



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO
ESCUELA SUPERIOR DE CIUDAD SAHAGUN

LICENCIATURA EN CONTADURÍA

TESIS

**PANORAMA DE LOS MICROCRÉDITOS FAMILIARES
EN MÉXICO: TENDENCIAS INFORMATIVAS EN LA
PRENSA FINANCIERA DIGITAL**

Para obtener el título de
Licenciado en Contaduría

PRESENTA

Diego Armando Mendoza Viveros

Directora

Dra. Dorie Cruz Ramírez

Codirectora

Dra. Beatriz Sauza Avila

Comité tutorial

Dra. Suly Sendy Pérez Castañeda
Mtra. Claudia Beatriz Lechuga Canto
LC. Lorena Aidé Elizalde Almanza

Cd. Sahagún, Hgo., 7 de agosto de 2025.



Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Escuela Superior de Ciudad Sahagún
Campus Sahagún

MTRA. OJUKY DEL ROCÍO ISLAS MALDONADO
DIRECTORA DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
P R E S E N T E

Por medio de la presente, le informo que en virtud de haber cumplido las modificaciones y correcciones que el grupo de sinodales realizó a la tesis **"Panorama de los microcréditos familiares en México: Tendencias informativas en la prensa financiera digital"**, presentada por Diego Armando Mendoza Viveros, con matrícula 421493, de la Licenciatura en Contaduría, se ha decidido en reunión de sinodales autorizar la impresión de dicha tesis.

A continuación, se anotan las firmas de conformidad de los integrantes del jurado:

PRESIDENTA	Dra. Suly Sendy Pérez Castañeda
PRIMERA VOCAL	Dra. Dorie Cruz Ramírez
SEGUNDA VOCAL	Dra. Beatriz Sauza Avila
TERCERA VOCAL	LC. Lorena Aidé Elizalde Almanza
SECRETARIA	Mtra. Claudia Beatriz Lechuga Canto
PRIMERA SUPLENTE	LC. Nancy Roldán López

Sin más por el momento, reitero a usted mi atenta consideración.

ATENTAMENTE
"AMOR, ORDEN Y PROGRESO"
Cd. Sahagún, Hgo., a 7 de agosto de 2025.

MTRA. CLAUDIA BEATRIZ LECHUGA CANTO
COORDINADORA LICENCIATURA EN CONTADURÍA

c.c.p.- Archivo.

Carretera Otumba - Cd. Sahagún No. 7, Colonia
Legaspi, Zona Industrial, Ciudad Sahagún, Hidalgo,
México C.P. 43998
Teléfono: 52 (771)7172000 Ext. 50201
essahagun@uaeh.edu.mx

"Amor, Orden y Progreso"



2025



uaeh.edu.mx

AGRADECIMIENTOS

Esta tesis está dedicada a mi familia, por su amor, apoyo incondicional y sacrificio. Sin su respaldo, este logro no habría sido posible. Agradezco su fe en mí y su constante presencia a lo largo de este camino. Un reconocimiento especial a mi madre, Guadalupe Viveros, cuya memoria me impulsa diariamente a perseverar y alcanzar mis metas, y quien ha sido un pilar fundamental en mi vida, brindando amor incondicional, apoyo constante y enseñando con su ejemplo el valor del esfuerzo y la perseverancia.

A mis amigos y compañeros, expreso mi gratitud por su amistad, apoyo y compañía durante este exigente proceso. Su presencia en momentos de agotamiento, la celebración de cada logro y el recordatorio de que no estaba solo en este camino, fueron fundamentales. Extiendo mi agradecimiento a todos aquellos que, de una u otra manera, contribuyeron a la realización de este proyecto.

A mis profesores y mentores, les manifiesto mi reconocimiento por su sabiduría, orientación y apoyo constante. Su guía ha sido invaluable en mi desarrollo académico y personal, con una mención especial a mi directora de tesis, la Dra. Dorie Cruz, por su destacada calidad humana.

Finalmente, dedico esta tesis a todas las personas que, como yo, han superado obstáculos y desafíos. Que este trabajo sirva como testimonio de que, con perseverancia y determinación, todo es alcanzable.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Resumen	7
Abstract	8
 CAPÍTULO 1. CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	 9
1.1. Análisis del entorno	9
1.2. Antecedentes del problema.....	10
1.3. Planteamiento del problema	16
1.4. Justificación	16
1.5. Objetivos de investigación	18
1.6. Pregunta de investigación	18
1.7. Hipótesis	19
1.8. Delimitación y alcance	19
1.9. Plan metodológico	19
 CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	 22
2.1. Análisis del entorno	22
2.2. Análisis de contenido	27
 CAPÍTULO 3. MARCO REFERENCIAL	 39
3.1. El Economista	39
3.1.1. Secciones de El Economista	42
3.2. El Financiero	46
3.2.1. Secciones de El Financiero	49
3.3. Microcréditos	51
 CAPÍTULO 4. DISEÑO METODOLÓGICO	 54
4.1. Tipo de estudio	54
4.2. Mixta	54
4.3. No experimental	55
4.4. Descriptiva	56
4.5. Comparativa	57
4.6. Variables	58
4.7. Datos	59
4.8. Población	60
4.9. Muestra	61
4.10. Análisis de datos	62

CAPÍTULO 5. RESULTADOS	66
5.1. El Economista	67
5.1.1. Macro entorno económico	69
5.1.2. Macro entorno político	80
5.1.3. Macro entorno social	82
5.2. El Financiero	88
5.2.1. Macro entorno económico	90
5.2.2. Macro entorno social	99
5.3. Análisis comparativo	103
 CONCLUSIONES	 105
 Referencias	 107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de secciones de El Economista por macro entorno	66
Tabla 2. Clasificación de secciones de El Financiero por macro entorno	67
Tabla 3. Artículos de microcréditos, por macro entorno, de El Economista.....	68
Tabla 4. Artículos de microcréditos, por macro entorno, de El Financiero	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Nube de palabras del macro entorno económico sección Sector Financiero	77
Figura 2. Nube de palabras del macro entorno económico sección Economía	79
Figura 3. Nube de palabras del macro entorno económico sección Política	81
Figura 4. Nube de palabras del macro entorno económico sección El Empresario ..	85
Figura 5. Nube de palabras del macro entorno económico sección Finanzas Personales	87
Figura 6. Nube de palabras del macro entorno económico sección Economía	98
Figura 7. Nube de palabras del macro entorno económico sección Empresas	100
Figura 8. Nube de palabras del macro entorno económico sección Mis Finanzas	102

RESUMEN

Esta investigación analiza la manera en que los microcréditos son abordados en los periódicos mexicanos *El Economista* y *El Financiero*, durante el periodo comprendido entre julio de 2018 y julio de 2023.

A través de un análisis de contenido realizado con el software MAXQDA, se clasificaron las noticias en función de los macro entornos económico, social, político y tecnológico. Los resultados evidencian que la cobertura mediática se concentra principalmente en los entornos económico y social, destacando términos como “crédito”, “microcrédito”, “financiamiento” y “programas”. Los artículos revisados muestran que los microcréditos son comúnmente presentados como herramientas de apoyo ante crisis económicas, especialmente durante la pandemia por COVID-19.

En contraste, los entornos político y tecnológico reciben una cobertura mínima. Se concluye que los medios escritos analizados refuerzan una narrativa donde los microcréditos se posicionan como instrumentos clave para el emprendimiento y la inclusión financiera en México.

La tesis presentada es producto del proyecto: “Panorama de los microcréditos familiares en México: Tendencias informativas en la prensa financiera digital” con el folio UAEH-DIDI-DI-ESCS-2024-043.

Palabras claves: Microcrédito, macro entorno, análisis de contenido.

ABSTRACT

This research analyzes how microcredits are represented in the Mexican newspapers *El Economista* and *El Financiero* between July 2018 and July 2023.

Using content analysis supported by MAXQDA software, the articles were categorized according to the macro-environments: economic, social, political, and technological. The results show that media coverage is mainly concentrated in the economic and social environments, with frequent terms such as "credit", "microcredit", "financing", and "programs". The reviewed articles commonly portray microcredits as tools to support economic resilience, particularly during the COVID-19 pandemic.

In contrast, political and technological environments received minimal attention. The study concludes that the analyzed written media reinforce a narrative in which microcredits are key instruments for entrepreneurship and financial inclusion in Mexico.

The presented thesis is the result of the project: " Overview of family microcredits in Mexico: Informative trends in digital financial media" with the folio UAEH-DIDI-DI-ESCS-2024-043.

Keywords: Microcredit, macro environment, content analysis.

CAPÍTULO 1. OBSERVACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1. Análisis del entorno

Entendido el análisis del entorno como una herramienta útil a la hora de elaborar cualquier estrategia, ya que ayuda a establecer cuál es la posibilidad de crecimiento real de ésta mediante el estudio de factores políticos, económicos, sociales, tecnológico que influyen en ella (UNIR, 2022), ayuda a tomar decisiones informadas al determinar cuáles son las fortalezas y las debilidades, es decir, aquellos aspectos positivos y negativos que pueden impedir la consecución de los objetivos establecidos para toda empresa y organización.

Así que el éxito de una empresa u organización, su salud económica y el análisis del entorno donde opera generalmente van de la mano. Cada vez aumenta el número de analistas y expertos de dirección empresarial que aconsejan realizar exploraciones del entorno desde un enfoque económico, político, social, tecnológico, para una mejor toma de decisiones en cualquier ámbito del quehacer financiero (Capital Bolsa, 2022).

El entorno engloba todas aquellas cuestiones que están fuera de la empresa y que influyen directa o indirectamente en su actividad. Además, el entorno no es estático, sino todo lo contrario, puede cambiar con el tiempo y estos cambios están rodeados de incertidumbre. Por ejemplo, una crisis económica puede traer consigo una modificación en las medidas fiscales; un cambio de gobierno puede suponer un cambio en la legislación; una comunidad que se había sentido cómoda con una determinada empresa instalada en su territorio puede cambiar de idea y comenzar una campaña en contra de ésta (UNIR, 2022).

De ahí que se hace necesario estudiar el entorno desde dos dimensiones: el macro entorno - entorno general- y el micro entorno -sector, específico, competitivo- (UNIR, 2022).

El macro entorno comprende las fuerzas que a nivel macro tienen y/o pueden tener implicaciones en el comportamiento del sector y de la empresa en particular, como las fuerzas de carácter económico, político, cultural, social, jurídico, ecológico, demográfico y tecnológico.

Y el micro entorno hace referencia al conjunto de empresas que producen los mismos tipos de bienes o servicios, cuyo análisis se relaciona con el comportamiento estructural, estudiando las fuerzas que determinan la competitividad en el sector (Baena, Sánchez y Montoya, 2003).

Así que para lograr emitir una opinión oportuna o tomar una decisión sobre las condiciones financieras de la empresa y organización, se hace indispensable conocer el entorno del negocio en el cual se llevan a cabo los propósitos y tácticas (Paez, 2018).

1.2. Antecedentes del problema

En el mundo empresarial el tamaño importa, pero ni siquiera eso garantiza un futuro en un mercado en constante cambio y con una enorme competencia. Existen ejemplos de empresas que lideraron sus mercados durante años, pero su tamaño no las salvó y fracasaron por no tomar en cuenta la información del mercado y del entorno (La Información, 2012). Aquí unos ejemplos de empresas internacionales:

Kodak

Kodak Company fue la compañía estadounidense pionera en la industria de las películas y equipamiento fotográfico en la década de los 70, que destacó por su innovación tecnológica de esa época, lo que le permitió capturar el 90% de la participación del mercado de las películas y el 85% de cámaras en Estados Unidos. La empresa fue calificada como una de las marcas más valiosas del mundo de forma sucesiva hasta la década de los 90 (López, 2022).

No obstante, las ventas de películas fotográficas experimentaron un descenso significativo con el surgimiento de la fotografía digital; a partir de 1998 hubo aumentos dramáticos en la venta de cámaras digitales, como producto de la disminución de precios y de la mejora en el rendimiento. En este contexto, Kodak experimentó serios problemas de adaptación en la transición de la fotografía analógica a la digital, lo que la llevó a salir del mercado (López, 2022).

Mientras compañías como Canon, Nikon y otras continuaban desarrollando sus capacidades digitales asignando recursos para desarrollar capacidades, Kodak hizo pequeños cambios para abrazar la nueva tecnología, cambios que se dieron a una velocidad más lenta que lo que el ambiente requería y aunque los ejecutivos sabían lo que pasaba, fue más cómodo creer que la antigua tecnología todavía tenía más años de vida útil (Amador, 2018).

Sega

Sega lanzó al mercado la consola de videojuegos Dreamcast, su contribución a la sexta generación de la industria de videojuegos que compitió directamente con Nintendo Gamecube, Xbox de Microsoft y PlayStation 2 de Sony (Cuen, 2014).

La Dreamcast rompió una gran cantidad de récords de ventas, pero también pasó a la historia como una de las consolas que murieron más rápidamente. Aun así, se le recuerda como una de las máquinas de videojuegos más avanzadas; una que marcó un antes y un después en la industria (Cuen, 2014).

Sega vendió 225,132 consolas en las primeras 24 horas tras su lanzamiento, lo que le valió un registro en el libro de récords Guinness. Medio millón de aparatos se vendieron en un par de semanas, pero la maquinaria de la competencia comenzó a generar más ruido. Microsoft anunció su intención de entrar al mercado de los videojuegos con Xbox y Sony dio a conocer el lanzamiento de PlayStation 2, una consola que no usaba CD (como Dreamcast) sino DVD. No sólo se podrían jugar videojuegos, también se podrían ver películas (Cuen, 2014).

Ese fue el principio del fin para Sega y su Dreamcast. En cuanto la cobertura mediática de sus rivales comenzó a crecer, sus ventas comenzaron a bajar. Finalmente, los ejecutivos de la empresa japonesa se dieron cuenta que no tenían los recursos necesarios para competir y optaron por salirse de la fabricación de consolas y optaron por dedicarse exclusivamente a la producción de videojuegos, negocio que continúa hasta la fecha (Cuen, 2014).

Pan Am

La crisis energética de 1973 causó un fuerte impacto en los costos operacionales de Pan Am. Además del alto costo del combustible, la baja demanda y el exceso de material en el mercado del tráfico internacional redujeron el número de pasajeros que llevó Pan Am hasta sus límites de beneficio. Como otras grandes aerolíneas, Pan Am invirtió en una gran flota de 747 aviones con la expectativa de que la demanda del tráfico aéreo continuaría su alza, que no fue el caso (Victoramf, 2020).

Para mantenerse competitiva con otras aerolíneas, Pan Am intentó expandirse al mercado nacional de los Estados Unidos. Después de varios intentos de obtener autorización para rutas nacionales, finalmente se le permitió iniciar vuelos nacionales entre sus bases de operaciones en Estados Unidos en 1979. Sin embargo, la falta de un sistema de rutas nacionales terminó perjudicando a Pan Am, por lo que se enfocó en dominar el mercado extranjero. Mientras tanto, aerolíneas con rutas nacionales seguían compitiendo con Pan Am en rutas internacionales (Victoramf, 2020).

El atentado terrorista de Lockerbie, Escocia, precipitó sus pérdidas financieras y se vio obligada a vender tanto sus aviones como sus rutas a la competencia. La empresa se fue a la bancarrota en 1991 y dejó de operar formalmente el 4 de diciembre de ese año (Victoramf, 2020).

Nokia

Nokia revolucionó la industria de la telefonía móvil a finales de la década de los noventa. La empresa finlandesa tenía una cuota del 40% de los teléfonos móviles de todo el mundo, lo que suponía una posición de líder absoluto del mercado. Hacían productos innovadores, con un alto nivel de calidad, un diseño disruptivo y las últimas novedades del mercado; diez años después, con la llegada de competidores como Apple y RIM (Blackberry) y tras no adaptarse a la innovación surgida por nuevas oportunidades del mercado, la compañía finlandesa comenzó su decadencia.

¿Cuál fue el motivo? El inmovilismo y la conformidad que otorga el liderazgo del sector les impidió realizar un análisis correcto del mercado y apostar por la innovación.

Empresas como Apple o Rim (Blackberry) detectaron mejor las necesidades del cliente y la evolución del mercado. Ellos apostaron por la telefonía inteligente y acertaron. Por su parte, Nokia estaba muy focalizada en mejorar el hardware: duración de la batería, pantalla y fallaron.

Nokia tuvo la percepción de que, como líder del mercado, sus productos podrían con los emergentes. Sin embargo, esa poca capacidad de innovación y de adaptarse al mercado le hizo perder la hegemonía mundial en la telefonía móvil (Evalue, 2021).

Blockbuster

Franquicia estadounidense especializada en alquiler de cine y videojuegos a través de tiendas físicas, servicios por correo y video bajo demanda; en la década de los 2000, la empresa iba mejor que nunca: 9 mil tiendas en todo el mundo y casi 6,000 millones de dólares de beneficio en 2004.

El principio del fin de la empresa lo marcaría su propia decisión de introducir cambios en el negocio para “adaptarse” a los tiempos: dejaría de cobrar multas por devolver tarde las películas e invertiría una gran cantidad de recursos en propuestas para competir con Netflix, como Blockbuster Online, pero no dejó de centrarse en las tiendas físicas a pesar de la crisis que se anunciaba de los formatos físicos.

En septiembre de 2010, se declararía en bancarrota, con pérdidas de mil millones de dólares. Para entonces, era la única cadena de videoclubes que quedaba en Estados Unidos (García, 2022).

General Motors

Es considerado un caso de quiebra más grande de la historia. Luego de ser una de las marcas más importantes por más de 100 años, y una de las empresas más grandes del mundo, su grave error fue la falta de atención a sus propios clientes y la falta de inversión en productos más innovadores. Sus deficiencias le impidieron sobrevivir a la crisis y finalmente, en 2009, se declaró en quiebra (Brandreport, 2022).

MSN Messenger

Creado por Microsoft en 1999, era considerado el más popular cliente de mensajería instantánea, por un periodo mayor a una década evolucionó a Windows Live Messenger y fue discontinuado por la empresa en 2011, cuando fue sustituido totalmente por la compra de Skype (Brandreport, 2022).

Así también en México han llegado empresas desde el extranjero que intentaron incursionar al mercado mexicano y que han tenido que abandonar el país, tal es el caso de:

Pei Wei

Cadena de restaurantes de comida asiática que llegó a México en 2012, de la mano de Alsea (la operadora de marcas como Starbucks y Domino's), pero tres años después cerró sus unidades porque no cumplió con las expectativas (Gobiznext, 2019).

Arby's

Cadena con más de 50 años de experiencia en Estados Unidos, llegó a tener varios establecimientos en México, pero la crisis económica de 1994, en combinación con una mala administración, la llevaron a su fin (Gobiznext, 2019).

Taco Bell

La cadena de comida rápida ha tenido éxito no sólo en Estados Unidos (de donde es originaria), sino en más de una veintena de países alrededor del mundo, pero en México su historia fue otra (Gobiznext, 2019).

Habib's

Restaurante de comida árabe de origen brasileño, no logró consolidarse en México. Arribó en el 2000 y cerró sus puertas cuatro años después (Gobiznext, 2019).

White Castle

Fundada en 1921 en Kansas, esta empresa es considerada como la primera cadena de hamburguesas en el mundo y que llegó a México en 1996, pero no funcionó y dejó el país poco después (Gobiznext, 2019).

Carrefour

Cadena de supermercados francesa, llegó a México en 1994, pero no logró las ventas esperadas y en 2005 vendió sus 29 unidades a Chedraui (Gobiznext, 2019).

Auchan

Otra cadena francesa que probó suerte en el país, arribó en 1997, pero en 2003 terminó vendiendo sus supermercados a Comercial Mexicana (Gobiznext, 2019).

Todas ellas consideradas grandes marcas en el mercado que entraron en crisis y tuvieron la mala suerte de desaparecer. Debido a la falta de visión e innovación en un mundo tan cambiante y la no adaptación a las nuevas tendencias, la competencia y a las nuevas generaciones de competidores. Los ejemplos anteriores muestran la importancia de

considerar el macro entorno desde las perspectivas económicas, sociales y tecnológicas, ya que estos escenarios proporcionan información útil para tomar mejores decisiones respecto al rumbo de las empresas.

1.3. Planteamiento del problema

Bajo el contexto del análisis del macro entorno de los microcréditos familiares, se fundamenta el siguiente planteamiento:

¿Qué información proporciona, desde el punto de vista económico, político, social y tecnológico, el análisis del entorno respecto de los microcréditos familiares?

Partiendo de la concepción de UNIR (2022), que los define de la siguiente manera:

- Político: la legislación vigente, medidas fiscales y todas aquellas decisiones que el gobierno tome en relación al ámbito económico.
- Económico: PIB, nivel de renta y poder adquisitivo, índice de desempeño...
- Sociales: estilo de vida, valores, ideologías, todo aquello que define a una sociedad.
- Tecnológico: el paso del offline al online es la base, pero la aparición continua obliga a las empresas a tener que adaptarse.

1.4. Justificación

El entorno es dinámico y generalmente incierto. Los cambios pueden venir provocados por innumerables circunstancias desde un cambio de gobierno que modifique las leyes existentes hasta una crisis económica, de ahí que los estudios y análisis del entorno implican la elaboración de planes de acción que incluyan las tareas a ejecutar para intentar aprovechar al máximo las fortalezas de la empresa u organización. Igualmente, el valor que tiene actualmente saber cómo elaborar de forma correcta un análisis del entorno, ayuda a los

directivos a identificar los problemas y proponer sus correspondientes soluciones (Mathison, Gándara, Primera y García, 2017).

Además, dado que en la actualidad las organizaciones se ven involucradas en un mar de posibilidades de mercados globalizados y virtuales, bienes y servicios altamente diversificados, segmentos de mercados cambiantes, calidad de bienes y servicios definidos por los clientes, evaluaciones de impactos ambientales, entre otros, se hace imprescindible el poseer elementos que permitan tomar decisiones mejor informadas (Mathison, et. al. 2017).

Los equipos directivos de las empresas no pueden tener una visión aislada del mundo. Las organizaciones, por sí solas, no pueden alcanzar sus objetivos de rentabilidad y maximización de valor, considerando que interactúan en un entorno donde desempeñan su actividad económica. Venden sus productos o servicios a unos consumidores, adquieren sus máquinas, equipos y demás elementos ante proveedores, forman alianzas estratégicas con otras empresas para hacer negocios y luchan con sus competidores para conquistar a los clientes (Profima, 2023).

Al realizar un estudio de mercado, el empresario, o la parte interesada, lo que busca es reducir el riesgo al momento de tomar una decisión, ya que permite obtener información clara y precisa sobre el mercado y disminuye el riesgo de la inversión (Zea, Álvarez y Andrade, 2021).

Por lo tanto, es importante que, dentro de las organizaciones, se haga un seguimiento y evaluación a los comportamientos que muestran la situación de la economía en que interactúan, dado que, en cierta forma, una afectación al sistema global tiene impactos sobre los mercados y, por ende, sobre el desempeño de las empresas (Profima, 2023).

Con estos análisis, se podrá identificar el posible impacto que tendrá el entorno económico sobre los ingresos, egresos, utilidades, ganancias y demás elementos asociados a las finanzas de las empresas (Profima, 2023).

1.5. Objetivos de la investigación

Objetivo general

Establecer tendencias de información del entorno financiero en México, sobre los microcréditos familiares, a partir de la información publicada en medios escritos que sirvan de soporte para la toma de decisiones.

Objetivos específicos

- Hacer un análisis del macro entorno económico sobre los microcréditos familiares en México, a partir de las noticias publicadas en medios de comunicación escritas, durante el periodo 2022 - 2023.
- Hacer un análisis del macro entorno social sobre los microcréditos familiares en México, a partir de las noticias publicadas en medios de comunicación escritas, durante el periodo 2022 – 2023.
- Hacer un análisis del macro entorno social sobre los microcréditos familiares en México, a partir de las noticias publicadas en medios de comunicación escritas, durante el periodo 2022 – 2023.
- Hacer un análisis del macro entorno tecnológico sobre los microcréditos familiares en México, a partir de las noticias publicadas en medios de comunicación escritas, durante el periodo 2022 – 2023.

