

MARKETPLACE COMO APOYO EMPRENDEDOR

Mónica Castillo Moreno ¹
Marco Antonio Luna Márquez²
Erika Emilia Cantera³

RESUMEN

El presente proyecto busca impulsar a las mujeres emprendedoras, que debido a la situación económica actual y después de periodos de cierres parciales y totales de establecimientos derivados de la pandemia se vieron en la necesidad de crear nuevos emprendimientos, sin embargo, la gran mayoría carece de conocimientos administrativos, financieros, contables, tecnológicos, entre otros, lo que les impide el crecimiento y permanencia dentro de los mercados a los que están enfocados, a través de un e-marketplace dirigido a este tipo de empresas ayudándoles en su modelo de negocios para su desarrollo económico sostenible.

PALABRAS CLAVE: Marketplace, emprendimiento, posicionamiento, tecnología, comercio electrónico.

MARKETPLACE AS ENTREPRENEURIAL SUPPORT

ABSTRACT

This project looks for promoting entrepreneurs females, which the current economic situation and after periods of partial and total stopped of establishments due to the pandemic, had the need to create new ventures, however, the vast majority have not enough managerial, financial, accounting, technological knowledge, among others, which prevents them from growing and permanence within the markets to which they are focused, through an e-marketplace aimed at this type of company, helping them in their business model for their sustainable economic development.

KEYWORDS

Marketplace, entrepreneurship, positioning, technology, electronic commerce

INTRODUCCIÓN

El confinamiento debido a la pandemia ocasionada por SARS-CoV-2 dejó, entre otras cosas, una crisis económica global, muchas empresas, de cualquier tamaño y sector, se vieron obligadas a cerrar de manera parcial o definitiva, ocasionando una baja sustancial en el empleo formal. Debido a lo anterior, se incrementó el número de empleos informales, así como surgieron nuevas empresas formales, las mismas que pueden estar en riesgo de no llegar a los dos primeros años de gestión, debido a la falta de planificación

¹ Contador Público. Tecnológico Nacional de México/TESCI; monica.ca@cuautilan.tecnm.mx

² Maestro en Tecnología de Información. Tecnológico Nacional de México/TESCI; marco.lm@cuautilan.tecnm.mx

³ Maestra en Administración Empresarial. Tecnológico Nacional de México/TESCI; erika.c@cuautilan.tecnm.mx

estratégica y conocimientos en áreas administrativas, fiscales o financieras. Mientras que las empresas no constituidas formalmente, se enfrentan a la evasión fiscal, no existe protección legal y no tienen acceso a los recursos financieros que los que los bancos comerciales o programas gubernamentales ofrecen, y al final, ya sea a mediano o largo plazo demanda mayor inversión, no ser una empresa constituida que legalizada. De la misma forma, el sector informal (SI), si no se vio un incremento durante la pandemia, sigue latente, mientras que Otras Modalidades de Informalidad (OMI) y los trabajos informales, presentan un aumento en sus datos estadísticos, dejándolos fuera del producto interno bruto oficial de la zona en la que operan, por ello, es conveniente contar con políticas públicas e incentivos fiscales, que motiven a las nuevas micro empresas a llevarlas a la formalidad, y así tener la oportunidad de insertarlas a las nuevas tecnologías. La propuesta en este espacio es el desarrollo de un marketplace como una plataforma tecnológica para los nuevos emprendimientos y microempresas que fortalezca de manera legal a estas empresas, y sean generadoras de empleos, y que cuenten con la guía de consultorías especializadas en MiPymes como apoyo en la planificación estratégica y crecimiento sostenible.

