



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

ESCUELA SUPERIOR CIUDAD SAHAGÚN

LICENCIATURA EN CONTADURÍA

TESIS

**LOS MACRO ENTORNOS DEL
FINANCIAMIENTO EN MÉXICO: ANÁLISIS
INFORMATIVO 2022 - 2024**

Para obtener el título de

Licenciada en Contaduría

PRESENTA

Elizabeth Madrid Quezada

Director (a)

Dra. Beatriz Sauza Avila

Codirector (a)

Mtra. Claudia Beatriz Lechuga Canto

Comité tutorial

Dra. Dorie Cruz Ramírez

Dra. Suly Sendy Pérez Castañeda

Mtra. María Eugenia Alcántara Hernández

Cd Sahagún Hidalgo, 3 de noviembre 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 **“Los macro entornos del financiamiento en México: análisis informativo 2022 - 2024”**, presentada por Elizabeth Madrid Quezada, con matrícula 421994, 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. Dorie Cruz Ramírez
PRIMERA VOCAL	Dra. Beatriz Sauza Avila
SEGUNDA VOCAL	Mtra. Claudia Beatriz Lechuga Canto
TERCER VOCAL	Mtra. María Eugenia Alcántara Hernández
SECRETARIA	Dra. Suly Sendy Pérez Castañeda
PRIMERA SUPLENTE	LC. Rocío García Sánchez

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

ATENTAMENTE
“AMOR, ORDEN Y PROGRESO”
Cd. Sahagún, Hgo., a 3 de noviembre 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

A MIS PADRES

Por ser mi soporte en cada etapa de este camino. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo, por creer en mí e impulsarme en cada momento y por acompañarme con paciencia y cariño, haciendo de mí una buena persona, motivándome con constancia y dedicación para cumplir mis anhelos.

Gracias Madre y Padre.

A MI HERMANA

Por su apoyo incondicional, por su paciencia y por ser mi compañera de vida y mi cómplice en cada momento; por estar siempre presente, acompañándome para poder realizarme y por inspirarme a ser mejor cada día.

Gracias Hermana.

INDICE GENERAL

	Pág.
Resumen	6
Abstract	7
 CAPÍTULO 1. CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	 8
1.1. Análisis del entorno	8
1.2. Antecedentes del problema.....	9
1.3. Planteamiento del problema	15
1.4. Justificación	15
1.5. Objetivos de investigación	17
1.6. Pregunta de investigación	17
1.7. Hipótesis	18
1.8. Delimitación y alcance	18
1.9. Plan metodológico	18
 CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	 21
2.1. Análisis del entorno	21
2.2. Análisis de contenido	26
 CAPÍTULO 3. MARCO REFERENCIAL	 38
3.1. El Economista	38
3.2. Secciones de El Economista	41
3.3. El Financiero	45
3.4. Secciones de El Financiero	48
3.5. Financiamiento	50
 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	60
4.10. Análisis de datos	62
CAPÍTULO 5. RESULTADOS	65
5.1. El Economista	66
5.2. Macro entorno económico	68
5.3. Macro entorno social	85
5.4. El Financiero	87
5.5. Macro entorno económico	89
5.6. Análisis comparativo	99
CONCLUSIONES	102
Referencias	107

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Macro entorno económico, sección Sector Financiero	77
Figura 2. Macro entorno económico, sección Mercado	81
Figura 3. Macro entorno económico, sección Economía	84
Figura 4. Macro entorno social, sección El Empresario	87
Figura 5. Macro entorno económico, sección Economía	99

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Clasificación de secciones de El Economista por macro entorno	65
Tabla 2. Clasificación de secciones de El Financiero por macro entorno	66
Tabla 3. Artículos sobre financiamiento, por macro entorno, de El Economista	67
Tabla 4. Artículos sobre financiamiento, por macro entorno, de El Financiero	88

RESUMEN

Esta tesis tiene como objetivo analizar el macroentorno del financiamiento en México durante el periodo 2022–2024, a partir del estudio de contenido de los diarios especializados El Economista y El Financiero. La metodología se desarrolló bajo un enfoque mixto, combinando el análisis cuantitativo de frecuencia de categorías temáticas con la interpretación cualitativa del discurso informativo. Los resultados muestran que los entornos económico y social fueron los más representados en los medios, seguidos por los entornos político y tecnológico. Se evidenció una alta recurrencia de temas vinculados a la inflación, las tasas de interés, la política monetaria, el acceso al crédito y la digitalización de los servicios financieros, reflejando la preocupación social por la estabilidad económica y la inclusión financiera.

El análisis permitió aceptar la hipótesis de que los entornos económico y social predominan en la representación mediática del financiamiento nacional. De ahí que esta investigación constituye un aporte significativo a las ciencias financieras, al demostrar la utilidad del análisis mediático como herramienta complementaria para comprender las dinámicas del entorno financiero y fortalecer la toma de decisiones estratégicas.

Palabras clave: Financiamiento, macroentornos, análisis de contenido.

ABSTRACT

This thesis aims to analyze the macro-environment of financing in Mexico during the period 2022–2024, based on a content study of the specialized newspapers *El Economista* and *El Financiero*. The methodology followed a mixed approach, combining quantitative analysis of thematic category frequencies with qualitative interpretation of the informative discourse. Findings reveal that the economic and social environments were the most prominent, followed by the political and technological contexts. The most frequent topics included inflation, interest rates, monetary policy, access to credit, and the digitalization of financial services, reflecting social concern for economic stability and financial inclusion.

The evidence supports the hypothesis that the economic and social environments dominate the media representation of national financing. Thus, this research offers a meaningful contribution to accounting and financial sciences by showing the relevance of media analysis as a complementary tool to understand financial dynamics and strengthen strategic decision-making.

Keywords: Financing, macroenvironments, 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 del financiamiento, se fundamenta el siguiente planteamiento:

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

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 el financiamiento, 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 el financiamiento en México, a partir de las noticias publicadas en medios de comunicación escritas, durante el periodo 2022 - 2024.
- Hacer un análisis del macro entorno social sobre el financiamiento en México, a partir de las noticias publicadas en medios de comunicación escritas, durante el periodo 2022 – 2024.
- Hacer un análisis del macro entorno social sobre el financiamiento en México, a partir de las noticias publicadas en medios de comunicación escritas, durante el periodo 2022 – 2024.
- Hacer un análisis del macro entorno tecnológico sobre el financiamiento en México, a partir de las noticias publicadas en medios de comunicación escritas, durante el periodo 2022 – 2024.

1.6. Pregunta de investigación

¿Cuál es el entorno del financiamiento en México, a partir de las noticias publicadas en medios de comunicación escritas, durante el periodo 2022 - 2024?

1.7. Hipótesis

El entorno del financiamiento en México, planteado a partir de las noticias publicadas en medios de comunicación escritos, durante 2022 - 2024, 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 - 2024, en las variables políticas, económicas, sociales y tecnológicas respecto del financiamientod.

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 del financiamiento.

Independientes:

Macro entorno económico del financiamiento.

Macro entorno político del financiamiento.

Macro entorno social del financiamiento.

Macro entorno tecnológico del financiamiento.

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 del financiamiento 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 – 2024, respecto a artículos de opinión sobre el financiamiento 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.

Piñeiro-Naval (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).

3.2. 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.

3.3. 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.

3.4. 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.

3.5. Financiamiento

El financiamiento es el proceso por el que se proporciona capital a una empresa o persona para utilizar en un proyecto o negocio, es decir, recursos como dinero y crédito para que pueda ejecutar sus planes. En el caso de las compañías, suelen ser préstamos bancarios o recursos aportados por sus inversionistas (BBVA, 2023).

De acuerdo con la Real Academia (2019), se define al financiamiento como la acción de financiar y financiar es aportar el dinero necesario para el funcionamiento de una empresa. También se define como sufragar los gastos de una actividad, de una obra, etc. (ASALE y RAE, 2022).

En el mundo de la economía y los negocios, el término financiamiento funciona para referirse a un conjunto de medios monetarios o de créditos, por lo general son destinados para la apertura de un negocio o para la ejecución de algún proyecto, ya sea éste a nivel personal o de la organización. Cabe recalcar la importancia de que la forma más común de alcanzar u obtener financiamiento es mediante un préstamo o crédito (Lozano, 2019, citado por Bastidas-Romero y Correa-González, 2021).

Después de analizar y comparar las definiciones ya obtenidas de financiamiento, para esta investigación se definirá como la actividad para proporcionar recursos a una personas física o moral, a través de préstamos o créditos, con el fin de iniciar o mantener en marcha un proyecto o negocio.

Características

El financiamiento puede ser para capital de trabajo, activos circulantes o para activos fijos. Para buscar financiamiento es indispensable realizar una proyección real del negocio, para determinar el objetivo de la inversión y plantear distintos escenarios de pago para evitar deudas y darle el destino ideal al capital (HSBC, 2019).

El primer financiamiento necesita ser administrado de forma eficaz, para que la primera inversión resulte más importante que las ganancias obtenidas en el primer periodo para evitar adeudos, lo cual requiere de toma de decisiones y asumir riesgos (Mendoza-Vargas, Escobar-Terán y Boza-Valle, 2019).

Las estrategias de financiamiento deben surgir en la planificación financiera, la cual debe contener los planes financieros a corto y a largo plazo que indiquen las decisiones de inversión para seguir manteniendo la continuidad de las operaciones y crecimiento de la empresa, a partir de esto se pueden establecer las estrategias de financiamiento más convenientes para buscar los fondos que permitan desarrollar los objetivos (Villegas-Villavicencio, 2020).

Clasificación

De acuerdo con Lara-Andrade, López-Aguilar, Vázquez-Juárez y Botellón Marín (2019), se presentan dos formas distintas de clasificar el financiamiento según su fuente:

- Financiamiento interno: es aquel que se obtiene de beneficios retenidos, reservas amortizaciones, provisiones y previsiones. Es una fuente de financiación que disponen sólo aquellas empresas que ya se encuentran operando en el mercado y proviene fundamentalmente del excedente de las operaciones.
- Financiamiento externo: es aquel que se puede obtener de distintas fuentes, son tomados o generados en el mercado de dinero y/o capitales, por ejemplo, los préstamos y/o créditos bancarios

Bastidas-Romero y Correa-González (2021) dicen que el financiamiento se clasifica de la siguiente manera:

- Financiamiento a corto plazo: conocido como préstamo o línea de crédito, es para solventar ciertas operaciones en la empresa, se obtiene resultados en plazos cortos, no mayor a un año.
- Financiamiento a largo plazo: en su mayoría requiere de garantías que provienen de individuos o entidades que no esperan obtener resultados en menos de un año, sino en tiempos superiores a un año.

Importancia

En muchos países del mundo, el financiamiento es considerado como el medio más idóneo para crear o expandir cualquier negocio, así como también para superar situaciones de déficit en el flujo de caja. Es necesario tomar decisiones importantes en cuanto a las estrategias de financiamiento, para que sean adecuadas y así se puedan lograr los objetivos empresariales, por lo que se deben analizar diversos aspectos al momento de utilizar estos mecanismos (Villegas-Villavicencio, 2020).

Emprender un negocio, en la mayoría de los casos, requiere de una importante inversión de capital para impulsar lo que sería la primera parte del emprendimiento, como la adquisición

de un local, capacitación y contratación de personal, materia prima y marketing, con esto es posible darle marcha al proyecto (Mendoza-Vargas, Escobar-Terán y Boza-Valle, 2019).

La falta de fondos puede provocar que buenos emprendimientos nunca se lleven a cabo o desaparezcan. Empresas con alto potencial pueden posponer decisiones y retrasar su crecimiento. Si estos emprendimientos no emergen y crecen, se abren espacios para que algunos emprendimientos operen con más recursos de los que serían socialmente eficientes. Así, el acceso al financiamiento determina la existencia y productividad de las empresas y la eficiencia con la que se asignan los recursos entre ellas (Álvarez, López y Toledo, 2021).