1.6. Pregunta de investigación

¿Cuál es el entorno de los microcréditos familiares en México, a partir de las noticias publicadas en medios de comunicación escritas, durante el periodo 2022 - 2023?

1.7. Hipótesis

El entorno de los microcréditos familiares en México, planteado a partir de las noticias publicadas en medios de comunicación escritos, durante 2022 - 2023, tiene una tendencia mayor a los macro entornos económico y social que en los macro entornos políticos y tecnológicos.

1.8. Delimitación y alcance

El presente estudio se llevará a cabo a través noticias publicadas en los periódicos el economista y el financiero, con la revisión de sus publicaciones diarias en el periodo 2022 - 2023, en las variables políticas, económicas, sociales y tecnológicas respecto de los microcréditos familiares.

1.9. Plan metodológico

El presente estudio se llevará a cabo a través del análisis de contenido, entendido como la técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa manifestada en la comunicación (Aigeneren, 2017).

a. Variables de investigación

Dependiente:

Macro entorno de los microcréditos familiares.

Independientes:

Macro entorno económico de los microcréditos familiares.

Macro entorno político de los microcréditos familiares.

Macro entorno social de los microcréditos familiares.

Macro entorno tecnológico de los microcréditos familiares.

b. Tipo de investigación

El presente estudio es una investigación no experimental, descriptiva, mixta (cuantitativa y cualitativa) y comparativa. No experimental ya que no habrá manipulación de variables; descriptiva ya que pretende describir a partir de sus características, el macro entorno de los microcréditos familiares y mixta, en su parte cuantitativa, proporcionará información sobre datos numéricos de cuantas veces se ha publicado sobre el tema, y cualitativa en relación a la tendencia de información de las publicaciones hecha por sus emisores y finalmente comparativa, ya que permitirá conocer la opinión de distintas fuentes de información y establecer si existen puntos de comparación o no.

c. Recursos humanos, económicos y técnicos

Recursos humanos:

Estudiante de Licenciatura en Contaduría, con la asesoría técnica de un experto en el manejo del MaxQDA (software para el análisis de datos cualitativos y mixtos), así como la guía metodológica y disciplinar de profesores investigadores del área de Contaduría.

Económicos:

El análisis se llevará a cabo durante el periodo de prueba de 15 días, por lo que no hay costos asociados al software MaxQDA. Los costos de acceso a internet y a los periódicos El Economista y El Financiero, serán a través del uso doméstico e institucional del estudiante de Contaduría. Además de considerar la inversión de 20 horas a la semana de trabajo técnico y profesional.

Técnicos:

En cuanto MaxQDA, es una herramienta profesional para la investigación cualitativa y métodos mixtos, 100% compatible con Windows, que tiene descarga de prueba gratuita con duración de 15 días de vigencia.

El acceso a la publicación en línea de los periódicos El Economista y el Financiero, que son gratuitos y será del periodo 2022 – 2023, respecto a artículos de opinión sobre los microcréditos familiares publicados en el periodo en estudio.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Análisis de entorno

De acuerdo con Licha (2000), el análisis del entorno forma parte de la planificación estratégica y de la construcción de escenarios. Su propósito es doble. Por una parte, permite caracterizar el entorno donde se desarrollará el proyecto y definir el tipo de estrategia y comportamiento innovador de quienes lo ejecutarán. Por la otra, apoya la construcción de imágenes de futuro que orientan el desempeño organizacional en el largo plazo.

El mismo autor establece que el análisis del entorno se basa en dos premisas básicas:

- El contexto externo a la acción estratégica (diseño e implementación de las políticas, programas y proyectos sociales), constituido por una amplia y compleja gama de factores incontrolables que pueden influenciar dicha acción y determinar en última instancia su éxito o fracaso.
- El análisis del contexto es un proceso dinámico, participativo e iterativo en su naturaleza que contribuye a la necesidad de una continua re conceptualización y revisión de la acción estratégica.

Así también establece que existen dos enfoques del análisis del entorno sobre el tema: el análisis activo y el análisis pasivo del contexto. En este último, el estudio de tendencias se hace con base en los problemas que abordan los periódicos y medios de comunicación, que en opinión de los expertos, representa una indicación apropiada de los eventos y problemas críticos de una sociedad.

Licha (2000) comenta que el análisis del entorno es una herramienta que permite monitorear el contexto para identificar cambios y posicionar la organización frente a ellos como una manera de asegurar su desempeño exitoso. Forma parte de la planificación estratégica y de

la construcción de escenarios. Pero además es una técnica valiosa en sí misma, que permite actualizar continuamente el contexto para ajustar oportunamente la marcha de los programas y anticiparse a cambios importantes que puedan afectar su desarrollo.

Bases de información para el análisis del entorno

El análisis de entorno requiere de un conjunto de datos que es preciso recabar de manera organizada y sistemática. La información que fundamenta el análisis de entorno se refiere a documentación oficial sobre el marco regulatorio que afecta o que pueda afectar potencialmente el desempeño del sector que se analiza; documentos de análisis del desarrollo social, político, demográfico, económico y sus efectos directos e indirectos en el sector; sobre los cambios tecnológicos y su impacto en el sector. También se requiere de un análisis formal del comportamiento del sector productivo de la economía (Martínez y Milla, 2012).

Estrategias del análisis de entorno

Para Martínez y Milla (2012), las estrategias del análisis de entorno no deben surgir de la nada, deben responder al entorno, de ahí surge la importancia de realizar un análisis de la situación actual del entorno general. Por ello, pronosticar, explorar y vigilar el entorno es muy importante, ya que, para detectar tendencias y acontecimientos claves del pasado presente y futuro de la sociedad, así como el éxito o supervivencia de la sociedad, se debe en numerosas ocasiones a la capacidad que se desarrolla para predecir los cambios que se van a producir en su entorno.

La prospectiva trata de imaginar escenarios denominados futuribles, con el fin último de planificar las acciones necesarias para evitar o acelerar su ocurrencia. Los escenarios de futuros son determinantes para lograr la continuidad de las organizaciones, prepararse para lo que el futuro pueda deparar, es un instinto de supervivencia en todo ser vivo y en toda la organización, por ello cualquier análisis de entorno debe realizarse con mentalidad prospectiva (Ortiz, 2013).

El análisis del entorno es un instrumento que permite evaluar la incertidumbre del contexto que es generada por la impredecibilidad del comportamiento de las variables exógenas y por

los mismos cambios que se introducen mediante proyectos innovadores. Ello obliga a la conceptualización de nuevas estrategias de gestión que requieren de un importante cúmulo de conocimientos sobre las fuerzas del entorno, e incluso las estrategias de los actores involucrados en ellas (Fernández, 2003).

Clasificación de análisis de entorno

De acuerdo a España (2022), el análisis del entorno se clasifica en análisis del micro entorno y análisis del macro entorno:

Se comenzará explicando el micro entorno:

El análisis del micro entorno trata de identificar la estrategia actual y la posición de la empresa frente a la competencia. Deben evaluarse los recursos y habilidades de la empresa, con una especial atención a la detección y a la eliminación de los puntos débiles y potenciación de los puntos fuertes, así como la capacidad de resistencia de la propia empresa, es decir, la fortaleza de la misma en el caso de que la formulación estratégica falle (España, 2022).

El micro entorno o análisis interno hace referencia a todos los elementos relacionados directamente con la empresa. Su primer elemento constituyente es el entorno interno (departamentos y niveles de administración), ya que afecta las decisiones que se toman respecto a la administración (Gómez, 2023).

El micro entorno está formado por los actores cercanos a la organización y que afectan directa o indirectamente a su capacidad para servir a los clientes: empresa, proveedores, intermediarios del marketing, mercado de clientes, competidores y público (Climent-Calatayud, 2016).

A continuación, se explica el análisis del macro entorno:

Cuando se habla del macro entorno o entorno externo, se hace referencia a la serie de condiciones o factores que existen y afectan el funcionamiento de todas las empresas y, a su vez, a la economía en su conjunto, en lugar de un sector o región en particular. Esto incluye, por ejemplo, las tendencias del Producto Interno Bruto (PIB), la inflación y los datos de empleo, entre otros muchos aspectos (Banco Santander, 2022).

El macro entorno supone determinar los factores estratégicos del entorno, a fin de detectar las posibles amenazas y oportunidades para la empresa. Así serán factores significativos de estudio los competidores actuales, su cuota de mercado, los posibles competidores futuros, el desarrollo tecnológico, los sistemas de información y comunicación, productos sustitutivos, etc. (Catalunya, 2021).

El análisis del macro entorno se basa en realizar estudios de evolución de mercados, estudios comparativos de la competencia, con el objetivo de determinar amenazas, oportunidades y valorar la importancia de diferentes ideas innovadoras para la organización. El análisis externo se sirve de información suministrada por otras herramientas de innovación que van recopilando información como, por ejemplo, la vigilancia estratégica y la prospectiva tecnológica (España, 2022).

Indicadores o variables del macro entorno

Se comenzará definiendo qué es un indicador, que es la variable que hace referencia a un hecho y es susceptible de alguna clase de medición. El indicador va más allá de datos fijos de la estadística y de la medición, permitiendo una evaluación dinámica (Molina, 2015).

El indicador ha sido conceptualizado como medida cuantificable de algún aspecto relevante para la gestión, que además debe disponer de una serie histórica para analizarlo correctamente. La descripción completa del indicador requiere un conjunto de atributos mínimos, como un código, un nombre, una definición, un propósito y un método (Molina, 2015).

Los indicadores cumplen una doble función, por un lado, tienen carácter descriptivo y por otro lado poseen carácter evaluativo, y para ser útiles deben reunir cualidades tales como accesibilidad, pertinencia, fidelidad, objetividad, precisión, univocidad y sensibilidad (Molina, 2015).

De acuerdo con el Banco Santander (2022), existen varios factores que determinan el macro entorno y resulta esencial conocerlos, ya que su análisis es una parte imprescindible de la gestión estratégica, estos son aspectos políticos, económicos, sociales y tecnológicos.

Los factores del macro entorno afectan de muchas maneras a las empresas. Sin embargo, dado que el macro entorno es un factor dinámico y que, por tanto, está en constante cambio, es vital saber analizarlo para tomar buenas decisiones estratégicas, sobre todo en relación con el presupuesto o la inversión.

No obstante, para ello es fundamental que los profesionales se formen de manera constante con el fin de entender los cambios que se producen a pequeña y gran escala y que, tarde o temprano, influirán en la organización. El macro entorno agrupa todos aquellos factores que pueden tener impacto en el conjunto del contexto y, por lo tanto, afectar en cierta medida a la toma de decisiones. Por ejemplo, un cambio de hábitos, causado por una variación en la economía, puede provocar que se deba ajustar algún aspecto del producto o servicio (Banco Santander, 2022).

De acuerdo a la página Online (2020), algunos de estos factores son:

- Demografía: aquí se engloban características del contexto que pueden ayudar a identificar necesidades existentes (ubicación geográfica, tamaño de las empresas...).
- Economía: se trata de variables de carácter económico que afectan a la capacidad de las empresas. Además, pueden ser indicadores de riesgos financieros para el negocio.

- Entorno político y legal: este punto abarca todo tipo de elementos relacionados con la situación política del país y también, las normativas legales vigentes.
- Tecnología: los continuos avances tecnológicos están transformando el estilo de vida y los hábitos de consumo de la sociedad. Además, la innovación puede modificar procesos de producción, canales de distribución, técnicas de promoción.

Es imprescindible realizar un estudio del macro entorno, porque de ello dependerá que la empresa cree una buena planificación y estrategia que le permita afrontar las amenazas y aprovechar las oportunidades (Ranís, 2020).

2.2. Análisis de contenido

El método de análisis de contenido utiliza técnicas que permiten interpretar documentos provenientes de cualquier tipo de comunicación. Su uso se ha consolidado en las ciencias sociales desde finales del siglo XX, pero sus orígenes datan en la hermenéutica: práctica de interpretación, reconocida desde la mitología griega, en honor a Hermes el mensajero de los dioses; luego se transforma en una hermenéutica religiosa y filológica que se usó para unir las dos fases de la historia sagrada del antiguo testamento y el nuevo, para posteriormente utilizarse en el estudio de textos sagrados. Más tarde, en el periodo helenístico, se consolidó una hermenéutica jurídica en el estado romano para interpretar códigos, hasta que en 1654 se publica hermenéutica sacra o método para entender los textos sagrados, que da inicio al proyecto de una hermenéutica general (Ferraris, 2004, citado por Nova-Herrera, 2017).

Conceptualización

El análisis de contenido es un método de investigación que proporciona un medio sistemático y objetivo para hacer inferencias válidas a partir de datos verbales, visuales o escritos para describir y cuantificar fenómenos específicos. En concreto, se utiliza para analizar el contenido de revistas, libros, entre otros. Se considera como un método cuantitativo porque puede ser utilizado para identificar la frecuencia estadística de patrones temáticos o retóricos. Además, es una técnica de investigación cualitativa ampliamente utilizada para explorar la

atención grupal, individual, social o institucional. Este método es importante para comprender el contenido de periódicos, sitios web y páginas. El análisis de contenido ha sido visto como un método de investigación documental que parte de las preguntas: qué, cómo, a quién, por qué, quién, con qué efecto y en qué contexto, con las cuales se busca conocer características, antecedentes y efectos de la comunicación e inferencias sobre el efecto de la comunicación (Salem, Elkhwesky y Ramkissoon, 2022; Nova-Herrera, 2017).

Objetivos

En opinión de Berger (2016, citado por Piñeiro-Naval, 2020), el análisis de contenido es uno de los métodos de investigación más utilizados por los estudiosos que se ocupan de los medios y de la comunicación. Tanto es así que, al introducir los términos “análisis de contenido” en el buscador especializado Google Académico, este arroja cerca de 107,000 resultados. En cambio, si las palabras son “content analysis”, el volumen de entradas se eleva a los 2.2 millones. En cualquier caso, ambos datos cibernéticos refrendan la relevancia de esta práctica de estudio (Piñeiro-Naval, 2020).

Los objetivos del método del análisis de contenido varían según las necesidades. Se explican algunas intenciones como: reconocer tendencias, determinar estados psicológicos y formas de comunicación, medir claridad de la comunicación, describir tendencias, semejanzas o diferencias; identificar actitudes, creencias e intereses y analizar, comparar y evaluar contenido. Cualquiera que sea la intención, siempre se podrá hacer uso de toda pista que surja del contenido para interpretar el fenómeno que se está estudiando, ya sea que esté en palabras, títulos, símbolos, letras, párrafos y/o frases (Fernández, 2002, citado por Nova-Herrera, 2017).

Desde un punto de vista cronológico, es preciso remontarse a la década de los años 50, momento en que distintos autores sientan las bases teóricas de una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones, con el fin de interpretarse. Además, sirve para realizar inferencias mediante la identificación sistemática y objetiva de características específicas de los mensajes y admite

un riguroso examen de la información; esto es, el eslabón intermedio del sistema clásico de la comunicación: emisor, mensaje, receptor (Piñeiro-Naval, 2020).

Bardin (1986, citado por Piñeiro-Naval, 2020) amplía la noción de análisis de contenido al asegurar que indaga por medio del uso de procedimientos sistemáticos y objetivos a través de la descripción del contenido de los mensajes, conseguir indicadores cuantitativos o no, que permitan la inferencia de los conocimientos relativos a las condiciones de producción y recepción de estos. Por tanto, y mediante el conocimiento de la información, es posible deducir aspectos relativos a su establecimiento previo y su posterior decodificación; es decir, los restantes eslabones de la cadena. O, como bien sintetiza Krippendorff (1990, citado por Piñeiro-Naval, 2020), consiste en formular a partir de ciertos datos e inferencias reproducibles y válidas, que puedan aplicarse a un contexto (Piñeiro-Naval, 2020).

En otro orden de ideas, Downe-Wamboldt (1992, citado por Piñeiro-Naval, 2020) aclara que es un instrumento que detalla y cuantifica fenómenos específicos a partir de parámetros orales, visuales o escritos. Y es que el análisis de contenido no solo se limita al contenido, sino también tiene en cuenta el continente, abordando los significados, así como los significantes de la comunicación (Bardin, 1986, citado por Piñeiro-Naval, 2020).

En torno a esta disyuntiva del “qué” frente al “cómo”, Naccarato y Neuendorf (1998, citado por Piñeiro-Naval, 2020) puntualizan que se han reconocido las diferencias que se producen entre las variables formales ligadas a las características del medio y que no soportan su transferencia a otra modalidad mediática y las variables de contenido que existen con independencia del medio. Dicho de otra manera, el que se denomine análisis de contenido no lo inhabilita para examinar tanto los elementos formales, como aquellos específicamente textuales (Piñeiro-Naval, 2020).

El análisis de contenido es sistemático, objetivo y cuantitativo (Wimmer y Dominick, 2011, citado por Piñeiro-Naval, 2020). Según Lozano (1994, citado por Piñeiro-Naval, 2020), es sistemático porque se enfoca en un conjunto de procedimientos que se aplican de la misma forma a todo el contenido analizable. El segundo de los rasgos, la objetividad, implica que la

idiosincrasia particular o los sesgos propios del investigador no afecten a los resultados, a manera que cuando diferentes personas, aplicando por separado las mismas categorías a la misma muestra de mensajes, puedan llegar a las mismas conclusiones (Lozano, 1994, citado por Piñeiro-Naval, 2020). Estos dos factores específicos no suscitan duda alguna entre la comunidad científica; una suspicacia que, por el contrario, sí se genera en torno a la condición cuantitativa del análisis de contenido.

Piñuel (2002, citado por Piñeiro-Naval, 2020) afirma que se apoya en técnicas de medida, a veces cuantitativas estadísticas con base en el recuento de unidades, a veces cualitativas lógicas basadas en la combinación de categorías y ambas tienen como designio básico comprender la estructura de los textos. En aras de ahondar un poco más en este asunto, conviene atender a la siguiente reflexión de Espín (2002, citado por Piñeiro-Naval, 2020), la cuantificación ha sido aceptada como una característica importante del análisis de contenido. Pero existen divergencias acerca de lo que se entiende por cuantitativo. Para algunos autores cuantitativo es sinónimo de numérico; otros hablan de cuantificación de grado, así los elementos son descritos en términos tales como más, menos, incremento, etc. Cabe hablar, por tanto, no de una dicotomía cuantitativo, cualitativo, sino de un continuo en el que se va desde la simple presencia-ausencia del atributo medido en un escrito, a la frecuencia e incluso a la intensidad con que este aparece (Espín, 2002; Piñeiro-Naval, 2020).

Cambios en el análisis de contenido

Hay un hecho meta independiente del investigador, que el investigador intenta llegar a un resultado generalizable en un proceso libre de valores (aquí, contando el número de un mensaje obvio). Pero las descripciones posteriores del análisis de contenido muestran que, desde la segunda mitad del siglo XX, el análisis de contenido ha sufrido cambios fundamentales y se ha movido hacia un enfoque más interpretativo con la meta de interpretar el contenido latente de los textos (Sheydayi, Dadashpoor, 2023).

Etapas del análisis de contenido

El análisis de contenido es un método de investigación sistemático para analizar información textual de forma estandarizada que permite a los evaluadores hacer inferencias sobre esa

información (US General Accounting Office, 1996) y examinar la comunicación y divulgación de la información (Chan, Cheung, Erduran, Yavetz y Aharony, 2023, citado por Guo, Li, Wu, Le Vine y Ren, 2023).

Según Bengtsson (2016, citado por Guo, Li, Wu, Le Vine y Ren, 2023) afirma que el proceso generalmente incluye cuatro etapas distintas:

- Descontextualización: durante la cual se identifican unidades de significado.
- Re contextualización: durante la cual se excluyen partes del texto que no son relevantes para los significados identificados.
- Categorización: durante la cual se identifican temas y categorías.
- Compilación: durante el cual se extraen conclusiones.

Lo que motiva a realizar un análisis de contenido varía ampliamente, los investigadores pueden buscar identificar las intenciones del creador del contenido y/o revelar patrones en el contenido (Guo, Li, Wu, Le Vine y Ren, 2023).

Importancia del análisis de contenido.

El análisis de contenido es una técnica que consiste en la interpretación de diversos textos, gracias a esto los investigadores pueden cuantificar y analizar los significados o las relaciones de las palabras, temas o conceptos (Arteaga, 2022).

Prieto y Delgado (2010) establecen que es de suma importancia realizar un análisis de contenido, ya que dispone de una gran variedad de información ordenada y codificada para obtener la fiabilidad y validez en la investigación que se realiza. Para esto se debe entender que la validez es la capacidad de medir y generalizar resultados en otro contexto y la fiabilidad como la medida capaz de obtener resultados compatibles al ser aplicada en diversas ocasiones o en situaciones similares.

Los mismos autores mencionan que debido a la naturaleza humana, los errores no se pueden eliminar, solo pueden minimizarse, por lo menos es necesario un 80% de confiabilidad en las

fuentes para obtener un margen aceptable en fiabilidad. Para poder obtener validez en la investigación es importante conocer dos criterios:

- Cercanía de categorías: se pueden usar múltiples clasificadores para crear variables las cuales se pueden convertir en sinónimos.
- Conclusiones: es de suma importancia analizar la frecuencia de las palabras utilizadas, con la finalidad de dar una idea válida.

Gracias al análisis de contenido se pueden identificar enfoques, tendencias de condiciones hacia sectores de temas financieros en las cuales se logran describir las respuestas de la comunicación (Elo, Kaarianinen, Kanste, Polkki, Utriainen y Kyngas, 2014, citado por Columbia, 2023).

Cada tipo de análisis puede conducir a diferentes resultados, conclusiones, interpretaciones y significados, por lo que se debe de contar con una herramienta de medida correcta, que es de gran utilidad en el enfoque cualitativo; puesto que la información existente llega a ser confusa, esta herramienta ayuda a la comprensión o al verdadero mensaje de la información (Columbia, 2023).

Una vez que se dispone de los datos, es necesario analizar los temas, para hacer previsiones, analizar tendencias y trazar estrategias lógicas, para así eliminar el factor de ambigüedad. Al mirar los informes de análisis de contenido, se logran identificar varias áreas en las que se trabaja bien y las regiones específicas en las que se tendrá que dedicar atención a su mejora (Guix, 2008).

Por lo tanto, es importante el análisis de contenido porque gracias a esto se puede conocer el contenido explícito, su contenido latente, implícito, por eso se requieren metodologías que permiten un abordaje objetivo del tema, es decir, se basa en el análisis e interpretación de fuentes documentales ya existentes, para su mejor comprensión (Arteaga, 2022).

Objetivos

Guix (2008) menciona que los objetivos del análisis de contenido consisten en identificar los códigos utilizados por un emisor, su contenido manifiesto, en qué contexto surge y fue desarrollado, el significado del mensaje y descubrir sus contenidos latentes.

Así mismo menciona que, de la misma manera, se logra descubrir cuáles son las diferencias entre autores, entre periódicos, verificar si se cumplen los objetivos, medir la legibilidad y comprensión de los mensajes, se consigue obtener información oculta o intereses de los autores.

Arteaga (2022) establece que los objetivos principales del análisis del contenido son:

- Identificar diferentes enfoques o tendencias de diferentes autores.
- Interpretar las posturas que se emplean en la investigación.
- Conocer no sólo lo que se transmite literalmente, sino todo aquello que pueda influir o condicionar el mensaje implícitamente.
- Analizar y presentar conclusiones significativas del contenido.
- Simplificar el contenido.
- Justificar un argumento.
- Obtener un porcentaje aceptable de fiabilidad y validez dentro de la investigación.

Los enfoques del análisis de contenido dependen de los objetivos de la investigación, que pueden necesitar diferentes diseños de investigación y diversas técnicas de análisis. La investigación debe tomar la decisión de utilizar un enfoque convencional o sumativo o dirigido después de considerar el propósito y los métodos (Arteaga, 2022).