Objetivo General

Implementar un Marketplace como herramienta tecnológica que impulse a las nuevas emprendedoras a comercializar sus productos y/o servicios en espacios colaborativos y llevándolos a la formalidad en sus negocios

Marketplace

Los llamados marketplace, son mercados virtuales donde se comercializan productos o servicios, y se reúnen una gran cantidad de vendedores y compradores en una misma plataforma electrónica, la misma que se encuentra en internet, con la finalidad de negociar ofertas, precios, cantidades de productos o servicios, y todo en un mismo lugar. Mejía (2020) cita a varios autores que definen este concepto Los e-marketplaces contribuyen a que los mercados minoristas se diversifiquen y dan la posibilidad de que el grupo de consumidores de las empresas vinculadas con el e-marketplace incrementen su grupo de consumidores (Qu, Stief, Dantan, Etienne, & Siadat, 2019), generando un mayor tráfico (Wibisono, Haidar & Revaldo, 2017), lo que ocasiona mayor posibilidad de que incrementen las ventas (Li, Song, Chi & Kwok, 2018). Así mismo, se constituye en una oportunidad para que las pymes locales, mitiguen las crisis económicas, ya que se ha demostrado que estas presentan incapacidad de responder rápidamente a las recesiones económicas y financieras (Keith & Pearce, 1993).

Un marketplace, ofrece un infraestructura tecnológica neutral y común para los suscriptores, ya sea cliente o proveedor, es segura y fiable, ya que a diferencia de las redes sociales, en donde, por lo general los pequeños negocios, que en su mayoría son empresas que nacen en el hogar, o nuevos emprendedores, por lo regular, realizan sus operaciones comerciales no formalizadas ante las autoridades hacendarias del país, el marketplace se constituye bajo la Norma Mexicana de Comercio Electrónico, publicada el 30 de abril de 2019 en el Diario Oficial de la Federación, bajo el mandato de la Dirección General de Normas de

la Secretaría de Economía del país, por lo que para pertenecer a un marketplace es necesario que el proveedor de bienes o servicios este debidamente registrado ante las autoridades tributarias.

Esta norma se conoce por el código NMX-COE-001-SCF1-2018 y se llama Comercio electrónico, disposiciones a las que se sujetarán aquellas personas que ofrezcan, comercialicen o vendan bienes, productos o servicios, a través de medios electrónicos, ópticos o tecnológicos, para facilitar sus transacciones de forma legal, que a la letra dice:

“Las actividades a que se refiere esta Norma Mexicana se interpretarán y aplicarán bajo los principios de neutralidad tecnológica, autonomía de la voluntad, y equivalencia funcional, contemplados en el artículo 89 del Código de Comercio.

Esta Norma Mexicana es aplicable a todas aquellas personas físicas o morales que en forma habitual o profesional ofrezcan, comercialicen o vendan bienes, productos o servicios, a través de medios electrónicos, ópticos u otra tecnología, solo para las relaciones de consumo, por medio de Proveedores, Proveedores intermediarios o incluso Terceros proveedores con los consumidores de los bienes, productos o servicios.

La presente Norma Mexicana no es aplicable hacia servicios financieros realizados a través de los medios antes mencionados”.

El propósito de un marketplace es estimular el comercio electrónico y así insertar a las microempresas y nuevos emprendimientos a la era digital, siendo parte de la nueva revolución industrial llamada Industria 4.0, mejorando la competitividad y asegurando la permanencia del mercado dentro de la nueva economía, logrando que más empresas se perfilen en la formalidad, tengan un crecimiento sostenible y sean fuentes de empleo.

Los beneficios que ofrece este tipo de negocio electrónico son, entre otros:

1. Incrementar la cartera de clientes con poca inversión
2. Reducción de costos de operación y de marketing
3. Aumento en la competitividad
4. Mejora el servicio al cliente dando rápida respuesta a sus requerimientos
5. Compra de bienes o servicios en cualquier momento
6. El acceso a la información es más rápido
7. Mayor participación del consumidor
8. La calidad en el servicio se ve favorecida
9. Permite trabajar desde el hogar
10. Reduce de manera significativa las cadenas de entrega

Emprendimiento

La cultura, favorece al emprendimiento ya que fomenta el desarrollo de proyectos de emprendedores, como procesos de fundación de actividades, empresas lucrativas o no, proyectos económicos, sociales, políticos o de renovación o reingeniería, de los procesos existentes, según Hidalgo (2014).

Bygrave, William (1994: 468) afirma que: "El proceso de emprendimiento es aquel que involucra todas aquellas funciones, actividades y acciones que se encuentran asociadas a la percepción de las oportunidades y de la creación de empresas para seguirla".