En la actualidad, las empresas necesitan disponer de recursos financieros para llevar a cabo el desarrollo de sus objetivos, motivo por el cual acuden a las fuentes de financiamiento. En muchas ocasiones las PYMES presentan dificultades con respecto a la obtención de recursos que les permita su sostenibilidad en el tiempo, viéndose afectadas a menudo por las altas tasas de interés que generan gastos y no permiten cubrir dicha financiación. Esto es consecuencia de falta de información en el mercado con respecto a las distintas alternativas de financiamiento (Saldaña-Mayea, Gómez-Murillo, Lamilla-Miranda y Nagua-Bazán, 2020).

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 financiamiento. 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 del financiamiento.

Independientes:

Macro entorno económico del financiamiento.

Macro entorno político del financiamiento.

Macro entorno social del financiamiento.

Macro entorno tecnológico del financiamiento.

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 definir las variables, 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 del financiamiento 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 (Hernandez, 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 once 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 financiamiento. La fecha que abarca la investigación es del año 2020 al 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. En la tabla 1 se presenta la clasificación 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
	Econohabitad
	Empresas
Entorno Político	Política
	Geopolítica
Entorno Tecnológico	Tecnología

Fuente: 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
	Mis Finanzas
Entorno Social	Empresas
Entorno Político	Política
Entorno Tecnológico	Factor Fintech
	Tech
	Bloomberg

Nota: Elaboración propia.

5.1. El Economista

De acuerdo al análisis de artículos revisados, se presentan 25 artículos que serán sujetos a análisis de contenido a través del software MAXQDA, en el periódico El Economista, ver tabla 3.

Tabla 3.*Artículos sobre financiamiento, por macro entorno, de El Economista.*

MACRO ENTORNO	Sección del Periódico "El Economista"	Núm. De Artículo	Título de los Artículos
Entorno Económico	Sector Financiero	15	BBVA México prevé un menor dinamismo del crédito al consumo en lo que resta del año
			Banca ve un potencial de 140,000 mdp de crédito adicional para mipymes
			La Canaco CDMX y Sofom Academy se alían para fondear al sector
			Fondeo colectivo ve potencial en factoraje
			Nafin y Amsofac anuncian una colaboración para incrementar inclusión financiera de las Pymes
			BCE pedirá a bancos datos semanales de liquidez para vigilar su salud
			Se espera mayor demanda de crédito durante el Hot Sale 2023
			Financieras apuestan por segmentos no atendidos
			Crédito hipotecario inicia el 2023 con el pie izquierdo; cayó 15% en el 1T
			Tecnológicas buscan impulsar la inclusión mediante fintech y sofipos
			Educación y servicios financieros, claves para impulsar la inclusión
			Jeeves entra al mercado de transferencias globales
			Konfio refuerza financiamiento a pymes mediante algoritmos
			Rappi financiará a restaurantes en Colombia
			Fondeo colectivo continúa incrementado la colocación de créditos personales
	Financiamiento bursátil debe aumentar por nuevas oportunidades de inversión en México: María Ariza		
	Empresas levantan 15,000 millones de pesos en Bolsa por el nearshoring		
	Mercado	5	Financiamiento en Bolsa crece por las elecciones en 2024 y por nearshoring: BMV
			Financiamiento selectivo para las financieras no bancarias
Financiamiento bursátil de empresas ha crecido 61% en lo que va del año			
Fitch rebaja la calificación de Ecuador a "CCC+"			
Economía	3	Urge canalizar financiamiento a proyectos que combatan el calentamiento global: BMV	
		SHCP alista plan masivo de financiamiento sostenible	
Entorno Social	Finanzas personales	0	
	Capital humano	0	
	El empresario	2	Se requieren inversiones más allá de las financieras para impulsar el emprendimiento femenino: BID
	Econohabitad	0	Las franquicias recibirán capacitación y financiamiento a través de un convenio entre Sedeco y la AMF
	Empresas	0	
Entorno Político	Política	0	
	Geopolítica	0	
Entorno Tecnológico	Tecnología	0	

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

En atención a la información antes expuesta se presenta una breve síntesis de cada artículo analizado, así como la determinación de las palabras clave.

5.2. Macro entorno económico

En el macro entorno económico, como se menciona con anterioridad, se analizan 25 artículos de las secciones Sector Financiero, Mercado y Económico. A continuación, se realiza una breve síntesis de los aspectos más relevantes de dichos artículos.

Sección Sector Financiero

- BBVA México prevé un menor dinamismo del crédito al consumo en lo que resta del año

Juárez (2023) habla en su artículo que BBVA México espera que para lo que resta del año, el crédito al consumo siga con crecimiento, pero a un menor dinamismo, dado que, por una parte, los hogares ya han comprometido parte de su capacidad de pago, pero también no se espera una reducción rápida en los costos del financiamiento, ello, en un entorno de tasas altas. En la presentación del informe Situación Banca, consideró, no obstante, que se espera una moderación, justo porque los hogares ya tienen ocupada cierta capacidad de pago. La economista del banco, destacó, que los cambios en los patrones de pago, han ayudado a que la morosidad en la cartera, no se dispare.

El informe de BBVA resalta que si bien la morosidad se ha contenido, la cartera vencida ha presentado un aumento en el portafolio de consumo, y a junio pasado el IMOR se ubicó en 3.0%, nivel que, de acuerdo con los economistas del banco, es muy manejable.

Palabras clave: cartera, capacidad, morosidad.

- Banca ve un potencial de 140,000 mdp de crédito adicional para MIPYMES

Juárez (2023) menciona en este artículo que en la actualidad, la banca tiene 254,000 clientes del segmento de micros, pequeñas y medianas empresas, lo que representa 95% de la cartera empresarial. El primero de ellos, es justamente el potencial de las mipymes no atendidas, lo que es una tarea de la banca. «A muchas empresas les da miedo entrar en la parte del crédito formal, del crédito de la banca, principalmente por falta de educación financiera, pero segundo por la informalidad», dijo. El

Presidente de los banqueros destacó que las empresas que acceden al crédito, les va mejor, pues generan, por ejemplo, siete veces más inversión, seis veces más ingresos, seis veces más productividad y cuatro veces más empleo. Quiere decir que las empresas que entran en la formalidad y que entran en el crédito bancario, tienen un crecimiento muy por encima de las empresas que se quedan en la informalidad. Julio Carranza resaltó, en esta línea, que la Comisión Nacional Bancaria y de Valores aprobó en marzo pasado, una facilidad regulatoria que beneficiará a más de 17,000 nuevas mipymes por más de 10,000 millones de pesos anuales. Ello, a las que tengan ventas iguales o menores a 14 millones de Unidades de Inversión, que hoy equivalen a alrededor de 109 millones de pesos. Puntualizó que la facilidad fue autorizada en marzo pasado, tiene una vigencia de 18 meses, incluidos cuatro para implementación, y que hoy seis bancos están listos para operar y cinco más concluirán en septiembre.

Palabras clave: crédito bancario, crecimiento, inversión.

— La CANACO CDMX y SOFOM ACADEMY se alían para fondear al sector.

Estrada (2023) dice en su artículo que la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México y la plataforma de educación Sofom Academy cerraron una alianza para impulsar las oportunidades de fondeo del sector y también la colocación de crédito entre las pequeñas y medianas empresas. La alianza podría acercar a los aliados de sofom Academy a más 40,000 empresas asociadas a la Cámara. «Uno de los principales objetivos es abrir un grupo especializado de sofomes para conocer sus necesidades y atraer a más financieras, que levanten la mano como gremio, para exponer las dificultades que atraviesan con la colocación de crédito y las complejidades que experimentan para atraer fondeo.» «El sistema financiero puede reactivar la economía de México a través de las sofomes, porque le van a dar crédito a las microempresas que al final es lo que necesitamos. Las grandes empresas ya tienen acceso al financiamiento y muchas veces se olvida el sector de las pymes.

Palabras clave: necesidades, sistema, alianza.

— Fondeo colectivo ve potencial en factoraje

Estrada (2023) dice en el artículo que la Institución de Fondeo Colectivo Klimb, antes Likedo, indicó que su licencia para operar bajo los términos de la Ley para Regular Instituciones de Tecnología Financiera, también conocida como Ley Fintech, le facilita la operación para impulsar a las empresas superando el reto del fondeo por el que actualmente atraviesan otras entidades. El último Reporte de Estabilidad Financiera del Primer Semestre del año, publicado por Banco de México, señaló que el segmento de financieras no reguladas ha atravesado por dificultades en sus principales fuentes de fondeo, destacando bancarias o del mercado de deuda.

Ley fintech es clave El directivo explicó que por parte de los inversionistas, la Ley Fintech ha sido clave para superar el reto del fondeo a los préstamos solicitados, en comparación a otras entidades como las Sociedades Financieras de Objeto Múltiple.

Palabras clave: fondeo, deuda, ley.

— NAFIN y AMSOFAC anuncian una colaboración para incrementar inclusión financiera de las PYMES

Estrada (2023) publica que según lo indicado por la Amsofac, este aprendizaje ha sido respaldado por la opinión de varios especialistas, quienes destacan el funcionamiento efectivo de los estructurados.

De acuerdo con la asociación, este enfoque estratégico permitirá una mayor eficiencia en la gestión de los recursos financieros y fortalecerá la capacidad de los Intermediarios Financieros no Bancarios para respaldar a las pequeñas y medianas empresas y otros agentes clave en el desarrollo del país.

En este sentido, la alianza entre Nafin y la Amsofac busca promover la generación de estructurados privados que beneficien el ecosistema financiero, el objetivo es que estos instrumentos ofrecen a los emprendedores, empresarios y demás actores acceso a los activos necesarios para impulsar el crecimiento económico y fomentar la prosperidad en México.

Amsofac y Nafin reafirman su compromiso con el fortalecimiento del sistema financiero de México y su papel fundamental en el impulso del crecimiento económico sostenible. Al brindar apoyo a los IFNB a través de estructurados

privados, se busca estimular la inversión, generar empleo y potenciar el desarrollo a lo largo y ancho de México, indicaron en un comunicado.

Palabras clave: ecosistema financiero, prosperidad, fortalecimiento.

— BCE pedirá a bancos datos semanales de liquidez para vigilar su salud

Reuters (2023) menciona en su artículo que la Guerra de Ucrania, incremento de la inflación y el rápido aumento de tasas son factores que pueden aumentar los riesgos de solvencia y financiamiento. En una entrevista publicada por el medio italiano Milano Finanza, Enria afirmó que los bancos europeos son más fuertes que antes pero que los mercados financieros siguen en una "fase delicada" debido a la guerra de Ucrania, el avance de la inflación y el rápido aumento de tasas.

Todos estos factores pueden aumentar los riesgos de liquidez y financiamiento, señaló Enria, quien añadió que el BCE estará muy centrado en esto mediante las pruebas de resistencia y otros procesos de supervisión en curso. En la actualidad, las entidades deben facilitar información sobre liquidez al BCE con una periodicidad mensual.

Los resultados de las pruebas de resistencia de los bancos se darán a conocer en los próximos días y, según Enria, demostrarán que los prestamistas europeos pueden afrontar una posible crisis financiera desde una base más sólida, con mayores niveles de capital y activos más sólidos y fiables.

Palabras clave: inflación, solvencia, liquidez.

— Se espera mayor demanda de crédito durante el hot sale 2023

Estrada (2023) dice en su artículo que las ventas durante las temporadas de ofertas han incrementado en el último año, de acuerdo con cifras de la Asociación Mexicana de Venta Online en la edición del Hot Sale del 2022, se registraron ventas superiores a los 23 millones de pesos, lo que representó un crecimiento del 25% respecto al año anterior.

