurso. (Reconocidos INADEM, 2018)

2.5.3 Fondo PyME

Busca como principal objetivo el apoyo a empresas de menor tamaño y a los emprendedores. De ella se puede obtener financiamiento de manera temporal cuando se quiere crear, consolidar, lograr competitividad, productividad y sustentabilidad de tu negocio. El financiamiento que se obtiene de este instrumento no es permanente, es de forma temporal.

Se mantiene mientras tu negocio sea considerado capaz de generar empleos. Que permita crear más y mejores micros, pequeñas y medianas empresas, y más y mejores emprendedores (FONDO PYME, 2018).

Los apoyos se otorgan en las siguientes categorías:

- Formación de emprendedores y creación de empresas
- Innovación tecnológica:
- Gestión empresarial
- Fortalecimiento empresarial
- Proyectos productivos
- Acceso al financiamiento
- Realización de eventos PYME y otras actividades y herramientas de promoción.

El porcentaje de apoyo para tu empresa varía de acuerdo a tu categoría. Puede ir desde el 30 por ciento hasta de un financiamiento del 100 por ciento del costo de tu negocio o emprendimiento. ("FONDO PYME", 2018)

2.6 Financiamiento otorgado a MiPyMEs por parte de bancos

Tabla 1. Créditos bancarios para MiPyMEs
(Crédito para tu negocio, s.f.).

| Institución | Nombre del crédito | Características | Tasa de interés |
|--------------------|--------------------------|---|--|
| Afirme | Negocio Sí | Monto: de \$2,000 a \$70,000 Plazo: de 2 a 12 semanas Destino: Capital de trabajo, activo fijo, remodelación o ampliación del local | 62.90% anual |
| ASP Financiera | Credicrece | Monto: de \$8,000 pesos en adelante Plazo: de 2 a 18 meses Destino: materiales, equipo, refacciones, insumos, herramientas, maquinaria, etc. | 60% anual |
| Banco Ahorro Famsa | Microcrédito | Monto: según capacidad de pago del cliente Plazo: hasta 36 meses Destino: compra de herramientas o maquinaria, ampliar remodelar, abastecer o equipar tu negocio. | 40% anual negocios con alta en SHCP. 45% anual negocios sin alta en SHCP. |
| Banco Azteca | Credimax empresario | Monto: desde \$50,000 hasta \$150,000 Plazo: de 13 a 78 semanas Destino: inventario, maquinaria y equipo, insumos, materia prima, etc. | Depende del proyecto |
| CAME | Crédito individual | Monto: de \$1,000 hasta \$150,000 Plazo: 1 hasta 24 meses Destino: inversión en negocio | 78% anual |
| Compartamos banco | Crédito crece tu negocio | Monto: de \$8,000 hasta \$100,000 Plazo: de 4 hasta 24 meses Destino: inversión en negocio | 56.4% anual |
| Santander | Súper crédito negocio | Monto: Hasta \$200,000 Plazo: hasta 48 meses Destino: Capital de trabajo Cliente: personas físicas con actividad empresarial | Depende del proyecto |

2.7 Obstáculos a la financiación bancaria

Al preguntar a los gerentes que solicitan servicios de la banca, sobre los principales obstáculos que perciben al buscar recursos necesarios para sus necesidades de inversión, el factor más valorado fueron las altas tasas de interés con una calificación de 2.64 sobre un valor de 4.

En segundo lugar se señaló el exceso de trámites, lo que se conoce como burocracia bancaria con una valoración de 2.15.

Es importante la diferencia significativa entre las empresas que no obtuvieron un crédito bancario, quienes perciben mayor burocracia bancaria, medida con una calificación de 3.10 de una escala de 1 a 4, a diferencia de las que sí lo obtuvieron (2.30) (véase Tabla 2).

En tercer lugar, las empresas mencionaron como obstáculo, los requisitos de garantía con una valoración de 2.14 sobre una escala de 1 a 4.