La Real Academia de la Lengua Española, define emprendimiento como la acción de emprender que viene del latín in 'en' y prendere 'coger', acometer y comenzar una obra, un negocio, especialmente si encierran dificultad o peligro.

Por lo anterior, se puede entender que emprendimiento es crear un negocio con la finalidad de generar utilidades y oportunidades de crecimiento empresarial ocupando herramientas de gestión y planificación estratégica para el logro de los objetivos organizacionales.

En los últimos años, el emprendimiento ha significado una estrategia para el crecimiento económico de la región en donde se asientan permitiendo realizar proyectos empresariales para el autoempleo y la posibilidad de mejorar la calidad de vida del emprendedor. En este sentido, Luis Vicente Ovalles-Toledo (2018) sostiene que "los gobiernos han visualizado que al apoyar actividades de emprendimiento motivan el incremento en algunas actividades productivas, así tratan de subsanar aquellos rezagos y demandas que exige la sociedad en cuanto a empleos y ocupación como instrumento para combatir la pobreza; para ello se instauran programas con el fin de dar recursos y capacitación, lo que tiene un impacto en el desarrollo de habilidades y capacidades de la población".

Legalidad Empresarial

Es importante recalcar que el beneficio y crecimiento económico del país se refleja con el desarrollo formal de las empresas, sin embargo, existe un sector importante, el cual afecta de manera negativa ya que detiene el crecimiento de la nación y desalientan la productividad, Este sector, llamado informal es el que se encuentra dentro de la irregularidad de los registros legales básicos para operar.

Según Ibarra-Olivo, Acuña y Espejo (2021) A finales de 2019, afectaba a 31,3 millones de personas en México, es decir, al 56,2% de la población ocupada. La crisis sanitaria reciente causada por la pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19) ha evidenciado la vulnerabilidad de los trabajadores en situación de informalidad laboral.

Por otro lado, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) comenta que no solo el sector informal (SI) está constituido por micronegocios, sino también por Otras Modalidades de Informalidad (OMI) como las labores domésticas remuneradas o las de la agricultura y todas aquellas labores que se desempeñen dentro de empresas legalmente constituidas pero que no se cuente con protección legal para esas relaciones laborales.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía hace mención que el concepto de informalidad abarca desde las microempresas que no están registradas ante las autoridades tributarias, hasta las prácticas laborales por empresas formales que no ofrecen acceso a la seguridad social de sus empleados.

En la actualización de la medición de la economía informal 2003-2020 emitido por el INEGI, en su comunicado de prensa del 16 de diciembre de 2021 número 776/21, menciona que:

Para 2020, la contribución de 21.9% del PIB informal, se genera por 55.6% de la población ocupada en condiciones de informalidad. Asimismo, 78.1% del PIB lo genera el sector formal con 44.4% de la población ocupada formal. Es decir, por cada 100 pesos producidos del PIB del país, 78 pesos lo generan 44% de trabajadores formales, mientras que 22 pesos los originan 56% de ocupados en informalidad.

Este mismo estudio arroja que la pandemia por COVID-19, impactó a todos los sectores económicos, tanto formales como informales, así como en las OMI, y en el caso de SI, los resultados muestran que el comercio al por menor dentro del sector informal es la actividad económica que mayor contribución tiene, aumentando de 39.2% a 40.5% dentro del periodo de análisis (2019-2020), mientras que la ocupación laboral informal en 2019 era del 56.5%, en 2020, fue del 55.6% , en el sector de las OMI, en 2019 28.8% y en 2020 del 29.1%.

Impacto y Beneficio

El Municipio de Cuautitlán Izcalli, se encuentra dentro del Estado de México y es considerado uno de los municipios que generan un Producto Interno bruto (PIB) de mayor importancia en comparación con los otros que conforman el Estado de México.

Este programa regional muestra que “en 2017 el Estado de México tuvo un PIB de un billón 611 mil 933 millones 630 mil pesos y según datos del Sistema de Cuentas Nacionales fue la segunda economía más importante a nivel nacional, al aportar aproximadamente el nueve por ciento del PIB nacional”. Por lo anterior, se busca que el municipio de Cuautitlán Izcalli siga teniendo una valiosa participación dentro del PIB nacional.