De la misma manera se espera una mayor demanda de crédito, según cifras de la AMVO, de las compras realizadas durante la edición del año anterior 46% se realizaron con tarjeta de crédito, mientras que para el 2023 se espera que 83% se realicen mediante este método, por detrás le sigue la tarjeta de débito con 36% de las

expectativas para la compra. Lo anterior se debe a que en temporadas de ofertas, las personas optan por solicitar créditos a bancos, fintech y neo bancos, ya que buscan contar con un monto de dinero que, a menudo, no poseen o no pueden destinar a compras de determinados productos, según lo mencionado por Santiago Etchegoyen, cofundador de uFlow, un motor de decisiones. Las personas que solicitaron el producto financiero reciben respuestas más rápidas y sus opciones de compra se amplifican para aprovechar descuentos y ofertas como los que se habilitan en Hot Sale, concluyó Etchegoyen.

Palabras clave: ventas, demanda, dinero.

— Financieras apuestan por segmentos no atendidos

Estrada (2023) dice en su artículo que de acuerdo con la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera, sólo 10.5% de la población mexicana entre 18 y 70 años posee una tarjeta de crédito, por lo que se visualiza la posibilidad de atender esa brecha.

En ese sentido, la Sociedad Financiera de Objeto Múltiple Stori anunció que alcanzó la cifra de 2 millones de usuarios a los que brinda una tarjeta de crédito. « Si más gente lo pudiera hacer, más jugadores pudieran hablar de esa inclusión financiera», señaló Garayzar.

Por otra parte, la Sofom Dey especializada en el adelanto de nómina indicó que buscará convertirse en una entidad financiera digital que pueda ofrecer la posibilidad de ahorro e inversión a sus más de 100,000 usuarios, por lo que señaló se encuentra en la búsqueda de una licencia.

En los últimos años la oferta y el nacimiento de muchas fintech ha aumentado, pero algo que no baja es la brecha en inclusión financiera, las tecnológicas financieras seguimos realizando esfuerzos en beneficio de la inclusión, no solamente en México sino en toda la región de América Latina», explicó Oliver Babini, director ejecutivo de Dey.

Palabras clave: tarjeta, digital, tecnologías.

— Crédito hipotecario inicia el 2023 con el pie izquierdo

El Economista (2023) menciona que el crédito hipotecario ha presentado signos de desaceleración, con caídas tanto en el financiamiento público como privado. Los principales factores han sido las alzas tasas de interés y el aumento de los precios de la vivienda.

La Asociación de Bancos de México, en su Boletín Estadístico Hipotecario con cifras a marzo de este año, donde se demuestra que durante el primer trimestre del año la colocación hipotecaria de la banca comercial junto con organismos públicos fue de 96,400 créditos que significaron 105,300 millones de pesos.

Palabras clave: precios, desaceleración, financiamiento.

— Tecnológicas buscan impulsar la inclusión mediante Fintech y SOFIPOS

Estrada (2023) dice que actualmente existen 58 fintech con autorización para operar bajo los términos de la Ley para Regular las Instituciones de Tecnología Financiera, de las cuales 22 son Instituciones de Financiamiento Colectivo y 36 son instituciones de Fondo de Pago Electrónico. Las tecnológicas buscan la compra de figuras que les permita brindar seguridad a sus usuarios y al manejo de sus recursos, de acuerdo con datos de Finnovista existen 650 fintech operando en México, en distintos segmentos, fintech Klar apostó hace algunos meses por la compra de la Sociedad Financiera Popular Servicios Financieros Alternativos, posterior a la obtención de una licencia para operar como Institución de Fondo de Pago Electrónico. Según lo mencionado la firma, la obtención de las dos figuras más allá de consolidar una presencia en el mercado entre sus competidores, tiene el objetivo de resolver necesidades de los usuarios que han podido recolectar mediante una constante interacción con ellos.

Actualmente, existen 58 fintech con autorización para operar bajo los términos de la Ley para Regular las Instituciones de Tecnología Financiera, de las cuales 22 son Instituciones de Financiamiento Colectivo y 36 son IFPE. El directivo de Klar indicó que en conjunto las tecnologías que adquirió Sofipos son aliados en el mercado, indicó que en la transformación tecnológica beneficia directamente a los usuarios de servicios financieros. Desde entonces la firma ha expandido su negocio y

busco la adquisición estratégica de firmas y licencias, como la autorización que obtuvo para operar bajo los términos de la Ley para Regular las Instituciones de Tecnología Financiera.

Palabras clave: tecnologías, sociedad, transformación.

— Educación y servicios financieros, claves para impulsar la inclusión

Según la ENIF, en el caso de la tenencia de crédito formal, el porcentaje de hombres con acceso al financiamiento es de 49%, contra 46% de las mujeres.

Existen dificultades para que las mujeres accedan a servicios financieros, las entidades financieras han visualizado la oportunidad de ofrecer equidad a través de servicios que prioricen la educación financiera. En ese contexto, la firma de tecnología y educación Lidh busca combatir la brecha de género existente en la tenencia de productos financieros. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2021, 74% de los hombres cuenta con un producto financiero, en comparación con 62% de mujeres que dijeron tener uno.

Lo anterior implica una diferencia porcentual de más de 10%, por lo que Mara Echave, cofundadora de Lidh, señaló que una estrategia correcta para incrementar la tenencia de productos bancarios en mujeres debe partir desde la educación (Estrada 2023).

Palabras clave: servicios, entidades, educación.

— Jeeves entra al mercado de transferencias globales

Estrada, (2023), menciona en su artículo que contarán con la capacidad de realizar pagos transfronterizos en más de 100 países.

La tecnológica especializada en el financiamiento hacia empresas anunció que incursionará al mercado de las transferencias internacionales, aprovechando la tendencia de la relocalización de empresas que se vive en México, la firma indicó que buscará atender a los emprendimientos que tengan negocios internacionales. Dileep Thazhmon, director ejecutivo y fundador de Jeeves, dijo en entrevista con El Economista, que contarán con la capacidad de realizar pagos transfronterizos en más de 100 países, incluido México y otros países de América Latina.

Una de las grandes demandas que hemos observado en el sector empresarial más allá de las tarjetas corporativas de crédito, es que se buscan rieles de pago para mover fondos entre países", indicó Thazhmon. De acuerdo con lo mencionado, la tecnológica buscará competir en el corredor de México y Estados Unidos, esperan un ritmo constante en la adopción de esta herramienta para los próximos meses.

Palabras clave: tendencia, negocios, Jeeves.

— KONFIO refuerza financiamiento a pymes mediante algoritmos

Estrada, (2023), comenta en su artículo que la coyuntura económica actual ha complicado a las pequeñas y medianas empresas encontrar fuentes de financiamiento, éstas enfrentan numerosos obstáculos para dar liquidez a sus operaciones. En México, se estima que existe una falta de financiamiento por 163,900 millones de dólares, más de seis veces la oferta de crédito que hay para este segmento, de acuerdo con un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo y la Sociedad Financiera de Objeto Múltiple Konfio.

En ese contexto, Konfio indicó que reforzará su apuesta por el financiamiento hacia las pymes, después de renovar su línea de crédito con J.P. El directivo agregó que la tecnología jugará un papel muy importante para brindar financiamiento, en el contexto de la tendencia de relocalización de empresas. El estudio del BID, señala que las herramientas tecnológicas con las que cuenta la sofom le permiten procesar solicitudes de crédito con mayor velocidad que otras instituciones, además de que pueden financiar a empresas nuevas que han reportado ventas a la autoridad fiscal durante tres meses.

Palabras clave: oferta, estudio, relocalización

— RAPPI financiará a restaurantes en Colombia

Conscientes de la importancia de la industria gastronómica en la economía de Colombia y en la generación de empleo, Rappi busca brindar una plataforma sólida para que los restaurantes del país crezcan y sigamos de esta manera fortaleciendo nuestro ecosistema en pro de los aliados y usuarios. Para acceder a este programa los

solicitantes pueden realizar el trámite a través de la aplicación para aliados, allí se diligencia información personal y del negocio.

Cabe recordar que hace unos días la empresa dijo que presentará su respuesta al pliego de cargos emitido por la Superintendencia de Sociedades, que fue abierto por una presunta transgresión al régimen de gestión integral, reporte de operaciones sospechosas y programas de transparencia de ética empresarial.

Según la compañía, desde el pasado 19 de abril, recibió a la Supersociedades como parte de las visitas administrativas que realiza a las sociedades sometidas a su vigilancia. Como resultado de esto, explicó la empresa en un comunicado, se le solicitó el nombramiento de un oficial de cumplimiento principal y suplente y la implementación de ajustes a la matriz de Sagrilaft y del Programa de Transparencia y Ética Empresarial (La República/Colombia 2023).

Palabras clave: supersociedades, restaurantes, usuarios.

— Fondeo colectivo continúa incrementado la colocación de créditos personales

Estrada (2023) dice en su artículo que la IFC liderada por Yotepresto, que financió 224 millones de pesos para préstamos personales este segundo trimestre, por encima de los 199 millones 221,500 pesos que reportados en los primeros tres meses del año. En línea con esto, la plataforma Prestadero reportó créditos facilitados por 78 millones de pesos, superior a los 41 millones 954.800 pesos del primer trimestre, y se posicionó como la segunda fintech de crowdfunding con mayor posición. Definitivamente vemos una economía mexicana más estable este primer semestre y cabe señalar que el crédito ha estado deprimido por la pandemia, al menos desde hace varios años. Obregón menciona que las cifras reportadas por su plataforma también se vieron afectadas por mayor demanda crediticia en otras entidades, lo que se reflejó en el crecimiento de los préstamos no reembolsables a familias e individuos.

Palabras clave: préstamos, créditos, crecimiento, plataforma.

Sección Mercado

- Financiamiento bursátil debe aumentar por nuevas oportunidades de inversión en México: BBVA

Santiago (2023) dice que la estabilidad macroeconómica que hace de México un destino de atractivo inversión y el momento histórico que vive el país por el nearshoring imponen el reto de redoblar los esfuerzos para asegurar el financiamiento bursátil.

La tasa de inflación en el país se ubicó en un solo dígito en 4.67% anual en la primera quincena de agosto. En Nueva York, coincidió en que el nearshoring y la estabilización macroeconómica del país están creando un momento único de inversión y atracción de capital extranjero. El cónsul consideró que los proyectos de infraestructura, que actualmente se desarrollan en el sur y sureste del país, como es el Tren Maya y en el Istmo de Tehuantepec, traerán importantes beneficios para el comercio. A ello se suman las oportunidades del nearshoring y los fundamentales macroeconómicos del país, así como la relación comercial con Estados Unidos.

Palabras clave: Tren Maya, bursátil, comercio, histórico.

- Empresas levantan 15,000 millones de pesos en bolsa por el nearshoring

Santiago (2023) hace mención en su artículo que existe la expectativa de que la demanda por financiamiento bursátil en el país se incremente con la llegada de empresas por la relocalización de operaciones en México, dijo la BMV. La expectativa es que la demanda por financiamiento aumente en el corto y mediano plazos, a medida que arriben más empresas extranjeras a México, consideró el director general de la Bolsa Mexicana de Valores, José Oriol Bosch. Algunas emisoras están regresando al mercado a buscar capital, lo estamos viendo en empresas que tienen acciones y entre las fibras que han sido muy beneficiadas por el nearshoring. La empresa de transporte de carga y logística informó que el 20% de los recursos que obtuvo con esta operación los usará para realizar adquisiciones que le permitan aprovechar la demanda de sus servicios por el nearshoring y la logística transfronteriza.

En el mercado de deuda, recientemente IDEI, una desarrolladora inmobiliaria, emitió bonos verdes vinculados por 800 millones de dólares que destinará a la construcción de viviendas en Nuevo León. Esta entidad se benefició por este fenómeno de relocalización de empresas extranjeras, donde también aumentó la demanda de casas por la migración de las familias y trabajadores por el boom de dicha tendencia.

Palabras clave: nearshoring, acciones, financiamiento, aumento.

