



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

CONTRATACIÓN, PERCEPCIÓN Y USO DEL INTERNET FIJO Y TELEFONÍA FIJA EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES)

PARA REALIZAR ACTIVIDADES DE IMPORTACIÓN
Y/O EXPORTACIÓN



Índice

- Legales
- Introducción
- Consideraciones metodológicas
- Principales hallazgos
- 1. Perfil de las MiPymes encuestadas
- 2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
- 3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
- 4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
- 5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

Índice

Legales	2
Introducción	3
Consideraciones metodológicas	8
Principales hallazgos	10
1. Perfil de las MiPymes encuestadas	12
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones	16
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación	20
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía	28
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?	45



CONTRATACIÓN, PERCEPCIÓN Y USO DEL INTERNET FIJO Y TELEFONÍA FIJA EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES) PARA REALIZAR ACTIVIDADES DE IMPORTACIÓN Y/O EXPORTACIÓN

Índice

► Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

Principales hallazgos

1. Perfil de las MiPymes encuestadas
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

Legales

A partir de la Reforma Constitucional en materia de telecomunicaciones publicada en junio del 2013 en el Diario Oficial de la Federación se creó el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) como un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, para lo cual tiene a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, así como del acceso a infraestructura activa, pasiva y otros insumos esenciales, garantizando lo establecido en los artículos 6o. y 7o. de la Constitución; además de ser la autoridad en materia de competencia económica en dichos sectores.

En este sentido, la Coordinación General de Política del Usuario (CGPU) publica el presente documento denominado **“Contratación, percepción y uso del Internet fijo y Telefonía fija en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) para realizar actividades de importación y/o exportación”** (Reporte), con fundamento en el Estatuto Orgánico del IFT que le confiere la siguiente atribución:

- *“Realizar análisis y encuestas para identificar los patrones de consumo, niveles de satisfacción y experiencia del usuario de servicios de telecomunicaciones”¹.*

¹ Estatuto Orgánico del IFT, artículo 71, fracción XVIII, IFT, marzo 2022. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/conocenos/estatuto-organico>





Introducción

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)² y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)³, la adopción y uso de los servicios de telecomunicaciones y las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)⁴ entre las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) permiten que estas sean más competitivas en el contexto nacional e internacional, debido a que, sin importar el tamaño de la empresa, facilitan su participación en las cadenas globales de valor⁵. Asimismo, el Internet fijo sirve como un catalizador en la innovación y aprendizaje de las empresas, ya que permite adquirir conocimientos en beneficio de una mayor productividad y comercialización de los bienes y servicios, lo que reduce las barreras a la entrada en los mercados⁶.

Asimismo, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID)⁷ identificó que los procesos productivos se están convirtiendo cada vez más en un proceso multinacional, lo que ha permitido a las empresas de las economías en vía de desarrollo participar en actividades que en el pasado estaban fuera de su alcance.

Este proceso multinacional cada vez es más viable gracias a los menores costos que implica estar informados y a medios de comunicación más asequibles:

“En las últimas dos décadas, los procesos de producción, el comercio internacional y el comercio en general se han beneficiado de los enormes aumentos de capacidad informática, de la propagación de Internet, del crecimiento masivo en la capacidad de red que ofrece la fibra óptica y de todo un espectro de capacidades de transmisión de información a precios asequibles. Se han observado igualmente marcadas mejoras en la calidad, capacidad y confiabilidad de las tecnologías de la comunicación, entre ellas el fax, el correo electrónico y las videoconferencias”⁸.

² OCDE, Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe. Una herramienta de economía digital, 2016. Disponible en: <http://www.oecd.org/internet/broadband-policies-for-latin-america-and-the-caribbean-9789264251823-en.htm>

³ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Agenda Digital 2024, Objetivos 6, 13, 14, 17, 20 y 31. Disponible en: <https://www.cepal.org/es/agenda-digital-america-latina-caribe-elac2022/agenda-digital-2024>.

⁴ Las “Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) consisten en hardware, software, redes y medios para la recolección, almacenamiento, procesamiento, transmisión y presentación de información (voz, datos, texto, imágenes), así como los servicios relacionados”. OCDE, Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe. Una herramienta de economía digital, 2016. Disponible en: <http://www.oecd.org/digital/broadband-policies-for-latin-america-and-the-caribbean-9789264251823-en.htm>

⁵ “La producción, el comercio y las inversiones internacionales se encuentran cada vez más organizados dentro de las llamadas cadenas globales de valor (GVC, por sus siglas en inglés), donde las diferentes etapas del proceso de producción se encuentran en diferentes países; la globalización motiva a las empresas a reestructurar sus operaciones a nivel internacional a través de la externalización y la deslocalización de actividades”. Disponible en: <https://www.oecd.org/industry/global-value-chains/>

⁶ OCDE, Políticas de banda ancha para América Latina y el Caribe. Una herramienta de economía digital, 2016. Disponible en: <http://www.oecd.org/internet/broadband-policies-for-latin-america-and-the-caribbean-9789264251823-en.htm>

⁷ BID (2014), Fábricas sincronizadas: América Latina y el Caribe en la era de las cadenas globales de valor. Disponible en: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/F%C3%A1bricas-sincronizadas-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-en-la-era-de-las-Cadenas-Globales-de-Valor.pdf>

⁸ Ídem.



CONTRATACIÓN, PERCEPCIÓN Y USO DEL INTERNET FIJO Y TELEFONÍA FIJA EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES) PARA REALIZAR ACTIVIDADES DE IMPORTACIÓN Y/O EXPORTACIÓN

Índice

Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

Principales hallazgos

1. Perfil de las MiPymes encuestadas
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

En este sentido, el BID identifica múltiples beneficios que obtienen las empresas que realizan comercio con el exterior entre los cuales se destacan los siguientes:

- "Las cadenas globales de valor brindan a los países oportunidades para industrializarse a un ritmo más rápido que en el pasado".
- "Una base exportadora diversificada puede contribuir a proteger a los países de shocks sectoriales específicos y de sus efectos negativos sobre los ingresos y el crecimiento".
- "La participación en las redes de producción globales también ha sido asociada con otros beneficios, entre ellos el aprendizaje, las transferencias de tecnología y los efectos indirectos de la transferencia de conocimientos".
- "Existe una idea general de que el aumento de la penetración de Internet en las últimas dos décadas ha permitido a numerosas empresas localizar en el extranjero funciones empresariales que antes se realizaban internamente."⁹

De acuerdo con el Censo Económico publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en 2018 el 99.7% de las empresas en el país eran MiPymes¹⁰:

Tamaño de la empresa	Porcentaje	Absolutos
Hasta 10 personas (microempresas)	93.7%	5,665,978
11 a 50 personas (pequeñas empresas)	5.1%	309,021
51 a 250 personas (medianas empresas)	0.9%	55,990
251 y más personas (empresas grandes)	0.2%	13,832

Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Fuente. IFT (2023) con información de los Censos Económicos 2019

Derivado de la importancia que tienen estas empresas en el país, el IFT se dio a la tarea de elaborar el presente Reporte con la finalidad de contar con un diagnóstico para las MiPymes que realizan importaciones y/o exportaciones; de acuerdo con los resultados de la encuesta aplicada por el IFT, las actividades de importación y/o exportación les han ayudado a las MiPymes a incrementar su productividad (84.4%), eliminar intermediarios (80.1%), utilizar mejores canales de distribución (78.9%) y ofrecer precios más bajos (73.1%).

⁹ Ídem.

¹⁰ INEGI, Censos Económicos 2019. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/>



Índice

Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

Principales hallazgos

1. Perfil de las MiPymes
encuestadas

2. Contratación de los servicios
de telecomunicaciones

3. Importancia y beneficios de los
servicios de
telecomunicaciones para las
MiPymes que realizan
actividades de importación y/o
exportación

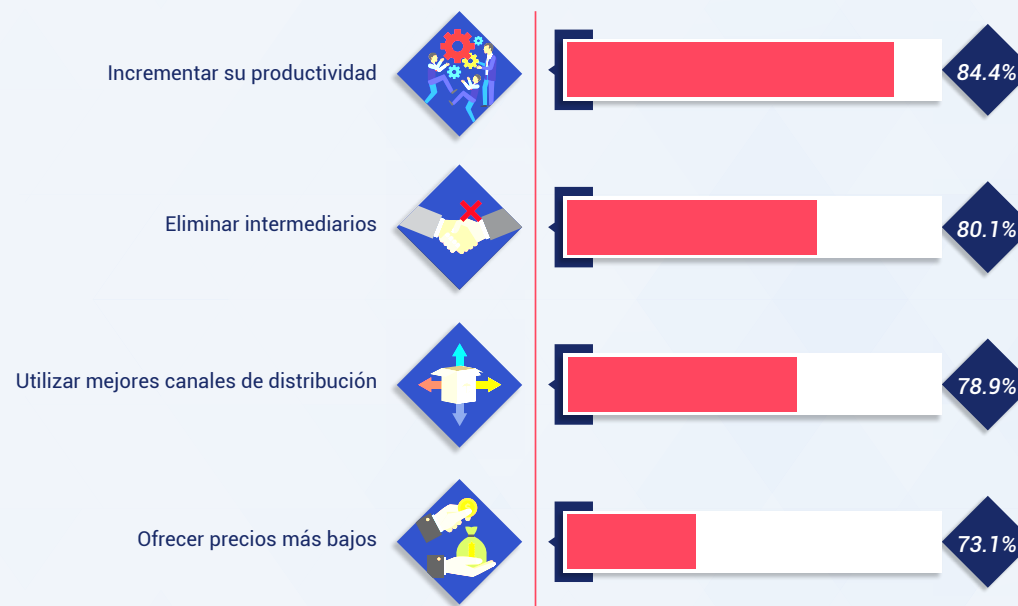
4. Actividades que realizan las
MiPymes a través de los
servicios fijos de Internet y
Telefonía

5. ¿Qué desean saber las
MiPymes para ayudarlas a
mejorar sus procesos de
importación y/o exportación?



Gráfico 1.

Dígame, ¿la importación o exportación le ha ayudado a la empresa o negocio a ...?



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2023)

No obstante, las MiPymes se enfrentan a constantes retos para realizar sus actividades de importación y/o exportación, algunos de estos retos se solucionan gracias a los servicios de telecomunicaciones como se muestra en el siguiente diagrama:

Índice

Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

Principales hallazgos

1. Perfil de las MiPymes encuestadas

2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones

3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación

4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía

5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

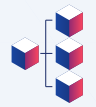


Diagrama 1.

Algunos retos y soluciones que encuentran las MiPymes para realizar las actividades de importación y/o exportación



*CRM: "Customer Relationship Management" que es un sistema de comunicación y gestión de la relación comercial entre clientes y proveedores de productos/servicios.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

El Reporte proporciona un análisis a través de encuestas y estudios cualitativos sobre la contratación y uso de los servicios de telecomunicaciones por parte de las MiPymes involucradas en actividades de importación y/o exportación. Asimismo, se resalta la importancia y los beneficios derivados de la utilización de estos servicios, junto con la adopción de herramientas digitales para facilitar la ejecución de estas operaciones.

Por último, se abordan los principales hallazgos sobre lo que las MiPymes buscan obtener y las acciones que desean emprender con el apoyo de sus servicios de telecomunicaciones, todo ello en función de la optimización de sus procesos de importaciones y/o exportaciones.



CONTRATACIÓN, PERCEPCIÓN Y USO DEL INTERNET FIJO Y TELEFONÍA FIJA EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES) PARA REALIZAR ACTIVIDADES DE IMPORTACIÓN Y/O EXPORTACIÓN

Índice

Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

Principales hallazgos

1. Perfil de las MiPymes encuestadas
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

Cabe mencionar que, algunas de las variables que se presentan dentro del Reporte se comparan con las empresas que no realizan actividades de importación y exportación, esto con la finalidad de comparar los diferentes resultados entre empresas del mismo tamaño.

Reporte elaborado por:

Dr. Felipe Alfonso Hernández Maya, Coordinador General de Política del Usuario.