METODOLOGÍA

La metodología por utilizar es:

1. Elaboración de cuestionarios
2. Recaudación de información
3. Análisis de información
4. Interpretación de información
5. Resultados estadísticos

El estudio se efectúa con las MiPymes ubicadas dentro de los municipios de Cuautitlán Izcalli y alrededores. Se realizó una encuesta a un pequeño grupo de una red social, con 50 miembros, creado por 10 emprendedoras con la finalidad de contar con una referencia de la viabilidad de la creación de un Marketplace local dentro del mismo Municipio y alrededores. El cuestionario se enfocó en las preferencias de

las clientas de ese grupo on-line por las compras en línea. El tamaño de la muestra es de 42 mujeres que interactúan en dicha red social.

Observando las respuestas que se obtuvieron a partir de la encuesta realizada y para comprobar la viabilidad de crear un Marketplace de mujeres, y tomando como referencia las 3 preguntas más relevantes, las mismas que se enlistan a continuación:

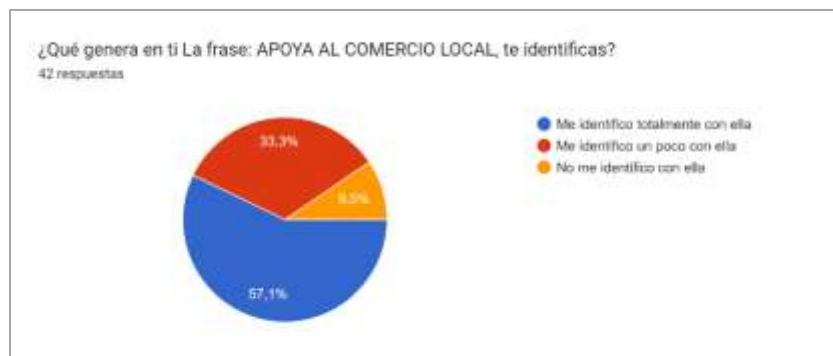
1. ¿En caso de que existiera un marketplace local, con comerciantes mujeres, vecinas del Municipio de Cuautitlán Izcalli, elegirías comprar en ese espacio?
2. ¿Has adquirido un servicio/artículo en los últimos 12 meses en una plataforma de ventas on line?
3. ¿Sabías que un marketplace es un sitio on-line donde se comercializan productos, o sea un mercado digital?

La hipótesis alternativa (H1) que se plantea: ¿Es posible crear un Marketplace en el municipio de Cuautitlán Izcalli para mujeres emprendedoras y contar con su preferencia de compra?

RESULTADOS

Los resultados observados en cuánto a las respuestas de parte de las consumidoras, se muestran en los gráficos que a continuación se detallan:

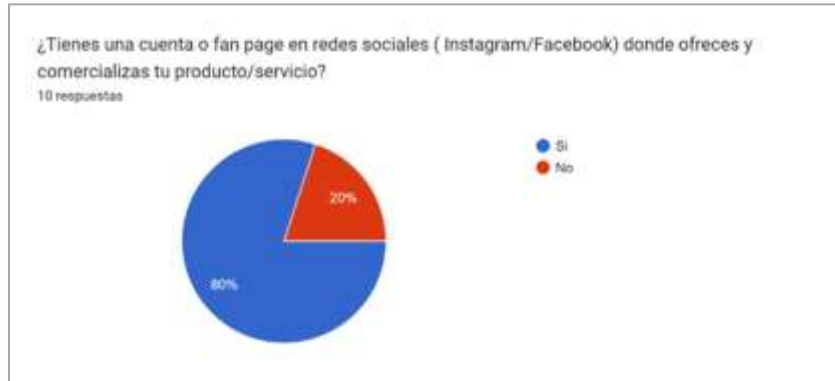
Ilustración 1 Apoyo al comercio local



Fuente: creación propia

En la ilustración 1 se muestra que el 57.1% está identificada con el apoyo al comercio local, lo que denota una pauta positiva para la creación del proyecto.

