S.E.P. TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

Instituto Tecnológico de Tuxtepec

“ANÁLISIS ECONÓMICO DE LAS ADQUISICIONES DEL IMSS EN TUXTEPEC, OAXACA A LAS MIPYMES.”

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:

MAESTRO (A) EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA:

ALBINO CARRERA ROJAS

NUM. DE CONTROL

M98350133

DIRECTOR:

DRA. ZULEMA OLGUIN JACOME

San Juan Bautista Tuxtepec, Oax. 2021

EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

Instituto Tecnológico de Tuxtepec
Subdirección Académica

Autorización de Presentación Electrónica de Tesis

San Juan Bautista Tuxtepec, Oax., 08/Octubre/2021

No. de Oficio 3583

C. ALBINO CARRERA ROJAS
EGRESADO DE LA MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
CON NÚMERO DE CONTROL M98350133
P R E S E N T E

POR MEDIO DE LA PRESENTE ME PERMITO COMUNICARLE QUE, EL COMITÉ TUTORIAL INTEGRADO POR LOS CC. ZULEMA OLGUÍN JÁCOME, DIONICIO PARRA VALIS, ROSA EUGENIA DÍAZ MENÉNDEZ E ISABEL LIRA VAZQUEZ, REVISÓ Y APROBÓ EN SU TOTALIDAD EL TRABAJO PROFESIONAL DENOMINADO: "ANÁLISIS ECONÓMICO DE LAS ADQUISICIONES DEL IMSS EN TUXTEPEC, OAXACA A LAS MIPYMES." PRESENTADO POR USTED COMO PRODUCTO DE TESIS DE ACUERDO AL LINEAMIENTO DE TITULACIÓN CORRESPONDIENTE, PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN.

POR LO ANTERIOR Y DE ACUERDO A LOS LINEAMIENTOS INSTITUCIONALES SE LE DA TRÁMITE LEGAL PARA QUE PROCEDA A LA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO PROFESIONAL.

A T E N T A M E N T E
Excelencia en Educación Tecnológica.

JULIÁN KURI MAR
SUBDIRECTOR ACADÉMICO

EDUCACIÓN SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA | TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TUXTEPEC
SUBDIRECCIÓN ACADÉMICA

ccp. Depto. Servicios Escolares
Archivo
MJM/C/mdom*

Calzada Dr. Víctor Bravo Ahuja Num. 561, Col. Predio el Paraíso,
C.P. 68350, Sn. Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca.
Tels. (287) 875-10-44, 875-18-80 ext. 131
email:profesional @ tuxtepec.tecnm.mx, contacto:

México 2021 Año de la Independencia

Escaneado con CamScanner

TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO
Instituto Tecnológico de Tuxtepec

Carta de sesión de derechos

Título de la Tesis	Impacto económico de las adquisiciones del IMSS en Tuxtepec, Oaxaca a las Mipymes.
Autor principal	**Albino Carrera Rojas**
Email de contacto	albinocr128@hotmail.com
Segundo autor	Zulema Olguín Jácome
Tercer autor	Dionicio Parra Valis
Cuarto autor	Rosa Eugenia Diaz Menéndez
Quinto autor	Isabel Lira Vázquez
Registro ISBN / ISSN (Cuando aplique)	

Tuxtepec, Oaxaca **05/JULIO/2021**

Por este conducto manifiesto que es mi libre voluntad el ceder los derechos patrimoniales relativos a la obra literaria de la cual soy el autor, a favor del Tecnológico Nacional de México / Campus Tuxtepec; para que sea publicada, sin más límites que los establecidos en la Ley Federal del Derecho de Autor.

Extiendo la presente para los fines legales a que haya lugar.

Atentamente

Autor1: [Albino Carrera Rojas] Firma _____

Autor2: [Zulema Olguín Jácome] Firma _____

Autor3: [Dionicio Parra Valis] Firma _____

Autor4: [Rosa Eugenia Diaz Menéndez] Firma _____

Autor5: [Isabel Lira Vázquez] Firma _____

Agradecimientos

Ella pues, siendo la mayor motivación en mi vida encaminada al éxito, fue el ingrediente perfecto para lograr alcanzar esta dichosa y muy merecida victoria en la vida, el poder haber culminado esta tesis con éxito, y poder disfrutar del privilegio de ser agradecido, ser grato con esa persona que se preocupó por mí en cada momento y que siempre quiso lo mejor para mi porvenir.

Te agradezco por tanta ayuda y tantos aportes no solo para el desarrollo de mi tesis, sino también para mi vida; eres mi inspiración y mi motivación.

Dedicatoria

Albino Carrera Rojas

A mi Madre que siempre fui su orgullo

A Mi esposa e hijas, por su paciencia y amor

A mis compañeros de maestría, siempre les recordaré

A mi gran Instituto Mexicano del Seguro Social, porque soy un hijo del águila símbolo de nuestro instituto.

Gracias por todo, Gracias, por tanto.

Resumen

La globalización de la economía, los mercados y los grandes avances en la tecnología y la gestión empresarial impacta a las empresas para ser incluidas dentro de un mercado más competitivo. Es importante realizar las adquisiciones a las micro, pequeñas y medianas empresas para que prevalezcan económicamente en el mercado y contribuyan con el desarrollo de la región.