Lic. Luis Alfredo Rocha Cruz, Subdirector de Comportamiento del Usuario.

Lic. Roberto Enrique Ordoñez Gallegos, Jefe de Departamento de Análisis de Comportamiento del Usuario.

Lic. Diana Yazmin Nava Jimenez, Enlace de Análisis de Información del Comportamiento del Usuario.

Lic. Laura Harumi Aguilar Ramos, Enlace de Revisión de Planes y Tarifas 1.





Consideraciones metodológicas¹¹

Periodo de levantamiento. 9 de junio al 8 de agosto de 2022.

Representatividad. Nacional.

Público objetivo. La muestra del estudio comprende a las micro, pequeñas y medianas empresas usuarias de los servicios de Internet fijo y/o Telefonía fija conforme a la siguiente segmentación:



Micro: hasta 10 personas



Pequeña: de 11 a 50 personas



Mediana: de 51 a 250 personas

Nota: Debido a que el objetivo no es medir la penetración de los servicios, el público objetivo consistió en empresas usuarias de Internet fijo y/o Telefonía fija y, en caso de que la unidad económica no fuera usuaria de alguno de estos dos servicios, no se entrevistó. Asimismo, el estudio se enfocó en esos dos servicios debido a que son los de mayor adopción en México¹².

Tamaño de la muestra. 1,908 entrevistas efectivas cuya distribución fue dada por la participación de las empresas por tamaño, de acuerdo con los Censos Económicos 2019 del INEGI¹³: microempresa 1,360 entrevistas, pequeña empresa 366 entrevistas y mediana empresa 182 entrevistas.

Levantamiento y muestreo. La aplicación de las encuestas a MiPymes consistió en un levantamiento presencial en unidades económicas fijas (excluyendo semifijas) con un diseño muestral probabilístico polietápico con base en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE)¹⁴ del INEGI, contemplando zonas urbanas con una distribución de las Entidades Federativas que concentran al menos 90% de las micro, pequeñas y medianas empresas existentes en el país.

Marco muestral. La muestra está conformada por los sectores económicos más representativos utilizando el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2018 (SCIAN 2018)¹⁵ de INEGI. Excluyendo los siguientes sectores: Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza (11), Minería (21), Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y de gas por ductos al consumidor final (22) y Actividades Legislativas, gubernamentales de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales (93), estos sectores en conjunto representan alrededor del 1% del total de unidades económicas fijas.

Nivel de confianza y margen de error. A un nivel de confianza del 95%, se cuenta con un error absoluto teórico aproximado de 2.25% para el total nacional.

11 Para más información puede consultar: <https://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/encuestas-trimestrales>

12 La Encuesta sobre Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (ENTIC 2013) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), reveló que los servicios más utilizados por las MiPymes son el Internet fijo y la Telefonía fija.

13 Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/>

14 Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>

15 Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/scian/>



Índice

Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

Principales hallazgos

1. Perfil de las MiPymes encuestadas
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

1. Perfil de las MiPymes encuestadas
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

Informante. Los encargados de responder los cuestionarios fueron los dueños, socios, responsables, directores y/o personal que tuvieran conocimiento acerca de la contratación, patrones de consumo y experiencia de uso de los servicios de telecomunicaciones (Internet fijo y/o Telefonía fija) en la empresa o negocio.



Consideraciones metodológicas del estudio cualitativo

El llevar a cabo un estudio cualitativo tiene como fin brindar información sin medición numérica ni probabilística ya que no se trata de un análisis estadístico, y tiene la finalidad de desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante y/o después de la recolección y el análisis de los datos¹⁶.

A través de estos estudios se busca obtener un perfil de las personas participantes; así como la generación de puntos clave del comportamiento para conocer la percepción o entendimiento de un hallazgo (*insights*); entre otros.

De acuerdo con las mejores prácticas internacionales, diferentes órganos reguladores¹⁷ realizan estudios de carácter cualitativo con la finalidad de profundizar en el análisis de un tema; lo que interesa saber es cómo piensan las personas que participan en las encuestas y qué significado poseen sus perspectivas en el asunto que se investiga.

En este sentido, el Reporte presenta información de la investigación cualitativa llevada a cabo por el IFT a través de la ejecución de dos *Focus Group*¹⁸ realizados el 30 y 31 de agosto de 2022 con una duración aproximada de 120 minutos con 6 empresas participantes en cada sesión, las sesiones se llevaron a cabo vía *online* (plataforma Teams)¹⁹, con la finalidad de entender la importancia de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación, y cómo les han ayudado en este proceso.

Nota. Es importante señalar que los resultados y/o aseveraciones presentadas en el estudio cualitativo no son extrapolables al total de la población; es decir, no son representativos a nivel nacional. Asimismo, estos resultados corresponden a las experiencias, opiniones y sugerencias que las MiPymes participantes emitieron durante el estudio cualitativo, lo anterior con la finalidad de que la persona lectora tome la información con la salvedad correspondiente.

Para identificar los resultados del estudio cualitativo, los hallazgos y menciones de las MiPymes que participaron en el estudio se identifican con formato de texto en negrilla, cursiva y entre comillas; de igual manera se agrega una imagen para distinguir los hallazgos del estudio cualitativo.

¹⁶ Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y María del Pilar Baptista Lucio, "Metodología de la investigación", Mc Graw Hill quinta edición 2010, capítulos 1 y 12.

¹⁷ Órganos reguladores como la Oficina de Comunicaciones (Ofcom) en Reino Unido y el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel) en Perú.

¹⁸ El *Focus Group* (grupo focal) es una técnica que centra su atención en la pluralidad de respuestas obtenidas de un grupo de personas, y es definida como una técnica de la investigación cualitativa cuyo objetivo es la obtención de datos por medio de la percepción, los sentimientos, las actitudes y las opiniones de grupos de personas.

¹⁹ Derivado de la contingencia ocasionada por la pandemia de coronavirus COVID-19, los *Focus Group* se realizaron bajo la modalidad a distancia con la finalidad de evitar contagios y mantener las medidas sanitarias aplicables para evitar su proliferación.



Principales hallazgos



El 10.2% de las MiPymes encuestadas mencionaron que importan y/o exportan, de las cuales, el 29.3% realizan ambas actividades.

% que importa y/o exporta por tamaño:

Micro: 9.9%
Pequeña: 13.4%
Mediana: 20%

% que importa y/o exporta por sector:

Industrial: 19%
Comercio: 11.2%
Servicios de recreación: 7.7%
Servicios relacionados con el conocimiento y experiencia del personal: 7.2%

Índice

Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

Principales hallazgos

1. Perfil de las MiPymes encuestadas
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

De las MiPymes que importan y/o exportan:

1 El 63% reportó haber tenido crecimiento en sus ventas y/o ingresos con respecto a 2021.
La mayoría tuvo un crecimiento de hasta 20%.

2 Los servicios de telecomunicaciones que tienen contratados principalmente son Internet fijo (93%) y Telefonía fija (64.4%).

Mencionaron contratar principalmente un plan especial para negocios para los servicios fijos de Internet y Telefonía.

3 El 93.1% señaló que los servicios de telecomunicaciones son muy importantes/importantes para realizar sus actividades de importación y/o exportación.

4 Los servicios de telecomunicaciones les han permitido principalmente gestionar/agilizar los trámites relacionados con la salida/entrada de mercancías (64.1%) y ser más competitivas a nivel nacional e internacional (56.1%).

5 El Internet fijo y la Telefonía fija les han ayudado en el proceso de importación y/o exportación principalmente a contactar/mejorar la comunicación con los clientes/proveedores, así como a incrementar las ventas.

El servicio de Internet fijo fue mencionado como el más importante con 63.4%.

6 Mencionaron que les afecta mucho/algo quedarse sin su servicio de Internet fijo (81.7%) y Telefonía fija (79.5%).

7 El 18.6% señaló que buscó asesoría en Internet acerca de cómo aprovechar los servicios de telecomunicaciones en su proceso de importación y/o exportación.

La mayoría de las empresas que se capacitaron, lo hicieron en el uso de plataformas digitales de e-commerce y de gestión de procesos.

"La pandemia impulsó a que las MiPymes se digitalizaran más y con esto se apoyaran en los servicios de telecomunicaciones para gestionar y agilizar sus procesos de importación y/o exportación; llegar a nuevos mercados y/o acceder a productos de vanguardia."

Algunos sitios o páginas que consultaron:

- Google
- Facebook
- YouTube

CONTRATACIÓN, PERCEPCIÓN Y USO DEL INTERNET FIJO Y TELEFONÍA FIJA EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES) PARA REALIZAR ACTIVIDADES DE IMPORTACIÓN Y/O EXPORTACIÓN

Índice

Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

Principales hallazgos

1. Perfil de las MiPymes encuestadas
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

Principales actividades que realizan a través de...



Internet fijo:

Vender servicios o productos

- Importa y/o exporta: 86%
- No importa ni exporta: 72.8%

Atención al cliente

- Importa y/o exporta: 81.6%
- No importa ni exporta: 73%

Compra de insumos/mercancías

- Importa y/o exporta: 77.6%
- No importa ni exporta: 69.3%



Telefonía fija:

Atención al cliente

- Importa y/o exporta: 83.6%
- No importa ni exporta: 80.5%

Recepción de pedidos

- Importa y/o exporta: 62.7%
- No importa ni exporta: 59.3%

Compra de materia prima/contacto con proveedores

- Importa y/o exporta: 53.4%
- No importa ni exporta: 55.8%

De acuerdo con el estudio cualitativo...

Las plataformas digitales en las actividades de importación y/o exportación:

Fueron claves para continuar con el negocio y, en algunos casos, para incrementar ventas

Ayudaron a siempre estar en contacto con sus proveedores

Las más señaladas para realizar e-commerce son:



Algunas ventajas para aquellas que utilizaron plataformas de e-commerce:

Les facilita y optimiza el proceso de logística y distribución

Les permite ser más competitivos al comparar precios y comprar al mejor precio

Mejoran sus ventas

Adopción de servicios y herramientas digitales para llevar a cabo sus actividades:

1

Página de Internet y/o redes sociales

- Importa y/o exporta: 80.5%
- No importa ni exporta: 76.3%

La página de Internet es de gran utilidad, ya que:

- Es una carta de presentación que permite generar confianza y establecer relaciones de negocio.
- Se puede utilizar para captar proveedores de productos/servicios al anunciar lo que requieren.

El mayor beneficio mencionado sobre el uso de las redes sociales es:

- Incrementar el alcance, tanto con clientes como proveedores de productos/servicios.
- Las más señaladas para realizar el proceso de importación y/o exportación son:



2

Terminal punto de venta fija para celular (clip) o tableta

- Importa y/o exporta: 66.4%
- No importa ni exporta: 47.6%

3

Correo electrónico empresarial

- Importa y/o exporta: 64%
- No importa ni exporta: 36.7%

4

Banca en línea

- Importa y/o exporta: 62.9%
- No importa ni exporta: 41.9%

5

Nube

- Importa y/o exporta: 53.7%
- No importa ni exporta: 38%

De acuerdo con las empresas participantes del estudio cualitativo:

También utilizan plataformas digitales de cobro como PayPal y Mercado Pago, las cuales también consideran seguras.