Una vez que se tenga constatada la herramienta de medida correcta, se podrá pasar a la fase de inferencia, entendida como “la formulación de conclusiones acerca de cuestiones no relacionadas con el contenido de mensajes y comunicaciones, pero que se apoyan en los resultados del análisis de contenido que se ha efectuado” (Colle, 2003, citado por Guix, 2022, p. 28).

Importancia del análisis de contenido en temas financieros

Realizar un análisis de contenido en temas financieros es de suma importancia, puesto que proporciona una gran vista general y detallada de los datos financieros. Un buen análisis permitirá una mayor comprensión, esto permite realizar una información predictiva, para que de esta manera se puedan plantear estrategias para el buen rendimiento futuro y por ende a una mejor toma de decisiones (Microsoft, 2023).

El análisis de contenido en temas financieros proporciona información que permite evaluar los cambios dentro de las entidades, como en su entorno, con base en transacciones ocurridas en el pasado, al comparar los datos obtenidos permite determinar promedios, tendencias y variaciones ocurridas en el transcurso del tiempo (Romero, 2006, citado por Nava, 2009).

Según Gitman (2003), existen dos tipos de comparaciones las cuales son, el análisis seccional y de series de tiempo que permiten una mejor interpretación. El análisis seccional consiste en la comparación de diferentes entornos del mismo ramo, correspondiente a un ejercicio económico específico. Durante esta comparación se logran identificar las fortalezas y debilidades, detectando las áreas que merecen mayor atención y de esta manera ser mejoradas o fortalecidas. Este análisis muestra cualquier desviación, ya sea positiva o negativa que pudiera presentar, en este se refleja la existencia de algún problema financiero, que es de gran utilidad para realizar la decisión correcta (Marcotrigiano, 2018).

Por otra parte, el análisis de serie de tiempo permite evaluar el desempeño financiero de algún ente en el presente y poder compararlo con el desempeño de periodos pasados, es decir, realiza la comparación para conocer las tendencias de las mismas a través del tiempo, de esta manera se puede determinar el crecimiento con respecto a lo proyectado, de esta forma se logran detectar variaciones significativas, las cuales permiten identificar los problemas financieros que existen y conocer si se están cumpliendo los objetivos (Nava, 2006).

La importancia de realizar un buen análisis en los temas financieros radica en que permitirá identificar aspectos económicos y financieros que muestran las condiciones en las que se

opera, en las diferentes áreas de la economía con respecto a su funcionamiento, facilitando la toma de decisiones ya sean gerenciales, económicas o financieras (Nava, 2006).

Por último se puede decir que realizar un análisis de contenido es una herramienta fundamental para poder conocer e interpretar el desempeño financiero del entorno, este análisis se basa en la información cualitativa y cuantitativa cuya aplicación permite conocer las condiciones de la salud financiera basada en la información histórica obtenida, además permite una interpretación más profunda, como puede ser la predicción de quiebra en el futuro más próximo (Marbellís, 2006, citado por Marcotrigiano, 2018).

Análisis de contenido para la toma de decisiones

La toma de decisiones es el proceso en el cual se realiza una elección entre alternativas o formas de resolver diferentes situaciones, pero pueden existir ciertos factores que influyen en las decisiones que se toman (Universidad de Guadalajara, 2022).

La toma de decisiones basada en el análisis de contenido es un proceso enfocado en la recopilación, análisis y verificación de datos para poder desarrollar estrategias y tácticas que ayuden a alcanzar los objetivos (Conexión Esan, 2021).

Como lo indica Robles (2021, citado por Conexión Esan, 2021), esta verificación incrementa las probabilidades de que las decisiones estén fundadas en fuentes confiables. Muguira (2018) menciona que, realizar un análisis de contenido para la toma de decisiones puede descubrir el entorno en el que se encuentra, de esta manera permite mejorar sus productos o procesos, puesto que estos serán de una mejor calidad en un tiempo adecuado y en situaciones convenientes. Además, realizarlo ayuda a crear soluciones que se centren en las necesidades de la empresa.

Aguilar (2005) establece que para realizar un análisis de contenido es necesario conocer los siguientes puntos importantes:

- Entrenarse: es necesario conocer la teoría necesaria para poder realizar una toma de decisión.

- Preguntar: es necesario conocer cada detalle de los datos que se manejan, esto permite una ventaja puesto que facilitará la toma de decisión.
- Equipo: tener un equipo de trabajo facilita obtener los datos necesarios de acuerdo a los objetivos y guiar la toma de decisiones a ellos.
- Valoración: cuando se tengan establecidos los datos, se tienen que comprobar para que los resultados sean precisos.

Con lo ya mencionado, para llegar a una decisión final se debe contar con un proceso lógico, debido que, en la mayoría de los casos, las decisiones que se toman no cuentan con información que asegure el resultado de las acciones, por lo tanto, con este proceso lógico se reduce el error (Aguilar, 2005).

Para poder interpretar los datos obtenidos existen tres tipos de análisis que permiten realizar este proceso de forma eficaz, los cuales son:

1. Análisis descriptivo: consiste en describir las tendencias claves de los datos existentes y observar las situaciones que conduzcan a nuevos hechos. Incluye la recopilación de los datos relacionados, para que se organicen, tabulen y describan el resultado (Velázquez, 2023).
2. Análisis predictivo: es una forma de análisis estadístico, se encarga de obtener información histórica y nueva que es utilizada para predecir tendencias futuras, especialmente en finanzas. También puede calcular el riesgo potencial de la decisión (Ortega, 2023).
3. Análisis prescriptivo: este análisis se encarga de encontrar una solución entre una gama de variantes con el objetivo de optimizar los recursos y aumentar la eficiencia operativa. Busca determinar las limitaciones de cada supuesto con base en el estudio de datos y a la aplicación de algoritmos matemáticos y técnicas probabilísticas (Velázquez, 2023).

Como resultado del desarrollo del análisis, se pueden encontrar decisiones estratégicas, administrativas y operaciones (Ansoff, 1990, citado por Rodríguez, 2015). Las decisiones estratégicas son generalmente sobre situaciones de carácter externo, mientras que las administrativas están enfocadas para la mejora de la entidad para su mejor funcionamiento y, por último, las operacionales se centran en maximizar la eficiencia (Carvalho, citado por Solano, 2006).

Con esto se pueden identificar los niveles de decisión de una organización, sistemas de información estratégicas, administrativas y operativas, esto asegura un flujo continuo de información y datos significativos para la toma de decisiones, además facilitan procesos de búsqueda, organización, recuperación y análisis de los mismos, generando que la información sea relevante, de esta manera se garantiza que sea confiable (Rodríguez, 2005).

Importancia del análisis de contenido en la toma de decisiones.

Conexión Esan (2021) menciona que cuando se requiere tomar una decisión es importante poder acceder a una información de calidad, pues esto trae beneficios como:

- Mejora el análisis de las alternativas: si se realiza de la manera correcta y utilizando datos confiables, permite analizar las mejores alternativas y se mejora el conocimiento que se tiene de cada una, esto aumenta la probabilidad de que la elección de la mejor alternativa lleve a un resultado exitoso.
- Reduce costos: implementar el análisis de contenido de datos en la toma de decisiones ayuda a identificar posibles tácticas que reduzcan los costos en las diferentes áreas del negocio.
- Reduce riesgos: tomar decisiones basadas en datos, facilita el análisis y manejo de escenarios, lo que disminuye las posibilidades de cometer errores al considerar las consecuencias posibles.
- Genera ingresos: de acuerdo con Bi-Survey (2015, citado por Conexión Esan, 2021), las organizaciones que utilizan el análisis de contenido con datos, en la toma de

decisiones reportan un aumento del 8% en los ingresos, además, las compañías contarán con una visión futurista para proyectos innovadores.

- Ágil y rápida adaptabilidad: el análisis de contenido permite predecir tendencias futuras del mercado y responder rápidamente a ellas, ofreciéndole la posibilidad de una mejor ventaja competitiva a la empresa en su mercado objetivo.

CAPÍTULO 3. MARCO REFERENCIAL

3.1. El Economista

A mediados del siglo XIX, dos emprendedores decidieron crear el decano de la prensa económica española. A finales de abril de 1854 se vocea por primera vez El Economista, una ‘revista de Administración, Economía Política y Jurisprudencia’ para la defensa de la libertad de comercio e industria en el interior y el librecambio con el exterior (Urdiales, 2017). El Economista surge en un periodo de expansión económica de España, tras la reforma tributaria de 1845 y la activa labor legislativa del presidente del Consejo de Ministros, entre 1851 y 1852.

Como señala Morillas (citado por Urdiales, 2017), poco a poco se habían reactivado los procesos de acumulación de ahorro intergeneracional; la inversión parecía tomar fuerza, impulsada también por la creación de la Bolsa de Madrid en 1831, los principales asuntos abordados por entonces giraban en torno al impulso del crédito y la banca nacional y la rendición de cuentas del Gobierno.

En febrero de 1856, El Economista se convierte en quincenal, bajo un nuevo editor y director, en esta época el periódico se esfuerza en sacar a la luz las corruptelas surgidas alrededor de la expansión del ferrocarril, al tiempo que seguía propugnando la bancarización, el librecambismo y la inversión en infraestructuras. El medio sigue preconizando el desarrollo bancario y haciendo hincapié en la importancia de la educación. En esta nueva etapa, el periódico vuelve a ser semanal, con un formato de entre cuatro y ocho páginas. Y la temprana muerte del monarca y las turbulencias financieras provenientes de Francia precipitan la tercera etapa del periódico.

En 1886, se refunda bajo la propiedad y dirección de un empresario liberal vinculado al negocio de ultramar y fundador de la caja de ahorro de Salamanca. Se abre una etapa

caracterizada por la presencia de personalidades de primera línea y el ministro de Hacienda, que serían algunos de los líderes del rotativo en las décadas siguientes. El Economista anticipó el Crac del 29, expresa temores por la evolución del mercado de Wall Street en su edición de diciembre de 1928 y vuelve sobre el asunto el día 15, brindando a los lectores españoles una perspectiva única por su rigor de lo que ocurría al otro lado del Atlántico, vocación que retomaría asimismo El Economista en la etapa siguiente.

Con 30 años de exitosa experiencia se concibió la idea de crear un periódico económico en 2004; no había un producto de estas características en el mercado que combinara innovación, rigor y la perspectiva socioeconómica que ha distinguido a este medio desde su aparición. Una vez conformado el elenco de inversores y una plantilla joven y muy cualificada, el periódico se echa a andar en febrero de 2006, con una entrevista al entonces ministro de Economía.

Poco después, la apuesta transatlántica con el portal El Economista *America.com*, con delegaciones en cinco países y con México como cabeza de lanza de la mano de *Economíahoy.mx*. En 2017, esta apuesta se complementó con un consejo editorial presidido por Enrique V. Iglesias, que viene a reforzar el liderazgo mundial de El Economista y en 1988 bajo la presidencia de Carlos Salinas de Gortari se crea el Economista en México.

Importancia

Con base en la información de la página oficial del periódico El Economista (2015), el periódico es considerado el líder en el segmento de tomadores de decisiones. Es una herramienta valiosa para la dirección, manejo de negocios y del patrimonio personal de hombres y mujeres de negocios, con la mayor capacidad adquisitiva y gran nivel de educación.

Con un balance perfecto entre la profundidad analítica y la facilidad de lectura, destaca las oportunidades en forma comprensible, sin perder la seriedad, credibilidad y profesionalismo, además posee una atractiva solución integral de comunicación, en plataformas tradicionales y digitales, que incluye sus publicaciones especializadas de edición regular, enfocadas en los sectores más dinámicos de la economía y estilo de vida.

Trascendencia

De acuerdo a Nacer-Gobera (2019), la trascendencia de El Economista hace referencia a que con más de tres décadas fue renovado e hizo cambios en la edición impresa para propiciar una lectura más ágil e incorporó color en cada una de sus páginas. No se trata de cambios cosméticos porque la transformación es de forma y fondo buscando encarar una realidad que reta todos los días.

La historia de El Economista es un orgullo, pero también se conoce que eso no garantiza un lugar en el futuro. El Economista cambia para mantenerse a la vanguardia. Se buscó ofrecer más cercanía, más profundidad y más soluciones para los lectores y anunciantes. El Economista apoya las cosas que se están haciendo bien y llama la atención para que se corrija aquello que no va por buen camino para realizarlas con firmeza, sin estridencias y con personalidad.

El Economista nació como un medio especializado. Cada campo informativo requiere una atención al detalle que sólo puede producir un medio verdaderamente especializado. Para cumplir la misión se debe mantener la atención informativa en cualquier asunto que sea relevante en otros campos, por ejemplo: política, cultura, deportes y tendencias.

El periódico El Economista es una plataforma de información que entiende el periodismo como un ejercicio cotidiano que es esencial para mantener viva la democracia. Con esta renovación, se muestra el compromiso para impulsar a El Economista y para que siga siendo un referente en temas económicos y de negocios, además una plataforma informativa reconocida por la información que produce y difunde para ofrecer las mejores respuestas en materia publicitaria para la comunidad de negocios y para la sociedad.

Introducción al mundo digital

Los medios digitales enfrentan una variedad de retos para destacar entre toda la información que se encuentra disponible en internet, debido a la simplicidad que brindan las plataformas

digitales para que cualquier persona se convierta en un generador de contenido (Bermúdez, 2018).

Y es que el nuevo periódico El Economista nació por y para la era digital. La web del diario se inició en marzo de 2006, solo un mes después de la edición impresa. La aceptación fue excelente como pusieron de relieve las fiestas simultáneas de presentación en Madrid y Barcelona, y en 2008 el éxito era incontestable: segundo medio en difusión y 1.4 millones de lectores mensuales en internet (Urdiales, 2017).

3.1.1. Secciones de El Economista

El periódico El Economista se conforma de 23 secciones que son las siguientes en atención a la página oficial del periódico (El Economista, 2015):

Sector financiero

La sección del sector financiero se refiere a información sobre las finanzas públicas de México y el sector financiero que incluye banca, afores, aseguradoras y entidades financieras no bancarias; noticias y análisis con expertos sobre indicadores económicos como el PIB y la inflación, así como datos puntuales de deuda, remesas y reservas internacionales, actualización sobre pronósticos y análisis sobre la economía de México con economistas de los principales bancos de inversión, corredurías y agencias calificadoras, así como funcionarios de los principales organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

Empresas

En la sección de empresas se habla de los mejores y más actuales enfoques noticiosos para entender lo que sucede en el quehacer de negocios de diferentes sectores como comercio minorista, comercio exterior, consumo, infraestructura, entre otros.

Mercados

La sección de mercados hace referencia al termómetro económico que es una sección especializada, que trata los temas concernientes al mercado de valores, materias primas, mercado de deuda, instrumentos estructurados, bonos verdes y criptomonedas. También lo referente a mercado de cambios, principalmente el de peso-dólar.

Económica

La sección económica relaciona los hechos económicos y políticos más relevantes de las entidades mexicanas. Publica noticias, reportajes, infografías, galerías fotográficas, entrevistas y artículos desde un punto de vista objetivo y de utilidad para los lectores.

Urbes

La sección de urbes habla de información relacionada con los 31 estados de la República Mexicana. Los hechos económicos y políticos más relevantes de las entidades mexicanas. Se publican noticias, reportajes, infografías, galerías fotográficas, entrevistas y artículos desde un punto de vista objetivo y de utilidad para los lectores.

Política

La sección de política se refiere a noticias sobre lo más importante de la vida de esta misma en México. Reportajes, crónicas, análisis y entrevistas exclusivas con los actores principales de la vida pública nacional. Información sobre elecciones, migración, combate al crimen, casos de corrupción y salud pública, que repercute en la vida cotidiana de las y los habitantes del país.

Opinión

La sección de opinión relaciona columnas y artículos sobre algún tema o noticia, escritos por diversos autores recurrentes que muestran su visión de temas que tocan su área de experiencia. Utilizando la argumentación como punto central, se publican opiniones subjetivas que analizan un hecho, buscando trazar una línea clara de pensamiento que ayude a los lectores a contrastar ideas y formar juicios propios.

Cartones

En esta sección se presenta la opinión de profesionales que muestran su perspectiva sobre hechos de actualidad, utilizando el dibujo humorístico como herramienta para difundir un mensaje de crítica, sátira, homenaje o denuncia.

Finanzas personales

En la sección de finanzas personales se ofrece información útil para tomar las mejores decisiones en el manejo de su dinero, que van desde cómo empezar a ahorrar hasta cómo invertir en bolsa o en criptomonedas; información sobre créditos personales, automotrices, hipotecarios y hasta para emprender un negocio. La irrupción de nuevas tecnologías y productos hace que finanzas personales sea una sección dinámica, que lo mismo habla de cómo no dejarse deslumbrar por los influencers hasta cómo sacarles jugo a las diferentes plataformas tecnológicas para comprar y vender.

Geopolítica

La sección geopolítica describe la política exterior y relaciones internacionales; diplomacia de México frente al mundo; relación bilateral México con Estados Unidos; aliados de México en el mundo; integración regional; relación política en América Latina a través de la Organización de Estados Americanos (OEA) y la Cumbre de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), y la respectivamente; Unión Europea; vínculos con embajadas y consulados; conflictos entre países.

Artes e ideas

En la sección de artes e ideas se habla de cultura, entretenimiento y ciencia en México y el mundo. Lo más relevante en literatura, exposiciones de arte, danza y música. Recomendaciones gastronómicas, de cine, teatro y festivales.

Tecnología

La sección de tecnología se refiere al mundo de la tecnología desde una perspectiva multidisciplinaria. Análisis, estadísticas y tendencias.

Deportes

En la sección de deportes se aborda el deporte desde una perspectiva multidisciplinaria, por ejemplo, aspectos sociales, económicos, políticos, financieros y culturales.

Autos

La sección de autos muestra lo más novedoso en el mundo de estos, como son las marcas más prestigiadas en tecnología, diseño, innovación y desarrollo. Lanzamientos en el mercado global y modelos que llegan al mercado mexicano, analizados por los expertos y desde la estética hasta su desempeño y economía.

Videos

La selección de videos se implementó como herramienta para complementar la información escrita o presentar una versión audiovisual de aquellas piezas de información que los lectores deben ver cada día, sean noticias, datos de interés o columnas.

Podcasts

La sección de los podcasts es un espacio que tiene como objetivo proveer a la audiencia y comunidades experiencias auditivas con contenido editorial. En esta sección participan líderes de opinión y expertos en economía, finanzas, negocios y geopolítica.

Capital humano

La sección de capital humano es un espacio que une a especialistas en la gestión de talento y profesionistas que desean mejores empleos. Ofrece consejos y respuestas para la administración de recursos humanos.

El empresario

Esta sección es el espacio que sirve como punto de encuentro para micro, pequeñas y medianas empresas que buscan crecer.

Econohábitat

La sección de econohábitat es el espacio informativo del sector inmobiliario, en la cual, actores de la industria pueden consultar información puntual y precisa sobre todo lo que acontece en ella. Los lugares en los que se han revalorizado, por eso la importancia de dar a conocer los hechos relevantes que impactan en este ecosistema.

Los especiales

En la sección de los especiales se encontrarán estrategias, turismo, previsión, entre otras.

Alianza educativa

La sección de alianza educativa es un espacio que tiene como objetivo impulsar el conocimiento, habilidades y actitudes para fortalecer el interés por la educación de los usuarios y suscriptores. Aquí se encuentran cursos y diplomados impartidos por las mejores instituciones, que llevan a cumplir objetivos de capacitación.

Econodata

En esta sección se consulta la información actualizada de las empresas en el mercado, índices y los detalles de cada emisora.

Webinars DE

La sección webinars DE es un laboratorio de soluciones.

3.2. El Financiero

De acuerdo con la información publicada en la página oficial del periódico El Financiero (2023), El financiero es el principal diario especializado en finanzas, economía y negocios de México, nacido el 15 de octubre de 1981. Su propuesta se basa en el periodismo multiplataforma que presenta la información útil, el análisis y la contextualización de los acontecimientos que, por su valor periodístico, influyen en la opinión pública y en la toma de decisiones, además de completar su vida y ampliar sus opciones en el resto de sus esferas

de acción. Este es un diario de una audiencia joven: 35 por ciento tiene entre 18 a 34 años que, en conjunto con el resto de sus lectores, generan cerca de 59 millones de visitas a la plataforma de El Financiero.

El 15 de octubre del 2021, El Financiero cumplió 40 años de llevar información económica y financiera precisa y actual sobre México y el mundo. Nació como una familia que, junto con un grupo de 35 trabajadores, iniciaron el andar de este periódico el 15 de octubre de 1981.

Como en toda historia, llegan momentos de evolución y este cambió a partir del año 2012, El Financiero pasó de ser una de una familia, para así pasar a manos del Grupo Multimedia Lauman y con ello inició una etapa que trajo, un año después, una alianza con Bloomberg para consolidar un servicio multiplataforma. En 2013, El Financiero firma una alianza con Bloomberg para lanzar un servicio multiplataforma que brinda noticias especializadas en negocios en español.

Al cumplir sus 40 años este se colocó como el cuarto sitio en el ranking de ‘News & Infomation’ de ComScore, un punto de referencia para las y los periodistas que escribieron en las páginas y el sitio web de El Financiero. Y en la categoría de ‘Business’, este diario se colocó líder por vigésimo octavo mes consecutivo.

Importancia

De acuerdo con la información publicada en la página oficial del periódico El Financiero (2023), la propuesta del periódico se basa en el periodismo multiplataforma, que presenta la información útil, el análisis y la contextualización de los acontecimientos que por su valor periodístico influyen en la opinión pública y en la toma de decisiones, además de completar su vida y ampliar sus opciones en el resto de sus esferas de acción.

La misión es estar siempre presentes en los eventos más relevantes, con la mejor cobertura y el mejor equipo de periodistas y profesionales que tienen como meta ofrecer el más completo servicio para lectores y socios comerciales.

El Financiero es “un consorcio con inversiones en telecomunicaciones, medios de comunicación y construcción con presencia en México, Brasil y Centroamérica, de acuerdo con la página del Foro Económico Mundial” (Dornbierer, 2021, p.1).

Trascendencia

“La nueva etapa de El Financiero está marcada por una alianza estratégica con la empresa de medios y análisis financiero Bloomberg, gracias a la cual incursiona en televisión por cable, internet y aplicaciones para teléfono móvil. Desde el relanzamiento, El Financiero obtuvo cada vez más contratos de publicidad oficial a la par que su línea editorial favoreció a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público” (Dornbierer, 2021, p.1).

“Fue el primer diario financiero del país. Considerado uno de los dos diarios verdaderamente independientes en la Ciudad de México a fines de la década de 1980 y principios de la de 1990” (Fuentes Vivar, 2020, p.1).

Introducción al mundo digital

De acuerdo con la información publicada en la página oficial del periódico El Financiero (2023), su introducción al mundo digital está enmarcada en el año 2014, ya que relanza su plataforma web para ofrecer contenidos periodísticos especializados multimedia en un sitio moderno y actual, rediseñado para ofrecer la mejor experiencia a los lectores, actualizado en tiempo real y con un intenso manejo de productos gráficos para enriquecer la información.

Ese mismo año se renovó, para ofrecer un sitio web acorde con la nueva realidad, una que sea más cercana y brindando la mejor experiencia para mantener a su audiencia al día con la información más relevante en México y el mundo. Contiene un sitio web en el cual ofrece también información surgida de la alianza con medios internacionales de gran relevancia, como Bloomberg, Financial Times y The New York Times. El esfuerzo en las redes sociales es también incrementado para facilitar la interacción con los lectores y ofrecer un canal más de difusión de la información más relevante para la toma de decisiones en el día a día.

3.2.1. Secciones de El Financiero

De acuerdo con la información publicada en la página oficial del periódico El Financiero (2023), Universidad Isabel I (2023) y Cajal (2023), las secciones que integran este medio informativo son:

Televisión

La sección de televisión muestra las noticias de última hora; entrevistas con las y los protagonistas de la información y el análisis para entender a México y el mundo.