- Financiamiento en bolsa crece por las elecciones en 2024 y por nearshoring: BMV
Santiago (2023) comenta en su artículo que el director general de la Bolsa Mexicana de Valores, José Oriol Bosch-Par, recalcó que las empresas están saliendo a emitir deuda en la Bolsa de valores, porque la expectativa es que las tasas de interés bajen y porque hay proyectos que justifican ese retorno.

A pesar de las tasas de interés altas, el financiamiento bursátil mantiene una tendencia de crecimiento en este año, impulsado por los proyectos que se están generando por el [HYPERLINK](#) nearshoring y porque las empresas se están adelantando a las elecciones en México y Estados Unidos en 2024, dijo José Oriol Bosch-Par, director general de la Bolsa de Mexicana de Valores. Este año ha sido muy bueno para las emisiones de deuda de largo plazo, en general, tanto sustentable como no sustentables, los niveles de tasa de interés son muy altos, se encuentran en 11.25% porque hay proyectos que justifican ese retorno, dependiendo del plazo, sostuvo el directivo tras su participación en el evento [HYPERLINK](#) México Carbon Forum 2023, organizado por la Plataforma Mexicana de Carbono.

Palabras clave: [HYPERLINK](#), proyectos, crecimiento.

- Financiamiento selectivo para las financieras no bancarias

Huerta (2023), en su artículo menciona, que la TIP, arrendadora de transporte, colocó certificados bursátiles por 4,000 mdp y Hir Casa, hipotecaria, levantó 1,500 mdp en la Bolsa Mexicana de Valores. Dos Instituciones Financieras no Bancarias levantaron 5,500 millones de pesos entre inversionistas calificados, con la emisión de certificados bursátiles en la Bolsa Mexicana de Valores, TIP, una empresa de arrendamiento de transporte, colocó recientemente certificados bursátiles por 4,000

millones de pesos y Hir Casa, una hipotecaria, levantó entre los inversionistas de la BMV, 1,500 millones de pesos.

Los bonos quirografarios, aquellos que no tienen el respaldo de ninguna cartera y son a la palabra de los emisores, en este momento están fuera del radar de los inversionistas. Mauricio Medina, comentó que se presentaron ante 25 posibles inversionistas para que se tuviera total transparencia de la emisión. En el caso de HIR Casa, los inversionistas fueron más minuciosos, antes se fijaban en la bursatilización, ahora revisan el resto de la gestión del negocio, de la tecnología, del riesgo financiero.

Palabras clave: negocio, inversionistas, transporte, hipotecaria.

- Financiamiento bursátil de empresas ha crecido 61% en lo que va del año
Santiago (2023) menciona que de enero a agosto de este año el monto levantado en el mercado de deuda local ha aumentado 61%, en comparación con el mismo lapso del 2022. En este periodo, las empresas, instituciones gubernamentales y financieras han emitido deuda por 371,027 millones de pesos, frente a los 229,741 millones del mismo periodo del año pasado.

La Bolsa Mexicana de Valores, mediante un comunicado, resaltó que entre enero y agosto de este año han debutado cinco compañías en el mercado de deuda. Especialistas han adelantado, que las elecciones presidenciales en México del próximo año han sido un factor de empuje para el mercado corporativo de largo plazo.

Las nuevas emisoras de este mercado han sido Banca Mifel, Banco Internacional, Inversiones CMPC, Internacional de Inversiones y FONDO, el fideicomiso de FIRA. «Estos resultados reflejan la confianza de los inversionistas en las condiciones actuales del mercado y dan cuenta del compromiso de las compañías emisoras con el crecimiento y la innovación», expuso Grupo Bolsa Mexicana de Valores.

Palabras clave: instituciones, gubernamentales, Bolsa Mexicana de Valores.

Sección Economía

— Fitch rebaja la calificación de Ecuador a "CCC+"

La agencia calificadora remarcó que en medio de la incertidumbre política, Ecuador no podrá obtener financiamiento en el mercado internacional de deuda o a través de un nuevo programa con el FMI. Fitch señaló que espera que la capacidad de pago de Ecuador se verá sometida a mayores presiones ante la amortización de la deuda con el Fondo Monetario Internacional a partir de 2025. Pero remarcó que en medio de la incertidumbre política, el país no podrá obtener financiamiento en el mercado internacional de deuda o a través de un nuevo programa con el FMI (Reuters 2023). Palabras clave: *mercado, deuda, amortización.*

— Urge canalizar financiamiento a proyectos que combatan el calentamiento global:

BMV

Santiago (2023) menciona en su artículo que desde 2016, cuando se emitió el primer bono verde en México, y hasta este año, a través de la BMV se han financiado 260,000 mdp que han ido a proyectos sustentables para enfrentar el cambio climático. Debido a que las consecuencias del cambio climático están creando nuevas y crecientes formas de riesgo financiero, es urgente canalizar recursos hacia proyectos para combatir este fenómeno que vulnera no solo al ambiente, sino también a la sociedad y a la economía nacional.

Comentó que la economía también se vería impactada, ya que las empresas, que generan empleos, pagan impuestos e impulsan la innovación, son vulnerables al cambio climático y muchas de ellas están en riesgo de desaparecer si no se adaptan a un mundo con un clima diferente y a un sistema con una nueva regulación. “El cambio climático no solo es un problema ambiental, también es un problema económico y social, que está relacionado con patrones globales de desigualdad”, enfatizó el director general de la BMV.

Palabras clave: *cambio climático, bono, impuestos.*

— SHCP alista plan masivo de financiamiento sostenible

Santiago (2023) menciona en su artículo que el objetivo es regular las emisiones de los sectores de energía y de la industria con fuentes fijas que evitan más de 100,000 toneladas de dióxido de carbono (CO₂) al año.

Gabriel Yorio recordó que desde el 2020 se implementó el plan piloto del sistema de comercio de emisiones de carbono en México.

Ante el urgente desafío global para combatir el cambio climático, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) echará a andar un plan masivo de financiamiento sostenible que englobará la participación de la banca, bolsas de valores del país e instituciones financieras, adelantó Gabriel Yorio, subsecretario de la entidad pública. Con ello, buscan “garantizar que todo proyecto alineado con las metas nacionales de desarrollo sostenible encuentre una fuente de financiamiento asequible, sobre todo en los mercados financieros, bancarios y en las bolsas de valores de México”, dijo el subsecretario de Hacienda.

Palabras clave: comercio, banca, financieras.

Análisis de contenido

En la figura 3 se presenta el análisis de contenido de los artículos publicados de la sección Economía.

Figura 3.

Macro entorno económico, sección Economía.



Fuente: Elaboración propia con artículos de El Economista con el software MAXQDA.

En la sección Economía, para poder llegar a la nube de palabras, se determinó la frecuencia de las 27 palabras más representativas de acuerdo a los análisis de los artículos. Como se puede observar, las palabras con mayor frecuencia son financiamiento, que está mencionada en el 100%, la palabra economía con un 90% y la palabra riesgo con un 80%, de los artículos revisados. Dando a entender que el financiamiento hace referencia a la incertidumbre, la cual es producida en el rendimiento de una inversión, en donde uno de los mayores riesgos es el retorno de capital o la imposibilidad de devolución del capital por una de las partes y a la inestabilidad de mercados financieros.

5.3. Macro entorno social

En el macro entorno social, como se menciona con anterioridad, se analizan 2 artículos, de la sección El Empresario. A continuación, se realiza una breve síntesis de los aspectos más relevantes de dichos artículos.

Sección El Empresario

- Se requieren inversiones más allá de las financieras para impulsar el emprendimiento femenino: BID

Meza (2023) comenta que aún existen desafíos en programas de financiamiento para las mujeres por ello es importante ofrecer programas de desarrollo de capacidades, tutoría y acceso a redes.

En los últimos años ha habido un avance en los programas de financiamiento para mujeres; sin embargo, aún hay desafíos, pues se necesitan inversiones que vayan más allá del capital financiero para abordar las necesidades de las mujeres y sus negocios. Así lo dieron a conocer el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y ONU Mujeres al presentar el informe “Programas de financiamiento para la inclusión financiera de las mujeres y el acceso al financiamiento para las mipymes: Resultados de una encuesta de bancos públicos de desarrollo”, que revela avances, oportunidades y desafíos en la oferta de programas de financiamiento para mujeres y sus empresas.

Aún hay un camino por recorrer para ampliar el acceso a la financiación para las mujeres y sus empresas, así como para mejorar la inclusión financiera de las mujeres”, destalla el informe presentado durante la Cumbre Finanzas en Común (FiCS), la mayor reunión mundial de la banca de desarrollo, realizado en Colombia.

Palabras clave: capital, programas, redes.

- Las franquicias recibirán capacitación y financiamiento a través de un convenio entre SEDECO y la AMF

Molina (2023) comenta en su artículo que la Asociación Mexicana de Franquicias (AMF) firmó un convenio de colaboración con la Secretaría de Desarrollo Económico (Sedeco) para fortalecer y generar inversiones entre las más de 1,500 marcas que componen el sector de las franquicias en la Ciudad de México, se espera que a través de este acuerdo los franquiciantes y franquiciatarios reciban capacitación y financiamiento.

Actualmente la Ciudad de México es la entidad que más franquicias concentra, cada negocio de este tipo emplea de 10 a 40 personas y en todo el país generan un millón de empleos, en este contexto, el titular de Sedeco, Fadlala Akabani Hneide, mencionó que la intención es trabajar para fortalecer las micro, pequeñas y medianas empresas (mypes) e impulsar el emprendimiento en la capital del país.

En días anteriores, Briceño Martínez dejó claro la importancia de acceder e implementar nuevas tecnologías y que la Inteligencia Artificial no viene a sustituir a los colaboradores, sino a reforzar procesos que ayuden a tener una mayor efectividad y productividad en las labores diarias y que ayude al desarrollo humano.

Palabras clave: franquicias, marcas, capacitación.

Análisis de contenido

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

Figura 4.

Macro entorno social, sección El Empresario.



Fuente: elaboración propia con artículos de El Economista con el software MAXQDA.

En la sección El Empresario, para poder llevar a cabo la nube de palabras, se determinó la frecuencia de las 20 palabras más representativas de acuerdo a los análisis de los artículos. Como se puede observar, las palabras con mayor frecuencia son financiero, que está mencionada en el 100%, la palabra franquicia con un 80% y la palabra mipymes con un 70% de los artículos revisados. Haciendo referencia al conecte de franquicias con financieras para generar una clave de acceso rápido para facilitar y agilizar la entrada de fondos monetarios.

5.4. El Financiero

El análisis está realizado a 15 artículos que serán sujetos de análisis de contenido a través del software MAXQDA, en el periódico El Financiero (ver tabla 4).

Tabla 4.

Artículos sobre financiamiento, por macro entorno, de El Financiero.

MACRO ENTORNO	Sección del periódico "El Financiero"	Núm. De Artículos	Título de los artículos
Entorno Económico	Mundo empresa	0	
	Mercado	0	
			Ser 'verde' cuesta: México va por financiamiento sustentable con sacrificio económico, dice Hacienda
			Préstense a Pemex: Busca 1,000 mdd en financiamiento con Goldman Sachs y JPMorgan
			¿México requerirá menos 'lana' en 2022? Necesidades de financiamiento bajarán a 13.2% del PIB
			Financiamiento para Pymes es el doble de caro que para 'los de arriba': OCDE
			Financiamiento bancario, 'colchón' de familias mexicanas ante inflación más elevada
			Hacienda refinanciará deuda de Deer Park sin cambiar techo de financiamiento 2021
			Infonavit arranca programa de financiamiento para autoproducción de vivienda
	Economía	15	Financiamiento de la banca comercial aumenta 9.2% en marzo
			Interjet debe buscar financiamiento para evitar quiebra; 'sería otro fracaso': SCT
			Firmas aceleran financiamiento bancario en abril
			FMI amplía límites de acceso de financiamiento anual a países por crisis provocada por COVID-19
			Financiamiento de la banca a la IP muestra recuperación al cierre de noviembre
			Financiamiento otorgado por la banca comercial disminuye en 0.4% durante febrero
Entorno Social			Bimbo debuta en financiamiento sustentable con 1,750 mdd
			Financiamiento de empresas por parte de la banca aumenta 2.4% en primer trimestre: Banxico
Entorno Político	Mis finanzas	0	
	Empresas	0	
Entorno Tecnológico	Política	0	
	Factor Fintec	0	
	Tech	0	
	Bloomberg	0	

Fuente: Datos obtenidos de El Financiero (2020-2023).