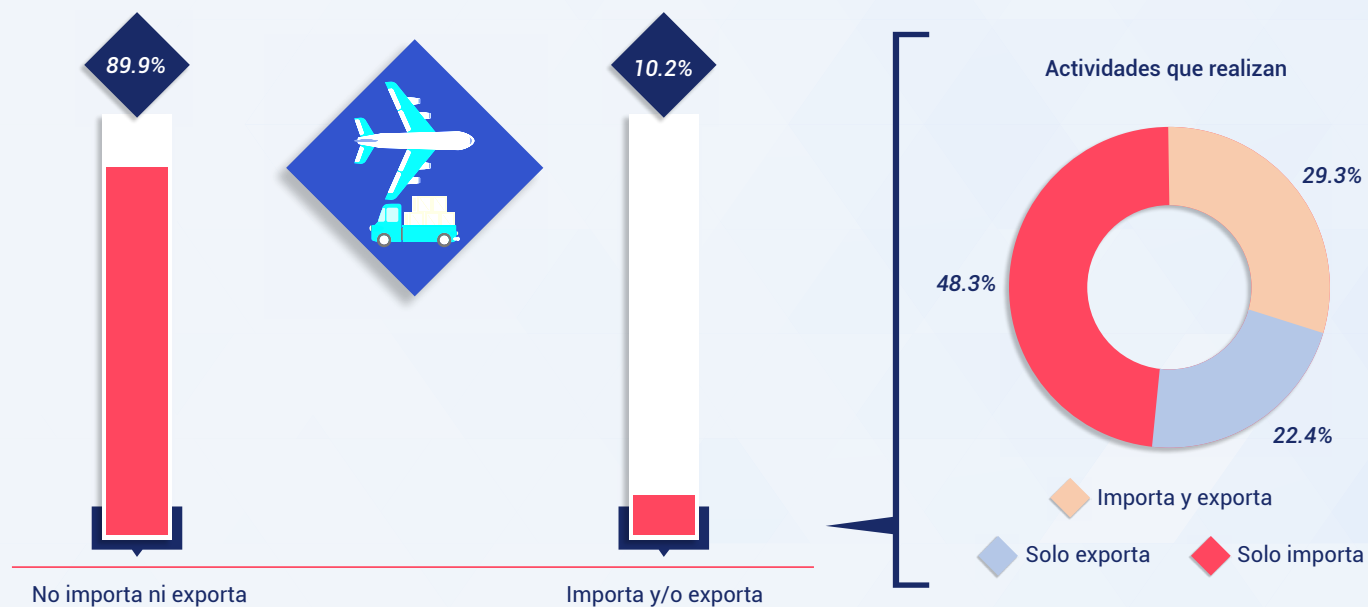
1. Perfil de las MiPymes encuestadas

Del total de MiPymes encuestadas, el 10.2% mencionó que importan y/o exportan productos y/o servicios, de las cuales, el 29.3% realizan ambas actividades.



Gráfico 1.1.

¿Cuál se acerca más a la actividad que realiza su empresa o negocio?



Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2023)

Índice

Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

Principales hallazgos

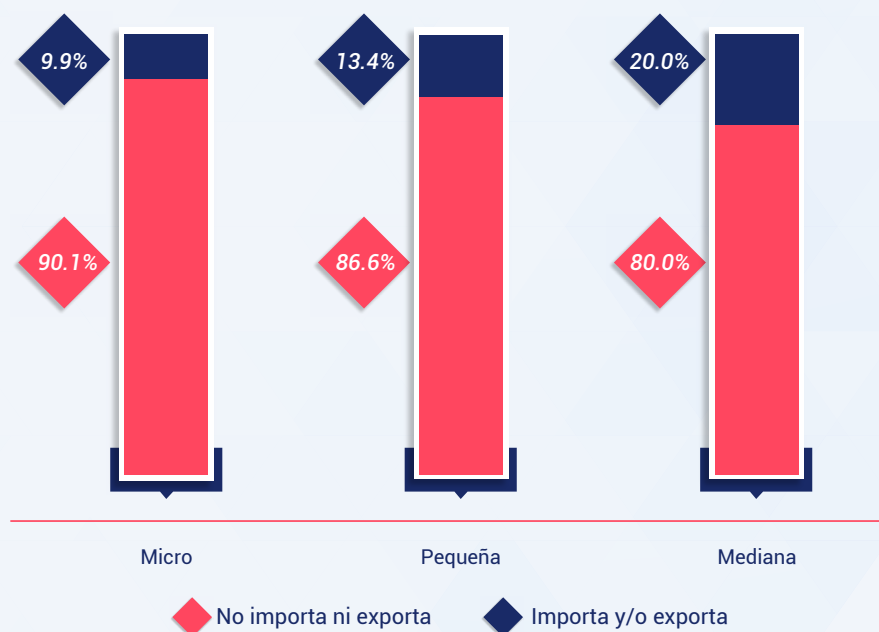
1. Perfil de las MiPymes encuestadas
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

Por tamaño de empresa, el 20% de las medianas, el 13.4% de las pequeñas y el 9.9% de las micro, señalaron que realizan actividades de importación y/o exportación.



Gráfico 1.2.

MiPymes por tamaño de empresa



Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2023)

Índice

Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

Principales hallazgos

1. Perfil de las MiPymes encuestadas
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

Por sector, el industrial es el que mencionó en mayor porcentaje realizar actividades de importación y/o exportación con 19%, le sigue el sector comercio con 11.2%.



Gráfico 1.3.

MiPymes por sector



Nota. Respuesta espontánea.

* Con base en el SCIAN 2018 se incluyeron los siguientes sectores: Servicios de esparcimiento culturales y deportivos y otros servicios recreativos; Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas; Otros servicios excepto actividades gubernamentales.

** Con base en el SCIAN 2018 se incluyeron los siguientes sectores: Transportes, correos y almacenamiento; Información en medios masivos; Servicios financieros y de seguros; Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles; Servicios profesionales, científicos y técnicos; Corporativos; Servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos y desechos, y servicios de remediación; Servicios educativos; Servicios de salud y de asistencia social.

Fuente: IFT (2023)

CRECIMIENTO EN VENTAS Y/O INGRESOS DE LAS MIPYMES

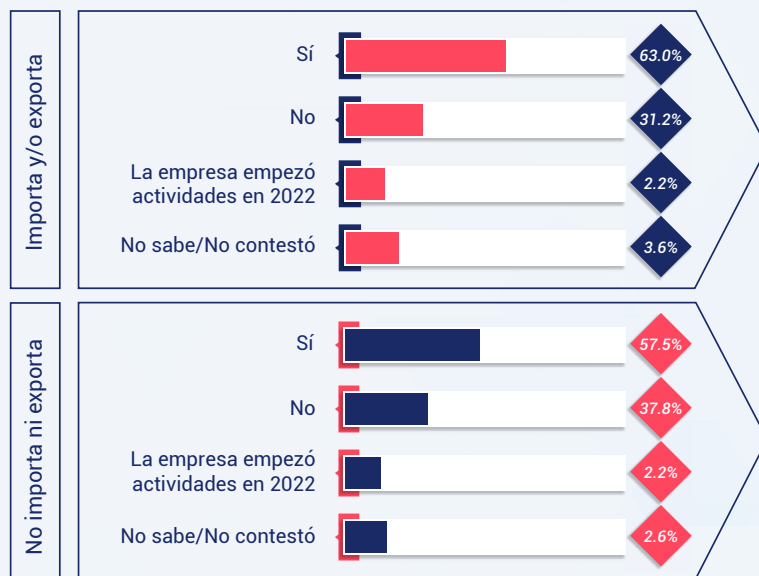
De acuerdo con la encuesta, el 63% de las MiPymes que importan y/o exportan indicó que sus ventas y/o ingresos crecieron con respecto a 2021, mientras que, esta mención fue del 57.5% para las empresas que no realizan estas actividades.



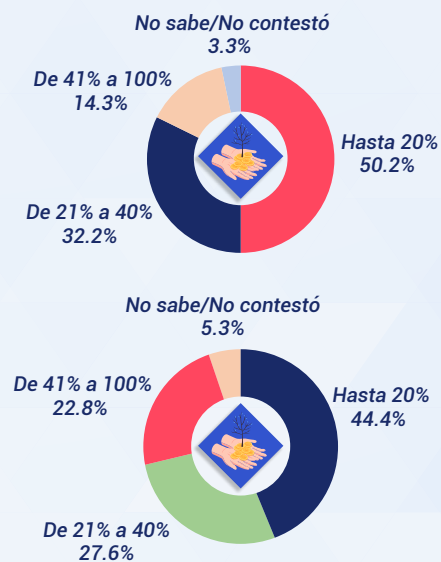
Gráfico 1.4.

MiPymes que tuvieron un crecimiento en sus ventas y/o ingresos con respecto al año 2021

¿Su empresa o negocio ha crecido en ventas y/o ingresos respecto al año 2021?



En términos de porcentaje, dígame
¿cuánto ha crecido?



Nota. Respuestas espontáneas. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2023)



2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones

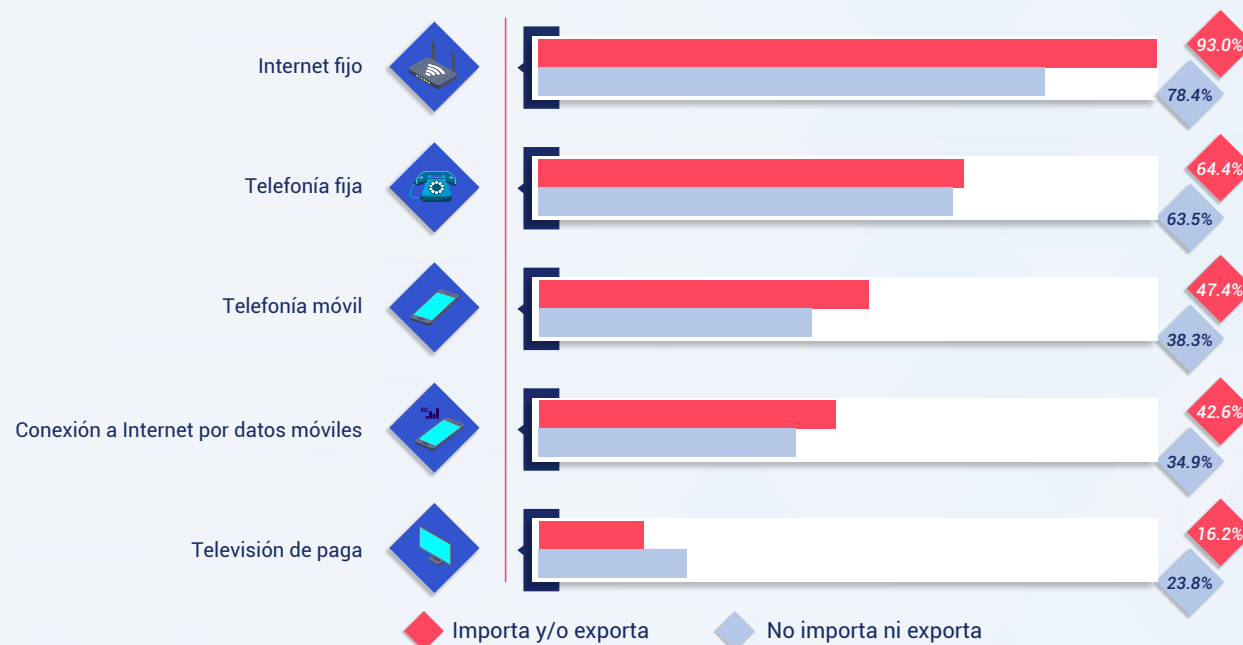
¿QUÉ SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES CONTRATAN LAS MIPYMES?

De acuerdo con la encuesta, el servicio de telecomunicaciones más contratado entre las MiPymes que importan y/o exportan fue el Internet fijo (93%), este porcentaje fue menor para las empresas que no importan ni exportan (78.4%).



Gráfico 2.1.

Hablando exclusivamente de la empresa o negocio, ¿cuáles de los siguientes servicios se tienen contratados para poder llevar a cabo las actividades laborales?



Nota. Respuesta múltiple no suma 100%.
Fuente: IFT (2023)



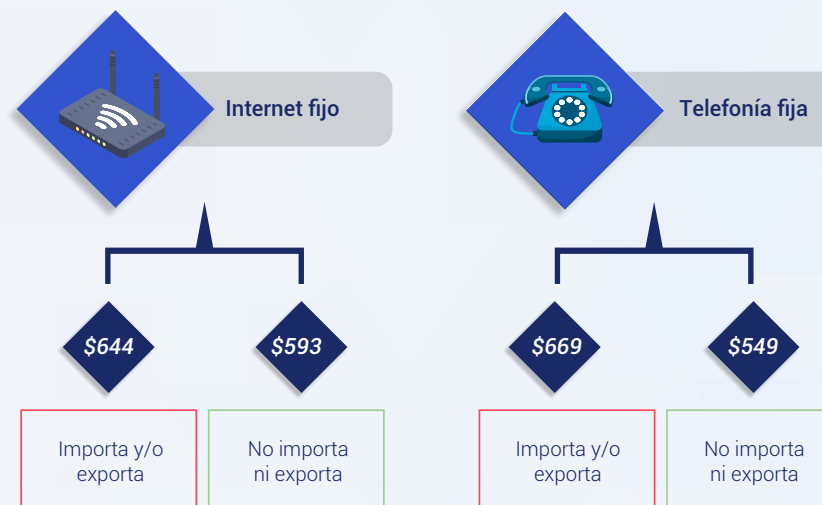
PAGO POR LOS SERVICIOS FIJOS DE INTERNET Y TELEFONÍA

Las MiPymes que importan y/o exportan realizan un pago mayor por sus servicios fijos de Internet y Telefonía, en comparación con las empresas que no realizan estas actividades.