Sin embargo, factores como la necesidad de un contacto especial en el banco (1.74) y la diferencia entre el dinero solicitado y el dinero recibido (1.73) obtuvieron valoraciones muy inferiores (véase Tabla 2). ("Restricciones a la financiación de la PYME en México: una aproximación empírica", 2009)

Tabla 2 Obstáculos a la financiación bancaria.

| Variables | Servicios financieros | | | | | Sig. |
|---|-----------------------|---------------------|-------------|----------------------|----------------------|-----------|
| | Medias | Desviación estándar | No solicitó | Solicitó y no obtuvo | Solicitó y sí obtuvo | |
| Altas tasas de interés | 2.64 | 1.20 | 2.58 | 3.00 | 2.65 | 0.610 |
| Requisitos de garantía | 2.14 | 1.13 | 2.10 | 2.70 | 2.10 | 0.277 |
| Burocracia bancaria | 2.15 | 1.13 | 1.84 | 3.10 | 2.30 | 0.002 *** |
| Necesidad de un contacto especial | 1.74 | 1.04 | 1.56 | 2.50 | 1.78 | 0.030 ** |
| Diferencia entre dinero solicitado y recibido | 1.73 | 0.93 | 1.60 | 1.80 | 1.84 | 0.364 |
| Inadecuada información o crédito | 1.70 | 1.03 | 1.53 | 2.30 | 1.76 | 0.079 * |
| Extralimitación del funcionario bancario | 1.58 | 0.96 | 1.44 | 2.00 | 1.65 | 0.191 |

ANOVA, significación de la F.

(*) p < 0.1 (**): p < 0.05; (***) p < 0.01.

Valor del ítem: 1: No es obstáculo; 4: Mayor obstáculo.

Al analizar los datos de empresas que no lograron un crédito bancario, se observa una diferencia significativa en la necesidad de tener un contacto especial en el banco, valorado en 2.50 contra 1.78 de las empresas que sí lo lograron. Además, la inadecuada información o la no existencia de un crédito idóneo, se percibe como un obstáculo con diferencia significativa entre las empresas que no tuvieron éxito, quienes la calificaron con 2.30 a diferencia de las que lo lograron (1.76). Lo que denota que percibieron mala información o carestía de créditos adecuados a sus expectativas (véase Tabla 2). ("Restricciones a la financiación de la PYME en México: una aproximación empírica", 2009)

3. MÉTODO

La realización de la presente investigación se hizo tomando una metodología descriptiva desde una perspectiva cualitativa y cuantitativa ya que se consideró ser el más apto para responder el siguiente cuestionamiento: "¿Cuáles son los obstáculos que enfrentan las MiPyMEs para implementar estrategias de crecimiento?". Primero se buscaron las diferentes estrategias de negocios para MiPyMEs en tiempos de incertidumbre, después se encontró un estudio donde se evidenciaba que una de las estrategias más utilizadas era la del crecimiento. Esta estrategia requiere de un financiamiento, el cual puede ser muy difícil de conseguir. Además de esto se analizaron distintas fuentes que mostraban estadísticas e información relevante sobre la temática. Posteriormente se llegó a una conclusión.

4. RESULTADOS

De acuerdo a ("Pymes", s.f.) las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) generan 72% del empleo y 52% del Producto Interno Bruto (PIB) del país. Estas empresas hacen de México un país más competitivo.

Sin embargo, la incertidumbre económica las ha llevado a innovar para lograr crecer a través de nuevas estrategias de negocios. Para diseñar una buena estrategia de negocios en entornos inciertos es necesario conocer las fuentes de incertidumbre al que se puede estar enfrentando, según la revista *Perspectiva* podemos identificar; en primer lugar, el cambio tecnológico; en segundo lugar, la reacción y/o acción de los competidores y clientes a una nueva estrategia; en tercer lugar, la regulación gubernamental.

A pesar de a pesar de los acelerados cambios tecnológicos, la globalización y las desventajas que enfrentan con respecto de

las grandes compañías, las MiPyMEs han mostrado confianza en su habilidad para implementar estrategias de crecimiento que los lleven a incrementar los ingresos y la rentabilidad de su negocio. Según el sondeo en la encuesta Global SME (Small Medium Enterprise) Pulse de American Express 59% de las pymes encuestadas esperan un crecimiento de los ingresos de al menos 4% este año, en tanto que 48% estiman un beneficio de al menos 6% anual en los próximos tres años. ("Pymes mexicanas, preparadas para acceder a nuevos mercados", 2017)

En México existen diferentes tipos de programas de apoyo para las MiPyMEs como lo es el CONACYT, Fondo pymes, y por último, el INADEM, mismo que en su primer año de implementación recibió 7,300 solicitudes de financiamiento de todo el país, pero cabe mencionar que de estas 7,300 solicitudes la mitad fueron rechazadas, pero por errores normativos y no porque los proyectos fueran malos.