Economía

En la sección de economía se encuentra contenido relacionado con los movimientos económicos tanto a nivel de macroeconomía como de economía doméstica.

Local

La sección denominada local atiende informaciones sobre una temática local de la zona geográfica en la que se distribuye el periódico. Se trata del periodismo de cercanía.

Sociedad

La sección de sociedad es considerada las de mayor amplitud en cuanto a contenidos, ya que se pueden desarrollar noticias relacionadas con temas sociales, religión, educación, tendencias.

Internacional

En la sección Internacional se recogen las noticias más relevantes que han sucedido en el mundo. El periódico en su sección internacional ofrece más o menos informaciones en función del tipo de diario que sea (nacional, regional, local...).

Nacional

La sección Nacional es una de las principales secciones del periódico. Se incluyen noticias, reportajes y entrevistas relacionadas con el país donde se publica ese medio.

Cultura

En la sección Cultura aparecen todas las noticias relacionadas con literatura, libros, cine, música, teatro, danza, arquitectura, arte, etc.

Deportes

La sección de Deportes comprende las noticias deportivas de interés tanto a escala local, nacional o internacional. Los artículos pueden versar sobre un deportista de élite o una joven promesa de la zona.

Ciencias

La sección de Ciencia es el apartado donde se informa de los avances y de la actualidad del mundo científico. Tiene una gran labor de divulgación.

Opinión

La sección de Opinión incluye artículos redactados por escritores o periodistas reconocidos, son esporádicos y tratan un hecho concreto, normalmente de actualidad. En algunos casos, ciertos periodistas tienen fijado un artículo de opinión diario, por lo que se conoce como columna. La columna tiene un poco más de libertad, pudiendo tratar de temas más atemporales o pasados.

Noticias

La sección de Noticias es la que ocupa el mayor grueso del periódico. Estas toman importancia en la portada, donde se exponen brevemente las más destacadas. En las primeras páginas internas es cuando se desarrollan, siendo divididas en locales, nacionales e internacionales, según la distribución del medio.

Entretenimiento

La sección de Entretenimiento incluye información y artículos enfocados a diferentes aspectos culturales. Se pueden encontrar reportajes relacionados con historias de interés humano, donde se discute la interacción social entre individuos desde una perspectiva emocional.

Mundo

La sección de Mundo recoge las noticias más relevantes que han sucedido en el mundo.

Estilo

En la sección de Estilo se ofrecen entrevistas de personas populares, personas interesantes y personas que marcan la diferencia en sus comunidades.

Espectáculos

La sección de Espectáculos incluye noticias de actualidad en el ámbito del espectáculo: teatro, cine, televisión, música e información sobre la cartelera de cine y teatro local.

3.3 Microcréditos

De acuerdo con BBVA (2023), se define un microcrédito como préstamos de cantidades pequeñas de capital, otorgado con una tasa de interés muy baja y/o nula. Asimismo, se distinguen por proporcionar financiamiento a emprendedores con recursos limitados, que no pueden obtener un préstamo en condiciones regulares.

Las implicaciones financieras y crediticias para el bienestar de los hogares de las pequeñas empresas y micronegocios son fundamentales para comprender su transformación social y el crecimiento de sus operaciones, en consecuencia, el microcrédito se presenta como una herramienta para mejorar el acceso a condiciones financieras favorables, facilitando así el inicio o sostenimiento de negocios (López y Vásquez, 2025).

Chiro y Alvarez (2017, citados por Laurente, 2025) indican que existe un impacto positivo en el crecimiento de la microempresa. Asimismo, se observa que las empresas que accedieron a financiamiento experimentaron un aumento en sus ventas y utilidades. En consecuencia, las microempresas que recibieron microcrédito lograron mayores tasas de crecimiento en comparación con aquellas que no lo hicieron.

Para esta investigación se entiende por microcréditos aquellos que fueron creados como una modalidad que ofrece un crecimiento económico con distintas posibilidades de adquirirlos y usos múltiples que ayudan económicamente a quien los adquiere siempre y cuando su uso y aprovechamiento sean correctos.

Importancia

El microcrédito se ha convertido en una de las herramientas más populares en la lucha contra la pobreza. Comenzó en Bangladesh hace más de 25 años y su eficacia posibilitó su expansión en todo el mundo. Este sistema revolucionó al mundo financiero con su método basado en la confianza que posibilitó el acceso al crédito a aquellas personas de muy bajos ingresos. Bajo el supuesto de que las personas se ven incentivadas por su deseo de progresar, que son motivadas por una profunda conciencia social (Beck y Odan, 2020).

El éxito, así como su importancia del desarrollo de las micro finanzas en general y los microcréditos en particular entre las clases más pobres de los países menos desarrollados, ha cambiado los parámetros sobre los tipos de ayudas a dichos colectivos. Por otra parte, la evolución de las micro finanzas durante las últimas tres décadas ha supuesto un cambio en aquellas estructuras que se han profesionalizado, alejándose así de los subsidios estatales y acercándose a la autofinanciación y, consecuentemente, al mercado financiero tradicional, aunque sin abandonar las características básica del sector (Beck y Odan, 2020).

De acuerdo con Villar (2015, citado por Laurente, 2025), el sistema financiero facilitó el acceso de pequeñas y medianas empresas a créditos personales para capital de trabajo. Actualmente, la mayoría de los pequeños comercios del país han accedido a algún tipo de crédito. Se ha evidenciado un crecimiento significativo de los microcréditos en los últimos años, lo que ha impulsado un mayor volumen de préstamos, una mayor actividad empresarial y un incremento en la infraestructura.

Clasificación

Aristizábal (2017) establece que existen diferentes tipos de microcréditos y estos son:

- Microcrédito comercial: valor utilizado y cantidad calculada a un negocio e idea emprendedora predeterminada.
- Microcrédito personal: valor calculado de acuerdo a las posibilidades de pago y al cliente tomando un límite, aceptando confidencialidad sobre su uso o aplicación.
- Microcrédito hipotecario: valor de mayor cantidad destinado a fines específicos.
- Microcrédito rotativo: valor adquirido y agregado a un sistema conformado por distintas etapas del crédito.

CAPÍTULO 4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Tipo de estudio

El presente estudio es una investigación no experimental, descriptiva, mixta (cuantitativa y cualitativa) y comparativa. No experimental ya que no habrá manipulación de variables; descriptiva ya que pretende describir a partir de sus características, el macro entorno del emprendimiento. Además, mixta, ya que, en su parte cuantitativa, proporcionará información sobre datos numéricos de cuantas veces se ha publicado sobre el tema, y cualitativa en relación a la tendencia de información de las publicaciones hechas por sus emisores y comparativa porque se realizará el análisis de fenómenos desconocidos partiendo de información similar y conocida.

4.2. Mixta

Para la investigación, el hacer uso de métodos de investigación mixtos deja el campo abierto a obtener una mayor diversidad de resultados y así mismo una mayor cantidad de perspectivas diferentes para lograr un análisis adecuado y más objetivo; por ello, es que se decidió aplicar.

Kajamaa, Matick y De la Croix (2020) establecen que la investigación de métodos mixtos, o diseños de estrategias múltiples, puede definirse como la recopilación, el análisis y la integración de datos tanto cualitativos como cuantitativos en un solo estudio; las entrevistas semiestructuradas y las medidas del lugar de trabajo (por ejemplo, datos de visita) pueden llevarse a cabo al mismo tiempo para obtener una perspectiva multifacética de un fenómeno particular; un monitoreo de comportamiento que presentan las variables de investigación, puede ir seguida de un análisis del sitio para obtener una comprensión profunda de sus hallazgos clave; o se puede usar la búsqueda y desarrollo de palabras clave.

Esta investigación, utilizándose como una vista general para guiar la formulación de los objetivos de la investigación, la brecha o las preguntas de la investigación, el diseño de la investigación y la recopilación de datos, el análisis de datos y el informe de los resultados, puede ampliar y fortalecer las conclusiones y aportes del estudio.

La investigación de métodos mixtos integra métodos cualitativos y cuantitativos, mientras que las revisiones de estudios mixtos integran estudios de métodos cualitativos, cuantitativos y mixtos. Dicho de otra manera, mezclar métodos combina el poder de las historias y el poder de los números (Pluye y Nha, 2014).

Así mismo, los métodos mixtos se utilizan para combinar los puntos fuertes y compensar las limitaciones de los métodos cuantitativos y cualitativos. Pluye y Nha (2014) ofrecen tres razones principales para los métodos de mezcla. Primero, los investigadores pueden necesitar métodos cualitativos para interpretar los resultados cuantitativos. En segundo lugar, pueden necesitar métodos cuantitativos para generalizar los hallazgos cualitativos. En tercer lugar, pueden necesitar simultáneamente ambos métodos para comprender mejor un nuevo fenómeno (métodos cualitativos) y para medir su magnitud y tendencias (métodos cuantitativos).

Por otro lado, el proyecto se basa en una investigación no experimental porque no existe la manipulación de las variables de estudio, además de que se apoya en la recolección de datos que se analizan haciendo exploración o conteo de los mismos.

4.3. No experimental

Así, refiriéndose al uso de la investigación de tipo no experimental, es de importancia en el caso porque son aquellas que se realizan sin manipular deliberadamente las variables de estudio. En estos tipos de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se exponga el fin del estudio, es analizado en su medio y es muy adaptable al caso de la investigación (Maldonado, 2016).

Así mismo, de acuerdo a Huairé (2019) inicialmente, la investigación no experimental se caracteriza por ser transversal; es decir, exploratoria, descriptiva, y/o comparativa. En otras palabras, ayudará en la recolección de datos en el momento que se requiera, en un tiempo único; su propósito es describir variables y analizar su incidencia. Se trata de una exploración inicial, dándose más en problemáticas nuevas o poco conocidas.

Además, el proyecto se centra en una investigación de tipo descriptiva porque analiza el problema a investigar a partir de la información relacionada con el análisis del entorno, sustentada de manera teórica.

4.4. Descriptiva

Si bien, los tipos de investigación mixta y no experimental se tratan más de analizar una situación; igualmente se decidió implementar la descriptiva, pues esta, de acuerdo con Guevara, Verdesoto y Castro (2020), “se encarga de puntualizar las características del espacio/plataforma que se está estudiando. La información suministrada por la investigación descriptiva es verídica, precisa y coherente. Se evita hacer deducciones en torno al fenómeno. Lo fundamental son las características observables y verificables. Así mismo se establece que no basta con recolectar características del fenómeno o espacio a investigar, sino, que estas sean organizadas y analizadas a la luz de un marco teórico apropiado” (p. 166).

De lo anterior se desprende que Ochoa y Yunkor (2020) establezcan que para realizar un estudio descriptivo se realiza una investigación de nivel exploratorio o se tiene amplio y profundo conocimiento de la línea de investigación que se ha elegido, también es importante entender que los niveles investigativos son momentos en el proceso de descubrimiento de los conocimientos de interés. Por otra parte, se suele asumir que los estudios descriptivos no tienen hipótesis y que ello lo desmerece.

De ahí, este proyecto centra su estudio igualmente apoyado de una investigación de tipo comparativa porque permite realizar un análisis comparativo.

4.5. Comparativa

Por tanto, de manera simultánea, se establece el uso de la investigación comparativa, dado que, por un lado, Gómez y De león (2014) establecen que este método o análisis es un procedimiento que se ubica entre los más utilizados por los investigadores. El objetivo fundamental del método comparativo consiste en la generalización empírica y la verificación de hipótesis.

Así mismo, los autores antes mencionados afirman, que entre las ventajas que ofrece el método comparativo se cuentan el comprender cosas desconocidas a partir de las conocidas, la posibilidad de explicarlas e interpretarlas, perfilar nuevos conocimientos, destacar lo peculiar de fenómenos conocidos, sistematizar la información distinguiendo las diferencias con fenómenos o casos similares.

Dentro de sus etapas y características principales se encuentran, con base en lo establecido por Gómez y De león (2014):

- Configuración de una estructura teórica.
- Definición de los criterios asumidos para la selección de la muestra, es decir, de la información propuesta dentro de las secciones del periódico.
- Procediendo al análisis de los casos, fundamentalmente a partir de la comparación de la información encontrada en cada sección, según sea la estrategia, las diferencias o las semejanzas (concordancias).

En cambio, e igualmente de gran importancia para su uso, el método comparativo desde la perspectiva de Sánchez (2020), es el procedimiento de comparación sistemática de objetos de estudio que, por lo general, es aplicado para llegar a generalizaciones empíricas y a la comprobación de hipótesis. Lo que se entiende por método comparativo en escritos

metodológicos y en la práctica de la investigación es extraordinariamente variado, consecuencia (en parte) de que el concepto muchas veces se emplea como sinónimo de comparación, de análisis comparativo o de investigación comparativa.

4.6. Variables

Se hará uso de variables de Investigación:

Dependiente:

Macro entorno de los microcréditos familiares.

Independientes:

Macro entorno económico de los microcréditos familiares.

Macro entorno político de los microcréditos familiares.

Macro entorno social de los microcréditos familiares.

Macro entorno tecnológico de los microcréditos familiares.

Para Villasís y Miranda (2016), las variables en un estudio de investigación son toda aquella información que es de interés y sirve como base para la investigación, o bien, los datos que se recaban con la finalidad de responder las preguntas de investigación, las cuales habitualmente están especificadas en los objetivos.

Además, establecen que para evitar ambigüedad, es necesario seleccionar sólo aquellas que ayudarán a concretar los objetivos del estudio y posteriormente debe definirse cómo serán medidas para que los hallazgos puedan ser reproducidos.

Así mismo estos autores comentan que estas deberán ser clasificadas, ya que, desde el punto de vista metodológico, la clasificación de las variables ayuda a entender cómo se ha conceptualizado la relación entre ellas. Entonces, se debe especificar si las variables

corresponden a una de las siguientes dos que se utilizarán para el caso: dependiente o independiente.

Las variables constituyen el eje transversal de todo el proyecto de investigación desde el planteamiento de la idea que lo origina; de ahí que cabe preguntarse qué variables se pretende estudiar, cómo se las identifica, de qué forma se miden o cómo se relacionan (Rodríguez, Breña y Ensenarro, 2021).

Para Arroyo (2021), las variables constituyen el elemento esencial y común de dos fases del método científico: planteamiento del problema y la formulación de las hipótesis. Las obras de introducción y metodología de la investigación reconocen la relevancia que tienen las variables como elemento sustancial al método científico. No obstante, aun cuando aluden a la importancia de definirlas, lo expresan en función de su dimensión constitutiva y operativa, pero de una forma superficial, sin establecer procedimientos concretos para tal fin y omite la dimensión instrumental.

4.7. Datos

“Los datos son la fuente para gestionar y poner en marcha procesos investigativos orientados al fortalecimiento del desarrollo, dinamismo y movilidad hacia un futuro que se construye en sincronía con la solución de problemas del área de interés” (Peña, 2017. p. 9).

Así, los datos son la base para la continuidad del enriquecimiento del conocimiento de cualquier investigación o espacio de interés, ya sea de carácter tecnológico o poblacional, que para el caso son en medida tecnológica y se obtendrán mediante una identificación de palabras clave a través de una nube de palabras establecida por el software MAXQDA dentro de la información expuesta y publicada por los periódicos financieros *El Economista* y *El Financiero*. Estos, están ampliamente relacionados con las variables, pues de ellas se derivan; así, se comprende que la cantidad y el tipo de variables que se utilizan para un estudio, depende completamente de los objetivos y el diseño de éste (Bermejo, 2005).

De acuerdo a Bermejo (2005), hay cierta tendencia a recoger un elevado número de variables, lo que suele traducirse en una menor calidad de los datos y una gran dispersión y confusión en el momento de analizarlos e interpretarlos. La regla es recoger tantas variables como sean necesarias y tan pocas como sea posible.

Para este estudio se considera el macro entorno determinado por el tema de los microcréditos familiares aplicando, con base en la recolección de datos, el software MAXQDA en la información que sea publicada por los periódicos El Economista y El Financiero.

Puntualmente, el macro entorno hace referencia a características más amplias, enfocadas a regiones o zonas específicas tomadas en su totalidad, o a la posibilidad de adaptación e innovación debido a cambios no controlables (Gómez, 2023).

Dicho lo anterior, retomando la parte de las variables, los datos igualmente se pueden clasificar en cualitativos y cuantitativos (Peña, 2017).

4.8. Población

Primeramente, la población teórica expresa el conjunto de elementos de estudio. Así, la población objeto de estudio es aquella que ha sido constituida por criterios de selección; diferenciándose ya que en esta última las unidades de estudio cumplen criterios de selección previamente establecidos para la investigación, determinándose como la totalidad de los objetos de estudio (Mucha, Chamorro, Oseda y Alania, 2020).

Igualmente, Arias, Villasís y Miranda (2016) mencionan que la población de estudio es un incorporado de casos, definido, limitado y accesible, que formará el alusivo para la elección de la muestra y que cumple con una serie de juicios predispuestos; igualmente pudiéndose llamar universo de estudio.

4.9. Muestra

De acuerdo con Sucasaire (2022), para lograr determinar una muestra es primordial que primero se tenga clara la población a estudiar; pues en muchas investigaciones no es posible examinar a todos los elementos de la población en estudio. Esto se debe a limitaciones en el control de diferentes factores como el tiempo y otros recursos. Frente a esta dificultad se opta por realizar el estudio solo con una parte de la población, es decir, se utiliza una muestra.

Existe una condición importante para el uso de muestras: para Sucasaire (2022), la muestra debe ser representativa. Según el mismo autor, la muestra tiene que ser un reflejo de la población, es decir, debe poseer las mismas características, o en todo caso ser muy similar a la población. Esta condición asegura que las estimaciones que se obtienen a partir de la muestra sean significativas también para la población. Si una muestra no representa adecuadamente a la población, los resultados que se obtienen del análisis solo le corresponden a la muestra y no se pueden generalizar para la población.

Por otro lado, Mucha, Chamorro, Oseda y Alania (2020) establecen que la determinación de la población y la muestra parte del tipo de investigación que se aplica para enfrentarse a la verdadera problemática, por ello es importante dar un vistazo al planteamiento de los tipos de investigación, según la índole de las variables.

Igualmente, Mucha, Chamorro, Oseda y Alania (2020) mencionan que la característica más primordial de una muestra es la representatividad de acuerdo a los mismos tres autores. El muestreo obtiene gran valor al avalar que los rasgos preparados para su observación y análisis en la población permanecen expresados con mucha propiedad en la muestra; de manera que garanticen la relación de los resultados de la muestra hacia la población. En esencia, la población accesible es una muestra de la población teórica, pues esta, también llamada población de estudio, se refiere a las unidades de estudio que cumplen criterios de selección previamente establecidos para la investigación.

Dichos criterios son utilizados para construir la muestra y deben ser lo más específicos posible respecto de las características que podrían excluir a objetos de estudio potenciales, es posible que los criterios hagan necesario definir una segunda vez la población objetivo y la población que es accesible.

Para esta investigación, se hará uso de una técnica de muestreo de tipo no probabilística, ya que de acuerdo a Otzen y Monterola (2017), la selección de los variables a estudio dependió de ciertas características o criterios, los cuales van desde:

- La representación de rasgos que pueden ser observados.
- El permitir ser confrontadas.
- Asumir valores y características.
- El ser clasificables.

Y las que se consideraron al momento más adecuadas, siendo esta ‘por conveniencia’, pues permite seleccionar aquellos casos accesibles a ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente proximidad, facilidad e incluso arbitrariedad de elección de las variables (Hernández, 2021).

4.10. Análisis de datos

Es la etapa en la que se analizan los datos para llegar a conclusiones firmes y robustas. Para lograrlo se utilizará el clasificar y jerarquizar los términos asociados al objeto de estudio. Para ello, se hará uso de una adecuada presentación de tablas con los resultados para reportar los datos. Además, se implementará la manera correcta de extrapolar los datos de una muestra a una población en general permitiendo la comprobación de las hipótesis; una mal aplicación de esta etapa, junto a la obtención y el procesamiento de los datos, puede vulnerar la validación y confianza de la investigación (Torracchi, Córdova, Chiriboga y Villavicencio, 2019).

Peña (2017) establece que la obtención de los datos y su análisis brinda a un administrador objetividad, una medición concreta y no refutable de un hecho o fenómeno. Así también el análisis de datos integra distintas operaciones, en la que se someten ciertos datos, bien sea de orden cuantitativo o cualitativo, a una serie de análisis, lecturas e interpretaciones, según sea el enfoque de la investigación o requerimiento informativo.

Para esta investigación, se hará uso de una herramienta de análisis de datos cualitativos, pues lo que se estará analizando es el contenido de periódicos financieros y además el término se abre a una gran variedad de tipos de datos, pues proviene de las ciencias sociales y es un término genérico para todos los datos no numéricos denominado MAXQDA.

Cabe mencionar que MAXQDA es un software para el análisis de datos cualitativos, que pertenece a la familia de CAQDAS (Computer Assisted Qualitative Data Analysis Software o software de análisis de datos cualitativos asistidos por computadora), que puede incluso analizar fotos y videos (Rädiker y Kuckartz, 2020).

Así mismo, para Rädiker y Kuckartz (2020), MAXQDA es capaz de analizar, por lo general, todos los datos recogidos en el contexto de la investigación social empírica. El software también puede ser utilizado para tareas que van más allá de la investigación en ciencias sociales y también se puede utilizar para indexar sistemáticamente y codificar automáticamente grandes volúmenes de texto. En resumen, el software comprende doce secciones:

1. Tipos de datos (importación y análisis).
2. Gestión de datos y usabilidad.
3. Transcripción.
4. Análisis de datos cualitativos.
5. Métodos mixtos.
6. Visualización.
7. Trabajo en equipo.
8. Informar y publicar.

9. Idiomas.
10. Análisis cuantitativo de textos.
11. Análisis de datos estadísticos.
12. Nube de palabras.

Nube de palabras

MAXQDA permite aplicar la herramienta conocida como nubes de palabras al análisis de datos cualitativos, a fin de clasificar y jerarquizar los términos asociados al objeto de estudio en función de la frecuencia en que se presenten dentro del conjunto de datos. De igual manera permite comparar las palabras más significativas en diferentes grupos de variables al contar con la posibilidad de seleccionar libremente la información a partir de la cual se realizará la nube de palabras (Bravo, 2021).

Para QuestionPro (2023), las ventajas del uso de nubes de palabras son las siguientes:

- Simplifican datos técnicos.
- Revelan lo esencial.
- Ayudan a encontrar patrones en los datos.
- Son atractivas.
- Despiertan emociones.

Para el cumplimiento del objetivo de la investigación se hará uso de la nube de palabras, con la cual se realizó el siguiente procedimiento:

- Buscar en los periódicos El Economista y El Financiero, correspondiente al tema de interés.
- Clasificar los artículos por sección según el entorno.
- Generar artículos clasificados por entorno en formato PDF.
- Elaborar tabla de clasificación de artículos, considerando el entorno, la sección, el número de artículos y el título de cada artículo.
- Realizar un breve resumen de cada artículo clasificado por entorno y sección.

- Aplicar el software de MAXQDA, para obtener la nube de datos por sección y por entorno de cada uno de los periódicos sujetos a análisis.
- Realizar la interpretación de la nube de datos de cada macro entorno, por sección, por entorno y por periódico.

CAPÍTULO 5. RESULTADOS

En este capítulo se realiza el análisis de contenido de los periódicos de mayor importancia en el país, sobre microcréditos.

La fecha que abarca la investigación es del mes de julio del 2018 al mes de julio del 2023. Los artículos sujetos a análisis están clasificados en atención a cada uno de los macro entornos y a su vez a las secciones del periódico que integran cada macro entorno, dicha clasificación es en atención a la conceptualización teórica analizada y quedaría de la siguiente manera:

En la tabla 1 se presenta la clasificación de los macro entornos por secciones del periódico El Economista.