Diagrama 2.1.

Pago mensual promedio por los servicios fijos de Internet y Telefonía



Nota. Respuesta espontánea.

Los cálculos incluyen todas las modalidades de contratación.

Se presentan los cálculos promedios con base en las respuestas de las personas encuestadas.

Fuente: IFT (2023)



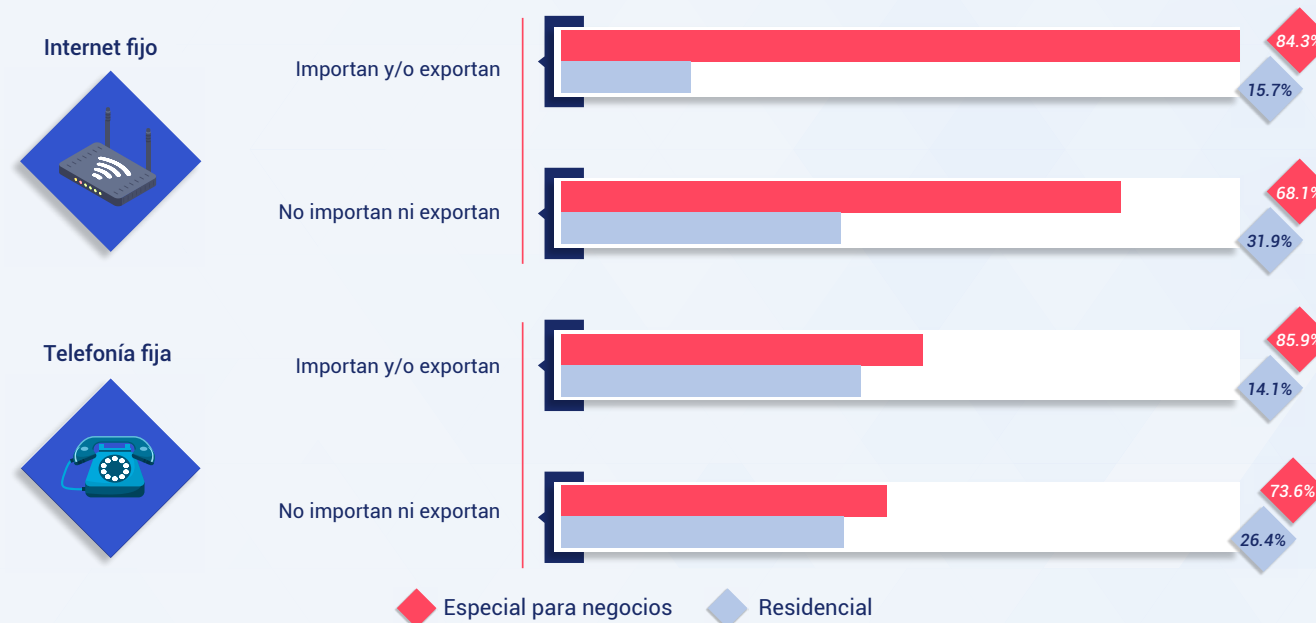
TIPO DE CONTRATACIÓN: ESPECIAL PARA NEGOCIOS O RESIDENCIAL

Las MiPymes que importan y/o exportan mencionaron contratar principalmente un plan especial para negocios para los servicios fijos de Internet y Telefonía, los porcentajes fueron menores para las empresas que no realizan estas actividades.



Gráfico 2.2.

El servicio de Internet fijo/Telefonía fija con el que cuenta la empresa o negocio, ¿fue contratado especial para negocios o para uso residencial?



Nota. Respuesta espontánea.
Fuente: IFT (2023)

¿REALIZARON ALGÚN CAMBIO EN LA CONTRATACION DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES PARA REALIZAR IMPORTACIÓN Y/O EXPORTACIÓN A RAÍZ DE LA PANDEMIA OCASIONADA POR LA COVID-19?

De acuerdo con el estudio cualitativo, los cambios que realizaron las MiPymes que importan y/o exportan a raíz de la pandemia fueron contratar servicios con mayor ancho de banda, así como la implementación de *software* como la nube y el CRM.



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación

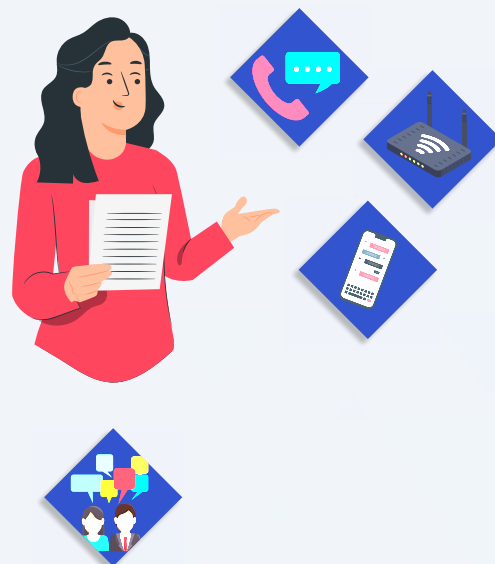
IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES PARA LAS MIPYMES QUE REALIZAN ACTIVIDADES DE IMPORTACIÓN Y/O EXPORTACIÓN

Las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo mencionaron que los servicios de telecomunicaciones no solo brindan soluciones o ayudan a agilizar los procesos de importación y/o exportación, sino que son indispensables para que se realice todo el proceso.



Diagrama 3.1.

Importancia de los servicios de telecomunicaciones en el proceso de importación-exportación



El uso de los servicios de telecomunicaciones es de gran importancia, pues sin ellos no podrían realizar la gestión de sus procesos de importación y/o exportación.

Conectan a las MiPymes con proveedores de productos/servicios y clientes internacionales, que hoy en día sería sumamente difícil y costoso contactar sin los servicios de telecomunicaciones.

Los servicios de telecomunicaciones están tan integrados en los procesos que los utilizan día con día como herramientas indispensables para que se dé la operación.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)



Lo anterior coincide con los resultados de la encuesta, ya que el 93.1% de las MiPymes que importan y/o exportan señalaron que los servicios de telecomunicaciones son muy importantes/importantes para realizar estas actividades.

Índice

Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

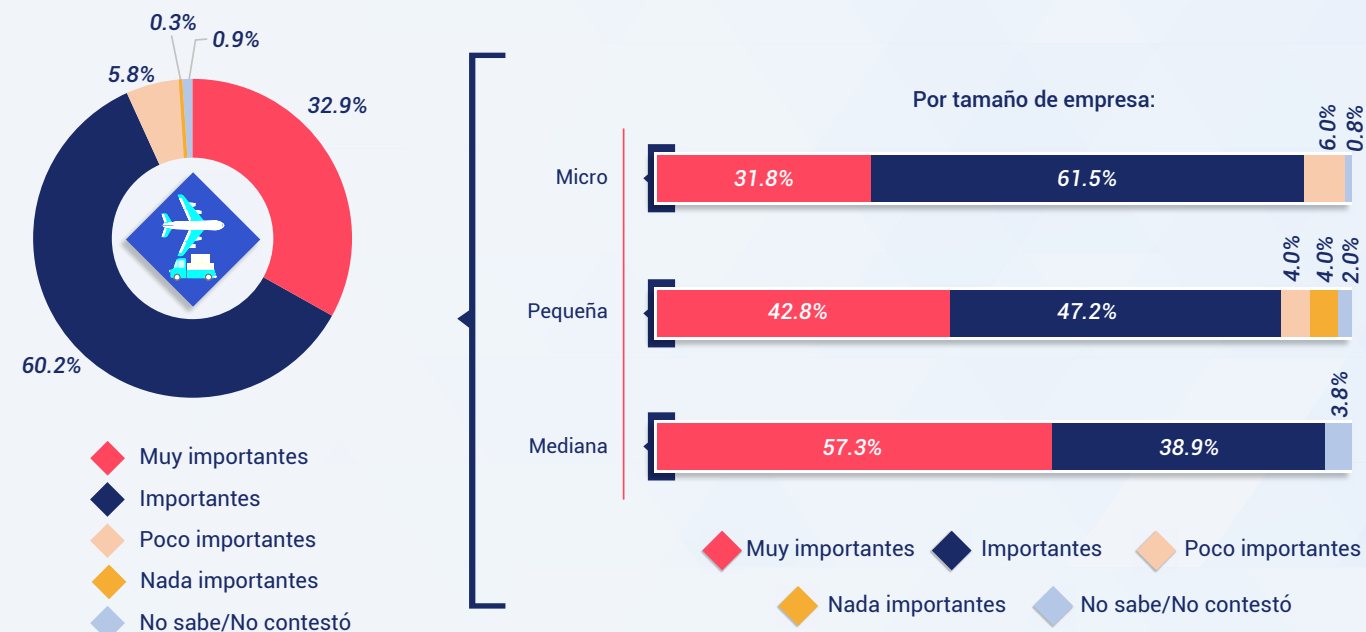
Principales hallazgos

1. Perfil de las MiPymes encuestadas
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?



Gráfico 3.1.

¿Qué tan importante considera que son los servicios de telecomunicaciones para realizar las actividades de importación y/o exportación?



Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2023)

Índice

Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

Principales hallazgos

1. Perfil de las MiPymes
encuestadas

2. Contratación de los servicios
de telecomunicaciones

3. Importancia y beneficios de los
servicios de
telecomunicaciones para las
MiPymes que realizan
actividades de importación y/o
exportación