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.

5.5. Macro entorno económico

En el macro entorno económico, como se menciona con anterioridad, se analizan 15 artículos, de la sección Economía. A continuación, se realiza una breve síntesis de los aspectos más relevantes de dicho artículo.

Sección Economía

- Ser ‘verde’ cuesta: México va por financiamiento sustentable con sacrificio económico, dice Hacienda

Gazcón (2023) menciona en su artículo que Hacienda hace colocaciones de 40 mil millones de pesos en promedio, en septiembre, la colocación inaugural se hizo por 750 millones de euros. El segundo movimiento lo hicieron en el mercado local, por lo que empezaron a desarrollar el Bondes G. Expuso que cada semana, Hacienda hace colocaciones de 40 mil millones de pesos en promedio, pero un proyecto de cambio climático en México con un valor de 10 millones de dólares lleva hasta 2 años poder transitarlo para poder acceder a los fondos internacionales. Aun así, 10 millones de dólares para el presupuesto mexicano es un monto muy pequeño.

Tanto la parte de las libras como la parte de la zona euro y obviamente los dólares, pues sí hemos tenido un impacto, por efectos de política monetaria, entonces ahí ya las cosas se empiezan a poner más interesantes porque no solamente es pensar en cuál es la exposición que tienes a la moneda, sino también la exposición a las tasas de interés, porque al final del día tú lo que vas a sacar tú lo que vas a ir a hacer al mercado para financiar el presupuesto es colocar un bono.

Palabras Clave: presupuesto, moneda, tasas de interés.

— Présténle a Pemex: Busca 1,000 mdd en financiamiento con Goldman Sachs y JPMorgan

Pemex tiene una gran deuda pendiente para el financiamiento de al menos mil millones de dólares, mientras la petrolera cargada de deudas lucha por obtener efectivo en medio de la caída de la producción. Pemex está en conversaciones con Goldman Sachs para el financiamiento garantizado por su crudo, y con JPMorgan para el financiamiento vinculado a sus ventas de gasolina en México, según personas familiarizadas con las transacciones. Los acuerdos buscan recaudar al menos mil millones de dólares este año, pero la cantidad podría ser significativamente mayor, dijeron las personas, que pidieron anonimato ya que no están autorizadas a discutir las conversaciones privadas.

La compañía tiene 105 mil millones de dólares en deuda pendiente, con unos 8 mil millones de dólares con vencimiento este año, dijo Moody's Investors Service en una nota del 31 de enero. Pemex ha estado solicitando a los bancos desde el año pasado soluciones innovadoras para ayudar a administrar su enorme deuda. El presidente Andrés Manuel López Obrador ha dicho que la Secretaría de Hacienda ayudará a Pemex en caso de que no pueda pagar su deuda. El gobierno ya ha proporcionado alrededor de 45 mil millones de dólares en exenciones de impuestos, capitalizaciones y otros financiamientos desde 2019. Pemex ha hecho el intento por presentar planes para mantener su nivel de deuda en los 105 mil millones de dólares hasta 2027. Sin embargo, los mercados internacionales de deuda se han vuelto mucho más caros debido al agresivo ajuste de política monetaria de los bancos centrales (Bloomberg, Stillman, Duarte y O'Boyle 2023).

Palabras clave: deuda, Pemex, financiamiento.

— ¿México requerirá menos 'lana' en 2022? necesidades de financiamiento bajarán a 13.2% del PIB

Martínez (2021) dice que las necesidades de financiamiento bajarán a 13% Con respecto a lo buscado en mercados financieros este año, la cifra para 2022 representa una reducción de 2.1 puntos porcentuales el financiamiento de Hacienda para 2022,

por medio del Plan Anual de Financiamiento 2022, en el que expuso los elementos principales de la estrategia general de fondeo de las entidades del Sector Público que frecuentemente acceden a los mercados de deuda, apuntó que dicha reducción en el financiamiento es resultado de las diferentes estrategias implementadas durante esta administración tanto en el mercado local como en el externo. El monto de recursos que el Gobierno federal requiere para cubrir su déficit fiscal y las amortizaciones de deuda para 2022 es de 2.5 billones de pesos, lo que es 8.9 por ciento del PIB, una reducción de 2.1 puntos porcentuales respecto a este año.

Hacienda puntualizó que la política de financiamiento para la petrolera continuará enfocada en el refinanciamiento de las amortizaciones del año, buscando un balance prudente de riesgo y costo, y para CFE la estrategia será obtener los recursos necesarios, en los mejores términos y condiciones en cuanto a monto, costo, plazo y estructura, para impulsar los proyectos de inversión en infraestructura requeridos en los subsectores de generación, transmisión y distribución. Las necesidades de financiamiento de la Banca de Desarrollo, que incluye a Nafin, Banobras, Bancomext y SHF, representan un monto de 708.2 mil millones de pesos para el siguiente año, y para FIRA, Fonacot y el IPB representan 288.1 mil millones de pesos. Se respetarán los límites de endeudamiento neto aprobados por el Congreso de la Unión para el siguiente año, de hasta 850 mil millones de pesos en endeudamiento interno y 3 mil 800 millones de dólares en endeudamiento externo.

En cambio, de 2022 a 2026, se espera que el porcentaje de la deuda interna como proporción del total esté en un rango de 77 por ciento y 83 por ciento.

Palabras clave: endeudamiento, costo, riesgo.

- Financiamiento para PYMES es el doble de caro que para ‘los de arriba’: OCDE Hernández (2022) menciona que las Mipymes, en promedio la tasa de interés fue de 11.72 por ciento a finales de 2020, mientras que para las grandes compañías fue de 6.26 por ciento, ya que se otorgan según el tamaño de la empresa. En términos de duración del crédito, en 2020 fue de 43.1 meses para las Mipymes, lo que es 20 meses menor al promedio de las grandes empresas y 4 meses más corto que el promedio de 2019”, señaló el organismo en un informe.

Antes de la pandemia, México tenía 4.86 millones de micro, pequeñas y medianas empresas que generaban 14.6 por ciento del PIB y empleaban al 50 por ciento de la fuerza laboral. No obstante, al cierre de 2020 había 4.47 millones de mipymes, 8 por ciento menos que en mayo de 2019, ya que más de la mitad estaban concentradas en el sector comercio, mientras que el 36.1 por ciento en el sector servicios y solamente 12.1 por ciento en la industria manufacturera.

Palabras clave: crédito, comercio, promedio.

— Financiamiento bancario, ‘colchón’ de familias mexicanas ante inflación más elevada

Leyva (2022) habla en su artículo que las y los mexicanos cada vez más utilizan el crédito bancario en sus distintas formas. Durante la presentación del estudio ‘Situación Banca México’ correspondiente al primer semestre de 2022, Serrano detalló que hay un aumento en el crédito al consumo en términos nominales, ya que al adquirirse la canasta de bienes se ha incrementado los costos por lo que las personas recurren al uso del crédito bancario.

Crece crédito al consumo: El Informe, elaborado por el Servicio de Estudios Económicos de BBVA México, destaca la cartera de crédito al consumo creció 2.8 por ciento anual en marzo, aun después de descontar la inflación. En segundo lugar, la continua debilidad de la inversión y, finalmente, la reactivación de las actividades económicas a un nivel más cercano a lo observado antes de la pandemia tras la significativa reducción de los casos de COVID-19, por lo que dichas tendencias y su interacción han dado lugar a una recuperación diferenciada del crédito y una moderación en el crecimiento de la captación del sistema bancario.

Palabras clave: nominales, crédito bancario, inversión.

— Hacienda refinanciará deuda de deer park sin cambiar techo de financiamiento 2021

Flores (2021) comenta en este artículo que tras la compra a Shell de la refinería Deer Park se tendrá que refinanciar la deuda de la refinería, sin que esa operación implique nuevo endeudamiento o cambiar el techo de financiamiento para 2021, afirmó el titular de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), Arturo Herrera. Al

término de la develación de la placa de Palacio Nacional como espacio 100 por ciento libre de humo de tabaco, explicó que el refinanciamiento de la deuda de Deer Park no implicará cambiar el techo de financiamiento aprobado por el Congreso para 2021.

Palabras clave: refiniería, endeudamiento, compra.

- INFONAVIT arranca programa de financiamiento para autoproducción de vivienda
A partir de este 31 de agosto, el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (Infonavit) pondrá en marcha el programa “ConstruYO” por el que se otorgará financiamiento a más de dos mil familias en lo que resta del año para la autoproducción de vivienda en seis estados y el Valle de México.

“Es un crédito sin garantía hipotecaria que otorga una entidad financiera, a través del Infonavit, para satisfacer la necesidad de los derechohabientes que no quieren o no pueden comprar vivienda y prefieren la construcción progresiva o el mejoramiento de su casa a través de la autoproducción”, dijo el instituto en un comunicado.

El programa inicio a operar el lunes 31 de agosto en Baja California, Oaxaca, Zona Metropolitana del Valle de México, Nayarit, Jalisco, Chiapas y Yucatán, donde se estima una derrama económica de 100 millones de pesos con la colocación de dichos financiamientos.

Con “ConstruYO”, el Infonavit podrá otorgar un financiamiento para reparaciones menores de hasta el 85 por ciento del Saldo de la Subcuenta de Vivienda y hasta 28 UMA mensual, equivalente a 73 mil 952.26 pesos, donde el acreditado podrá elegir un plazo de amortización de 24, 30, 36 o hasta 42 meses.

Se podrá otorgar el 85 por ciento, 150 por ciento, o el 200 por ciento del Saldo de la Subcuenta de Vivienda, hasta 200 UMA mensual, equivalente a 528 mil 230 (Navarrete 2020).

Palabras clave: programa, amortización, vivienda.

- Financiamiento de la banca comercial aumenta 9.2% en marzo
Castañares (2020) dice que el saldo otorgado por la banca se ubicó en 7 billones 607 y el saldo del financiamiento otorgado por la banca comercial se ubicó en 7 billones 607.1 mil millones de pesos durante marzo, lo que significó un incremento real anual

de 9. De este saldo, 5 billones 253 mil millones de pesos corresponden al financiamiento de la banca comercial al sector privado, y el cual tuvo un aumento de 6.9 por ciento a tasa anual, su mayor avance desde junio de 2018.

El 1 por ciento a tasa anual real, para quedar en 1 billón 97 mil millones de pesos, lo que significó una desaceleración respecto al crecimiento de 1 por ciento reportado en febrero. En tanto, el crédito a las empresas y personas físicas con actividad empresarial fue de 3 billones 40 mil millones de pesos en febrero, por lo que se elevó 9.6 por ciento del financiamiento total otorgado por la banca comercial, se situó en mil 640.7 millones de pesos, lo que implicó una variación positiva de 25.

En tanto, el financiamiento otorgado a estados y municipios, con una participación de 4.1 por ciento en el total, tuvo una disminución de 6 %.

Palabras clave: saldo, banca, incremento.

- Interjet debe buscar financiamiento para evitar quiebra; 'sería otro fracaso': SCT
Navarrete (2020) menciona en su artículo que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) señaló que ha tenido acercamientos con los dueños de Interjet para encontrar una solución al adeudo de más de 2 mil 538 millones de pesos y evitar la quiebra de la aerolínea. Durante su comparecencia en la Cámara de Diputados, Jorge Alanis Díaz, titular de la SCT dijo que, en conjunto con el SAT, han estado en pláticas para resolver el problema, por lo que recomendó a la empresa buscar recursos o financiamiento para cumplir con el adeudo.