Tabla 1.

Clasificación de secciones de El Economista por macro entorno.

Macro entorno	Sección del periódico
Entorno Económico	Sector financiero Mercado Economía
Entorno Social	Finanzas personales Capital humano El empresario Econohábitad Empresas
Entorno Político	Política Geopolítica
Entorno Tecnológico	Tecnología

Nota: Elaboración propia.

En la tabla 2 se presenta la clasificación de los macro entornos por secciones del periódico El Financiero.

Tabla 2.

Clasificación de secciones de El Financiero por macro entorno.

Macro entorno	Sección del periódico
Entorno Económico	Mundo empresa Mercado Economía
Entorno Social	Mis finanzas Empresas
Entorno Político	Política
Entorno Tecnológico	Factor Fintec Tech Bloomberg

Nota: Elaboración propia.

5.1. El Economista

De acuerdo al análisis de artículos revisados, se presentan 27 artículos que serán sujetos a análisis de contenido a través del software MAXQDA, del periódico El Economista (tabla 3).

Tabla 3.

Artículos de microcréditos, por macro entorno, de El Economista.

Macro Entorno	Sección	Artículos	Título de los artículos
Económico	Sector Financiero	15	– Gentera espera una mayor demanda de microcréditos para el segundo semestre
			– Banco Compartamos espera colocar más de 120,000 millones de pesos en microcréditos este año.
			– Tuiio, brazo de microfinanzas de Santander, avanza en su plan para tener presencia en todo el país.
			– BBVA, Banorte y Santander lideran la cartera de crédito de la banca.
			– Financiera para el Bienestar administrará y operará los microcréditos que otorga el gobierno federal.
			– Tasas de interés de créditos bancarios se muestran estables.
			– CAME recibe \$600 mil millones.
			– Gentera vende su negocio en Guatemala; se enfocará en México y Perú.
			– S&P le baja calificaciones a Compartamos Banco.
			– Afectados por fenómenos naturales en el sureste podrán diferir el pago de sus créditos: CNBV.
			– Incentivos fiscales limitados tendrán impacto en intermediarios no bancarios: Fitch.
			– 27 de las 39 SOFIPOS del país sí dan apoyos a clientes ante contingencia, destaca Condusef.
			– En tres días suman casi 60,000 solicitudes de microcréditos para empresas solidarias.
			– Denuncia contra Muhammad Yanus.
			– Inclusión financiera alcanzaría a 200 millones en América Latina por innovación digital.
Social	Mercado Economía	0	
		3	– Subejercicio del gasto público sumó 364,136 millones de pesos en octubre.
	Finanzas Personales	3	– Gobierno acumula 1,012 millones de pesos colocados en microcréditos solidarios.
			– Banco del Bienestar entregará microcréditos en los 20 municipios más afectados por el Covid 19.
			– Cómo utilizar los microcréditos para emprender.
			– Microcréditos en México ganan terreno.
			– Microcréditos, herramientas para emprender este 2023.
	Capital Humano El Empresario	0	
		5	– Fondeso entrega 4,856 créditos a emprendedores y mipymes de la Ciudad de México.
			– ¿Pedirás un microcrédito para tu negocio? 4 cosas que debes tomar en cuenta para no agobiarte.
			– Insuficiente la política pública para apoyar a mipymes:ASF.
Político	Econohabítad Empresas	0	
		0	
	Política	1	– Gobierno de San Luis Potosí ha otorgado 4,000 microcréditos para mipymes durante contingencia sanitaria: JM Carreras.
	Geopolítica	0	
Tecnológico	Tecnología	0	

Nota: Datos obtenidos del periódico El Economista (2023).

Se presenta una breve síntesis de cada artículo analizado, así como la determinación de las palabras clave.

5.1.1. Macro entorno económico

En el macro entorno económico se analizan 18 artículos, de las secciones de Sector Financiero, Mercado y Economía.

Sección Sector Financiero

- *27 de las 39 SOFIPOS del país sí dan apoyos a sus clientes ante contingencia, destaca Condusef*

La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef) reconoció que 27 sociedades financieras populares, de las 39 que existen en el país, han lanzado esquemas de apoyo para sus acreditados ante la contingencia ocasionada por la pandemia del coronavirus (Covid-19). Estas 27 sociedades representan el 69% de total del número de SOFIPOS en operación y 94% de los casi 4.9 millones de clientes que atiende este sector. En este contexto, el organismo informó que realizó un cuadro comparativo donde detalla los programas de apoyo establecido por estas 27 entidades, mismos que tienen la finalidad de apoyar a sus clientes ante la pandemia, principalmente en el diferimiento de pagos de créditos. La Condusef menciona que, al acceder a estos beneficios, los clientes de estas entidades no serán reportados como morosos ante las Sociedades de Información Crediticia, es decir, ante Buró de Crédito (Gutiérrez, 2020).

Palabras claves: apoyo, pandemia y programas.

- *Afectados por fenómenos naturales en el sureste podrán diferir el pago de sus créditos: CNBV*

La Comisión Nacional Bancaria y de Valores determinó que, en términos generales, el apoyo consistirá en que las instituciones de crédito podrán ofrecer a

sus clientes el diferimiento parcial o total de pagos de capital y/o intereses por tres meses; seis meses tratándose de microcréditos grupales; o bien hasta 18 meses tratándose de créditos dirigidos a los sectores agropecuario y rural. Debido a los recientes daños causados por fenómenos meteorológicos ocurridos en el sureste del país. Los créditos que se apeguen al beneficio de los criterios contables especiales permitirán a las instituciones de crédito no considerarlos como reestructurados (Juárez, 2020).

Palabras claves: crédito, intereses y sectores.

- *Banco Compartamos espera colocar más de 120,000 millones de pesos en microcréditos este año*

Dado que en México prevalece una enorme necesidad de crédito productivo, Banco Compartamos espera superar en el 2023 los 120,000 millones de pesos de cartera colocados el año pasado. Tan sólo en el primer trimestre del 2023, Gentera -del que forma parte Compartamos- sumó una cartera de 54,318 millones de pesos, y únicamente en Banco Compartamos el portafolio ascendió a 32,637 millones. El resto lo complementaron Compartamos Financiera Perú y ConCrédito en México. En conferencia para presentar los resultados del grupo para el primer trimestre del 2023, subrayó que hay una necesidad muy grande de crédito productivo en el país, ello, en un contexto donde potencialmente la gente pierde su empleo formal y se mueve a la informalidad. Pese a los incrementos que ha habido en la tasa de referencia por parte de los bancos centrales de México y Perú, Gentera ha mantenido los costos del financiamiento a sus clientes, cuya mayor parte son mujeres (Juárez, 2023).

Palabras claves: crédito, financiamiento y productivo.

- *BBVA, Banorte y Santander lideran la cartera de crédito de la banca*

BBVA, Banorte y Santander siguen liderando la cartera de crédito de la banca comercial, al tener 52% de los casi 5.9 billones colocados a junio. Un análisis realizado por la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), refiere que, aunque BBVA lidera, por

mucho, en los diferentes portafolios, hay algunos subsegmentos como créditos personales y microcréditos, en los que otros bancos se encuentran a la cabeza. Banco Azteca, al frente en créditos personales, si se desglosa la cartera de consumo en los diferentes subsegmentos que la integran, Banco Azteca. De igual forma, en lo referente a micro créditos, la institución que domina es Compartamos Banco, especializado en este segmento, seguido por el español Santander que desde hace algunos años atiende este nicho de mercado a través de su brazo Tuiio y finalmente, en tercer lugar, se encuentra Forjadores, banco que también está enfocado en microfinanzas (Juárez, 2022).

Palabras claves: microcréditos, cartera y personales.

– *CAME recibe \$600 millones*

La Sociedad Financiera Popular (SOFIPO) CAME recibió dos préstamos recientes por un total de 600 millones de pesos, con el fin de fortalecer su presencia en los microcréditos. Estos financiamientos llegan en un contexto donde al sector de las SOFIPOS, compuesto por 38 entidades en operación, le ha costado trabajo mantener relación con fondeadores como bancos y otras instituciones. De acuerdo con cifras de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), a mayo los préstamos bancarios y de otros organismos registró un saldo por 3,509 millones de pesos, es decir, una caída anual real de 17 por ciento. De acuerdo con lo informado por la sofipo, el primer financiamiento lo recibió por parte del BID Invest, el brazo de inversión del Banco Interamericano de Desarrollo, por un total de 15 millones de dólares, mientras que el segundo, por un monto similar, fue entregado por Citigroup y la Corporación Financiera de Desarrollo Internacional (Gutiérrez, 2021).

Palabras claves: crédito, microcréditos y Sofipos.

– *Denuncia contra Muhammad Yanus*

El Premio Nobel de la Paz en el 2006 y pionero del microcrédito, se enfrenta a un centenar de denuncias en Bangladesh por parte de trabajadores de una filial de

Grameen Bank. Yunus, junto a otros responsables de la institución crediticia, es objeto de denuncias interpuestas por empleados de Grameen Telecom ante un tribunal de Daca sobre la repartición de beneficios del banco. Grameen Telecom, una filial de Grameen Bank, propone un servicio llamado el teléfono del pueblo, que permite obtener celulares en zonas rurales de este país ubicado en el sureste asiático, que además cuenta con 165 millones de personas. La empresa también posee 34.2% de Grameenphone, el mayor operador móvil del país, con 75 millones de abonados (AFP, 2020).

Palabras claves: microcrédito, denuncias y trabajadores.

- *En tres días suman casi 60,000 solicitudes de microcréditos para empresas solidarias*

Este domingo hubo 8,017 registros, informó el director del IMSS; el instituto tiene identificadas 645,102 empresas susceptibles de recibir el financiamiento. Durante la conferencia de prensa sobre los apoyos que otorga el gobierno federal a empresarios para reactivar la economía. El instituto identificó a 645,102 empresas que son susceptibles de recibir los micro financiamientos de 25,000 pesos, esto es, casi dos terceras partes del número total de patrones registrados ante el IMSS. De estos, 580,368 son micro negocios que al no recortar su plantilla laboral durante la emergencia sanitaria evitaron la pérdida de 1 millón 615,168 trabajos formales. El apoyo va dirigido a los patrones que no despidieron a sus empleados durante el primer trimestre del año. Agregó que comenzarán a pagar este Crédito Solidario a la Palabra cuatro meses después de recibir el apoyo económico por 25,000 pesos (El Economista, 2020).

Palabras claves: financiamiento, empresas, micro negocios.

- *Financiera para el Bienestar administrará y operará los microcréditos que otorga el gobierno federal*

El anteproyecto de decreto con el que se busca la transformación de Telecomm-Telégrafos en la Financiera para el Bienestar-Telecomm, ya está en la Comisión

Nacional de Mejora Regulatoria (CONAMER). Se establece el cambio de denominación que tendrá el organismo, y se precisa que la Financiera, entre otras cosas, administrará y operará los microcréditos para el bienestar, además de que se encargará de recuperar los préstamos a la palabra que el gobierno otorgó a los pequeños negocios como medida de apoyo durante la pandemia de Covid-19. Su objetivo es la prestación del servicio de telégrafos, giros telegráficos nacionales e internacionales, servicios financieros, radiotelegrafía, telecomunicaciones y financiamiento. En este sentido, el anteproyecto que está en la CONAMER detalla que entre sus funciones está la de promover y fomentar la educación financiera y el ahorro, sin realizar operaciones de captación de recursos del público; así como otorgar financiamientos y créditos para actividades productivas (Juárez, 2022).

Palabras claves: microcréditos, préstamos y educación financiera.

– *Gentera espera una mayor demanda de microcréditos para el segundo semestre*

En el primer semestre del 2023 la cartera de crédito de Gentera, cuyo principal activo es Compartamos Banco, alcanzó un saldo de 57,738 millones de pesos, cifra récord, que representó un crecimiento de casi 14% en comparación con el mismo periodo del 2022. Esta nueva expectativa obedece a los buenos resultados de la primera mitad del 2023, pero también a que la actividad en otras instituciones ha mostrado una desaceleración. Para atender esta mayor demanda de crédito esperada, Gentera ha ampliado su fuerza laboral, y el número de colaboradores pasó de 20,300 en el 2022 a 24,170 este año, un incremento de 19 por ciento. En Banco Compartamos, principal activo del grupo, el portafolio de crédito aumentó 19.1%, para alcanzar un saldo de 35,690 millones de pesos; mientras que en Compartamos Financiera (Perú), el alza fue de 5.1% para lograr los 18,246 millones y en ConCrédito (México), el incremento fue de 9.9% y un saldo de 3,802 millones. La cartera vencida se redujo de 3.6% a 3.2% al cierre del primer semestre, en su comparación anual (Juárez, 2023).

Palabras claves: crédito, Compartamos Banco y cartera.

- *Gentera vende su negocio en Guatemala; se enfocará en México y Perú*

Gentera, grupo mexicano especializado en micro finanzas, anunció la venta de Compartamos S.A. Guatemala, a la Fundación Génesis Empresarial de ese país. Ahora, se centrará en sus negocios de México y Perú. Gentera inició operaciones en Guatemala, a través de Compartamos S. A. en el 2011. Su negocio principal era otorgar microcréditos grupales a mujeres emprendedoras de ese país. Fundación Génesis Empresarial es una entidad guatemalteca, no lucrativa, especializada en desarrollo rural, con servicios financieros responsables e incluyentes en el sector de micro finanzas a nivel nacional. Cuenta con 140,000 clientes y 1,635 millones de pesos de cartera activa. Un porcentaje sustancial de la plantilla de Compartamos S. A. pasará a formar parte de la estructura de Fundación Génesis Empresarial, con lo que se da certeza y continuidad al equipo (Juárez, 2021).

Palabras claves: micro finanzas, Gentera y microcréditos.

- *Incentivos fiscales limitados tendrán impacto en intermediarios no bancarios: Fitch*

Intermediarios enfocados a pymes y microcréditos, los vulnerables; calidad de activos, rentabilidad y niveles de apalancamiento, los riesgos. Los limitados incentivos fiscales y financieros otorgados por el gobierno en el contexto de la pandemia del Covid-19, tendrán un impacto en los intermediarios financieros no bancarios dada su exposición en segmentos desatendidos por la banca, tales como las pequeñas y medianas empresas (pymes), indicó Verónica Chau, directora de Instituciones Financieras de Fitch Ratings. Durante la Semana Digital de la Asociación de Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (ASOFOM), los apoyos gubernamentales ofrecidos en el contexto de la pandemia han sido enfocados a micro negocios y personas físicas y en menor grado a las pymes, lo que afectará tanto a los intermediarios con presencia en este segmento, como a la economía en general (Gutiérrez, 2020).

Palabras claves: microcréditos, pandemia y pymes.

- *Inclusión financiera alcanzaría a 200 millones en América Latina por innovación digital*

El informe Finanzas digitales 2.0, financiado por Santander, muestra la relevancia para el desarrollo en la región de los microcréditos a través de plataformas digitales y la educación financiera. La nueva ola de innovación digital dará acceso a 200 millones de personas a servicios financieros de bajo costo en América Latina, ello, dado el “ecosistema fascinante” de tecnología financiera que se desarrolló en la región. El documento destaca que la innovación en banca digital podría liberar como mínimo 49,000 millones de dólares en nuevos préstamos y otros servicios financieros para estos 200 millones de personas que hoy no tienen acceso a los bancos en América Latina. Se tiene como objetivo la inclusión financiera de 10 millones de personas de aquí al 2025, mejorando el acceso a servicios básicos y apoyando al mismo tiempo a familias de rentas bajas y colectivos vulnerables, principalmente en Brasil, Argentina, México, Chile y Uruguay (Juárez, 2019).

Palabras claves: microcréditos, plataformas digitales e innovación.

- *S&P le baja calificaciones a Compartamos Banco*

La agencia destacó que ello refleja el fuerte deterioro de su cartera de crédito, debido a un impacto más profundo de la pandemia del Covid-19 en el sector de los microcréditos, que ha sido uno de los sectores más golpeados. Destacó que esta acción refleja el fuerte deterioro de la cartera de crédito de Compartamos, en comparación con otros sectores. La agencia calificadora resaltó que el rápido aumento de la cartera vencida también considera el ciclo crediticio más corto de las operaciones de micro financiamiento, y por lo tanto el impacto en la cartera de crédito del banco se reflejó antes que en el resto del sistema financiero. No obstante, S&P consideró que los clientes de Compartamos son más vulnerables a la desaceleración económica, ya que la mayoría son independientes o poseen

microempresas muy afectadas por las medidas de confinamiento, lo que genera un deterioro más marcado (Juárez, 2020).

Palabras claves: crédito, cartera de crédito y micro financiamiento.

– *Tasas de interés de créditos bancarios se muestran estables*

Pese al alza en la tasa de referencia por parte del Banxico, no se ha visto un impacto importante en el costo del financiamiento. Las tasas de interés de los diferentes tipos de crédito al consumo que otorga la banca, se mostraban estables. Por otra parte, en lo referente a crédito personal y microcrédito, la información del Banxico precisa que, al cierre de diciembre del 2020, la tasa promedio ponderada por saldo era de 44.00% para el sistema, y al 31 de octubre del 2021, se ubicó en 44.16 por ciento. El banco que mostró la tasa más baja por saldo en octubre fue Scotiabank (23.46%); seguido de Citibanamex (24.67%) y BBVA (27.11 por ciento). A marzo del 2021, que es la información más reciente, la tasa de interés promedio ponderada por saldo para el sistema fue de 9.13%, al cierre del 2020 se ubicó en 9.56 por ciento (Juárez, 2022).

Palabras claves: interés, microcrédito y costo de financiamiento.

– *Tuiio, brazo de microfinanzas de Santander, avanza en su plan para tener presencia en todo el país*

En cinco años de operación, se encuentra en 18 estados, y ha colocado más de 7,000 millones de pesos en microcréditos en comunidades tradicionalmente desatendidas. Antes de la pandemia por Covid-19, Tuiio, el brazo de micro finanzas de Santander México, tenía el plan de tener presencia a nivel nacional, pero este se detuvo porque entonces se privilegió el apoyar a los clientes (principalmente mujeres) que se vieron afectados en sus pagos por el impacto económico que generó la contingencia sanitaria. Para el 2023, destaca, la prioridad es seguir con la atracción de clientes e incrementar la cobertura para lograr una mayor presencia, pero enfocados ya también en los créditos

con las palabras claves antes mencionadas y dando a entender que el crédito es obtenido de un banco y/o institución crediticia, con el objetivo de financiar un proyecto.

Sección Economía

- *Banco del Bienestar entregará microcréditos en los 20 municipios más afectados por la Covid-19*

El gobierno federal, vía el Banco del Bienestar junto con la Secretaría de Economía, entregará microcréditos productivos en los 20 municipios más afectados por la pandemia, con préstamos que van de los 20,000 hasta los 50,000 pesos, con una tasa interés de 10% a un plazo de 21 meses y con un periodo de gracia para el pago de tres meses. Se buscará la entrega de 10,000 créditos, con la posibilidad de extenderlo, de acuerdo a la demanda. En México hay más de cuatro millones de empresas, de las que 97% son microempresas con menos de 10 trabajadores. Esto habla de que el mayor número de empresarios que están dando empleo son esos microempresarios que están excluidos de créditos que les permitan crecer, fortalecerse y tener una posibilidad de evolución (El Economista, 2020).

Palabras claves: microcréditos, pandemia y empresas.

- *Gobierno acumula 1,012 millones de pesos colocados en microcréditos solidarios*

El Instituto Mexicano del Seguro Social indicó que estos créditos han sido colocados en su mayoría en empresas de 1 a 10 trabajadores. El gobierno federal ha colocado 40,496 créditos solidarios, de un monto de 25,000 pesos cada uno, que suman un total de 1,012 millones de pesos, a empresas que han recibido este préstamo que otorga el gobierno federal ante la contingencia causada por el Coronavirus (Covid-19). Por su parte, el titular de la Secretaría de Economía, indicó que el esquema de créditos de 25,000 pesos, que funcionará a partir del registro de empresas contabilizadas en el Censo del Bienestar, ya tiene un total de 577,916 solicitudes y la dispersión de los préstamos (Gutiérrez, 2020).

Palabras claves: créditos, empresas y contingencia.

- *Subejercicio del gasto público sumó 364,136 millones de pesos a octubre*

El subejercicio del gasto público, sumó 364,136 millones de pesos, de acuerdo con el reporte de Finanzas Públicas y Deuda Pública divulgado por la SHCP. La dependencia detalló que el mayor subejercicio se dio en el gasto programable, es decir, aquel que se destina a proveer bienes y servicios públicos a la población. En este rubro, el gasto quedó 246,977 millones de pesos por debajo de lo programado. En el caso del gasto no programable, el cual se destina al cumplimiento de obligaciones que tiene el gobierno como pagos pendientes, gastos relacionados con la deuda y los recursos que se transfieren a las entidades federativas, el subejercicio del periodo sumó 117,158 millones de pesos. En total, en los primeros 10 meses del año el gasto neto presupuestario fue por 4 billones 644,166 millones de pesos, lo que significó una reducción de 2.0%, en términos reales (Saldívar, 2020).

Palabras claves: gasto, obligaciones y subejercicio.

Análisis de contenido de la sección Economía

En la figura 2 se presenta el análisis de contenido de los artículos publicados en la sección Economía.

Figura 2.

Nube de palabras del macro entorno económico sección Economía.



Nota: Elaboración propia, haciendo uso del software MAXQDA.

En la sección Economía, para poder realizar la nube de palabras, se determinó la frecuencia de las 17 palabras más relacionadas de acuerdo a los análisis de los artículos. Como se puede observar, las palabras con mayor frecuencia son *crédito*, que esta mencionada en el 100% de los artículos; la palabra *bienestar* también en el 100% y la palabra *banco*, en el 67% de los artículos revisados. Coincidiendo con las palabras claves antes mencionadas y dando a entender que el crédito es obtenido del banco bienestar y/o institución crediticia con el fin de ser solidarios en el tema de COVID con los trabajadores.

5.1.2. Macro entorno político

En el macro entorno político se analiza 1 artículo de las secciones de Política y Geopolítica. A continuación, se realiza una breve síntesis de los aspectos más relevantes de dicho artículo.

Sección Política

- *Gobierno de San Luis Potosí ha otorgado 4,000 microcréditos para MiPYMES durante contingencia sanitaria: JM Carreras*

Con el propósito de apoyar a los sectores productivos afectados por la pandemia de Covid-19, el Gobernador del Estado, desarrolló un paquete de ocho programas emergentes de financiamiento y microcréditos, que hasta el momento ha entregado 4 mil financiamientos para proyectos productivos de la economía y MIPYMES que incluyen créditos para jefas de familia con tasas del cero por pago puntual. En rueda de prensa diaria virtual que realiza el Comité para la Seguridad en Salud, el titular del ejecutivo estatal, Juan Manuel Carreras López, informó que, en materia fiscal se ha beneficiado a 13 mil 130 contribuyentes en impuestos y derechos estatales, además, se apoyó a 11 municipios por casi 1 millón de pesos en condonación del Impuesto Sobre Erogaciones al Trabajo (nóminas) (Gobierno de San Luis Potosí, 2020).

Palabras claves: crédito, apoyar y personas.

Análisis de contenido de la sección Política

En la figura 3 se muestra el análisis de contenido del artículo publicado en la sección Política.

Figura 3.

Nube de palabras del macro entorno económico sección Política.



Nota: Elaboración propia, haciendo uso del software MAXQDA.

En la sección Política, para poder realizar la nube de palabras, se determinó la frecuencia de las 15 palabras más relativas de acuerdo a los análisis del artículo. Como se puede observar, las palabras con mayor frecuencia son *crédito*, que esta mencionada en el 100%; la palabra *personar* en un 100% y la palabra *apoyar* en el 100% de los artículos revisados. Coincidiendo con las palabras claves antes mencionadas y dando a entender que el crédito es otorgado a personas con el fin de apoyar durante la contingencia sanitaria como lo fue el COVID.