4. Actividades que realizan las
MiPymes a través de los
servicios fijos de Internet y
Telefonía

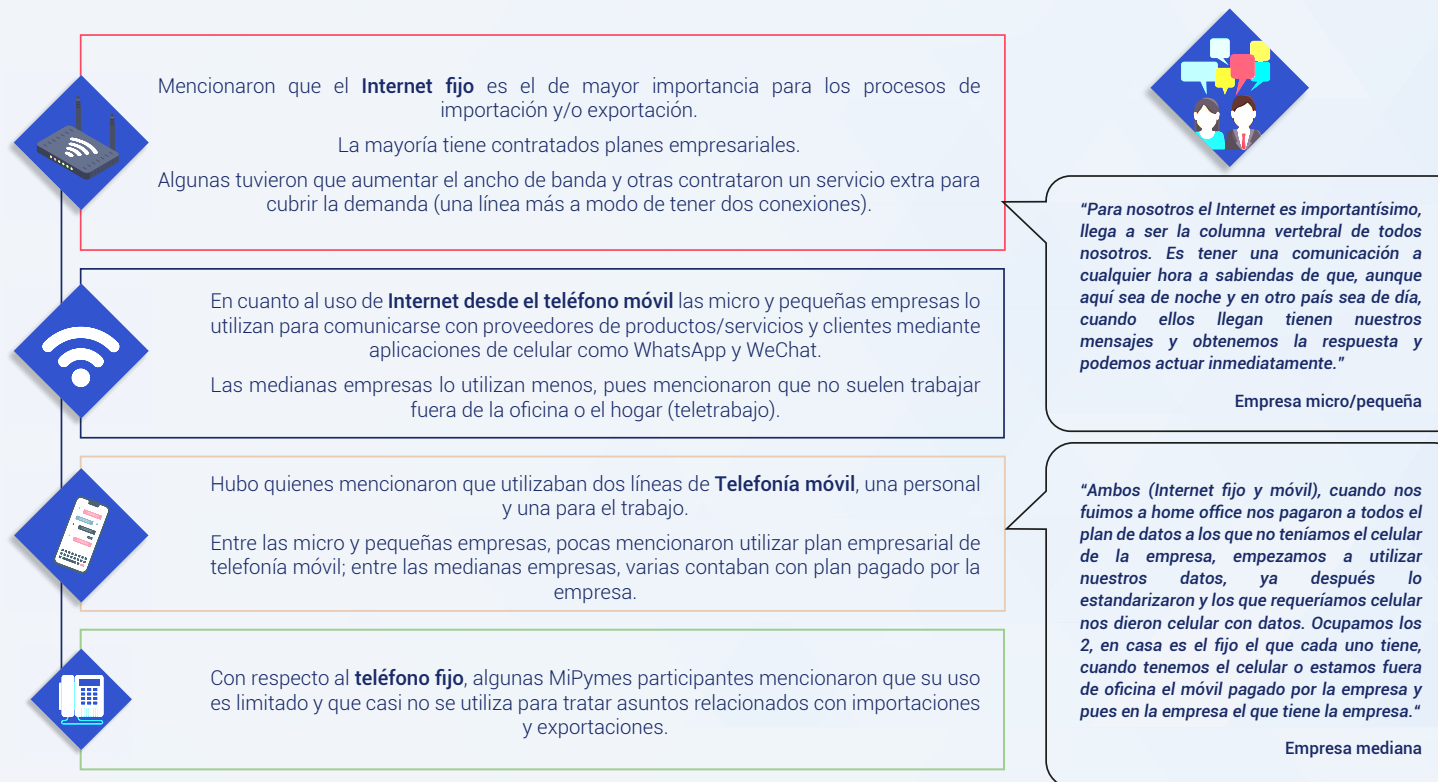
5. ¿Qué desean saber las
MiPymes para ayudarlas a
mejorar sus procesos de
importación y/o exportación?

Asimismo, las MiPymes señalaron que el principal servicio que utilizan es el Internet fijo, pues es de mayor importancia para los procesos de importación y/o exportación. La mayoría contrata planes empresariales debido a que cubren mejor su demanda.



Diagrama 3.2.

Servicios de telecomunicaciones que utilizan para el proceso de importación y/o exportación



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativa a nivel nacional.

Fuente: IFT (2023)

En este sentido, la encuesta reveló que las MiPymes consideran al Internet fijo como el servicio más importante para realizar sus actividades de importación y/o exportación con 63.4%.

Índice

Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

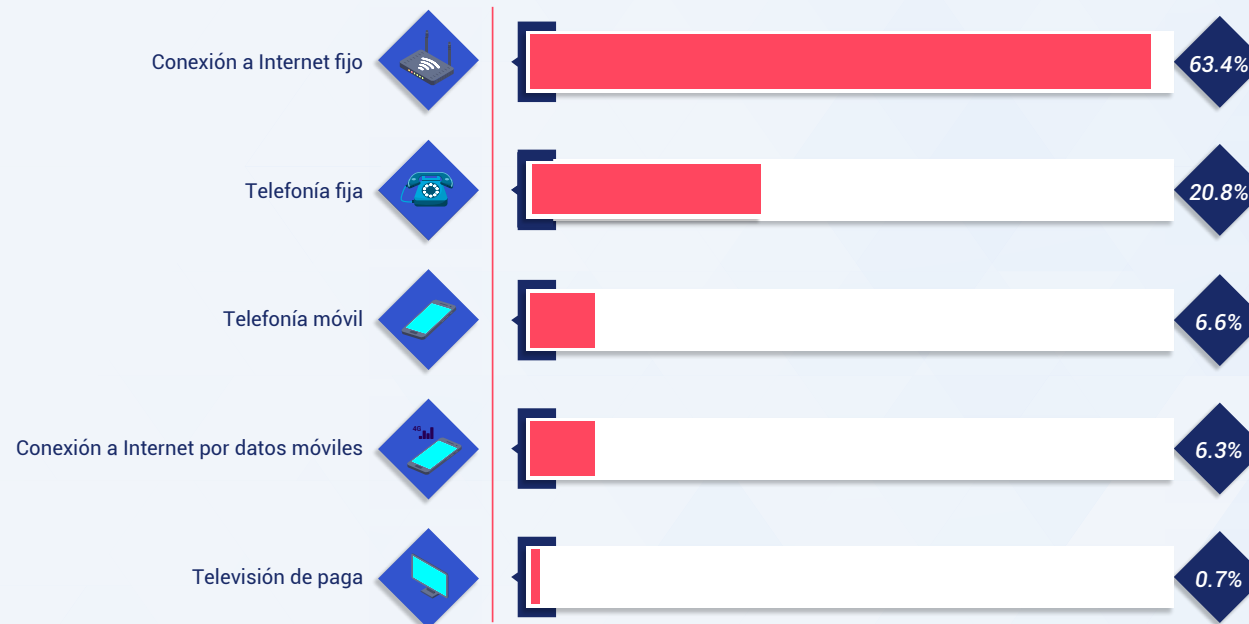
Principales hallazgos

1. Perfil de las MiPymes encuestadas
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?



Gráfico 3.2.

¿Y cuál de estos servicios considera que es el más importante para llevar a cabo la importación y/o exportación?



Nota. Debido a que se excluyen las menciones "No sabe/No contestó", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2023)

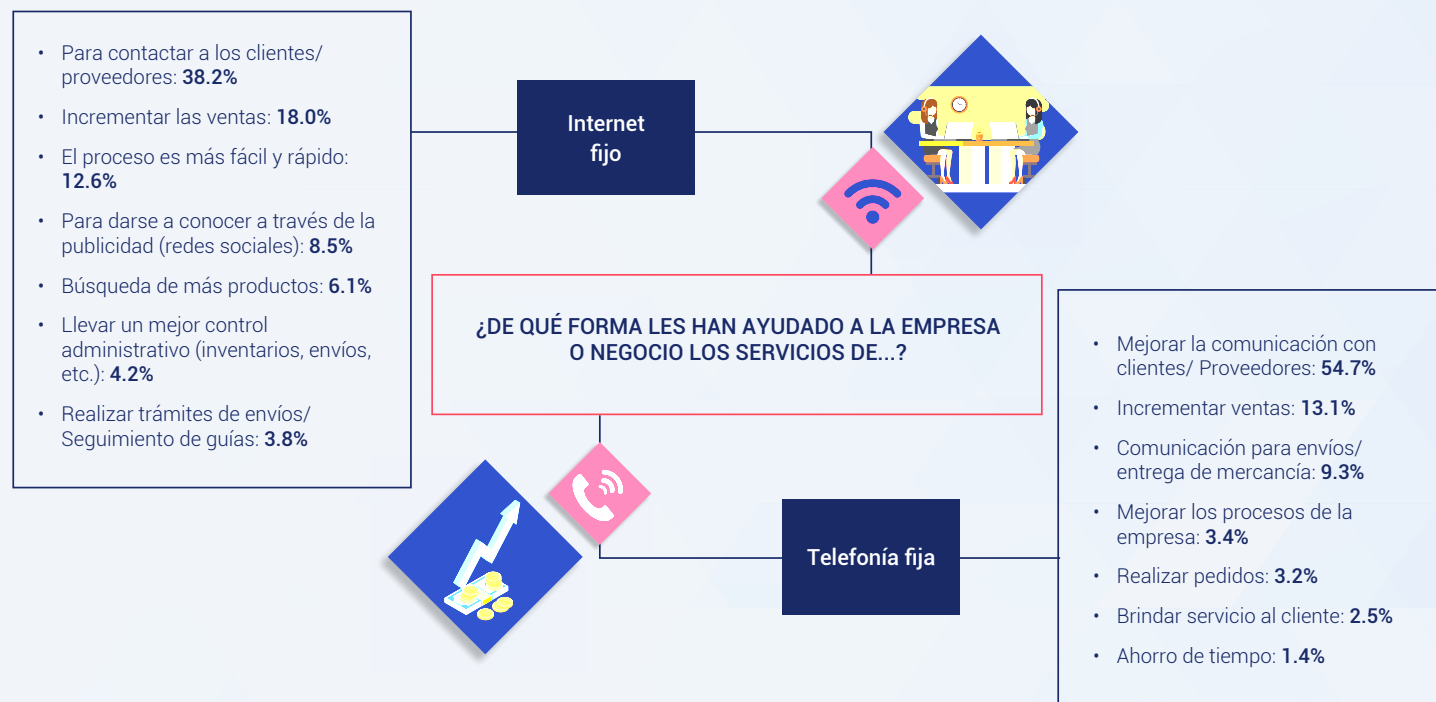
BENEFICIOS DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES PARA LAS MIPYMES QUE IMPORTAN Y/O EXPORTAN

En general, las MiPymes encuestadas que realizan actividades de importación y/o exportación mencionaron que los servicios fijos de Internet y Telefonía les han ayudado principalmente a contactar/mejorar la comunicación con los clientes/proveedores, así como a incrementar las ventas y agilizar procesos.



Diagrama 3.3.

¿De qué forma les han ayudado el Internet fijo y/o Telefonía fija para las actividades de importación y/o exportación?



Nota. Respuestas espontáneas.
Debido a que solo se presentan las menciones más significativas, la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2023)

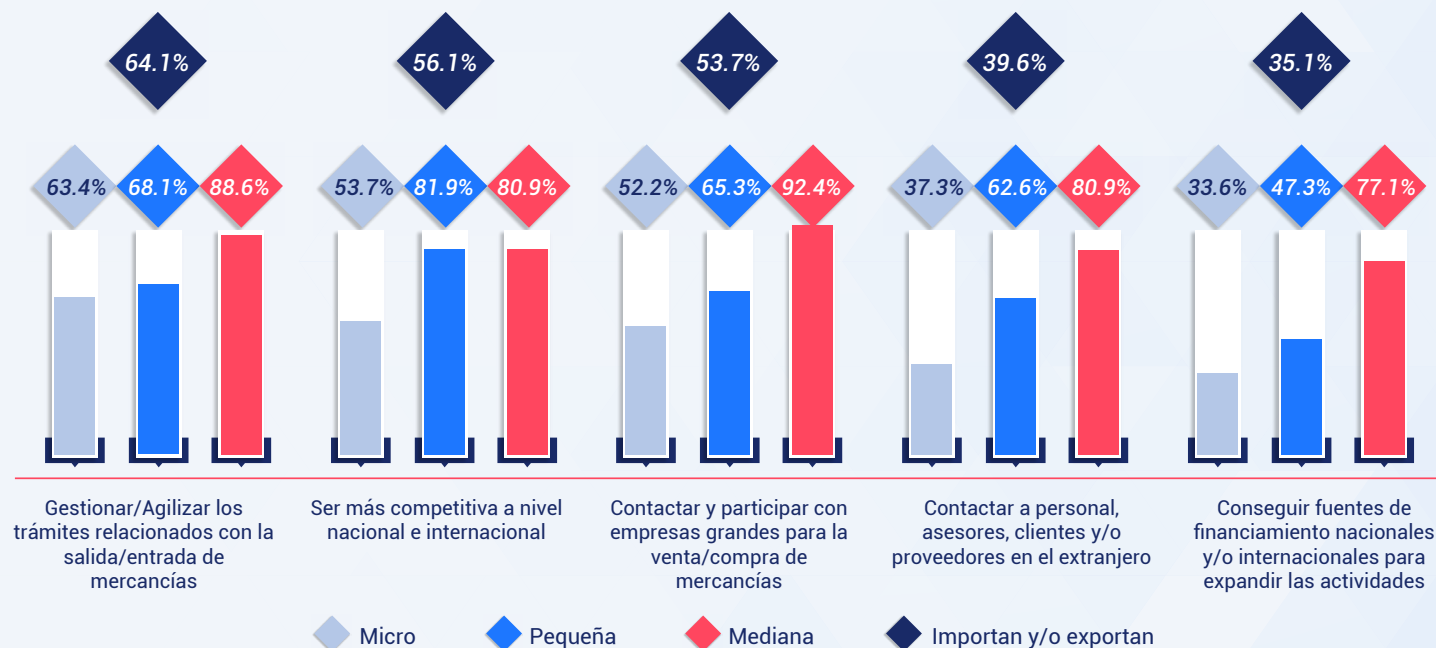


Adicionalmente, los servicios de telecomunicaciones les han permitido a las empresas que importan y/o exportan gestionar/agilizar los trámites relacionados con la salida/entrada de mercancías (64.1%), ser más competitivas a nivel nacional e internacional (56.1%) y contactar con empresas grandes (53.7%).