Ilustración 2 Redes sociales como escaparate comercial



Fuente: creación propia

El 80% de las emprendedoras encuestadas, tienen sus puntos de venta dentro de las redes sociales, tal cual se muestra en la ilustración 2

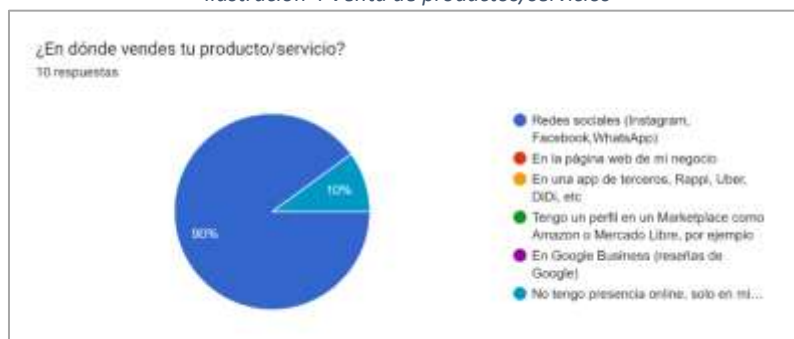
Ilustración 3 Tienda física



Fuente: creación propia

La ilustración 3 nos dice que solo el 10% de las emprendedoras encuestadas cuentan con un establecimiento físico como punto de venta, mientras que el 90% carece de este.

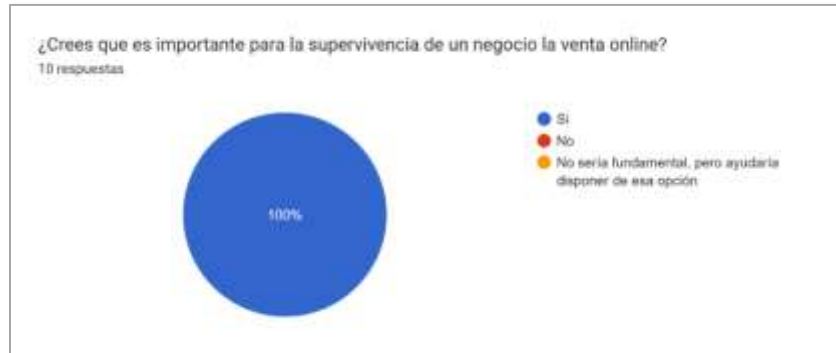
Ilustración 4 Venta de productos/servicios



Fuente: creación propia

Esta ilustración, la número 4, reitera que la venta de productos o servicios se realizan a través de alguna red social.

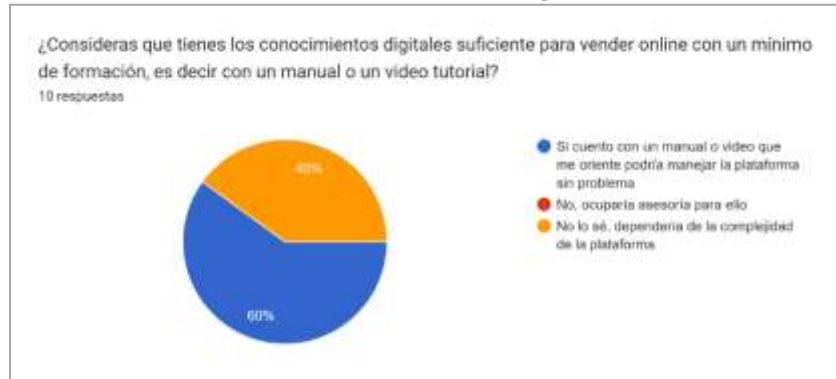
Ilustración 5 Venta on-line



Fuente: creación propia

El 100% de las emprendedoras encuestadas coincidieron que es importante para la supervivencia de un negocio, sea la venta on-line, según lo muestra la ilustración 5

Ilustración 6 Conocimientos digitales



Fuente: creación propia

En la ilustración 6, se observa que el 60% de las emprendedoras encuestadas cuentan con conocimientos digitales suficientes para manejar redes sociales o aplicaciones tecnológicas referentes a un marketplace

Ilustración 7 Tipo de negocio



Fuente: creación propia

En la ilustración 7, se hace notal con un 30% la venta de ropa, calzado y accesorios de moda

DISCUSIÓN

Se realiza la prueba estadística llamada chi cuadrada para verificar las hipótesis, tanto alternativa como nula, tomando en consideración las preguntas clave para la viabilidad de un marketplace para emprendedoras, los resultados observados se muestran en la siguiente gráfica:

Ilustración 8 Preguntas clave



Fuente: creación propia

81% comprarían en un marketplace local de mujeres en el Municipio de Cuautitlán Izcalli; 85% de las mujeres encuestadas han adquirido un producto o servicio en una plataforma de ventas on-line 74% de las mujeres encuestadas saben la definición de Marketplace.