5.1.3. Macro entorno social

En el macro entorno social se analizan 8 artículos, de las secciones de Finanzas Personales, Capital Humano, El Empresario, Econohabítad y Empresas. A continuación, se realiza una breve síntesis de los aspectos más relevantes de dichos artículos.

Sección El Empresario

- *Fondeso entrega 4,856 créditos a emprendedores y MiPymes de la Ciudad de México*

Con el objetivo de impulsar el emprendimiento y el autoempleo, la Secretaría de Desarrollo Económico (Sedeco), por medio del Fondo para el Desarrollo Social (Fondeso) otorgó 4,856 microcréditos, por un monto total de 47 millones 858,000 pesos. El financiamiento corresponde a la segunda entrega de microcréditos que se entregarán durante el 2023, el objetivo es otorgar durante el año 500 millones de pesos. Además, el 65% de los financiamientos fueron dirigidos a mujeres emprendedoras y empresarias y durante marzo se han capacitado a más de 348,000 emprendedoras y empresarias, a quienes se les han brindado las herramientas necesarias para desarrollar y mejorar sus habilidades empresariales y aumentar las probabilidades de éxito de sus negocios (Meza, 2023).

Palabras claves: emprendimiento, microcréditos y emprendedoras.

- Insuficiente la política pública para apoyar a Mipymes: ASF

Una falta de diseño en la política pública para micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) ha generado que este tipo de negocio no termine de despegar, debido a que no se impulsa su productividad y competitividad. El informe de la ASF destacó que la productividad de las Mipymes entre 2005 y 2019 prácticamente no creció, solo se registró 0.2 puntos porcentuales, al pasar de -0.1% a 0.1%, es decir la productividad no registró cambios significativos. La ASF señaló que el crecimiento de las Mipymes se concentró en los sectores tradicionales de la economía, en donde se genera poco valor agregado. En materia de empleo, 40% del personal ocupado no es remunerado,

y se concentra en las microempresas, bajo la forma de autoempleos. Asimismo, dos de cada tres microempresas son informales (Meza, 2021).

Palabras claves: Mipymes, productividad y autoempleos.

– *Microcréditos familiares alcanzan la meta de 1 millón de apoyos para enfrentar el Covid-19*

El apoyo financiero a microempresas familiares ha identificado el millón de beneficiarios, el siguiente paso es la dispersión de los créditos. El programa de Apoyo financiero a microempresas familiares llegó a su meta, un millón de microcréditos a la palabra, de 25,000 pesos. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, al último trimestre del 2019, en el país el 98% de las empresas son micro, sólo 1.79 son consideradas pequeñas, 0.16% medianas y 0.01% son grandes. Se han dispersado 104,200 créditos, es decir se han entregado 2,605 millones de pesos. En cuanto a los créditos para los empresarios que han sido solidarios con los trabajadores y no han despedido ni reducido sueldos. Sin embargo, son 645,102 empresarios que pueden ser beneficiarios del apoyo económico (Meza, 2020).

Palabras claves: microempresas, microcréditos y empresarios.

– *Microcréditos para el Bienestar, sin reglas claras y con duplicidad de beneficios*

La Auditoría Superior de la Federación (ASF) señaló que los lineamientos de operación del programa de Microcréditos para el Bienestar, también conocido como Tandas para el Bienestar, fueron insuficientes para impulsar y fortalecer el emprendimiento durante el 2019. Además, se otorgaron créditos sólo a 22.2% de las personas con micro negocios, al otorgar 356,540 préstamos, lo que quiere decir que 77.8% de los microempresarios no accedieron a un apoyo otorgado por el programa. No se construyeron mecanismos para brindarle asesoría y financiamiento a los microempresarios en zonas vulnerables y tampoco se precisó un mecanismo que

facilitara la obtención de información y evaluación de los beneficios económicos y sociales de la asignación y aplicación de recursos (Meza, 2021).

Palabras claves: microcréditos, microempresarios y programas.

- *¿Pedirás un microcrédito para tu negocio? 4 cosas que debes tomar en cuenta para no agobiarte*

Para mantener el negocio, se suelen recurrir a opciones de financiamiento alternas a las tradicionales como los microcréditos que, aunque pueden ser útiles, pero para muchas empresas esto también es un reto por no tener suficiente historial o cumplir con los requisitos que solicitan las grandes instituciones, por lo que se buscan alternativas como microcréditos. En México, 32.2% de la población no tiene acceso a financiamiento formal y de acuerdo con la CONDUSEF, 33.7% de adultos recurre a opciones de crédito informal, que pueden ser hasta un 800% más costoso que las opciones formales. Lo mismo aplica para los microempresarios. Para solicitar un crédito, aunque sea micro, los especialistas recomiendan tomar en cuenta los siguientes estos elementos, analizar al prestamista, comparar los plazos, tasas y beneficios organizar tu capacidad de pago (López, 2023).

Palabras claves: financiamiento, microcréditos y microempresarios.

Análisis de contenido de la sección El Empresario

En la figura 4 se muestra el análisis de contenido de los artículos publicados en la sección El Empresario.

Figura 4.

Nube de palabras del macro entorno económico sección El Empresario.



Nota: Elaboración propia, haciendo uso del software MAXQDA.

En la sección El empresario, para poder realizar la nube de palabras, se determinó la frecuencia de las 17 palabras más relativas de acuerdo a los análisis de los artículos. Como se puede observar, las palabras con mayor frecuencia son *programar*, que está mencionada en el 80%; la palabra *crédito* en un 100% y la palabra *microcrédito* en el 100% de los artículos revisados. Coincidiendo con las palabras claves antes mencionadas y dando a entender que existen programas que otorgan créditos o microcréditos a empresas o microempresarios con el fin de apoyar a su negocio en su caso generar uno nuevo.

Sección Finanzas Personales

– Cómo utilizar los microcréditos para emprender

Negocios de venta de internet es una importante fuente de ingresos, de acuerdo con la Asociación de Emprendedores de México (ASEM), para 64% de los

emprendedores su negocio representa su principal fuente de ingresos, mientras que para 36% es un ingreso extra, a pesar de ello, la falta de acceso a financiamiento es la principal barrera para mantener o expandir su emprendimiento. Una opción para obtener financiamiento como persona física son los microcréditos, éstos son una herramienta financiera que permite a las personas acceder a pequeñas cantidades de dinero con el fin de impulsar el desarrollo de micro negocios o actividades productivas principalmente para aquellos que no cuentan con la facilidad de acceder al sistema financiero formal, de acuerdo con BBVA (Herrera, 2023).

Palabras claves: emprendedores, financiamiento y microcréditos.

– *Microcréditos en México ganan terreno*

La cartera total de créditos, donde se incluyen microcréditos, en Compartamos Banco creció 16.1% en 2022, alcanzado de esta manera un máximo histórico en la entidad financiera. El dinamismo de la cartera de crédito en el sector en el que Compartamos Banco se enfoca corresponde a dos características que enfrenta, en primer lugar, a que es un mercado muy grande, con un gran potencial y en segundo lugar a que existe un gran número de mexicanos sin acceso a servicios financieros de calidad. De acuerdo con la institución el monto promedio del saldo de crédito por cliente en 2022 ascendió a 15,825 pesos, por encima de 14,455 pesos en 2021. Los microcréditos son financiamientos entregados a personas físicas que asignarán esos recursos a financiar actividades de producción o comercialización de bienes o prestación de servicios (Torres, 2023).

Palabras claves: microcréditos, financiamiento y Compartamos Banco.

– *Microcréditos, herramientas para emprender este 2023*

En México se estima que 35% de los emprendimientos fracasa por falta de dinero, según datos de la Asociación de Emprendedores de México (ASEM). Los microcréditos son préstamos de cantidades pequeñas que se otorgan a personas físicas y van destinados al desarrollo de micro negocios, a la promoción de actividades productivas, artesanales, comerciales, de servicios, consumo, y en los que la fuente

principal de pago la constituyen los ingresos obtenidos por dichas actividades, de acuerdo con datos de Comisión Nacional para la Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef) y el Banco de México (Banxico). Los montos y plazos de los microcréditos individuales tienen como límite máximo el equivalente en moneda nacional a 30,000 Unidades de Inversión (Udis), es decir, unos 230,000 pesos y un plazo máximo de tres años, mientras que los microcréditos grupales se tratan cuando el crédito se otorga a un conjunto de individuos teniendo como límite máximo el monto equivalente en moneda nacional de 11,000 Udis por cada integrante del grupo y un plazo máximo de un año, según información de Banxico (Torres, 2023).

Palabras claves: microcréditos, plazo y préstamos.

Análisis de contenido de la sección Finanzas Personales

En la figura 5 se muestra el análisis de contenido de los artículos publicados en la sección Finanzas Personales.

Figura 5.

Nube de palabras del macro entorno económico sección Finanzas Personales.



Nota: Elaboración propia, haciendo uso del software MAXQDA.

En la sección Finanzas Personales, para poder realizar la nube de palabras, se determinó la frecuencia de las 17 palabras más relativas de acuerdo a los análisis de los artículos. Como se puede observar, las palabras con mayor frecuencia son *microcréditos*, que está mencionada en el 100%; la palabra *financiero* en un 100% y la palabra *obtener* en el 100% de los artículos revisados. Coincidiendo con las palabras claves antes mencionadas y dando a entender que los microcréditos obtenidos son para el financiamiento o el emprendimiento en México.

5.2. El Financiero

En la tabla 4 se presentan los 18 artículos que serán sujetos a análisis de contenido a través del software MAXQDA, del periódico El Financiero

Tabla 4.

Artículos de microcréditos, por macro entorno, de El Financiero.

Macro entorno	Sección	Artículos	Título de los artículos
Económico	Mundo Empresa	0	
	Mercado	0	
	Economía	15	– Programa ‘Microcréditos para el bienestar’ se quedó corto y solo alcanzó el 22.2% de su meta en 2019: ASF. – AMLO ‘presume’ mejora en perspectiva de S&P: fue por ‘prudencia fiscal’ de México. – ¿Crédito a la Palabra ayudó a negocios como dijo AMLP? No hay pruebas, señala la Auditoría. – ¿Y la reactivación? En 2022 desaparecerán los apoyos a las Pymes. – Sugieren reorientar 380 mil millones de pesos al PEF 2022. – Presupuesto 2022: Entre la austeridad y proyectos prioritarios de AMLO. – Economía dispondrá de 575 millones de pesos para ‘depender y negociar’ tratados internacionales. – ¿Cuánto bajarán las tasas de interés en créditos hipotecarios, personales y de tarjetas de crédito? – El lado oscuro de las microfinanzas: Deudas, desesperación y hasta suicidio. – Crédito a la Palabra 2021: inicia recepción de solicitudes para apoyos de 25 mil pesos. – Reestructura la banca créditos por 334 mil millones de pesos. – Avala IP plan de gobierno para reactivar la economía. – Reconoce IP apoyos en CDMX, pero los ven insuficientes. – Bancos en México reestructuran créditos de 782,000 personas por Covid 19. – Sector agroalimentario, el único que se mantuvo en pie durante ‘tormenta’ pandémica.
Social	Mis Finanzas	3	– Microcrédito a mujeres: ¿cómo funcionarán los préstamos de Google y la Secretaría de Economía? – ¿Tienes una queja contra un servicio fintech? La Condusef te dice cómo hacerlo en línea. – ¿Tu startup está en apuros? Evita que muera con estos consejos.
Tecnológico	Empresas	1	– Así es como la Inteligencia Artificial puede ‘abaratar’ los microcréditos.
	Factor Fintec	0	
	Tech	0	
	Bloomberg	0	

Nota: Datos obtenidos del periódico El Financiero (2021-2023).

De igual manera, en atención a la información antes expuesta, se presenta una breve síntesis de cada artículo analizado, por macro entorno y sección, así como la determinación de las palabras clave.

5.2.1. Macro entorno económico

En el macro entorno económico se analizan 15 artículos, de la sección Economía. A continuación, se realiza una breve síntesis de los aspectos más relevantes de dichos artículos.

Sección Economía

- *¿Crédito a la Palabra ayudó a negocios como dijo AMLO? No hay pruebas, señala la Auditoría*

La Secretaría de Economía no ha podido probar que sus programas de microcréditos funcionaron como salvavidas para pequeños negocios durante la tormenta desatada por el COVID-19. En su más reciente informe, la Auditoría Superior de la Federación (ASF) puso en duda la efectividad de los programas Tandas para el Bienestar y Crédito a la Palabra durante el ejercicio de la Cuenta Pública 2020. La Auditoría señaló, sin embargo, que el programa no cuenta con los mecanismos para determinar qué tanto o si realmente ayudó en la consolidación de negocios ni para medir en qué medida logró mitigar los efectos de COVID-19 sobre la actividad económica. La Auditoría señaló faltas similares para el programa de Créditos a la Palabra, lanzado en abril de 2020 para ayudar a pequeños negocios a navegar las dificultades económicas de la pandemia con microcréditos de 25 mil pesos. La Auditoría también advirtió que Economía no estableció mecanismos para identificar reembolsos por parte de los beneficiarios del programa, además de la prevalencia de deficiencias y falta de documentos en los registros del padrón de beneficiarios (Cantú, 2022).

Palabras claves: microcréditos, programas y Covid 19.

- *AMLO ‘presume’ mejora en perspectiva de S&P: fue por ‘prudencia fiscal’ de México*

No a los préstamos El presidente López Obrador fue un arduo defensor de la decisión del Gobierno de México de no pedir préstamos a organismos internacionales o aumentar las líneas de crédito para hacer frente a la crisis económica provocada por la pandemia de COVID. Su apuesta para sortear la crisis fue fortalecer programas de ayudas sociales, como Tandas para el Bienestar y Crédito a la Palabra, que fueron operados por la Secretaría de Economía. La Auditoría señaló, sin embargo, que el programa no tuvo los mecanismos para determinar qué tanto o si realmente ayudó en la consolidación de negocios ni para medir en qué medida logró mitigar los efectos de COVID-19 sobre la actividad económica (El Financiero, 2022).

Palabras claves: préstamos, Covid y crédito.

- *Avala IP plan del gobierno para reactivar la economía*

La Secretaria de Economía anunció que se entregarán 60 mil créditos de 25 mil pesos a miles de negocios familiares afectados por la pandemia, lo que fue bien visto por el sector privado. Los últimos bloqueos y cierres ante el incremento de casos de COVID-19 provocó que miles de negocios familiares sufrieran afectaciones en sus operaciones. El presupuesto destinado para este programa de apoyo será de mil 600 millones de pesos. De manera particular, 20 mil créditos se entregarán a negocios que tengan una mujer al mando, 20 mil más se destinarán para negocios que no hayan despedido a personal durante la pandemia y finalmente, 20 mil se otorgarán a microempresarios que no lograron alcanzar un crédito en la primera ronda del programa 'crédito a la palabra' (Hernández y Usla, 2021).

Palabras claves: créditos, pandemia y microempresarios.

- *Bancos en México reestructuran créditos de 782,000 personas por COVID-19*

La banca en México ha reestructurado los créditos de 782 mil de sus clientes, quienes debido a la pandemia de COVID-19 no pudieron pagar sus deudas a tiempo por lo que se les dio mayor plazo y menos tasas para que pudieran saldar sus financiamientos. De estas

reestructuras, aproximadamente la mitad, con 48 por ciento, es la reestructura de grandes empresas y donde hay 8 mil 500 clientes; el 58 por ciento aproximadamente son microcréditos, crédito al consumo, tarjetas de crédito, crédito hipotecario y Pymes. Las grandes empresas pidieron reestructurar un total de 8 mil 548 créditos equivalente a mil 498 empresas por una cantidad de 50 mil 287 millones de pesos. En lo que respecta a las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), se han reestructurado 21 mil 253 créditos a 19 mil 917 negocios mexicanos, por un monto de 23 mil 954 millones de pesos. En el caso de los microcréditos, detalló que son un total de 377 mil 233 financiamientos los que han sido reestructurados a 311 mil 675 clientes, por un monto de 5 mil 615 millones de pesos (Leiva, 2020).

Palabras claves: créditos, reestructuras y Pymes.

– *Crédito a la Palabra 2021: Inicia recepción de solicitudes para apoyos de 25 mil pesos*

La Secretaría de Economía, a través de la Unidad de Desarrollo Productivo, comenzó a recibir solicitudes para el Programa de Apoyo Financiero para Microempresas Familiares (Crédito a la Palabra). La dependencia apuntó que se prevé otorgar 60 mil apoyos de 25 mil pesos, lo que representa un desembolso gubernamental de mil 600 millones de pesos. Estos apoyos únicamente se aprobarán para los que cumplan con los siguientes perfiles: 20 mil apoyos se darán a microempresas cumplidas que no hayan despedido personal durante la pandemia, otros 20 mil apoyos se brindarán a mujeres solidarias, es decir, mujeres que se encuentren al mando de un negocio y, finalmente, otros 20 mil apoyos se otorgarán a microempresas familiares del Censo del Bienestar que estén pendientes desde 2020 (Usla, 2021).

Palabras claves: microempresas, apoyo y pandemia.

– *¿Cuánto bajarán las tasas de interés en créditos hipotecarios, personales y de tarjetas de crédito?*

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y la Asociación de Bancos de México (ABM) anunciaron una serie de medidas para créditos nuevos, con el fin de ayudar a las empresas y familias en la recuperación económica tras el paso de la

pandemia. La autoridad y la banca anunciaron en el contexto de la 84 Convención Bancaria nuevos ponderadores para el cálculo de requerimientos de capital para créditos nuevos, a fin de que se traduzcan en un menor costo de financiamiento en créditos al consumo, nómina, personal, microcréditos, tarjeta de crédito. Para créditos personales se esperaba que las tasas cayeran entre el 12 y el 15 por ciento, mientras que para créditos a través de tarjeta de crédito podrían caer hasta en 30 por ciento. Después de revisar bases de datos del sistema bancario y financiero, hallaron que las mujeres tienen menos posibilidad de caer en default que los hombres y cuando entran en un periodo de incumplimiento se ponen al día más rápido (Leyva, 2021).

Palabras claves: créditos, financiamiento y pandemia.

- *Economía dispondrá de 575 millones de pesos para ‘defender y negociar’ tratados internacionales*

La Secretaría de Economía tendrá a su disposición 575 millones de pesos para negociar, administrar y defender asuntos relacionados con los tratados y acuerdos internacionales de comercio e inversión, revelaron los ‘Pre-Criterios’ 2022 publicados por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). Este rubro presupuestal sustituyó al programa para el desarrollo de la industria de software (PROSOFT) y la innovación, al programa para la productividad y competitividad industrial y a los microcréditos para el Bienestar. El programa de microcréditos pasará a ser responsabilidad de la Secretaría del Bienestar, aunque con un menor presupuesto, ya que en 2020 se le asignaron 2 mil 500 millones de pesos, mientras que en 2021 solo dispondrán de mil 500 millones de pesos (Usla, 2021).

Palabras claves: microcréditos, programa y competitividad.

- *El lado oscuro de las microfinancieras: Deudas, desesperación y hasta suicidio*

Las agencias gubernamentales de cooperación para el desarrollo, la banca comercial, organizaciones sin fines de lucro y empresas de inversión con conciencia social están invirtiendo montos récord en una diversidad de prestamistas. La inyección de capital ha

continuado a pesar de tasas de interés anualizadas que pueden superar el 100 por ciento y las tácticas agresivas de cobro que han dejado a algunos deudores sin hogar. A medida que los financieros han reemplazado a los filántropos en la industria del micro financiamiento, la protección del consumidor se ha debilitado. Los bancos de desarrollo financiados por contribuyentes, que podrían solucionar el problema, canalizan en cambio cientos de millones de dólares destinados a mitigar la pobreza hacia micro financieras abusivas. El préstamo promedio otorgado por las micro financieras se ha septuplicado en la última década hasta 4 mil 200 dólares, casi tres veces el ingreso familiar promedio del país. Las mujeres allí son presionadas a vender sus casas para pagar los préstamos, según grupos de derechos humanos y académicos (Rajal, 2022).

Palabras claves: inversión, micro financieras y préstamo.

- *Presupuesto 2022: Entre la austeridad y proyectos prioritarios de AMLO*

El paquete económico 2022 contará con presupuesto para proyectos prioritarios del presidente. (Cuartoscuro). El Gobierno mexicano presentará su presupuesto para 2022, que se prevé marcado por la austeridad y las prioridades del presidente. Además, será el primer presupuesto del sexenio del nuevo secretario de Hacienda, y entregado a una Cámara de Diputados en la que los aliados de López Obrador perdieron la mayoría calificada de dos tercios, pese a conservar la mayoría absoluta tras la elección intermedia. El documento contiene los criterios de política económica, la iniciativa de ley de ingresos y el proyecto de presupuesto para el año próximo el cual sucede al paquete económico de 2021, considerado el más austero del siglo XXI, por representar apenas el 25.3 por ciento del producto interior bruto (PIB), y que fue auspiciado entonces por el anterior secretario de Hacienda, Arturo Herrera. La Secretaría de Hacienda, que actualizará sus pronósticos al entregar el paquete económico, ha previsto por ahora un crecimiento del PIB mayor al 6 por ciento para 2021 y un incremento de 3.6 por ciento para 2022, tras la contracción histórica de 8.2 por ciento del año pasado (El Financiero, 2021).

Palabras claves: presupuesto, Secretaría de Hacienda y prioridad.

- *Programa 'Microcréditos para el bienestar' se quedó corto y solo alcanzó el 22.2% de su meta en 2019: ASF*

Los microcréditos para el bienestar consisten en prestar al beneficiario 6 mil pesos durante el primer año, si el crédito era pagado en tiempo y forma, el emprendedor podía acceder a otro préstamo adicional por 10 mil pesos, en el siguiente ciclo la cantidad a financiar sería de 15 mil pesos y el tope máximo se ubicaría en 20 mil pesos. El programa prioritario del presidente Andrés Manuel López Obrador, 'Microcréditos para el bienestar', presentó varias irregularidades durante su primer año de ejecución, entre las que destacaron metas imprecisas, duplicidades con otros programas sociales, incumplimiento de objetivos y falta de capacitación para emprendedores. El reporte sentenció que faltaron mecanismos de seguimiento y supervisión para garantizar que se cumplieran los objetivos del programa, así como verificar que los subsidios se destinen a la actividad productiva que señalaron en su solicitud los microempresarios beneficiarios (Usla, 2021).

Palabras claves: microcréditos, emprendedor y programa.

- *Reconoce IP apoyos en CDMX, pero los ve insuficientes*

La Coparmex estimó necesario un presupuesto de 3 mil 200 millones de pesos para ayudar a los negocios debido al semáforo rojo, pero los beneficios anunciados por las autoridades capitalinas suman solo 834 mdp. El gobierno de la CDMX anunció apoyos por 500 millones de pesos para microcréditos, 220 millones a empleados de restaurantes, 89 millones para becas y uniformes escolares y 20.5 millones de condonación por Impuesto sobre Nómina, que sumarían unos 830 millones de pesos. Los apoyos por 10 mil pesos por empresa formal o informal y el apoyo único emergente de 2 mil 200 pesos para apoyar a 100 mil trabajadores. Los empresarios requieren más apoyos para pago de salarios, financiamiento a fondo perdido y prórrogas para el pago de servicios como la electricidad y la renta, coincidieron dirigentes de organizaciones del comercio en pequeño (Hernández, 2020).

Palabras claves: presupuesto, microcréditos y apoyo.