Gráfico 3.3.

¿Los servicios de telecomunicaciones le han permitido a la empresa...?



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2023)



Lo anterior es consistente con lo señalado por las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo, en el que se destaca el uso de los servicios de telecomunicaciones para hacer a las empresas más competitivas, simplificar los procesos y mantenerse mejor comunicadas.



Diagrama 3.4.

Beneficios percibidos del uso de servicios de telecomunicaciones en las importaciones y/o exportaciones



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

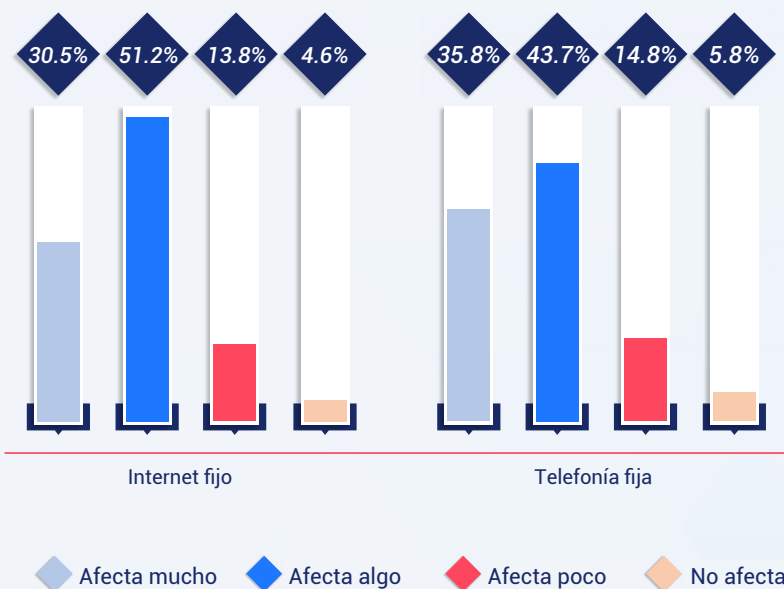
¿QUÉ TANTO LES AFECTARÍA QUEDARSE SIN SU SERVICIO DE INTERNET FIJO/TELEFONÍA FIJA?

Las MiPymes que importan y/o exportan señalaron que les afecta mucho/algo quedarse sin sus servicios fijos de Internet (81.7%) y Telefonía (79.5%).



Gráfico 3.4.

¿Qué tanto le afecta quedarse sin su servicio de Internet fijo/Telefonía fija?



Consideran que, de no contar con los servicios de telecomunicaciones, sería difícil entrar en contacto con proveedores de productos/servicios internacionales.

"Yo siento que sería un caos, en el caso mío y en el de muchos, no recuerdo quién de los que están hablando, pero antes de que hubiera redes sociales ellos vendían con tarjetas de presentación, el proceso era un poco más complicado, siento que si no hubiera servicios de telecomunicaciones sería un caos, habría más gastos; yo nunca he ido a China, sin embargo, he comprado en China para vender en México, ¿si me explico?, yo no tuve que hacer un gasto de ir hasta China."

Empresa micro/pequeña

"Antes viajaban de la empresa a China y ahí veían proveedores de productos/servicios, se gastaba más, si se podía ver la calidad y tratar personalmente, viajar si sería posible, pero nos piden cuarentena por COVID, y todo eso es una pérdida de tiempo que no podemos tener... utilizamos mejor las plataformas digitales y redes sociales para hacerlo más rápido y no gastar tanto."

Empresa mediana

Nota. Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2023)

4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía

USOS DEL SERVICIO DE INTERNET FIJO Y/O MÓVIL EN EL PROCESO DE IMPORTACIÓN Y/O EXPORTACIÓN

El estudio cualitativo mostró que entre los principales usos que le dan las MiPymes al servicio de Internet fijo y/o móvil se encuentran mantener contacto con los proveedores de productos/servicios y clientes, así como tener el estatus de la logística de sus productos.



Diagrama 4.1.

Usos del servicio de Internet fijo y/o móvil en el proceso de importación y/o exportación



Gestión

Utilizan software CRM* (Odoo, Bitrix24, HubSpot) y ERP** con CRM (SAP) que se conectan a la nube para la gestión de sus relaciones comerciales (compra, venta, importación y/o exportación, logística, pagos) con sus proveedores de productos/servicios y clientes.



Comunicación

Para estar en comunicación con sus proveedores de productos/servicios y clientes, utilizan el correo electrónico y el teléfono móvil con aplicaciones como WhatsApp, Telegram, WeChat, Skype, Threema; así como la comunicación interna que realizan con el software CRM.

e-commerce

Utilizan plataformas digitales de venta en línea para captar clientes, así como para contactar nuevos proveedores de productos/servicios.

Algunas micro y pequeñas empresas utilizan también las redes sociales con los mismos fines.

Las medianas además utilizan la página web de la empresa.



Acceso

Navegan en sitios internacionales para actualizarse en los nuevos productos que salen en su mercado, así como para contactar proveedores de productos/servicios de los mismos e importarlos, lo que les permite competir con empresas más grandes.



"WhatsApp en muchos países es completamente inútil, las aplicaciones que más funcionan fueron unas de mis favoritas que es Telegram y es muy práctico, muy funcional y mucho más seguro, está más encriptado. WhatsApp no tiene ese tema de seguridad aún desarrollado, para llamadas a Egipto necesito la aplicación Threema, esa es de las aplicaciones que uso."

Empresa micro/pequeña

***CRM:** "Customer Relationship Management" que es un sistema de comunicación y gestión de la relación comercial entre clientes y proveedores de productos/servicios.

****ERP:** "Enterprise Resource Planning" es un tipo de software que las organizaciones utilizan para gestionar las actividades empresariales diarias, como la contabilidad, el aprovisionamiento, la gestión de proyectos, la gestión de riesgos, el cumplimiento y las operaciones de la cadena de suministro.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

Fuente: IFT (2023)



CONTRATACIÓN,
PERCEPCIÓN Y USO DEL
INTERNET FIJO Y
TELEFONÍA FIJA EN LAS
MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS
EMPRESAS (MIPYMES) PARA
REALIZAR ACTIVIDADES DE
IMPORTACIÓN Y/O EXPORTACIÓN

Índice

Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

Principales hallazgos

1. Perfil de las MiPymes
encuestadas

2. Contratación de los servicios
de telecomunicaciones

3. Importancia y beneficios de los
servicios de
telecomunicaciones para las
MiPymes que realizan
actividades de importación y/o
exportación

▶ 4. Actividades que realizan las
MiPymes a través de los
servicios fijos de Internet y
Telefonía

5. ¿Qué desean saber las
MiPymes para ayudarlas a
mejorar sus procesos de
importación y/o exportación?

ACTIVIDADES QUE REALIZAN LAS MIPYMES A TRAVÉS DE INTERNET FIJO

El uso del Internet fijo para vender servicios o productos, atención al cliente, compra de insumos/mercancías, facturación electrónica, prospección de proveedores, reclutamiento y capacitación del personal, fue mayor entre las MiPymes que importan y/o exportan, en comparación con las empresas que no realizan estas actividades.



Gráfico 4.1.

Actividades que realizan las MiPymes a través de Internet fijo



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2023)



• **Uso de plataformas digitales para ventas y/o compras de insumos o mercancías por parte de las MiPymes**

De acuerdo con los resultados del estudio cualitativo, las MiPymes utilizan diferentes plataformas digitales de e-commerce como Amazon, Alibaba, AliExpress y Mercado Libre, entre otras.



Diagrama 4.2.

Uso de plataformas digitales de e-commerce por parte de las MiPymes

Amazon fue la más mencionada por las medianas empresas, sobre todo en temas de exportación, pues consideran que les abre la puerta para el mercado estadounidense y canadiense; aunque también la utilizan para contactar proveedores internacionales de productos/servicios; fue menos mencionada por las micro y pequeñas empresas.

Asimismo, les facilita que el proceso de logística y distribución sea responsabilidad de la plataforma digital, por lo que favorece el proceso de venta.

De manera general, las **medianas empresas consideran que la mejor forma de captar clientes para exportar sus productos es con sus propias páginas web.**

"Para exportación a través de la página web es que nos están contactando otros países. Nosotros no hacemos ventas a través de plataformas de e-commerce, es un canal que está en desarrollo, pero sí hay interés de hacerlo a través de Amazon y Mercado Libre."

Empresa mediana



Para **captar clientes nacionales**, las MiPymes señalaron que utilizan **Amazon**, así como **Mercado Libre**, esta última fue la más mencionada por las micro y pequeñas empresas.

Alibaba fue la más mencionada por medianas empresas, mientras que **AliExpress fue mencionada por las micro y pequeñas**; ambas se utilizan principalmente para importar productos directo de China.

Las empresas de paquetería se llegan a utilizar para cosas muy pequeñas, aquellas que caben en una caja.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)



1. Perfil de las MiPymes encuestadas
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

Asimismo, las MiPymes perciben ventajas y desventajas de utilizar plataformas digitales de e-commerce.



Diagrama 4.3.

Ventajas y desventajas percibidas al utilizar plataformas digitales de e-commerce



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

• Prospección de proveedores por parte de las MiPymes

De acuerdo con el estudio cualitativo, las micro y pequeñas empresas tratan de obtener la mayor información de posibles proveedores de productos/servicios a través de Internet para sentirse más seguros al contactarlos.



Diagrama 4.4.

¿Cómo se gana la confianza a través de los servicios de telecomunicaciones? – Micro y pequeñas empresas

Prueba y error

Cuando contactan a nuevos proveedores de productos/servicios tratan de recabar información (les hacen preguntas específicas y les piden su cuenta CLABE) que les indique si el proveedor es confiable, es un proceso que al final del día no es infalible, pues a veces los proveedores de productos/servicios no cumplen con ciertas expectativas, como la calidad del producto o los tiempos de entrega.



Uso de plataformas digitales

Algunas utilizan plataformas digitales como Alibaba o Amazon, donde pueden ver reseñas de compradores anteriores, por lo que pueden ver su evaluación general, tanto del proveedor como de sus productos antes de contactarlo.

También las ayudan con los temas de pago al permitir el uso de PayPal y otras plataformas digitales similares; asimismo, las respalda si el producto no llega, por lo que hace que se considere más seguro.



Contacto presencial

Para algunas MiPymes, la mejor forma de generar confianza con sus proveedores de productos/servicios es el contacto presencial, visitándolos directamente en sus oficinas, supervisando la calidad de los productos antes de realizar alguna compra; pero debido a la pandemia, es algo que ya no pueden hacer con tanta facilidad, por lo que se han visto en la necesidad de utilizar las plataformas digitales de e-commerce y/o las páginas web de los proveedores de productos/servicios.



"En mi experiencia, la confianza (de hacer la compra a través de las plataformas de Internet) se gana a prueba y error, en muchas ocasiones no tengo el producto en físico para ver que cumpla con las especificaciones, entonces invierto comprándolo allá, más durante la pandemia que no me podía mover a China, era imposible estar allá para validar, por lo que fue a ciegas, cuando me llegó el producto fue corroborar, ver si cumplían o no y entonces seleccionar a los proveedores de productos/servicios que cumplían."

Empresa micro/pequeña

"Por medio de una plataforma de proveedores de productos/servicios y por ahí visualicé en la reseña cómo hablan de tal proveedor, si ha surtido de forma correcta, hasta el tema de realizar los pagos por medio de una plataforma que te dé un seguro como PayPal o este tipo de plataformas."