Al realizar las tablas de contingencia y de frecuencia esperada, arroja un resultado de 200.0910%, según lo muestra la ilustración 9.

Ilustración 9 Tabla de contingencia y frecuencia esperada

	TABLA DE CONTINGENCIA					FRECUENCIA ESPERADA			
	PREGUNTAS					PREGUNTAS			
	1	2	3	Total		1	2	3	Total
Si	34.00	35.9	31.00	100.90	Si	33.6333	33.6333	33.6333	100.9000
No	7.04	4.5	8.98	20.52	No	6.9733	6.9733	6.9733	20.9200
Depende/No recuerdo	0.96	1.2	2.02	4.18	Depende/No recuerdo	1.3933	1.3933	1.3933	4.1800
	42.00	42.00	42.00	126.00		42.0000	42.0000	42.0000	126.0000
	PREGUNTAS					PREGUNTAS			
	1	2	3	Total		1	2	3	Total
Si	81%	85%	74%	80%	Si	0.3997%	15.2759%	20.6178%	
No	17%	12%	21%	17%	No	0.0617%	61.6450%	57.7444%	
Depende/No recuerdo	2%	3%	5%	3%	Depende/No recuerdo	13.4769%	2.6826%	28.1850%	
	100%	100%	100%	100%	Chi cuadrado				200.0910%

Fuente: creación propia

Ilustración 10 Prueba de hipótesis

PRUEBA DE HIPÓTESIS	
H_0 : Independencia de las variables	
H_1 : Variables relacionadas	
Estadístico de prueba	
$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$	$\chi^2 = 200.09$
Valor crítico: $gl = (r-1)(c-1) =$	4
	$\alpha = 0.05$
	$\chi^2_{(1-\alpha), (r-1)(c-1)} = 9.4877$

Fuente: creación propia

Los resultados que arroja la prueba de hipótesis, según se muestra en la ilustración 10, son:

Nivel de confianza 95%

α 0.05%

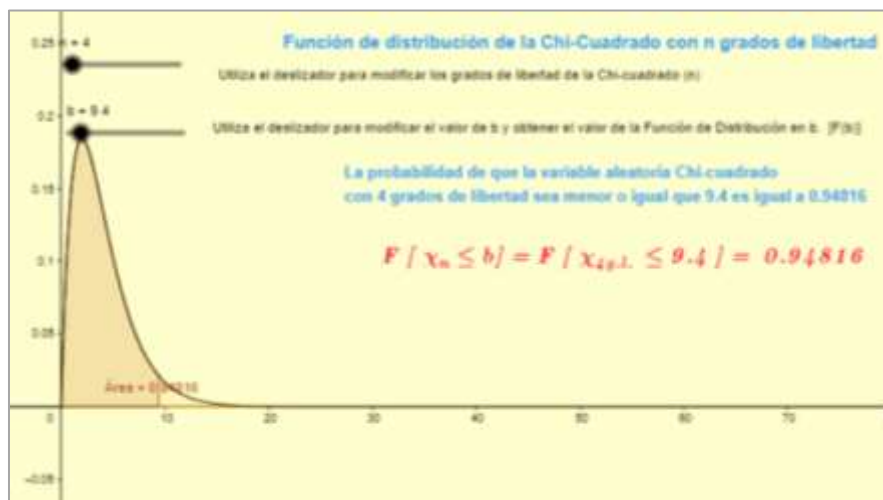
V 4

Valor crítico 9.4877

Decisión

La teoría dice que se rechaza la H_0 cuándo el valor calculado (200.09) es mayor al valor crítico (9.4877290), por lo que la H_0 se rechaza, la hipótesis alternativa se acepta (Ilustración 11) Si existe relación entre las respuestas afirmativas de los encuestados en cuanto si es posible crear un marketplace en el municipio de Cuautitlán Izcalli para mujeres emprendedoras y contar con su preferencia de compra.