– *Reestructura la banca créditos por 334 mil millones de pesos*

El monto de los créditos reestructurados por la banca se triplicó en los últimos meses, al pasar de 110 mil millones de pesos a finales de octubre a 334 mil millones al cierre de diciembre, informó la Asociación de Bancos de México (ABM). Para el sector, la morosidad aumentó ligeramente a 2.46 por ciento en noviembre de 2020, desde 2.28 por ciento en igual mes de 2019, pero se mantiene en niveles bajos y la mejoría en las perspectivas de crecimiento económico para este año se reflejará en la calidad de la cartera crediticia. Además, no se descarta que aumente el incumplimiento de pagos en algunos segmentos que son afectados por la pandemia. Del monto reestructurado al cierre de diciembre, de 334 mil millones de pesos, los bancos estiman que hay un 6 por ciento de sus clientes que están ya en morosidad al no haberse acogido a ningún programa de ayuda hasta ahora, mientras que el 78 por ciento ya está al corriente de sus pagos y un 15 por ciento optó por la reestructura. Por monto, son las grandes empresas las que acaparan las reestructuras, con el 47 por ciento correspondiente a 157 mil 209 millones de pesos, de 2 mil 84 grandes empresas, pero el mayor número de clientes están en el crédito al consumo y microcréditos, que sumaron 755 mil 536 clientes, es decir el 66.7 por ciento de las reestructuras (Leyva, 2021).

Palabras claves: créditos, morosidad y reestructura.

– *Sector agroalimentario, el único que se mantuvo en pie durante 'tormenta' pandémica*

La pandemia del COVID-19 azotó la actividad económica del país en 2020. A pesar de ello, el sector primario de la economía el único que se mantuvo en pie, ya que entre enero y septiembre creció 0.8 por ciento a tasa anual, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). La industria alimentaria fue catalogada como esencial por las autoridades mexicanas durante la contingencia sanitaria, por lo que el campo mexicano no se detuvo. Según estimaciones de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) se espera que al cierre del año haya un superávit en la balanza comercial agropecuaria superior a los 10 mil millones de dólares, lo que significa que México exporta al mundo más alimentos de los que compra. A pesar de que la Secretaría de Economía brindó más de 1 millón de microcréditos para apoyar a los pequeños negocios

afectados por la pandemia, el especialista del Fundef consideró que el apoyo gubernamental a las Pymes ha sido insuficiente (Usla, 2020).

Palabras claves: pandemia, microcréditos, apoyo gubernamental

– *Sugieren reorientar 380 mil millones de pesos al PEF 2022*

Los Grupos Parlamentarios de Alianza Va por México, el PRI, PAN y PRD, proponen en su Presupuesto de Egresos Alternativo 2022 reorientar 380 mil millones de pesos del gasto planteado en el proyecto del Ejecutivo. El PEF Alternativo 2022 sugiere restar un 50 por ciento a las obras ‘faraónicas’: Dos Bocas, Tren Maya y el Aeropuerto Felipe Ángeles, porque se han encarecido en más del doble. De un presupuesto contemplado de 110 mil 635 millones de pesos en el Paquete Económico, se propone reducirlo a 49 mil 817.5 mil millones de pesos. Dichos recursos, añaden los legisladores, se pueden reasignar en distintos rubros, en gasto para refugios para las mujeres violentadas con 579 millones y en estancias infantiles 3 mil millones de pesos para que las mujeres puedan seguir trabajando. Por ello el PEF Alternativo 2022 plantea una partida para carreteras de municipios de 27 mil millones de pesos; para el Fortaseg, 10 mil millones, para el Fondo Metropolitano 6 mil 978; para el Fondo de capitalidad 2 mil 500 millones, al Fonregion 3 mil millones y entre el Fonden y Fondo de Prevención de Desastres 14 mil millones de pesos (Chávez y Gazcón, 2021).

Palabras claves: presupuesto, Presupuesto de Egresos Alternativo (PEF) y fondo.

– *¿Y la reactivación? En 2022 desaparecerán los apoyos a las Pymes*

El FMI reveló que México fue uno de los países del G20 con menores apoyos a las empresas por la pandemia, con 1.9 por ciento del PIB en 2020. El Presupuesto de Egresos de 2022 eliminó por completo los apoyos para las pequeñas y medianas empresas (Pymes), a pesar de que todavía estaban considerados en los Criterios Generales de Política Económica, donde se indicaba que pasarían a la secretaria del Bienestar. El programa de microcréditos para el bienestar prestaba hasta 51 mil pesos, existía antes de la pandemia y en 2020 tenía un presupuesto de 2 mil 451 millones de pesos, para 2021 se aprobaron mil 500 millones y en 2022 no existirá. El programa de apoyo financiero a

empresa en un 60% y la palabra *microcréditos* en el 90% de los artículos revisados. Coincidiendo con las palabras claves antes mencionadas y dando a entender que los microcréditos o los créditos en México son utilizados para reestructurar Pymes, que principalmente son para poder hacer frente a la pandemia.

5.2.2. Macro entorno social

En el macro entorno social se analizan 4 artículos de la sección Empresas. A continuación, se procede a realizar una breve síntesis de los aspectos más relevantes de dichos artículos.

Sección Empresas

– Así es como la Inteligencia Artificial puede ‘abaratar’ los microcréditos

Gracias a la tecnología del big data y del machine learning, un derivado de la Inteligencia Artificial que permite predecir comportamientos futuros, la empresa de microcréditos Con Lana pudo bajar el Costo Anual Total (CAT) para pedir un préstamo rápido, a niveles incluso como Banco Azteca. Esta firma, que nació a inicios de 2016 y empezó su negocio de 'préstamos chiquitos' solicitando como único requisito un perfil de Facebook, ha duplicado el nivel de créditos, al pasar de 5 mil a 10 mil pesos a un plazo de hasta 6 meses. Gracias a esta tecnología, dijo, es posible reducir los intereses en niveles no muy lejanos a los del banco de Grupo Salinas. Sacal estimó que estos créditos a mayor plazo y monto son sostenibles, porque la misma tecnología ha permitido ver tanto el comportamiento de los clientes como del mercado para abrir nuevas oportunidades de negocio (Castañares, 2018).

Palabras claves: microcréditos, tecnología y préstamos.

Análisis de contenido de la sección Empresas

En la figura 7 se muestra el análisis de contenido del artículo publicado en la sección Empresas.

Figura 7.

Nube de palabras del macro entorno económico sección Empresas.



Nota: Elaboración propia, haciendo uso del software MAXQDA.

En la sección Empresa, para realizar la nube de palabras, se determinó la frecuencia de las 7 palabras más relativas de acuerdo a los análisis en el artículo. Como se puede observar, las palabras con mayor frecuencia son *crédito*, que está mencionada en el 100%; la palabra *tecnología* en el 100% y la palabra *microcréditos* en el 100% de los artículos revisados. Coincidiendo con las palabras claves antes mencionadas y dando a entender que los bancos pueden utilizar la tecnología para mejorar sus créditos o microcréditos, ya sea en plazo o en el costo anual total.

Sección Mis Finanzas

- *Microcréditos a mujeres: ¿Cómo funcionarán los préstamos de Google y la Secretaría de Economía?*

Pro Mujer otorgará microcréditos a 6 mil mujeres, además de cursos sobre educación financiera a 2 mil más. (Cuartoscuro). ‘Mujeres, fuerza del sureste’ es un programa que pondrá en marcha la Secretaría de Economía, Google y Pro Mujer. Este tiene el objetivo

de apoyar a 8 mil personas de la región sureste con microcréditos y capacitación en temas de emprendimiento. Google otorgará al programa 100 millones de pesos. Con esta acción se trabaja en el objetivo de fortalecer y reactivar una economía incluyente y social en el sureste del país, en los estados de Chiapas, Oaxaca, Tabasco, Campeche y Yucatán. En tanto, Pro Mujer otorgará microcréditos a 6 mil mujeres, además de cursos sobre educación financiera a 2 mil más. Se prevé que por lo menos el 50 por ciento de las féminas serán indígenas. Las capacitaciones tendrán tres etapas: comienzo, mejora y fortalecimiento de la empresa o negocio. La plataforma de crédito estará disponible a partir del 28 de febrero en Yucatán y Tabasco y a partir del 31 de marzo para Oaxaca, Chiapas y Campeche (El Financiero, 2023).

Palabras claves: microcréditos, apoyo y educación financiera.

– *¿Tienes una queja contra un servicio Fintech? La Condusef te dice cómo hacerlo en línea*

El sector Fintech, integrado por las empresas que usan la tecnología o plataformas digitales (computación en la nube, blockchain, big data, inteligencia artificial, redes sociales) para brindar servicios financieros ha cobrado relevancia en México. Estas instituciones prestan servicios financieros a consumidores y empresas de una forma innovadora y bajo nuevos modelos de negocio, servicios como préstamos, microcréditos, pagos y transferencias, wallets; soluciones de pago en línea para el comercio electrónico, finanzas personales, financiamiento de capital y crowdfunding, etcétera. El término o la palabra ‘Fintech’ abarca no solamente a las Instituciones de Tecnología Financiera (ITF) que son reguladas por la ley, también se refiere en general a cualquier innovación tecnológica aplicada al campo de las finanzas que pueda traer como resultado nuevos esquemas de negocio emergentes o startups como aplicaciones de asesoría financiera, de gestión empresarial, calificadoras y comparadoras de productos financieros, etcétera (El Financiero, 2022).

Palabras claves: plataformas digitales, servicios y Fintech.

– *¿Tu startup está en apuros? Evita que muera con estos consejos*

Para que un producto o servicio tenga éxito, el primer objetivo debe ser entender la necesidad del mercado y diseñar una solución que la satisfaga. Para ello se requiere crear un producto viable

mínimo (MVP) con las características necesarias y probarlo en el mercado hasta que, a través de métricas, se tenga certeza de que se ha logrado entender a los usuarios y se pueda comenzar una ruta de expansión. El Instituto del Fracaso afirmó que la razón por la que cerca de 36 por ciento de las startups mexicanos fracasan, es por no tener un modelo de negocio estable y porque buscan vender productos que el mercado no necesita. Es importante señalar que los proyectos se fortalecen cuando los emprendedores realizan un seguimiento oportuno del desempeño de sus negocios, a través del análisis de indicadores, planeación de objetivos y mejora de los procesos (Zepeda, 2019).

Palabra claves: producto, necesidades y proyectos.

Análisis de contenido de la sección Mis Finanzas

En la figura 8 se puede observar el análisis de contenido de los artículos publicados en la sección Mis Finanzas.

Figura 8.

Nube de palabras del macro entorno económico sección Mis Finanzas.



Nota: Elaboración propia, haciendo uso del software MAXQDA.

En la sección Mis Finanzas, para realizar la nube de palabras, se determinó la frecuencia de las 100 palabras más relativas de acuerdo a los análisis de los artículos. Como se puede observar, las palabras con mayor frecuencia son *mujer*, que está mencionada en el 33%; la palabra *financiero* en el 66% y la palabra *mercar* en el 67% de los artículos revisados. Coincidiendo con las palabras claves antes mencionadas y dando a entender que los microcréditos o los créditos otorgados a las mujeres son utilizados para temas financieros o en la capacitación, mejora de tecnología y satisfacen las necesidades del mercado.

5.3 Análisis comparativo

En la tabla 5 se puede observar un cuadro comparativo de los artículos analizados entre los periódicos El Economista y El Financiero.

Tabla 5.

Cuadro comparativo

Macro entorno	Número de artículos encontrados	
	El Economista	El Financiero
Economico	18	15
Social	8	4
Politico	1	0
Tecnologico	0	0

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de los periódicos El Economista y El Financiero (2018-2023).

Con este cuadro comparativo se indica que en ambos periódicos existe una mayor tendencia en el macro entorno económico en el tema de microcréditos; mientras que en el análisis de contenido que se realizó al macro entorno mencionado, se obtuvieron las siguientes palabras con mayor frecuencia: crédito y financiamiento, por lo que se puede afirmar que ambos periódicos tienen una tendencia similar.

Mientras que el segundo entorno con más frecuencia es el social, en este entorno se encontró mayor información en el periódico El Economista, pero de acuerdo al análisis de contenido realizado, se obtuvieron las siguientes palabras con mayor frecuencia: microcréditos y programar, por lo que se puede confirmar que ambos periódicos van en la misma tendencia.

Por último, en los macro entornos político y tecnológico se obtuvo poca o nula información, en conclusión, se puede decir que en los dos periódicos van en una tendencia parecida a la hora de hablar sobre los microcréditos.

CONCLUSIONES

Esta investigación evidenció, a partir del análisis de contenido de los artículos publicados en los periódicos *El Economista* y *El Financiero* entre julio de 2018 y julio de 2023, que la cobertura mediática sobre microcréditos se concentra predominantemente en los macro entornos económico y social, siendo el entorno económico el más recurrente en ambos medios. Este hallazgo da cumplimiento al objetivo de investigación centrado en identificar las tendencias del entorno financiero en México, a partir del contenido publicado en medios escritos, como insumo para la toma de decisiones.

Respecto a la pregunta de investigación: *¿Cuál es el entorno de los microcréditos en México, a partir de las noticias publicadas en medios de comunicación escritas, durante el periodo 2018 – 2023?*, se concluye que los macro entornos económico y social destacan como los más representativos. En particular, las secciones *Sector Financiero* y *Economía* en *El Economista*, así como *Economía* y *Mis Finanzas* en *El Financiero*, concentran el mayor número de artículos sobre el tema.

A través del análisis de contenido asistido por el software MAXQDA, fue posible identificar las palabras clave con mayor frecuencia, tales como: crédito, microcrédito, financiero, programa y empresa, reflejando una narrativa enfocada en el uso de microcréditos como herramienta de financiamiento, especialmente para micro y pequeñas empresas, en respuesta a necesidades económicas o emergencias sociales como la pandemia por Covid-19.

El uso de nubes de palabras permitió identificar patrones lingüísticos comunes en los artículos, mostrando que los términos más frecuentes están asociados al acceso al financiamiento, instituciones bancarias, programas gubernamentales y el apoyo al emprendimiento. Este tipo de análisis posibilita una interpretación más profunda sobre el enfoque que los medios de comunicación imprimen al tema de los microcréditos.

Se identificó también que los microcréditos en México son percibidos como instrumentos de apoyo para enfrentar contingencias, mejorar condiciones económicas y promover la inclusión financiera. Tanto *El Economista* como *El Financiero* coinciden en destacar los microcréditos como una solución orientada principalmente a las PYMES, mujeres emprendedoras y sectores vulnerables, a través de programas públicos y privados.

En relación con la hipótesis de investigación, se valida que los microcréditos en México tienen mayor presencia en los macro entornos económico y social, y menor en los entornos político y tecnológico, lo cual fue confirmado por la distribución temática de los artículos analizados en ambos periódicos.

Finalmente, en lo relativo a la toma de decisiones, el análisis permitió concluir que los individuos recurren a los microcréditos por ser accesibles, flexibles y una alternativa eficaz frente a las limitaciones del crédito tradicional. Este comportamiento se ve influenciado por factores tanto internos (necesidades personales o empresariales) como externos (crisis económicas, políticas públicas, contingencias sanitarias), lo que refuerza la importancia de los microcréditos como instrumento clave en el entorno financiero actual de México

REFERENCIAS

- AFP (2020). Denuncia contra Muhammad Yanus. Obtenido de:
<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Denuncia-contr-Muhammad-Yanus-20200206-0087.html>
- Aigeneren, M. (2017). Análisis de contenido: una introducción. Centro de Estudios de Opinión, Colombiana. Recuperado de:
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/1550/1207>.
- Amador, C. (2018). Opciones estratégicas a partir del análisis de recursos y capacidades: una herramienta gerencial. Tesis de Maestría. Universidad Tecnológica de Bolívar. Colombia.
- Arias Gómez, J., Villasís Kever, M. A. y Miranda Novales, M. A. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. Revista Alergia México, vol. 63, núm. 2. pp. 201-206. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Aristizábal, R. (2017). El microcrédito como alternativa de crecimiento en la economía colombiana. Revista de Ciencias Estratégicas, 15(17), 39-57. Recuperado de <https://bit.ly/2Vspg4b>
- Arroyo Valenciano, J. A. (2021). Las variables como elemento sustancial en el método científico. Redalyc. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/journal/440/44068165026/>
- Arteaga, G. (2022). ¿Qué es el análisis de contenido? Recuperado de:
<https://www.testsiteforme.com/que-es-el-analisis-de-contenido/>
- Baena, E., Sánchez, J.J. y Montoya, O. (2003). El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas. Scietia et Technica, IX(23), pp. 61-66.
- Banco Santander, S. (22 de 06 de 2022). Macroentorno: los factores externos que condicionan a las empresas. Recuperado de <https://www.viki.com/tv/35439c-at-a-distance-spring-is-greenhttps://www.becas-santander.com/es/blog/macroentorno.html>
- BBVA. (16 de 08 de 2023). ¿Qué son los microcréditos y cómo ayudan a fomentar el emprendimiento? Recuperado de: <https://www.bbva.es/finanzas-vistazo/economia-y-valores/que-son-los-microcreditos-y-como-ayudan-a-fomentar-el-emprendimiento.html>

- Beck, T. y Odan, P. (2020). Finance for all? Recuperado de <https://revistas.usb.edu.co/index.php/GuillermoOckham/article/view/2264>
- Bermejo Begoña, F., (2005). Análisis de datos en un proyecto de investigación. *Matronas Profesión*; 6(3): 30-36. Recuperado de: https://recursos.salonesvirtuales.com/assets/bloques/Bego%C3%B1a_Bermejo.pdf
- Bermúdez, D. (2018). El Economista. ¿La abundancia de información digital genera desinformación? Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/tecnologia/La-abundancia-de-informacion-digital-genera-desinformacion-20180401-0005.html>
- Brandreport (2022). 16 marcas gigantescas que desaparecieron del mercado. Recuperado de: <https://brandreportblog.com/16-marcas-gigantescas-que-desaparecieron-del-mercado/>
- Cantú, C. (2022). ¿Crédito a la Palabra ayudó a negocios como dijo AMLO? No hay pruebas, señala la Auditoría. Obtenido de: https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2022/02/21/creditos-a-la-palabra-ayudo-a-negocios-como-dijo-amlo-no-hay-pruebas-senala-la-auditoria/#google_vignette
- Capital Bolsa (2022). La importancia del análisis del entorno para las empresas. Recuperado de: <https://www.bolsamania.com/capitalbolsa/noticias/empresas/la-importancia-del-analisis-del-entorno-para-las-empresas--11173282.html>
- Castañares, I. (2018). Así es como la Inteligencia Artificial puede ‘abaratarse’ los microcréditos. Obtenido de: <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/asi-es-como-la-inteligencia-artificial-puede-abaratar-los-microcreditos/>
- Catalunya, U. O. (26 de 04 de 2021). análisis, interno, externo. Recuperado de a : http://cv.uoc.edu/UOC/a/moduls/90/90_331/web/main/m1/v1_3_1d.html
- Chávez, V. y Gazcón, F. (2021). Sugieren reorientar 380 mil millones de pesos al PEF 2022. Obtenido de: <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2021/11/09/sugieren-reorientar-380-mil-millones-de-pesos-al-pef-2022/>
- Climent-Calatayud, A. (2016). Análisis del Macroentorno y Microentorno del sector agroalimentario, y modelización de sus indicadores económicos más destacados. (Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de Valencia). Recuperado de <https://riunet.upv.es/handle/10251/74035#:~:text=Climent%20Calatayud%2C%20A.%20%282016%29.%20An%C3%A1lisis%20del%20Macroentorno%20y,identificado%20para%20citar%20o%20enlazar%20este%20%C3%ADtem%3A%20http%3A%2F%2Fhdl.handle.net%2F10251%2F74035>
- Columbia (2023). Análisis de contenido. Recuperado de: Método de análisis de contenido y ejemplos | Salud Pública de Columbia

- Cuen, D. (2014). El principio del fin de Segá. BBC News. Recuperado de:
https://www.bbc.com/mundo/blogs/2014/09/140910_blog_un_mundo_feliz_fin_segá
 de: <https://www.questionpro.com/blog/es/nubes-de-palabras/>.
- Diario Ejecutivo (11 de Septiembre de 2022) Prestamos a el Financiero o al banco
 Recuperado de:
<https://web.archive.org/web/20220720191515/https://almomento.mx/diario-ejecutivo-prestamos-a-el-financiero-o-a-banco/>
- El Economista (2015). Cartones. Recuperado de
<https://www.eleconomista.com.mx/seccion/cartones>
- El Economista (2015). Estados. Recuperado de
<https://www.eleconomista.com.mx/seccion/estados>
- El Economista (2015). Finanzas Personales. Recuperado de
<https://www.eleconomista.com.mx/seccion/finanzaspersonales>
- El Economista (2015). Internacionales. Recuperado de
<https://www.eleconomista.com.mx/seccion/internacionales>
- El Economista (2015). Opinión. Recuperado de
<https://www.eleconomista.com.mx/seccion/opinion>
- El Economista (2015). Política. Recuperado de
<https://www.eleconomista.com.mx/seccion/politica>
- El Economista (2015). Quienes somos. Recuperado de
<https://www.eleconomista.com.mx/pages/directorio>
- El Economista (2017). La historia en la era de El Economista. Recuperado de
<https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/La-historia-en-la-era-de-El-Economista-20171016-0111.html>
- El Economista (2020). Banco del Bienestar entregará microcréditos en los 20 municipios más afectados por la Covid-19. Recuperado de:
<https://www.eleconomista.com.mx/economia/Banco-del-Bienestar-entregara-microcreditos-en-los-20-municipios-mas-afectados-por-la-Covid-19-20200929-0124.html>
- El Economista (2020). En tres días suman casi 60,000 solicitudes de microcréditos para empresas solidarias. Obtenido de:
<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/En-tres-dias-suman-casi-60000-solicitudes-de-microcreditos-para-empresas-solidarias-20200426-0103.html>
- El Economista, (2015). Empresas. Recuperado de
<https://www.eleconomista.com.mx/seccion/empresas>

- El Economista, (2015). Mercados. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/seccion/mercados>
- El Economista, (2015). Alianza Educativa. Recuperado de <https://alianzaeducativa.mx/>
- El Economista, (2015). Artes e Ideas. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/seccion/arteseideas>
- El Economista, (2015). Autos. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/seccion/autos>
- El Economista, (2015). Capital Humano. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/capital-humano>
- El Economista, (2015). Deportes. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/seccion/deportes>
- El Economista, (2015). Econodata. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/seccion/mercados/premium>
- El Economista, (2015). Econohabitat. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/econohabitat>
- El Economista, (2015). Economía. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/seccion/economia>
- El Economista, (2015). El empresario. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario>
- El Economista, (2015). Especiales. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/los-especiales>
- El Economista, (2015). Laboratorio de Soluciones. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/tags/laboratorio-de-soluciones-17575>
- El Economista, (2015). Podcasts. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/podcasts>
- El Economista, (2015). Sector Financiero. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/seccion/sectorfinanciero>
- El Economista, (2015). Tecnología. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/seccion/tecnologia>
- El Economista, (2015). Videos. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/videos>

El Financiero (2021) 40 aniversario de El Financiero: Una historia junto a ti Recuperado de:
<https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/2021/10/15/40-aniversario-de-el-financiero-una-historia-junto-a-ti/>

El Financiero (2021). Presupuesto 2022: Entre la austeridad y proyectos prioritarios de AMLO. Obtenido de:
<https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2021/09/07/presupuesto-2022-entre-la-austeridad-y-proyectos-prioritarios-de-amlo/>

El Financiero (2022). ¿Tienes una queja contra un servicio Fintech? La Condusef te dice cómo hacerlo en línea. Obtenido de: <https://www.elfinanciero.com.mx/mis-finanzas/2022/02/03/tienes-una-queja-contr-un-servicio-fintech-la-condusef-te-dice-como-hacerlo-en-linea/>

El Financiero (2022). AMLO ‘presume’ mejora en perspectiva de S&P: fue por ‘prudencia fiscal’ de México. Obtenido de:
<https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2022/07/06/amlo-presume-mejora-en-perspectiva-de-sp-reconoce-prudencia-fiscal-de-mexico/>

El Financiero (2023). Microcréditos a mujeres: ¿Cómo funcionarán los préstamos de Google y la Secretaría de Economía? Obtenido de: <https://www.elfinanciero.com.mx/mis-finanzas/2023/02/23/microcreditos-a-mujeres-como-funcionaran-los-prestamos-de-google-y-la-secretaria-de-economia/>