Por esta razón no es sorprendente que una de las prioridades de las MiPyMEs sea la búsqueda de nuevas formas de financiamiento que les permitan hacer crecer su negocio e invertir. No obstante, 51 % de los directivos consultados por American Express dijo que tiene dificultades para acceder al financiamiento necesario para hacer crecer su negocio, mientras que 74 % reconoció que el flujo de efectivo afecta su capacidad para pagar a proveedores en tiempo y forma. Hoy en día, estas compañías dependen de acceso a fondos (55 %) y a préstamos bancarios (52 %). ("Pymes mexicanas, preparadas para acceder a nuevos mercados", 2017). El análisis económico "Restricciones a la financiación de la PYME en México: una aproximación empírica" señala a las tasas de interés como principal restricción a la hora de solicitar un crédito bancario, seguido del exceso de trámites o burocracia bancaria, el tercer lugar, lo ocupan las garantías.

5. CONCLUSIONES

Se nombra a esta investigación "Micro, pequeñas y medianas empresas: estrategias de negocios y dificultades de crecimiento" para destacar las estrategias que las empresas implementan en épocas de incertidumbre económica y que obstáculos enfrentan para crecer en tal escenario.

Basado en los resultados de las encuestas y el análisis económico es evidente que las MiPyMEs tienen como objetivo implementar estrategias de crecimiento sin embargo dichas empresas dependen del capital existente al igual que del acceso a fondos y préstamos bancarios. Aunque obtener una fuente de financiamiento para conseguir recursos no es el único método para lograr el crecimiento, es la forma ideal de conseguir recursos para diversos proyectos sin poner en riesgo a la compañía.

Debido a las limitaciones relacionadas con el acceso a apoyo económico, ya sea bancario o gubernamental, y las dificultades que enfrentan las MiPyMEs para pagar a sus proveedores en tiempo y forma, las empresas no pueden movilizar su efectivo lo suficientemente rápido para crecer y expandirse de la manera en que debe. Otro punto importante en los resultados, es la cantidad de solicitudes que el INADEM rechazó por errores normativos, esto quiere decir que los aspirantes a este tipo de programas no cuentan con el conocimiento ni la asesoría necesaria para elaborar la solicitud de manera correcta.

El tema de esta investigación es muy relevante por esta razón se aportaron datos cuantitativos y cualitativos para mejorar la comprensión sobre los obstáculos que enfrentan las empresas para implementar estrategias de crecimiento en épocas de incertidumbre. Los hallazgos del presente trabajo son de utilidad a los emprendedores, para conocer las dificultades de puede tener si desea tramitar un crédito para empezar su propia empresa. De la misma forma, a las empresas, para motivarlos a que busquen asesoría para obtener créditos.

REFERENCIAS

- Crédito para tu negocio. Condusef.gob.mx. Recuperado de <http://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/credito/deudas/249-credito-para-tu-negocio>
- FONDO PYME. (2018). Fondopyme.gob.mx. Recuperado de http://www.fondopyme.gob.mx/fondopyme/index_b.asp
- La estrategia en entornos inciertos. (2004). Revista Perspectiva. Recuperado de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/revista-perspectiva/169-noviembre-2004/848-la-estrategia-en-entornos-inciertos>
- Programa de Estímulos a la Innovación. Conacyt. Recuperado de <https://www.conacyt.gob.mx/index.php/fondos-y-apoyos/programa-de-estimulos-a-la-innovacion>
- Pymes. Condusef.gob.mx. Recuperado de <http://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/educacion-financiera/492-pymes>
- Pymes mexicanas, preparadas para acceder a nuevos mercados. (2017). ElEmpresario.mx. Recuperado de <http://elempresario.mx/actualidad/pymes-mexicanas-preparadas-acceder-nuevos-mercados>
- Ramos, E. (2008). Métodos y técnicas de investigación. GestioPolis - Conocimiento en Negocios. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- Reconocidos INADEM. (2018). Reconocimiento.inadem.gob.mx. Recuperado de <https://reconocimiento.inadem.gob.mx/resultados/index.php>
- Restricciones a la financiación de la PYME en México: una aproximación empírica. (2009). *Análisis Económico*, XXIV(57), 229-230.
- Suttle, R. Diferentes tipos de estrategias de negocios. La voz de Houston. Recuperado de <https://pyme.lavoztx.com/diferentes-tipos-de-estrategias-de-negocios-4726.html>
- Vitez, O. 5 tipos de estrategias de negocios. La voz de Houston. Recuperado de <https://pyme.lavoztx.com/cinco-tipos-de-estrategias-de-negocios-4199.html>