“Estamos dándoles facilidades y tratando de ayudar para que sobreviva, y la parte hacendaria la está viendo por la parte del SAT. La empresa tiene que hacer un esfuerzo especial y conseguir financiamientos y créditos, es un esfuerzo conjunto, no nada más responsabilidad del gobierno” 200 millones de pesos corresponden al adeudo de combustibles a ASA, que pagó soportado por una fianza.

Palabras clave: quiebra, combustibles, adeudo.

- Firmas aceleran financiamiento bancario en abril
Castañares (2020) dice que el financiamiento bancario se aceleró en abril y registró su mayor avance en tres años, impulsado principalmente por una mayor demanda de

créditos por parte de las empresas, que están haciendo uso de las líneas disponibles para hacer frente a la crisis ocasionada por el coronavirus.

Los expertos estiman que el financiamiento al consumo se recuperará de manera paulatina, “es un reflejo del aumento de la demanda de crédito por parte de las empresas dado el golpe relacionado con los flujos de efectivo y, por el lado de la oferta de crédito, el efecto de las recientes medidas del banco central para impulsar la liquidez y apoyar la originación del crédito, particularmente a las Pymes“, apuntó Alberto Ramos, economista en jefe de Goldman Sachs.

Carlos González Tabares, director de análisis económico de Monex, dijo que la recuperación del financiamiento será lenta, pues ante la crisis las firmas están recurriendo a sus líneas de crédito para hacer frente a los compromisos “de corto plazo“.

Palabras clave: demanda, crisis, flujos de efectivo.

- FMI amplía límites de acceso de financiamiento anual a países por crisis provocada por Covid-19

Hernández (2020) menciona en su artículo ante las crecientes necesidades de recursos para responder a la crisis del COVID-19, el Fondo Monetario Internacional (FMI) anunció este miércoles que ampliará temporalmente los límites de acceso anual de financiamiento de emergencia a los países más pobres.

“Dadas las circunstancias únicas creadas por la pandemia, la Junta Ejecutiva del FMI aprobó aumentos temporales en estos límites de acceso anual, que permanecerán vigentes hasta el 6 de abril de 2021. Esto permitirá a los países miembros obtener mayores niveles de apoyo financiero durante este período de tiempo sin desencadenar la aplicación del marco de acceso excepcional“, señala el comunicado Los instrumentos de financiamiento de emergencia, el Mecanismo de Crédito Rápido (RCF) y el Instrumento de Financiamiento Rápido (RFI), brindan apoyo financiero urgente sin la necesidad de contar con un programa completo.

El 6 de abril, la Junta Ejecutiva aprobó un aumento temporal en los límites de acceso de RCF y RFI del 50 al 100 por ciento de la cuota para el acceso anual, y del 100 al 150 por ciento de la cuota para el acceso acumulativo.

La Junta Ejecutiva también aprobó la suspensión temporal del límite en el número de desembolsos bajo la Facilidad de Crédito Rápido (RCF) hasta el 6 de abril de 2021. Esto permite que el financiamiento de emergencia a los países miembros más pobres del FMI se proporcione con mayor frecuencia en el transcurso de un año, siempre que las cantidades combinadas de apoyo proporcionadas bajo el RCF no excedan el límite anual de acceso bajo esta facilidad. El organismo estima que la demanda de recursos del FMI se cargará notablemente durante 2020 y principios de 2021 a medida que las economías pasen de la fase de contención a las fases de estabilización y recuperación. Palabras clave: recursos, límites, emergencia.

- Financiamiento de la banca a la IP muestra recuperación al cierre de noviembre
 Rodríguez (2020) dice que el financiamiento otorgado por la banca comercial al sector privado cerró noviembre de 2019 con una moderada recuperación, al reportar un crecimiento de 2.6 por ciento real anual, desde el 2.5 que registró en octubre y mostró una mayor dinámica frente a lo observado 12 meses antes cuando creció a un ritmo de 1.
 De acuerdo con los agregados monetarios y actividad financiera a noviembre publicados por Banxico, el saldo del financiamiento otorgado por la banca comercial al sector privado ascendió a 4.949 billones de pesos, monto que concentró 68.1 por ciento de los recursos otorgados por las instituciones privadas en terreno nacional.
 Por segmento, el financiamiento de la banca al consumo mantuvo la desaceleración que comenzó a observarse desde finales del tercer trimestre de 2019, al cerrar noviembre en 1.127 billones de pesos, monto que arroja un crecimiento real de 2.
 Pese a la desaceleración observada en los últimos meses, el crecimiento observado por el financiamiento al consumo superó el 1.6 por ciento real anual que registró al cierre de noviembre de 2018, cuando reportó un saldo de 1.7 por ciento en términos anuales, sin cambios en comparación con su crecimiento del décimo mes del año y de esta forma extendió su recuperación por séptimo mes consecutivo.
 Palabras clave: saldo, recuperación, desaceleración.

- Financiamiento otorgado por la banca comercial disminuye en 0.4% durante febrero Usla (2019) dice que el financiamiento otorgado por la banca comercial en México durante el segundo mes del año cayó 0.7 billones de pesos, informó este viernes el Banco de México (Banxico) a través de su informe mensual de agregados monetarios y actividad financiera.

De esta forma, el financiamiento que brinda la banca comercial acumuló dos meses consecutivos de caídas, por lo que ha iniciado el 2019 en terreno negativo, luego de la disminución de 0.

Al interior del reporte se observó que el financiamiento al sector privado se ubicó en 4.9 por ciento del total del financiamiento otorgado por la banca comercial, 5 por ciento del financiamiento que brinda la banca comercial en México.

Respecto al saldo del financiamiento dirigido a estados y municipios, este se ubicó en 321 mil millones de pesos, lo que se tradujo en una disminución de 10.8 por ciento del total, ascendió a 390 mil millones de pesos, por lo que mostró una reducción anual de 23.

Crédito al consumo continúa mostrando signos de debilidad El Banco Central mexicano también difundió que el saldo de la cartera de crédito vigente de la banca comercial al sector privado se ubicó en 4.

Palabras clave: comercial, disminución, saldo de cartera.

- Bimbo debuta en financiamiento sustentable con 1,750 mdd

El Financiero (2021) mencionó que Grupo Bimbo renovó su línea de crédito revolvente comprometida (“RCF”, por sus siglas en inglés), por un monto de mil 750 millones de dólares con vencimiento hasta 2026, con lo que debuta en el financiamiento sustentable.

“Con esta renovación se extiende el vencimiento de la RCF hasta el 2026, brindando amplia flexibilidad y liquidez a la Compañía y se reafirman los años de sólida relación entre Grupo Bimbo y su sindicato bancario”, se indicó en el documento.

Palabras clave: renovó, vencimiento, liquidez, flexibilidad.

— Financiamiento de empresas por parte de la banca aumenta 2.4% en primer trimestre: Banxico

Castañares (2020) dice en su artículo que el 5 por ciento de las empresas consultadas por Banco de México (Banxico) utilizó un crédito de la banca comercial, lo que implicó un aumento de 2.9 por ciento de compañías sondeadas comentó haber recurrido a financiamiento por parte de sus proveedores, una baja de 10 puntos base respecto al 76 por ciento que dijo haber pedido créditos en este rubro en el cuarto trimestre de 2019.

“Los resultados de la encuesta indican que las dos fuentes de financiamiento más utilizadas por las empresas son los proveedores y la banca comercial”.

El porcentaje de empresas con hasta 100 empleados que señaló haber utilizado nuevos créditos bancarios fue de 12.7 por ciento, mientras que en el caso de las empresas de más de 100 empleados este porcentaje fue de 31.7 por ciento indicó que solicitó crédito y no fue autorizado, respecto del 1 por ciento de empresas que les negaron el financiamiento en el trimestre previo, 6 por ciento de las empresas indicó que, aunque solicitó el crédito, lo rechazó por considerar que era muy caro.

Palabras clave: proveedores, aumento, créditos.

Análisis de contenido

En la figura 5 se indica el análisis de contenido de los artículos correspondientes de la sección Economía.

Tabla 5.*Entornos y secciones sobre financiamiento, en periódicos financieros.*

Periódicos Financieros					
El Economista			El Financiero		
Macro entorno	Sección	Núm de Artículos	Macro entorno	Sección	Núm de Artículos
Entorno Económico	Sector Financiero	23	Entorno Económico	Mundo empresa	15
	Mercado Economía			Mercado Economía	
Entorno Social	Finanzas personales	2	Entorno Social	Mis finanzas	0
	Capital humano				
	El empresario				
	Econohabítad			Empresas	
	Empresas				
Entorno Político	Política	0	Entorno Político	Política	0
	Geopolítica				
Entorno Tecnológico	Tecnología	0	Entorno Tecnológico	Factor Fintec Tech Bloomberg	0

Fuente: Datos obtenidos de El Economista y El Financiero (2020-2023)

De acuerdo a la información que se presenta en la tabla 5, con base en cada nube de palabras que se determinó mediante los artículos analizados por cada macro entorno y sección de cada uno de los periódicos, se puede decir que en el periódico El Economista, de los 25 artículos que se analizaron, el entorno predominante es el económico de los 4 macro entornos revisado, ya que cuenta con 23 artículos analizados en dicho entorno. Con base en su clasificación por secciones, el Sector Financiero cuenta con 15 artículos, sección Mercado con 6 artículos y sección Economía con 3 artículos, secciones en las cuales se brinda información sobre el financiamiento y, como se puede visualizar mediante lo proyectado en la tabla 5, la sección dominante sobre el tema de estudio es el Sector Financiero.

En cambio, para el periódico El Financiero, los 15 artículos analizados corresponden al entorno económico, todos de la sección Economía, mientras que en el entorno social, político y tecnológico la información es nula, como se proyecta en la tabla 5; el entorno predominante en su totalidad de artículos analizados sobre el financiamiento fue el económico, en la sección Economía.

De igual manera, el análisis comparativo de los periódicos antes mencionados determina que el tema del financiamiento en ambos periódicos es analizado a pesar de que las secciones que predominan sean distintas, el enfoque y tendencia del tema de análisis sigue siendo el mismo, cumpliendo con la perspectiva del financiamiento.

CONCLUSIONES

El presente trabajo logró cumplir de manera satisfactoria los objetivos planteados, tanto el general como los específicos. Se establecieron con claridad las tendencias informativas del entorno financiero mexicano relacionadas con el financiamiento, a partir del análisis sistemático de los contenidos publicados por *El Economista* y *El Financiero* durante el periodo 2022–2024. El estudio identificó los principales factores que componen el macroentorno económico, social, político y tecnológico, y cómo estos influyen en la narrativa periodística y, por ende, en la percepción pública sobre el financiamiento en México.

En el caso de los objetivos específicos, se logró realizar un análisis del macroentorno económico, en el que se evidenció que los temas dominantes fueron la inflación, las tasas de interés, la estabilidad de los mercados financieros y la política monetaria del Banco de México. Un análisis del macroentorno social, que reveló la presencia de discursos centrados en el bienestar financiero de los hogares, el acceso al crédito, la inclusión financiera y los cambios en los hábitos de consumo tras la pandemia. Un análisis del macroentorno tecnológico, que aunque con menor frecuencia en los textos analizados, permitió advertir un crecimiento sostenido de la digitalización de los servicios financieros, el auge de las *fintech* y el interés por la ciberseguridad en las transacciones digitales.

Finalmente, se cumplió el propósito comparativo entre ambos medios, mostrando similitudes en las líneas editoriales y diferencias en el enfoque de profundidad y orientación de las noticias, siendo *El Economista* más analítico y *El Financiero* más orientado a la inmediatez informativa.

En conjunto, los resultados confirman que la investigación cumplió con su propósito de generar una visión integral del financiamiento nacional desde la óptica de los medios financieros especializados, aportando información útil para la toma de decisiones estratégicas.

En cuanto a la hipótesis planteada en la investigación —que el entorno del financiamiento en México, durante 2022–2024, presenta una tendencia mayor en los macroentornos económico y social respecto a los político y tecnológico— se acepta plenamente con base en la evidencia obtenida.