Empresa micro/pequeña

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

Fuente: IFT (2023)



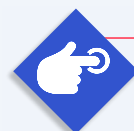
1. Perfil de las MiPymes encuestadas
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

En el caso de las medianas empresas, la búsqueda de nuevos proveedores de productos/servicios se realiza en plataformas digitales y ferias de comercio más especializadas.



Diagrama 4.5.

¿Cómo se gana la confianza a través de los servicios telecomunicaciones? – Medianas empresas



Recomendación

Una de las formas de tener confianza en un proveedor nuevo es **que venga recomendado de parte de otros**, ya sea clientes o empresas que estén en el mismo rubro.



Uso de plataformas digitales

Utilizan algunas como Alibaba o AliExpress, redes sociales como LinkedIn o algunas especializadas como Panjiva, así como las páginas web de los proveedores de productos/servicios ya que, si la página web está bien diseñada, da la sensación de que es un proveedor serio.

Hay quienes mencionaron que ponen anuncios en sus propios sitios web buscando proveedores de productos/servicios, de modo que ellos llegan por sí solos y así van descartando los que no cumplen con los requisitos.



"Antes iba dos veces al año a sus showrooms y a sus ferias, el hecho de ver a los proveedores de productos/servicios en persona nos daba cierta confianza. Ya en la pandemia eso lo compensamos con videollamadas, yo durante la pandemia tuve muchas videollamadas y mi búsqueda de proveedores de productos/servicios fue a través de Internet, hay plataformas, como AliExpress por mencionar algunas, que me llevó a buscar más proveedores de productos/servicios."

Empresa mediana

Showrooms y ferias de comercio

Visitan **showrooms*** y ferias de comercio donde se puede iniciar el primer contacto con el proveedor, pedirle sus certificaciones, recabar información y empezar la comunicación por videollamadas y, si logran generar confianza, se les invita a las licitaciones.

"En la página web colocamos un correo, nos llegan muchas propuestas de proveedores de productos/servicios, esas me llegan a mí, muchas veces voy leyendo rápido su información para tenerlos de respaldo, yo también uso muchas conferencias a través de Webex, mi área no es la que viaja a conocer al proveedor..."

Empresa mediana

*Los showrooms son exposiciones de productos de una sola empresa, como una galería de los productos que ellos venden y regularmente son en el mismo edificio donde están sus oficinas.

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

Fuente: IFT (2023)

Capacitación y/o autocapacitación por parte de las MiPymes que importan y/o exportan

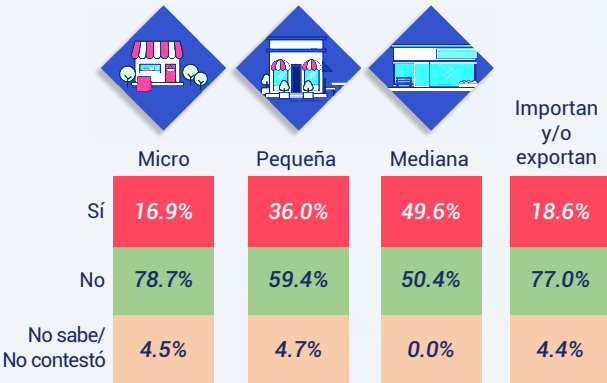
El 18.6% de las MiPymes encuestadas que importan y/o exportan mencionaron que sí buscaron asesoría en Internet acerca de cómo aprovechar los servicios de telecomunicaciones para realizar estas actividades. Este porcentaje es mayor conforme aumenta el tamaño de la empresa.



Gráfico 4.2.

Capacitación y/o autocapacitación por parte de las MiPymes que importan y/o exportan

¿Buscó asesoría en sitios o páginas de Internet acerca de cómo aprovechar el uso de los servicios de telecomunicaciones para realizar importación y/o exportación?*



¿A través de qué sitios o páginas de Internet?**

Concepto	Micro	Pequeña	Mediana	Importan y/o exportan
Google	30.1%	35.2%	38.5%	31.1%
Facebook	22.1%	5.5%	0.0%	19.1%
YouTube	8.8%	0.0%	0.0%	7.4%
Amazon	4.4%	0.0%	0.0%	3.7%
Instagram	4.4%	0.0%	0.0%	3.7%
Twitter	4.4%	0.0%	0.0%	3.7%
WhatsApp	4.4%	0.0%	0.0%	3.7%
Página del gobierno	0.0%	11.1%	15.4%	2.0%
Redes sociales	0.0%	13.0%	0.0%	1.8%
Capacítate para el empleo/Curso de Slim	0.0%	5.5%	7.7%	1.0%
No sabe/No contestó	47.8%	42.6%	38.5%	46.8%

Nota. Respuestas espontáneas.

*Debido al redondeo de cifras, la suma no da 100%.

**Respuesta múltiple no suma 100%.

Fuente: IFT (2023)

1. Perfil de las MiPymes encuestadas
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

Adicionalmente, algunas de las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo mencionaron haber recibido alguna capacitación sobre el uso plataformas digitales de e-commerce y gestión de procesos.



Diagrama 4.6.

Capacitación y/o autocapacitación de las MiPymes para el proceso de importación y/o exportación



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

Fuente: IFT (2023)

USO DE PLATAFORMAS Y/O HERRAMIENTAS DIGITALES

De acuerdo con el estudio cualitativo, para las MiPymes que importan y/o exportan, las plataformas digitales son herramientas eficientes para buscar proveedores de productos/servicios y a la vez poder vender sus productos.



Diagrama 4.7.

¿Cuál es el papel de las plataformas digitales que utilizan en el proceso de importación y/o exportación?



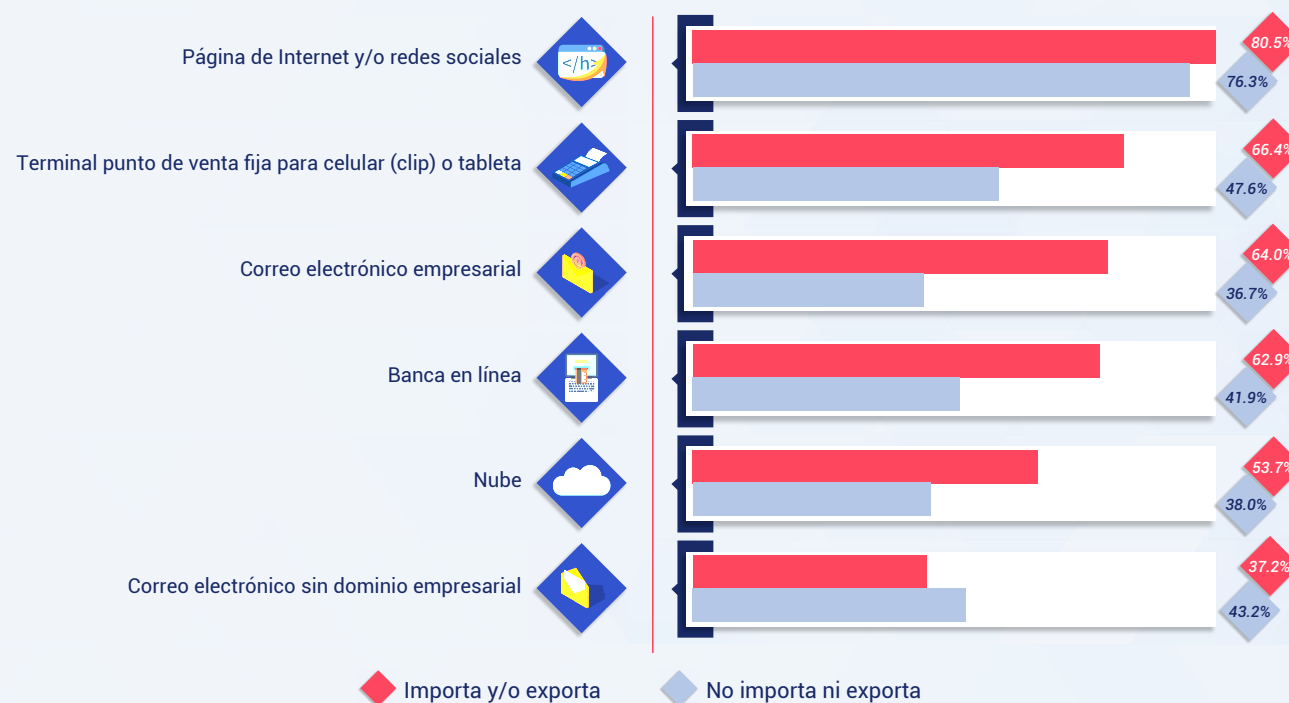
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

En cuanto a la adopción de servicios y herramientas digitales para llevar a cabo sus actividades destacan la página de Internet y/o redes sociales, la terminal punto de venta fija para celular (clip) o tableta, y el correo electrónico empresarial, las cuales fueron mayores en las MiPymes que importan y/o exportan, en comparación con las empresas que no realizan estas actividades.



Gráfico 4.3.

¿En la empresa o negocio donde labora cuentan con...?



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.

Fuente: IFT (2023)



• **Uso de página de Internet y/o redes sociales por parte de las MiPymes que importan y/o exportan**

Para las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo, principalmente entre las medianas empresas, la página de Internet es de gran utilidad, ya que es una carta de presentación que permite generar confianza y establecer relaciones de negocio.



Diagrama 4.8.

Usos de la página de Internet en el proceso de importación y/o exportación



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

1. Perfil de las MiPymes encuestadas
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

Índice

Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

Principales hallazgos

1. Perfil de las MiPymes encuestadas

2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones

3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación

4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía

5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

Las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo mencionaron que utilizan las redes sociales principalmente para tener presencia entre clientes y proveedores de productos/servicios. Las más señaladas para realizar el proceso de importación y/o exportación son: Facebook, Instagram y LinkedIn.



Diagrama 4.9.

Usos de las redes sociales en el proceso de importación y/o exportación

¿Para qué las utilizan?	Instagram	Facebook	LinkedIn
Captación de clientes	✓	✓	
Publicidad de sus productos y promociones	✓	✓	
Venta menudeo	✓	✓	
Acceso a grupos de clientes y proveedores de productos específicos		✓	
Contacto con proveedores de servicios como logística			✓
Contacto con el área de ventas/compras de otras empresas			✓
Segmentación de mercados		✓	
Generación de visitas a página web	✓		✓
El mayor beneficio mencionado del uso de las redes sociales es incrementar el alcance, tanto con clientes como con proveedores de productos/servicios.			

"En LinkedIn van buscando quiénes compran, se dirigen con compras o con logística de cada empresa, es como un contacto más directo de estos proveedores de productos/servicios hacia cada una de las áreas de la empresa donde, obviamente, pueden incluir sus productos."

Empresa mediana



"Lo que más se usa es Facebook porque en ese sí podemos segmentar, podemos segmentar para Latinoamérica, hay productos que solamente se desarrollan para los requerimientos de Latinoamérica, es lo que utilizamos, como mi producto no es de consumo (masivo), se va a un nicho de mercado a través de Facebook."

Empresa mediana

Mencionado por empresas micro y pequeñas



Mencionado por empresas medianas



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

Índice

Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

Principales hallazgos

1. Perfil de las MiPymes encuestadas
2. Contratación de los servicios de telecomunicaciones
3. Importancia y beneficios de los servicios de telecomunicaciones para las MiPymes que realizan actividades de importación y/o exportación
4. Actividades que realizan las MiPymes a través de los servicios fijos de Internet y Telefonía
5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

Cabe señalar que, las MiPymes que importan y/o exportan no están exentas de ser víctima de algún ciberdelito en las redes sociales, tal como se muestra en el siguiente testimonio de una empresa que participó en el estudio cualitativo.



"A mí una vez me estafaron en Estados Unidos, no fue mucho, iba a comprar unos microscopios y me estafaron... el perfil era de Facebook, pero tenía muchas herramientas, tenía microscopios, cosas que se ocupan para la reparación de teléfonos; estaba hablando con una persona, hubo hasta videollamada, todo normal, me pidió un depósito, me pidió la mitad del depósito y le dije sabes qué, no, te doy la mitad de la mitad, esa vez le mandé por Western Union, recuerdo que después de uno o 2 días de que estábamos hablando me dijo depositame la otra mitad porque se ocupa, yo me negué porque ya habíamos quedado y un trato es un trato, como no le mandé la otra mitad, ya cuando vi simplemente me bloqueó. No había mucho que denunciar honestamente, a partir de ese momento ya solamente compro por páginas confiables como es AliExpress."