Ilustración 11 Gráfica de distribución de la Chi-Cuadrado con n grados de libertad



Fuente: Creación propia, elaborada en Geo-Gebra, julio 2022

CONCLUSIÓN

La notable disminución de empleos ha orillado al incremento del autoempleo, en una gran medida, este se maneja de manera informal, afectando considerablemente el crecimiento económico del país, por lo que, y con base a lo observado, se puede concluir que la creación de un marketplace como escaparate para el comercio electrónico puede ser una plataforma para solventar el grave problema del sector informal (SI)

El comercio electrónico llevado a un Marketplace que esta legalmente constituido, hace que las emprendedoras integrantes del mismo estén debidamente registradas ante las autoridades hacendarias, es decir dentro del padrón tributario, convirtiéndose en parte del Producto Interno Bruto de la región, contribuyendo a que el municipio de Cuautitlán Izcalli siga teniendo una valiosa participación dentro del PIB nacional.

Aunado a lo anterior, se puede mencionar que las ventajas que se tienen al pertenecer a un mercado digital son, entre otras el aumento de las ventas al tener mayor visibilidad comercial, facilitando la expansión del negocio hasta llevarlo a la internacionalización, disminución de los costes, ya que se disminuyen los gastos de instalación o renta de un local comercial, se genera mayor confianza que al ser un emprendedor independiente que comercializa sus productos o servicios en redes sociales, lo anterior puede traducirse en mujeres financieramente independientes, en emprendedoras que se conviertan en empresarias capaces de generar empleos, creando MiPymes formales en beneficio de la economía de la región y de las familias izcallenses.

En próximos trabajos se harán investigaciones sobre el modelo de negocio adecuado a la creación, manejo y sustentabilidad de un marketplace para mujeres emprendedoras.

REFERENCIAS

- E. Ibarra-Olivo; J. Acuña y A. Espejo, "Estimación de la informalidad en México a nivel subnacional", Documentos de Proyectos (LC/TS.2021/19), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2021.
- Gobierno del Estado de México. (2018). Programa Regional IV Cuautitlán Izcalli 2017-2023. Toluca de Lerdo, Estado de México: Consejo Editorial de la Administración Pública Estatal. 114-119
- INEGI. (2 diciembre 2020). *El INEGI presenta resultados de la segunda edición del ecovid-ie y del estudio sobre la demografía de los negocios 2020*. Comunicado de prensa, 617-20, 1-26
- INEGI. (16 diciembre 2021) *Actualización de la medición de la economía informal 2003-2020 preliminar*. Comunicado de prensa 776/21, 1-3
- Mejía D. (2020). VIABILIDAD FINANCIERA DE UN E-MARKETPLACE PARA MARCAS COLOMBIANAS. Colombia: Universidad EIA. p 25
- Samaniego, Norma. (2008). El crecimiento explosivo de la economía informal. *Economía UNAM*, 5(13), 30-41. Recuperado en 11 de enero de 2022, de

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-952X2008000100002&lng=es&tlng=es.

Secretaría de Economía. (30 abril 2019). *Declaratoria de vigencia de la Norma Mexicana Nmx-Coe-001-Scfi-2018, Comercio Electrónico disposiciones a las que se sujetarán aquellas personas que ofrezcan, comercialicen o vendan bienes, productos o servicios*. 12 enero 2022, de Secretaría de Gobernación Sitio web:

https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5559015&fecha=30/04/2019

Secretaría de Economía. (2010). Incubadoras. 12 de enero de 2022, de Secretaría de Economía Sitio web: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/incubadoras>

Senado de la República. (2020). PYMES, importante motor para el desarrollo ECONÓMICO nacional: MC. 27 de marzo de 2020, de Senado de la República Sitio web: <http://comunicacion.senado.gob.mx/index.php/informacion/boletines/47767-pymes-importante-motor-para-el-desarrollo-economico-nacional-mc.html>

Valera S. (2005). Guía de análisis para un marketplace para Pymes mexicanas. México: Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.