Los resultados del análisis de contenido muestran una predominancia estadística y temática de los artículos relacionados con el desempeño económico del país, las políticas monetarias, el comportamiento inflacionario y las condiciones del crédito. De igual forma, el entorno social ocupa un lugar relevante debido al interés mediático por los efectos del financiamiento en los hogares, el consumo y la estabilidad laboral.

En contraste, los temas políticos —centrados principalmente en reformas regulatorias, políticas públicas o decisiones de la Secretaría de Hacienda— tuvieron una representación menor, aunque significativa para entender el contexto institucional. El entorno tecnológico, aunque emergente, mantiene una presencia ascendente, sobre todo en temas de innovación financiera y digitalización de servicios, lo que abre una nueva línea de observación para estudios posteriores.

Entre los resultados más sobresalientes se identifican predominio de los entornos económico y social, con un 70% de las menciones totales en las publicaciones analizadas, lo que refleja la preocupación mediática por la estabilidad macroeconómica y las repercusiones del entorno postpandemia. Incremento del discurso tecnológico, especialmente en 2023 y 2024, vinculado al crecimiento del comercio electrónico, los sistemas de pago digital y la modernización del sistema financiero. Relevancia de las fuentes institucionales, como el Banco de México, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores y la Secretaría de Hacienda, que fueron citadas con alta frecuencia como generadoras de confianza y legitimidad informativa. Tendencia a la construcción de una percepción positiva del financiamiento formal, promoviendo la inclusión financiera, la educación económica y el acceso a productos financieros responsables. Diferencias editoriales entre los medios: El Economista se distingue por su enfoque analítico, orientado a un público especializado, mientras que El

Financiero muestra una estructura más divulgativa y dinámica, adaptada a audiencias amplias.

El análisis comparativo reveló que los medios no sólo informan sobre la coyuntura, sino que configuran una narrativa interpretativa que influye en la percepción de estabilidad económica, la confianza del consumidor y la toma de decisiones financieras en los sectores empresarial y personal.

Estos resultados corroboran que el financiamiento se interpreta mediáticamente como un factor de desarrollo económico y bienestar social, en el cual la estabilidad macroeconómica y la capacidad de adaptación tecnológica son determinantes para el crecimiento sostenido del país.

Desde la perspectiva de las ciencias financieras, esta investigación representa un aporte relevante en varios sentidos, primero, como contribución metodológica, pues el uso del análisis de contenido mixto aplicado a medios de comunicación financieros demuestra que las herramientas de investigación social pueden integrarse al estudio de fenómenos contables, ofreciendo una perspectiva interdisciplinaria que combina la medición cuantitativa con la interpretación cualitativa. Segundo, en cuanto al valor informativo para la toma de decisiones, los hallazgos proporcionan un panorama actualizado de las tendencias macroeconómicas y de los discursos dominantes en torno al financiamiento, información que puede ser utilizada por contadores, analistas financieros y responsables de planeación estratégica en el sector público y privado.

En tercer lugar se considera la reflexión sobre la percepción del entorno financiero, al demostrar que los medios no sólo reflejan, sino también construyen realidades económicas, el estudio amplía el entendimiento del papel de la información en la formación de expectativas financieras, variable crucial en la gestión de riesgos, la proyección presupuestal y la evaluación de inversiones. En cuarto lugar se ubica la vinculación de la Contaduría con la comunicación económica, al aportar una mirada innovadora al incorporar el análisis mediático como fuente complementaria de información financiera, fortaleciendo las

competencias analíticas del profesional contable para interpretar tendencias del entorno. Y finalmente, el fortalecimiento de la cultura de investigación aplicada, ya que este trabajo promueve la práctica investigativa en el campo contable desde un enfoque de sustentación empírica, contribuyendo a la construcción de una contaduría más analítica, proactiva y socialmente responsable.

En síntesis, la tesis demuestra que las ciencias financieras no pueden permanecer ajenas al análisis del entorno mediático, pues éste constituye un insumo estratégico para anticipar cambios económicos, regulatorios y tecnológicos que impactan directamente en la práctica profesional.

Limitaciones y futuras líneas de investigación

Pese a los resultados obtenidos, se reconocen algunas limitaciones que deben considerarse para la adecuada interpretación de los hallazgos, como la temporalidad acotada, ya que el periodo analizado (2022–2024) impide observar variaciones estructurales de largo plazo en los discursos sobre financiamiento, especialmente en contextos pre y post electorales o de crisis económica prolongada. Respecto a la selección de fuentes, aunque *El Economista* y *El Financiero* son los principales referentes del periodismo financiero en México, la exclusión de otros medios impresos o digitales limita la diversidad de perspectivas y enfoques editoriales. La dependencia del acceso digital, pues la revisión de los artículos estuvo condicionada al acceso gratuito de las plataformas, lo que puede haber restringido algunos contenidos de sus versiones premium.

Y finalmente, la naturaleza interpretativa del método, si bien el análisis de contenido permite objetivar tendencias, la interpretación de las categorías depende en parte del criterio del investigador, lo cual puede influir en la codificación de los datos. Estas limitaciones no demeritan los resultados, sino que constituyen puntos de mejora y oportunidades de ampliación para futuras investigaciones.

Asimismo, a partir de las conclusiones obtenidas, se proponen diversas líneas futuras de estudio que podrían fortalecer y ampliar la comprensión del entorno financiero nacional,

como ampliación del universo de medios, al incorporar prensa digital, redes sociales y portales especializados en finanzas y tecnología financiera, para analizar cómo la información se distribuye y transforma en diferentes plataformas.

Extensión temporal del análisis, para evaluar la evolución del discurso sobre financiamiento a lo largo de una década, considerando eventos económicos relevantes (reformas fiscales, elecciones, crisis globales) para identificar ciclos mediáticos. Profundización en el macroentorno tecnológico, al estudiar el impacto de la inteligencia artificial, las criptomonedas, la banca digital y el blockchain en la estructura del sistema financiero mexicano y en la percepción pública sobre la seguridad financiera.

Adicionalmente, enfoques comparativos internacionales, para contrastar la cobertura del financiamiento en México con la de otros países latinoamericanos, para determinar patrones comunes y divergencias en la construcción mediática del entorno financiero. Así como aplicaciones prácticas para la contaduría y las finanzas, al desarrollar modelos predictivos basados en el análisis de contenido que permitan anticipar tendencias del mercado o identificar señales tempranas de riesgo financiero.

En conclusión, el análisis realizado permite concluir que el entorno financiero mexicano durante 2022–2024 estuvo marcado por la estabilidad económica relativa, la recuperación postpandemia, la digitalización progresiva y la creciente conciencia social sobre la importancia del financiamiento responsable. La presencia mediática de estos temas refleja no sólo la coyuntura económica, sino también las transformaciones estructurales del sistema financiero y de los hábitos de consumo de la población.

Así, esta investigación no sólo cumple con los objetivos académicos de la tesis, sino se consolida como una aportación significativa a la comprensión del papel que desempeñan los medios financieros en la construcción del discurso económico nacional, contribuyendo a fortalecer la práctica contable y financiera basada en el análisis crítico, la evidencia empírica y la responsabilidad social.

REFERENCIAS

- Cortés, D. (2024). Características del proceso de toma de decisiones en una organización. Recuperado de:
- Docusign (11 de 02 de 2025). La importancia del área financiera de una empresa y su rol en la escalabilidad de un negocio. Recuperado de: <https://www.docusign.com/es-mx/blog/area-financiera-de-una-empresa>
- Maulén, C. (2025). El uso de los datos/ Estudio data-Driven 2025., 12 (12), pp. 1-42. Recuperado de: https://customertrigger.com/pdf/Estudio%20Data-Driven%202025_CustomerTrigger-InsightLab_v1.6.pdf
- Ortega, C. (2025). Análisis de contenido: Qué es y cómo funciona en los estudios cualitativos. Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-de-contenido/>
- Stewart, L. (09 de 09 de 2025). Análisis de contenido manifiesto, definición y método. Recuperado de: <https://atlasti.com/es/research-hub/analisis-contenido-manifiesto>
- Smith, C. (2025). ¿Qué es el análisis de contenido? 9 ventajas que todo estudiante de doctorado debería conocer en 2025. Recuperado de: https://www.theacademicpapers-co-uk.translate.goog/blog/2021/10/06/what-is-content-analysis-advantages-and-disadvantages/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=tc
- Godaddy Operating Company, (24 de 04 de 2025). Microentorno de una empresa: Que es y como influye en tu negocio. Recuperado de: <https://www.godaddy.com/resources/es/blogs/que-es-el-microentorno-de-una-empresa>
- Álvarez, F., López, O., y Toledo, M. (2021). Acceso al financiamiento de las pymes. Caracas: CAF. Recuperado de: <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1752>
- 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>
- 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/>
- ASALE, R., & RAE. (2022). Diccionario de la lengua española RAE - ASALE. “Diccionario de La Lengua Española” - Edición Del Tricentenario. Recuperado de: <https://dle.rae.es/financiamiento>
- 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>
- Bastidas-Romero, J. R., & Correa-González, C. A. (2021). Instrumentos financieros usados en el financiamiento de las PYMES. FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria). 6(3), pp. 40-51. Recuperado de: <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/427/750>
- BBVA. (2023). ¿Qué es un financiamiento? Recuperado de: <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/f/financiamiento.html>
- 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>
- Bloomberg, Stillman, A., Duarte, E. y O’Boyle, M. (21 de 02 de 2023). Préstenle a Pemex: Busca 1,000 mdd en financiamiento con Goldman Sachs y JPMorgan. <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2023/02/21/prestenle-a-pemex-busca-1000-mdd-en-financiamiento-con-goldman-sachs-y-jpmorgan/>
- Castañares, G. (01 de 06 de 2020). Firmas aceleran financiamiento bancario en abril. <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/firmas-aceleran-financiamiento-bancario-en-abril/>
- Castañares, G. (21 de 05 de 2020). Financiamiento de empresas por parte de la banca aumenta 2.4% en primer trimestre: Banxico. <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/financiamiento-de-empresas-por-parte-de-la-banca-aumenta-2-4-en-primer-trimestre-banxico/>
- Castañares, G. (30 de 04 de 2023). Financiamiento de la banca comercial aumenta 9.2% en marzo. <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/financiamiento-de-la-banca-comercial-aumenta-9-2-en-marzo-de-2020/>

Catalunya, U. O. (26 de 04 de 2021). análisis, interno, externo. Recuperado de: http://cv.uoc.edu/UOC/a/moduls/90/90_331/web/main/m1/v1_3_1d.html

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,identificador%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 de: <https://www.questionpro.com/blog/es/nubes-de-palabras/>.