El Financiero (2023). Quienes Somos. Recuperado de:
<https://www.elfinanciero.com.mx/quienes-somos/>

Esan, C. (2021). Importancia del análisis de datos en la toma de decisiones. Recuperado de:
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/importancia-del-analisis-de-datos-en-la-toma-de-decisiones>

España, C. (14 de 06 de 2022). Análisis interno-externo. Recuperado de:
<https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-innovar/analisis>

Evalue (2021). El caso Nokia: el inmovilismo del líder y la falta de innovación. Consultado de <https://www.evalueconsultores.com/nokia-innovacion-lider/#:~:text=Nokia%20revolucion%C3%B3%20la%20industria%20de,de%20l%C3%ADder%20absoluto%20del%20mercado.>

Fernández Torres A. (2003) El análisis del entorno: un enfoque de planeación:
<https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/analisis2003-2.pdf>

Franquet, A. R. (01 de 07 de 2020). Macroentorno. Recuperado de:
<https://economipedia.com/definiciones/macroentorno.html>

- García, V. (2022). Blockbuster: ¿quién era su dueño en México y por qué desaparecieron? Consultado de <https://www.radioformula.com.mx/estilo-de-vida/2022/10/19/blockbuster-quien-era-su-dueno-en-mexico-por-que-desaparecieron-735945.html>
- Gazcón, F. (2021). ¿Y la reactivación? En 2022 desaparecerán los apoyos a las Pymes. Obtenido de: <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2021/12/28/pef-elimina-programas-de-apoyo-a-pymes/>
- Gobierno de San Luis Potosí. (2020). Gobierno de San Luis Potosí ha otorgado 4,000 microcréditos para MiPymes durante contingencia sanitaria: JM Carreras. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/politica/Gobierno-de-San-Luis-Potosi-ha-otorgado-4000-microcreditos-para-mipymes-durante-contingencia-sanitaria-JM-Carreras-20200507-0072.html>
- Gobinext (2019). Negocios exitosos en el extranjero que fracasaron en México. Consultado de <https://gobiznext.com/empresas/negocios-exitosos-en-extranjero-fracasaron-en-mexico/#Arby%E2%80%99s>
- Gómez Conde, J. A. (2023). Micro y macroentorno: https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=microentorno+macroentorno&oq=microentorno#d=gs_cit&t=1692071822002&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3A%2F3Rz90nrkJ%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D3%26hl%3Des
- Gómez Conde, J.A. (2023). Micro y macroentorno. [Presentación]. Guadalajara, Jalisco, México: Universidad de Guadalajara, Sistema de Universidad Virtual.
- Gómez Díaz de León, C. y De León De la Garza, E.A. (2014). Estudio Comparado. En: Métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas aplicables a las investigaciones en ciencias sociales. Tirant Humanidades, México, pp. 224-251. Recuperado de: <http://eprints.uanl.mx/id/eprint/9802>
- Guevara Alban, G., Verdesoto Arguello, A., & Castro Molina, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). RECIMUNDO, 4(3), 163-173. <file:///C:/Users/luis2/Downloads/Dialnet-MetodologiasDeInvestigacionEducativaDescriptivasEx-7591592.pdf>
- Guix, J. (2008). El análisis de contenidos: ¿Qué nos están diciendo? Revista de Calidad Asistencial, XXIII (1), p. 26-30. <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-calidad-asistencial-256-articulo-el-analisis-contenidos-que-nos-S1134282X08704640#:~:text=Los%20objetivos%20del%20an%C3%A1lisis%20de,y%20evidenciar%20sus%20contenidos%20latentes.>
- Guo, M., Li, Q., Wu, Q., Le Vine., y Ren, G. (2023). Content Analysis of Chinese Cities' Five-Year Plan Transport Policy Documents. Case Studies on Transport Policy.

- Gutiérrez, F. (2020). Gobierno acumula 1,012 millones de pesos colocados en microcréditos solidarios. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/economia/Gobierno-acumula-1012-millones-de-pesos-colocados-en-microcreditos-solidarios-20200429-0144.html>
- Gutiérrez, F. (2020). 27 de las 39 sofipos del país sí dan apoyos a sus clientes ante contingencia, destaca Condusef. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/27-de-las-39-sofipos-del-pais-si-dan-apoyos-a-sus-clientes-ante-contingencia-destaca-Condusef-20200506-0097.html>
- Gutiérrez, F. (2020). Incentivos fiscales limitados tendrán impacto en intermediarios no bancarios: Fitch. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Incentivos-fiscales-limitados-tendran-impacto-en-intermediarios-no-bancarios-Fitch-20201027-0152.html>
- Gutiérrez, F. (2021). CAME recibe \$600 millones. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/CAME-recibe-600-millones-20210816-0099.html>
- Hernández, L. (2020). Reconoce IP apoyos en CDMX, pero los ve insuficientes. Obtenido de <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/empresarios-consideran-insuficiente-apoyo-en-cdmx/>
- Hernández, L. y Usla, H. (2021). Avala IP plan del Gobierno para reactivar la economía. Obtenido de: <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/economia-otorgara-60-mil-nuevos-creditos-a-negocios-familiares-afectados-por-rebote-del-covid/>
- Herrera, J. (2023). Cómo utilizar los microcréditos para emprender. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/finanzaspersonales/Como-utilizar-los-microcreditos-para-emprender-20230409-0036.html>
- Honohan, P. (2007). ¿Finanzas para todos? políticas y obstáculos para ampliar el acceso. Recuperado de <https://revistas.usb.edu.co/index.php/GuillermoOckham/article/view/2264>
- Huaire Inacio, E.J. (2019). Método de investigación. Material de clase. 1-60. Recuperado de: <https://www.aacademica.org/edson.jorge.huaire.inacio/35.pdf>
- Juárez, E. (2019). Inclusión financiera alcanzaría a 200 millones en América Latina por innovación digital. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Inclusion-financiera-alcanzaria-a-200-millones-en-America-Latina-por-innovacion-digital-20191219-0070.html>

- Juárez, E. (2020). Afectados por fenómenos naturales en el sureste podrán diferir el pago de sus créditos: CNBV. Obtenido de:
<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Afectados-por-fenomenos-naturales-en-el-sureste-podran-diferir-el-pago-de-sus-creditos-CNBV-20201130-0072.html>
- Juárez, E. (2020). S&P le baja calificaciones a Compartamos Banco. Obtenido de:
<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/SP-le-baja-calificaciones-a-Compartamos-Banco-20201223-0005.html>
- Juárez, E. (2021). Gentera vende su negocio en Guatemala; se enfocará en México y Perú. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Gentera-vende-su-negocio-en-Guatemala-se-enfocara-en-Mexico-y-Peru-20210705-0066.html>
- Juárez, E. (2022). BBVA, Banorte y Santander lideran la cartera de crédito de la banca. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/BBVA-Banorte-y-Santander-lideran-la-cartera-de-credito-de-la-banca-20220816-0119.html>
- Juárez, E. (2022). Financiera para el Bienestar administrará y operará los microcréditos que otorga el gobierno federal. Obtenido de:
<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Financiera-para-el-Bienestar-administrara-y-operara-los-microcreditos-que-otorga-el-gobierno-federal-20220811-0099.html>
- Juárez, E. (2022). Tasas de interés de créditos bancarios se muestran estables. Obtenido de:
<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Tasas-de-interes-de-creditos-bancarios-se-muestran-estables-20220109-0042.html>
- Juárez, E. (2023). Banco Compartamos espera colocar más de 120,000 millones de pesos en microcréditos este año. Obtenido de:
<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Banco-Compartamos-espera-colocar-mas-de-120000-millones-de-pesos-en-microcreditos-este-ano-20230426-0107.html>
- Juárez, E. (2023). Gentera espera una mayor demanda de microcréditos para el segundo semestre. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Gentera-espera-una-mayor-demanda-de-microcreditos-para-el-segundo-semestre-20230727-0099.html>
- Juárez, E. (2023). Tuiio, brazo de microfinanzas de Santander, avanza en su plan para tener presencia en todo el país. Obtenido de:
<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Tuiio-brazo-de-microfinanzas-de-Santander-avanza-en-su-plan-para-tener-presencia-en-todo-el-pais-20230124-0096.html>
- Kajamaa, A., Mattick, K. and de la Croix, A. (2020). How to... do mixed-methods research. *The Clinical Teacher*, 17(-), 267-271. De: <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- La información (2012). Cinco grandes empresas que no supieron adaptarse a su tiempo y fracasaron. Recuperado de: https://www.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/cinco-grandes-empresas-que-no-supieron-adaptarse-a-su-tiempo-y-fracasaron_kFBO074c8Bdi2riOwi596/
- Laurente, L. (2025). Efecto del microcrédito en la informalidad del empleo en el Perú. Cuaderno de Economía 44(94), p.p. 625-646.
- Leyva, J. (2020). Bancos en México reestructuran créditos de 782,000 personas por COVID-19. Obtenido de: <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/bancos-en-mexico-reestructuran-creditos-de-782-000-personas-por-covid-19/>
- Leyva, J. (2021). ¿Cuánto bajarán las tasas de interés en créditos hipotecarios, personales y de tarjetas de crédito? Obtenido de: <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/cuanto-bajaran-las-tasas-de-interes-en-creditos-hipotecarios-personales-y-de-tarjetas-de-credito/>
- Leyva, J. (2021). Reestructura la banca créditos por 334 mil millones de pesos. Obtenido de: https://www.elfinanciero.com.mx/economia/1-1-millones-de-clientes-han-reestructurado-sus-creditos-por-crisis-ante-pandemia-abm/#google_vignette
- Licha, I. (2000). El análisis del entorno: Herramienta de la gerencia social. Departamento de Integración y Programas Regionales. Instituto Interamericano para el Desarrollo Social. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington, DC, 1: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61605899/Analisis_del_entorno_-_I.Licha20191225-97445-1gtl2od-libre.pdf?1577305876=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEL_ANALISIS_DEL_ENTORNO_HERRAMIENTA_DE_L.pdf&Expires=1690940008&Signature=Jz4H~iJQZY2zOzoLCrasuFdphtFEliuzDu8hrSjluG23Ic5Ck1gW4PU9tLRS5ZWA3JNfLZn8i3ARCbuPvGntJN1bQE1dWZjMUBuaEdUDkghh9Bi7xOUq58t7Vj~GaaziB7tu2NAgjG~jQ6iJISU2xem-iJ6PH1e5w51kz5h~YOHnWIt1JYtkSRMipglKHnzlsqbqV3VWVCdOeMJ4Bb0XHo079EheykUSXbDpovp7lvRW8s2NZgFu4pRITbjPrFbYMmpHOpPaXImQpN6ah3nxeOWW07sriz-b~IwGuzO07u~0jK-6I9SlpDoIEhqgKnQBBky9E7yXhnfwznQOZt7Bw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA.
- Lifeder. (2020). ¿Cuáles son las Partes y Secciones de un Periódico? Recuperado de: <https://www.lifeder.com/partes-periodico/>.
- López, E. (2023). ¿Pedirás un microcrédito para tu negocio? 4 cosas que debes tomar en cuenta para no agobiarte. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Pediras-un-microcredito-para-tu-negocio-4-cosas-que-debes-tomar-en-cuenta-para-no-agobiarte-20230109-0120.html>
- Lopez, D y Vásquez, I. (2025). Tendencias en inclusión financiera para la transformación social de los micronegocios: revisión sistemática de literatura. Revista DYNA, 92(235), p.p. 142-152.

- López, P. (2022). Caso Kodak Alaris: Evolución del modelo de negocios en la era post digital. Tesis de licenciatura. Universidad de San Andrés. Argentina.
- Maldonado Gámez, T. (2016). Investigaciones descriptivas o no experimentales. Universidad Yacambu, 1. Recuperado de:
<https://www.calameo.com/read/0048329507d8ee25d9a6c>
- Manu Dornbierer (5 de abril de 2021) El financiero y su “invitado”. Recuperado de:
www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/2021/el-financiero-y-su-invitado.html
- Marcotrigiano, L. (2018). La comunicación de la información contable: de un lenguaje técnico a un lenguaje tecnológico. Revista Visión Contable, I (17), p. 9-24
<https://publicaciones.unaula.edu.co/index.php/VisionContable/article/view/490/631#toc>
- Martínez, D. & Milla, A. (2012). Análisis del entorno. Recuperado de:
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=LDStM0GQPkgC&oi=fnd&pg=PA33&dq=an%C3%A1lisis+de+entorno&ots=00YkSxsl6U&sig=35onLijHQ3CfrpEtmNm1MU7UaCQ#v=onepage&q=an%C3%A1lisis%20de%20entorno&f=false>
- Mathison, L., Gándara, J., Primera, C. y García, L. (2017). Innovación: factor clave para lograr ventajas competitivas. Revista Negotium, 3(7), 46-83.
- MAXQDA. (2022). Software para Análisis de Datos Cualitativos. Recuperado de:
[cualitativos?gclid=Cj0KCQjww4hBhCtARIsAC9gR3Z0xGdWbRXk7jEZm01pmFwJrhkbiA1YIE_-sborel3OVr3I8CN-PEAaAo3nEALw_wcB](https://www.maxqda.com/?gclid=Cj0KCQjww4hBhCtARIsAC9gR3Z0xGdWbRXk7jEZm01pmFwJrhkbiA1YIE_-sborel3OVr3I8CN-PEAaAo3nEALw_wcB)
- Meza, E. (2020). Microcréditos familiares alcanzan la meta de 1 millón de apoyos para enfrentar el Covid-19. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Microcreditos-familiares-alcanzan-la-meta-de-1-millon-de-apoyos-para-enfrentar-el-Covid-19-20200508-0086.html>
- Meza, E. (2021). Insuficiente la política pública para apoyar a MiPymes: ASF. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Insuficiente-la-politica-publica-para-apoyar-a-mipymes-ASF-20210223-0165.html>
- Meza, E. (2021). Microcréditos para el Bienestar, sin reglas claras y con duplicidad de beneficios. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Microcreditos-para-el-Bienestar-sin-reglas-claras-y-con-duplicidad-de-beneficios-20210222-0146.html>
- Meza, E. (2023). Fondeso entrega 4,856 créditos a emprendedores y MiPymes de la Ciudad de México. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Fondeso-entrega-4856-creditos-a-emprendedores-y-mipymes-de-la-Ciudad-de-Mexico-20230505-0038.html>

- Microsoft. (2023) ¿Qué es el análisis financiero? Recuperado de:
<https://dynamics.microsoft.com/es-mx/finance/what-is-financial-analytics/>
- Molina Benavides, L. S. (2015). Evaluación de las bibliotecas universitarias ecuatorianas: análisis del entorno y propuesta de un catálogo de indicadores.:
https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/97840/1/LSMB_TESIS.pdf
- Mucha-Hospinal, L., Chamorro, R., Oseda, M. y Alania, R. (2021). Evaluación de procedimientos para determinar la población y muestra: según tipos de investigación. *Desafíos*, 12(1); 50-7.
- Muguira, A. (2018). Análisis de datos para la toma de decisiones. Recuperado de:
<https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-de-datos-para-la-toma-de-decisiones/>
- Nacer-Gobera, J. (2019). El Economista. Las primera tres décadas, lo que sigue. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Las-primeras-tres-decadas-lo-que-sigue-20191112-0037.html>
- Nava, R. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera '0eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, XIV (48), p. 606-628
<https://www.redalyc.org/pdf/290/29012059009.pdf>
- Nova-Herrera A. J. (2023). Formación integral en la educación superior: análisis de contenido de discursos políticos. *Praxis & Saber [Internet]*. 2017;8(17):181-200. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477253330009>.
- Ochoa-Pachas, J. y Yunkor Romero, Y. (2020). El estudio descriptivo en la investigación científica. Universidad Autónoma del Perú. 1-19 En:
revistas.autonoma.edu.pe/index.php/AJP/article/view/224/191
- Online, B. d. (08 de 06 de 2020). Análisis del entorno: Macroentorno y Microentorno. Recuperado de: <https://www.ilerna.es/blog/aprende-con-ilerna-online/comercio-marketing/macroentorno-y-microentorno/>
- Ortega, C. (2023). Análisis predictivo: Qué es y cómo implementarlo. Recuperado de https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-predictivo/#analisis_predictivo
- Ortiz, E. (2013). Análisis del entorno y prospectiva. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=kMo1BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=an%C3%A1lisis+de+entorno&ots=l2NhDnGXy2&sig=DVwuSdg7ySkn8s7K81J7NFw3wgU#v=onepage&q=an%C3%A1lisis%20de%20entorno&f=false>
- Paez, R.R. (2018). Grado de importancia de las finanzas y costos en el sector empresarial. *Industria Data*, 21(2), pp. 101-110.
- Peña, S. (2017). Análisis de Datos. Fundación Universitaria del Área Andina.

- Piñeiro-Naval, V. (2020). La metodología de análisis de contenido. Usos y aplicaciones en la investigación comunicativa del ámbito hispánico. *Communication & Society*, 33(3), 1-16.
- Pluye, P. y Nha, Q. (2014). Combining the Power of Stories and the Power of Numbers: Mixed Methods Research and Mixed Studies Reviews Hong. *Revisión Anual de Salud Pública* 30: 1, 29-45. Obtenido de: <https://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev-publhealth-032013-182440>
- Prieto, G. y Delgado, A. (2010). Fiabilidad y validez. *Papeles del psicólogo*, XXXI (1), p. QuestionPro (2023). Nubes de palabras. ¿Qué es y cómo funciona? Recuperado
- Profima (2023). Las finanzas corporativas y la economía. Recuperado de: <http://www.profima.co/blog/contexto-economico/68-las-finanzas-corporativas-y-la-economia>
- Rädiker, S. y Kuckartz, U. (2020). Introducción: Análisis de datos cualitativos con software. En: *Análisis de datos cualitativos con MAXQDA: Texto, audio, video* (pp. 14-24). Berlin: MAXQDA Press. 67-74 <https://www.redalyc.org/pdf/778/77812441007.pdf>
- Rajal, A. (2022). El lado oscuro de las microfinancieras: Deudas, desesperación y hasta suicidio. Obtenido de: <https://www.elfinanciero.com.mx/bloomberg-businessweek/2022/05/12/el-lado-oscuro-de-las-microfinancieras-deudas-desesperacion-y-hasta-suicidio/>
- Ranis Franquet, A. (01 de 07 de 2020). Macroentorno. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/macroentorno.html>
- Rodríguez, C., Breña Oré, J. L. y Esenarro Vargas, D. (2021). Las variables en la metodología de la investigación científica. *Ingeniería y Tecnología*, 3Ciencias. p. 11. Obtenido en: <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2021/10/Las-VARIABLES.pdf>
- Rodríguez, Y. (2005) *Gestión de la información y del conocimiento para la toma de decisiones organizacionales*, p. 150-163.
- Saldívar, B (2020). Subejercicio del gasto público sumó 364,136 millones de pesos a octubre. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/economia/Subejercicio-del-gasto-publico-sumo-364136-millones-de-pesos-a-octubre-20201130-0085.html>
- Salem, IE, Elkhwesky, Z. y Ramkissoo, H. (2022). Un análisis de contenido de la respuesta del gobierno y los hoteles a la pandemia de COVID-19 en Egipto. *Investigación en turismo y hotelería*, 22 (1), 42–59. Recuperado de: <https://doi.org/10.1177/14673584211002614>.

- Sánchez de la Barquera y Arroyo, H. (2020). El método comparativo. En: Antologías para el estudio y la enseñanza de la ciencia política. Volumen III: La metodología de la ciencia política. UNAM, México, pp. 41-57. Recuperado de: <https://tinyurl.com/y2lh7foq>
- Sheydayi, A., Dadashpoor, H. (2023). Conducting qualitative content analysis in urban planning research and urban studies. Urban and Regional Planning Department, Faculty of Arts and Architecture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. Habitat International.
- Solano, A. (2006) Toma de decisiones gerenciales. Tecnología en Marcha, XVI (3), p. 44-51.
- Sucasaire Pilco, J. (2022). Orientaciones para la selección y el cálculo del tamaño de la muestra en investigación. CONCYTEC. 16-19. Recuperado de: repositorio.concytec.gob.pe/
- Torracchi Carrasco, E., Córdova López A., Chiriboga Guartambel G., Villavicencio Caparó, E. (2019). Estrategia de análisis de datos (parte 1): creación de bases de datos para investigaciones en ciencias de la salud. Revista OACTIVA UC Cuenca. Vol. 4. pp. 13-20. Obtenido de: <https://oactiva.ucacue.edu.ec/>
- Torres, Y. (2023). Microcréditos en México ganan terreno. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/finanzaspersonales/Microcreditos-en-Mexico-ganan-terreno-20230222-0103.html>
- Torres, Y. (2023). Microcréditos, herramientas para emprender este 2023. Obtenido de: <https://www.eleconomista.com.mx/finanzaspersonales/Microcreditos-herramientas-para-emprender-este-2023-20230115-0027.html>
- UNIR (2022). El análisis del entorno de una empresa y su importancia. UNIR Revista. Recuperado de: <https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/analisis-del-entorno-empresa/>
- Universidad de Guadalajara (2022). Toma de decisiones. Recuperado de: http://www.cutonala.udg.mx/sites/default/files/adjuntos/toma_de_decisiones_0.pdf
- Universidad Isabel I (23 de Enero de 2023) Secciones del periódico. Recuperado de: <https://www.ui1.es/blog-ui1/secciones-del-periodico-por-tematica-mas-comunes>
- Urdiales, G. (2017). El Economista: 160 años de innovación periodística. Recuperado de <https://www.eleconomista.es/empresascentenarias/noticias/8259180/03/17/elEconomista-160-anos-de-innovacion-periodistica.html>
- Usla, H. (2020). Sector agroalimentario, el único que se mantuvo en pie durante 'tormenta' pandémica. Obtenido de: <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/sector-agroalimentario-el-unico-que-se-mantuvo-en-pie-durante-tormenta-pandemica/>

- Usla, H. (2021). Crédito a la Palabra 2021: Inicia recepción de solicitudes para apoyos de 25 mil pesos. Obtenido de: <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/credito-a-la-palabra-2021-inicia-recepcion-de-solicitudes-para-apoyos-de-25-mil-pesos/>
- Usla, H. (2021). Economía dispondrá de 575 millones de pesos para ‘defender y negociar’ tratados internacionales. Obtenido de: <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2021/04/01/economia-dispondra-de-575-millones-de-pesos-para-defender-y-negociar-tratados-internacionales/>
- Usla, H. (2021). Programa 'Microcréditos para el bienestar' se quedó corto y solo alcanzó el 22.2% de su meta en 2019: ASF. Obtenido de: <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/programa-microcreditos-para-el-bienestar-se-queda-corto-y-solo-alcanza-el-22-2-de-su-meta-en-2019-asf/>
- Velázquez, A. (2023). ¿Qué es el análisis descriptivo? Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-descriptivo/>
- Velázquez, A. (2023). ¿Qué es el análisis prescriptivo? Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-prescriptivo/>
- Victoramf (2020). ¿Por qué quebró Pan American Airlines? Recuperado de: <https://es.quora.com/Por-qu%C3%A9-quebr%C3%B3-Pan-American-Airlines#:~:text=La%20crisis%20energ%C3%A9tica%20de%201973,hasta%20sus%201%C3%ADmites%20de%20beneficio.>
- Villasís-Keever, MA y Miranda-Navales, MG (2016). El protocolo de investigación IV: las variables de estudio. Rev Alerg Mex. 303-310 Recuperado en: <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755025003.pdf>
- Zea, F.A., Álvarez, J.E. y Andrade, G.I (2021). Estudio de mercado en el sector automotriz como herramienta para la toma de decisiones empresariales. Cienciamatria, VII (12), 643-670.
- Zepeda, C. (2019). ¿Tu startup está en apuros? Evita que muera con estos consejos. Obtenido de: <https://www.elfinanciero.com.mx/mis-finanzas/tu-startup-esta-en-apuros-evita-que-muera-con-estos-consejos/>