Empresa micro/pequeña

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

• **Uso de la banca en línea y otros métodos de pago y cobro por parte de las MiPymes que importan y/o exportan**

De acuerdo con las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo, el método más utilizado para pagos y cobros es la transferencia electrónica; también utilizan plataformas digitales de cobro como PayPal y Mercado Pago.



Diagrama 4.10.

Uso de la banca en línea y otros métodos de pago y cobro en el proceso de importación y/o exportación



"Utilizo lo que son 3 plataformas o 3 aplicaciones, una de esas es Binance, Hotbit y la otra es Bitso que también me gusta usar, pero me cambié a MEXC, me gustó mucho su interfaz. Compró lo que son dólares y los transfiero, ya dependiendo de la criptomoneda que la transferencia no sea tan elevada, se hace el envío de dinero."

Empresa micro/pequeña

Micro y pequeñas empresas

Utilizan varios métodos para pago y cobro, como la transferencia electrónica por medio de la CLABE interbancaria (banca en línea).

Asimismo, varias mencionaron el uso de plataformas digitales de cobro como Mercado Pago y PayPal, más convenientes para montos pequeños. Aunque las comisiones son altas, al cliente le brinda más seguridad.

Otras opciones son Western Union, con la desventaja de la alta comisión, y a través de links de pago.

Pocas mencionaron el uso de las criptomonedas para evitar las comisiones de las plataformas digitales de cobro y tener mejor tasa de cambio.



Medianas empresas

La mayoría mencionó que se manejan dos cuentas bancarias, una en moneda nacional y otra en dólares americanos para no pagar un tipo de cambio más alto; utilizan también casas de cambio.

Para los pagos y cobros utilizan transferencia electrónica por medio de la CLABE interbancaria, incluso con sus proveedores de productos/servicios y clientes internacionales.

Otras mencionaron que tienen cuentas bancarias en otros países como China.

En algunas de estas empresas, el área que se encarga de pagar y recibir pagos es un área diferente a la que gestiona los procesos de importación y exportación, por lo que no saben exactamente cómo se realiza.



"Los pagos de comercio exterior, como son las importaciones, se hacen a través de transferencia electrónica, hay cuenta en moneda nacional y cuenta en dólares e igual se trabaja con una casa de cambio, los pagos a los proveedores de productos/servicios se hacen de Hong Kong, hay una cuenta abierta allá y se hacen desde allá los pagos hacia China."

Empresa mediana

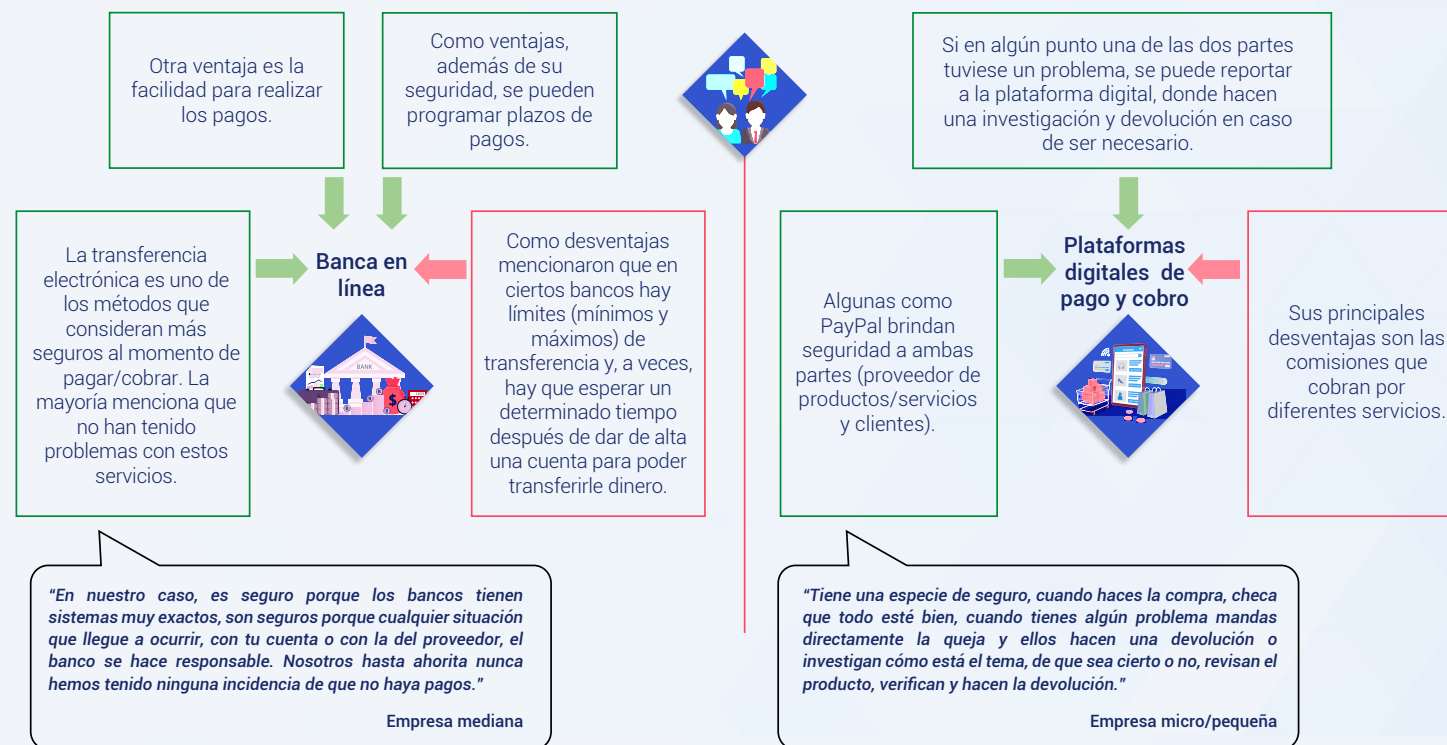
Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)

Adicionalmente, perciben que la transferencia electrónica es uno de los métodos para pagar y cobrar más seguros que existen. Mientras que, aunque las plataformas digitales de pago también se consideran seguras, sus comisiones pueden llegar a ser muy elevadas.



Diagrama 4.11.

Ventajas y desventajas percibidas del uso de la banca en línea y las plataformas digitales de pago y cobro



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

Fuente: IFT (2023)

- **Uso de aplicaciones para comunicarse con clientes, proveedores y/o empleados por parte de las MiPymes que importan y/o exportan**

De acuerdo con las MiPymes que participaron en el estudio cualitativo las aplicaciones de mensajería instantánea en el proceso de importación y/o exportación se utilizan para mantener la comunicación con los proveedores de productos/servicios y con sus clientes.



Diagrama 4.12.

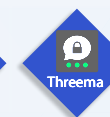
Principales medios para comunicarse con proveedores de productos/servicios y con clientes en el proceso de importación y/o exportación



Las aplicaciones preferidas para mantener contacto con proveedores de productos/servicios y clientes son las de mensajería instantánea, aunque también utilizan el correo electrónico y las aplicaciones para video llamadas.

Consideran que son una herramienta muy útil en los procesos de importación y/o exportación.

Las principales aplicaciones mencionadas son:



"No sé si conozcan la plataforma de WeChat, para los que no es como tipo un WhatsApp, pero es chino, traduce y hace muchas cosas, incluso para los que han ido a China el teléfono ya es para todo."

Empresa micro/pequeña



"En el caso de importaciones y exportaciones es más útil lo que es el correo, Telegram y WhatsApp Business; Facebook es más para ventas y para que te contacten, redes sociales y el sitio web es más para área comercial, pero para lo que es logística nos sirve más Telegram y WhatsApp."

Empresa mediana



Mencionado por empresas micro y pequeñas

Las aplicaciones como WhatsApp, Telegram y Threema están ganado terreno hasta para el envío de documentos, ya que pueden corroborar con una comunicación más rápida la recepción de los mismos.

Dependiendo el país se decide qué aplicación utilizar para establecer la comunicación.

Algunas incluso ayudan en la traducción al idioma.

El correo electrónico es importante para envío y recepción de documentos; para empresas medianas es más relevante porque aporta formalidad y para establecer comunicación con clientes que visitan la página de Internet de la empresa e inician contacto por correo electrónico.

Además de que existen otras plataformas digitales especiales para realizar trámites de logística, en las cuales el proveedor da acceso a esas cuentas para realizar operaciones.



Mencionado por empresas medianas

Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativo a nivel nacional.

Fuente: IFT (2023)



ACTIVIDADES QUE REALIZAN A TRAVÉS DE TELEFONÍA FIJA

El uso de la Telefonía fija para la atención al cliente, recepción de pedidos y cobranza fue mayor entre las MiPymes que importan y/o exportan, en comparación con las empresas que no realizan estas actividades.



Gráfico 4.4.

Actividades que realizan a través del teléfono fijo de la empresa o negocio



Nota. Debido a que se presenta únicamente el porcentaje de empresas que respondieron "Sí", la suma no da 100%.
Fuente: IFT (2023)



5. ¿Qué desean saber las MiPymes para ayudarlas a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

Finalmente, se presentan algunos hallazgos del estudio cualitativo sobre lo que las MiPymes desean saber y/o hacer con ayuda de sus servicios de telecomunicaciones para mejorar sus procesos de importación y/o exportación.



Diagrama 5.1.

¿Qué desean saber y/o hacer las MiPymes que les ayude a mejorar sus procesos de importación y/o exportación?

1 Saber más de las plataformas como el CRM* y si hay otras, cómo se podrían aplicar y qué resultados se pueden obtener.

4 Capacitar a la gente menos digitalizada para manejar mejor las distintas plataformas digitales.

2 Contar con una plataforma que ayude a llegar a los mercados correctos.

5 Tener un sistema en específico pensado para el área de comercio exterior donde se pueda vaciar y capturar toda la información de las operaciones.

Asimismo, que capture toda la información del embarque y toda la normativa que se va a requerir, hasta que pudiera calcular solicitudes y gestionar todo por la computadora.

3 Tener asesorías en línea para los trámites burocráticos, estar al día con las nuevas regulaciones, conocer de los costos previamente y de cómo optimizarlos.

*CRM: "Customer Relationship Mangement" que es un sistema de comunicación y gestión de la relación comercial entre clientes y proveedores de productos/servicios.



Nota. Información correspondiente al estudio cualitativo y no es representativa a nivel nacional.
Fuente: IFT (2023)



CONTRATACIÓN,
PERCEPCIÓN Y USO DEL
INTERNET FIJO Y
TELEFONÍA FIJA EN LAS
MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS
EMPRESAS (MIPYMES) PARA
REALIZAR ACTIVIDADES DE
IMPORTACIÓN Y/O EXPORTACIÓN

Índice

Legales

Introducción

Consideraciones metodológicas

Principales hallazgos

1. Perfil de las MiPymes
encuestadas

2. Contratación de los servicios
de telecomunicaciones

3. Importancia y beneficios de los
servicios de
telecomunicaciones para las
MiPymes que realizan
actividades de importación y/o
exportación

4. Actividades que realizan las
MiPymes a través de los
servicios fijos de Internet y
Telefonía

5. ¿Qué desean saber las
MiPymes para ayudarlas a
mejorar sus procesos de
importación y/o exportación?

CONTRATACIÓN, PERCEPCIÓN Y USO DEL INTERNET FIJO Y TELEFONÍA FIJA EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYMES)

PARA REALIZAR ACTIVIDADES DE IMPORTACIÓN
Y/O EXPORTACIÓN



Insurgentes Sur #1143 Col. Nochebuena
Demarcación Territorial Benito Juárez
C.P. 03720 Ciudad de México
Tel: 55 50154000 / 800 2000 120

www.ift.org.mx