Diario Ejecutivo (11 de septiembre de 2022). Préstamos 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, (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 Economista. (09 de 06 de 2023). Crédito hipotecario inicia el 2023 con el pie izquierdo; cayó 15% en el 1T.<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Credito-hipotecario-inicia-el-2023-con-el-pie-izquierdo-cayo-15-en-el-1T-20230609-0047.html>

El Financiero (15 de 09 de 2021). Bimbo debuta en financiamiento sustentable con 1,750 mdd.<https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2021/09/14/bimbo-debuta-en-financiamiento-sustentable-con-1750-mdd/>

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 (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>

Estrada, S. (02 de 07 de 2023). Educación y servicios financieros, claves para impulsar la inclusión.<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Educacion-y-servicios-financieros-claves-para-impulsar-la-inclusion-20230702-0025.html>

Estrada, S. (04 de 06 de 2023). Financieras apuestan por segmentos no atendidos.<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Financieras-apuestan-por-segmentos-no-atendidos-20230604-0074.html>

Estrada, S. (07 de 08 de 2023). Fondeo colectivo continúa incrementado la colocación de créditos personales.<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Fondeo-colectivo-continua-incrementado-la-colocacion-de-creditos-personales-20230807-0095.html>

Estrada, S. (09 de 06 de 2023). Tecnológicas buscan impulsar la inclusión mediante fintech y sofipos.<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Tecnologicas-buscan-impulsar-la-inclusion-mediante-fintech-y-sofipos-20230609-0070.html>

Estrada, S. (11 de 07 de 2023). Fondeo colectivo ve potencial en factoraje <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Fondeo-colectivo-ve-potencial-en-factoraje-20230711-0070.html>

- Estrada, S. (14 de 07 de 2023). NAFIN Y AMSOFAC anuncian una colaboración para incrementar inclusión financiera de las pymes.<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Nafin-y-Amsofac-anuncian-una-colaboracion-para-incrementar-inclusion-financiera-de-las-Pymes-20230714-0048.html>
- Estrada, S. (16 de 07 de 2023). La Canaco CDMX y SOFOM Academy se alían para fondear al sector.<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/La-Canaco-CDMX-y-Sofom-Academy-se-alian-para-fondear-al-sector-20230716-0026.html>
- Estrada, S. (26 de 07 de 2023). Jeeves entra al mercado de transferencias globales.<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Jeeves-entra-al-mercado-de-transferencias-globales-20230726-0069.html>
- Estrada, S. (30 de 07 de 2023). Konfio refuerza financiamiento a pymes mediante algoritmos.<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Konfio-refuerza-financiamiento-a-pymes-mediante-algoritmos-20230730-0026.html>
- Estrada, S. (31 de 05 de 2023). Se espera mayor demanda de crédito durante el Hot Sale 2023.<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Se-espera-mayor-demanda-de-credito-durante-el-Hot-Sale-2023-20230531-0084.html>
- Fernández Torres A. (2003) El análisis del entorno: un enfoque de planeación. Recuperado de: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/analisis2003-2.pdf>
- Flores, Z. (31 de 05 de 2021). Hacienda refinanciará deuda de Deer Park sin cambiar techo de financiamiento 2021.<https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2021/05/31/hacienda-refinanciara-deuda-de-deer-park-sin-cambiar-techo-de-financiamiento-2021/>
- Franquet, A. R. (01 de 07 de 2020). Macroentorno. Recuperado de:<https://economipedia.com/definiciones/macroentorno.html>
- Gazcón, F. (25 de 04 de 2023). Ser ‘verde’ cuesta: México va por financiamiento sustentable con sacrificio económico, dice Hacienda.<https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2023/04/25/ser-verde-cuesta-mexico-va-por-financiamiento-sustentable-con-sacrificio-economico-dice-hacienda/>
- 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%3AI9f3Rz90nrkJ%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.
- Hernández, L. (22 de 07 de 2020). FMI amplía límites de acceso de financiamiento anual a países por crisis provocada por COVID-19. <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/fmi-amplia-limites-de-acceso-de-financiamiento-anual-a-paises-por-crisis-provocada-por-covid-19/>
- Hernández, L. (29 de 03 de 2022). Financiamiento para Pymes es el doble de caro que para 'los de arriba': OCDE. <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2022/03/29/financiamiento-para-pymes-es-el-doble-de-carro-que-para-los-de-arriba-ocde/>
- HSBC. (2019). Importancia del financiamiento para empresas en crecimiento. Recuperado de <https://www.empresas.hsbc.com.mx/es-mx/insights/growing-my-business/importancia-del-financiamiento-para-empresas-en-crecimiento>
- Huairé Inacio, E.J. (2019). Método de investigación. Material de clase. 1-60. Recuperado de: <https://www.aacademica.org/edson.jorge.huairé.inacio/35.pdf>
- Huerta, E. (03 de 09 de 2023). Financiamiento selectivo para las financieras no bancarias. <https://www.eleconomista.com.mx/mercados/Financiamiento-selectivo-para-las-financieras-no-bancarias-20230903-0054.html>
- Juárez, E. (24 de 08 de 2023). Banca ve un potencial de 140,000 mdp de crédito adicional para mipymes. <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Banca-ve-un-potencial-de-140000-mdp-de-credito-adicional-para-mipymes-20230824-0004.html>

- Juárez, E. (30 de 08 de 2023) BBVA México prevé un menor dinamismo del crédito al consumo en lo que resta del año. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/BBVA-Mexico-preve-un-menor-dinamismo-del-credito-al-consumo-en-lo-que-resta-del-ano-20230830-0092.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 República/Colombia. (30 de 07 de 2023). Rappi financiará a restaurantes en Colombia. <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Rappi-financiara-a-restaurantes-en-Colombia-20230730-0037.html>
- Lara-Andrade M. V., López-Aguilar G. R., Vázquez-Juárez P. y Botellón-Marín N. (2019) La factibilidad del financiamiento en México. *Horizontes de la Contaduría en las Ciencias Sociales*. (10), pp. 94-110. Recuperado de: <https://www.uv.mx/iic/files/2020/01/Num10-Art06.pdf>
- Leyva, R. J. (25 de 05 de 2022). Financiamiento bancario, ‘colchón’ de familias mexicanas ante inflación más elevada. <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2022/05/25/financiamiento-bancario-colchon-de-familias-mexicanas-ante-inflacion-mas-elevada/>
- 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. Recuperado de: 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~YOHnWIt1JYtkSRMipglKHnzlsgbqV3VWVCdOeMJ4Bb0XH0079EheylkUSXbDpovp7lvRW8s2NZgFu4pRITbjPrFbYMmpHOpPaXImQpN6ah3nxeOWW07sriz-b~IwGuzO07u~0jK-6l9SlpDoIEhggKnQBBky9E7yXhnfwznQOZt7Bw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Lifeder (11 de mayo de 2020). ¿Cuáles son las Partes y Secciones de un Periódico? Recuperado de: <https://www.lifeder.com/partes-periodico/>.
- 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. Recuperado de: <https://publicaciones.unaula.edu.co/index.php/VisionContable/article/view/490/631#toc>
- Martínez, A. (20 de 12 de 2023). ¿México requerirá menos ‘lana’ en 2022? Necesidades de financiamiento bajarán a 13.2% del PIB. <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/2021/12/20/mexico-requerira-menos-lana-en-2022-necesidades-de-financiamiento-bajan-a-132-del-pib/>
- 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=35onLijHQ3CfrpEt mNm1MU7UaCQ#v=onepage&q=an%C3%A1lisis%20de%20entorno&f=false>
- Mendoza-Vargas, E. Y., Escobar-Terán, H. E. y Boza-Valle, J. A. (2019). El financiamiento: principal reto del microemprendimiento en Ecuador. *ECOCIENCIA*, 6 (6), pp. 1-20. Recuperado de: <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/243/189>
- Meza Rodríguez, E. (07 de 09 de 2023). Se requieren inversiones más allá de las financieras para impulsar el emprendimiento femenino: BID. <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Se-requieren-inversiones-mas-alla-de-las-financieras-para-impulsar-el-emprendimiento-femenino-BID-20230906-0078.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
- Molina, J.A. (30 de 08 de 2023). Las franquicias recibirán capacitación y financiamiento a través de un convenio entre Sedeco y la AMF. <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Las-franquicias-recibiran-capacitacion-y-financiamiento-a-traves-de-un-convenio-entre-Sedeco-y-la-AMF-20230829-0117.html>
- 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 eficiente. Revista Venezolana de Gerencia, XIV (48), p. 606-628. <https://www.redalyc.org/pdf/290/29012059009.pdf>
- Navarrete, F. (19 de 11 de 2020). Interjet debe buscar financiamiento para evitar quiebra; 'sería otro fracaso': SCT. <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/interjet-debe-buscar-financiamiento-para-evitar-quiebra-seria-otro-fracaso-sct/>
- Navarrete, F. (31 de 08 de 2020). Infonavit arranca programa de financiamiento para autoproducción de vivienda. <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/infonavit-arranca-programa-de-financiamiento-para-autoproduccion-de-vivienda/>
- 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>
- Peña, S. (2017). Análisis de Datos. Fundación Universitaria del Área Andina.
- Piñero-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
- 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>
- Ranis Franquet, A. (01 de 07 de 2020). Macroentorno. Recuperado de:<https://economipedia.com/definiciones/macroentorno.html>
- Reuters (16 de 08 de 2023). Fitch rebaja la calificación de Ecuador a "CCC+".<https://www.eleconomista.com.mx/economia/Fitch-rebaja-la-calificacion-de-Ecuador-a-CCC-20230816-0102.html>
- Reuters (23 de 07 de 2023) BCE pedirá a bancos datos semanales de liquidez para vigilar su salud.<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/BCE-pedira-a-bancos-datos-semanales-de-liquidez-para-vigilar-su-salud-20230723-0047.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, E. (02 de 01 de 2020). Financiamiento de la banca a la IP muestra recuperación al cierre de noviembre.<https://www.elfinanciero.com.mx/economia/financiamiento-de-la-banca-a-la-ip-muestra-recuperacion-al-cierre-de-noviembre/>
- Rodríguez, Y. (2005) *Gestión de la información y del conocimiento para la toma de decisiones organizacionales*, p. 150-163.
- Saldaña-Mayea, Y. Y., Gómez-Murillo, I. del P., Lamilla-Miranda, I. M., y Nagua-Bazán, L. J. (2020). Fuentes de financiamiento alternativas para las pequeñas y medianas empresas. *FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*.5(3), pp. 966-977. Recuperado de:<https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/274/471>
- Salem, IE, Elkhwesky, Z. y Ramkissooon, 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>
- Santiago, J. (04 de 09 de 2023). Financiamiento bursátil de empresas ha crecido 61% en lo que va del año. <https://www.eleconomista.com.mx/mercados/Financiamiento-bursatil-de-empresas-ha-crecido-61-en-lo-que-va-del-ano-20230904-0110.html>
- Santiago, J. (06 de 09 de 2023). Financiamiento bursátil debe aumentar por nuevas oportunidades de inversión en México: Biva. <https://www.eleconomista.com.mx/mercados/Financiamiento-bursatil-debe-aumentar-por-nuevas-oportunidades-de-inversion-en-Mexico-Biva-20230906-0046.html>
- Santiago, J. (14 de 08 de 2023). Financiamiento en Bolsa crece por las elecciones en 2024 y por nearshoring: BMV. <https://www.eleconomista.com.mx/mercados/Financiamiento-en-Bolsa-crece-por-las-elecciones-en-2024-y-por-nearshoring-BMV-20230814-0098.html>
- Santiago, J. (14 de 08 de 2023). SHCP alista plan masivo de financiamiento sostenible. <https://www.eleconomista.com.mx/economia/SHCP-alista-plan-masivo-de-financiamiento-sostenible-20230814-0119.html>
- Santiago, J. (14 de 08 de 2023). Urge canalizar financiamiento a proyectos que combatan el calentamiento global: BMV. <https://www.eleconomista.com.mx/economia/Urge-canalizar-financiamiento-a-proyectos-que-combatan-el-calentamiento-global-BMV-20230814-0117.html>
- Santiago, J. (27 de 08 de 2023). Empresas levantan 15,000 millones de pesos en Bolsa por el nearshoring. <https://www.eleconomista.com.mx/mercados/Empresas-levantan-15000-mdp-en-Bolsa-por-el-nearshoring-20230827-0038.html>
- 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/>
- 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. (29 de 03 de 2019). Financiamiento otorgado por la banca comercial disminuye en 0.4% durante febrero. <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/financiamiento-otorgado-por-la-banca-comercial-disminuye-en-0-4-durante-febrero/>
- 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/>
- Villasís-Keever, MA y Miranda-Novales, 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>
- Villegas-Villavicencio, J. J. (2020). Estrategias de financiamiento a corto plazo que utilizan las empresas siderúrgicas de Venezuela. Revista de Investigación en Ciencias de la Administración. 4(14), pp. 94-107. Recuperado de: https://repositorio.cidecuador.org/jspui/bitstream/123456789/1316/1/Articulo_No_2.pdf