Este trabajo de investigación se realiza por primera vez en el Hospital del Seguro Social de Tuxtepec, debido que no se tienen registros de datos estadísticos que ayuden a identificar a las empresas por su tamaño, por su sector y por las ventas anuales que realizan al IMSS por la contratación de los bienes y servicios anuales.

Para realizar esta investigación se utilizaron los siguientes materiales: un equipo de cómputo con acceso a internet, una impresora, hojas de papel blancas, biblioteca digital del TecNM y libros para recopilar la información. La encuesta fue aplicada mediante correo electrónico y vía telefónica para obtener los resultados.

Una de las principales características de las Pymes es su heterogeneidad en las áreas que las integran: organización, producción, ventas, nivel de empleo, dotación tecnológica, acceso a crédito y servicios empresariales, registros legales, estrategia de crecimientos

Al concluir la investigación se determinó que del total de las ventas anuales de bienes y servicios que realizaron los proveedores al público en general ascendió a $6,140´302,847.00 pesos de los cuales el 3% de estas ventas se realizaron al Hospital del IMSS en Tuxtepec. Así mismo se estratifico a los proveedores por su tamaño de las cuales: 28 empresas son micro, 23 empresas son pequeñas, 10 empresas son medianas y 7 empresas son grandes en el IMSS de

Tuxtepec que se relaciona con los tres sectores: servicio, comercio e industria para brindar la atención médica a los derechohabientes de forma oportuna.

Palabras clave: MiPymes, estratificación de las empresas, impacto económico.

Abstract

The globalization of the economy, markets and the great advances in technology and business management impact companies to be included within a more competitive market. It is important to make acquisitions to micro, small and medium-sized companies so that they prevail economically in the market and contribute to the development of the region.

This research work is carried out for the first time at the Hospital del Seguro Social de Tuxtepec, because there are no statistical data records that help to identify companies by their size, by their sector and by the annual sales they make to the IMSS for the contracting of the annual goods and services.

To carry out this research, the following materials were used: a computer with internet access, a printer, white sheets of paper, TecNM digital library and books to collect the information. The survey was applied by email and by telephone to obtain the results.

One of the main characteristics of SMEs is their heterogeneity in the areas that comprise them: organization, production, sales, level of employment, technological endowment, access to credit and business services, legal records, growth strategy

At the conclusion of the investigation, it was determined that the total annual sales of goods and services made by suppliers to the general public amounted to $ 6,140'302,847.00 pesos, of which 3% of these sales were made to the IMSS Hospital in Tuxtepec. Likewise, the

suppliers were stratified by their size of which: 28 companies are micro, 23 companies are small, 10 companies are medium and 7 companies are large in the IMSS of Tuxtepec that is related to the three sectors: service, commerce and industry to provide health care to beneficiaries in a timely manner.

Keywords: MSMEs, Stratification of companies, economic impact.

CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS 2

DEDICATORIA 5

RESUMEN 6

ABSTRACT 7

ÍNDICE DE FIGURAS 9

ÍNDICE DE GRÁFICAS 9

ÍNDICE DE TABLAS 10

INTRODUCCIÓN 11

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 12

1.1. ANTECEDENTES 12

1.2. JUSTIFICACIÓN 13

1.3. OBJETIVOS 14

1.3.1. OBJETIVO GENERAL 14

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 14

II. MARCO TEÓRICO 15

2.1. GENERALIDADES DEL HGZ N°3 DEL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL DE TUXTEPEC. 15

2.1.2. TIPOS DE CONTRATACIÓN EN EL IMSS 18

2.2. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. 21

2.2.1. PERSONALIDAD JURÍDICA DE LAS EMPRESAS 24

2.2.2. ESTRATIFICACIÓN DE LAS MIPYMES 29

2.3. ADMINISTRACIÓN FINANCIERA DE LAS EMPRESAS 31

III. METODOLOGÍA 38

2.1. MATERIALES E INSTRUMENTOS 40

2.2. MÉTODOS O PROCEDIMIENTOS 41

IV. RESULTADOS 44

CONCLUSIONES 59

RECOMENDACIONES 60

REFERENCIAS 61

ANEXOS 62

GLOSARIO 63

Índice de figuras

Figura 1. Organigrama del HGZ N°3 de Tuxtepec, Oaxaca 17
Figura 2. Diseño del proceso de investigación 41

Índice de Gráficas

Gráfica 1. Estratificación de las empresas como proveedoras del IMSS en Tuxtepec 47
Gráfica 2. Porcentaje de ventas al IMSS de las microempresas de servicios 49
Gráfica 3. Porcentaje de ventas al IMSS de las pequeñas empresas de servicios 50
Gráfica 4. Porcentaje de ventas al IMSS de las medianas empresas de servicios 51
Gráfica 5. Porcentaje de ventas al IMSS de las grandes empresas de servicios 52
Gráfica 6. Porcentaje de ventas al IMSS de las microempresas de comercio 54
Gráfica 7. Porcentaje de ventas al IMSS de las pequeñas empresas de comercio 56
Gráfica 8. Porcentaje de ventas al IMSS de las medianas empresas de comercio 57
Gráfica 9. Porcentaje de ventas al IMSS de la mediana empresa industrial 58

Índice de tablas

Tabla 1. Presupuesto de operación del HGZ del IMSS 16
Tabla 2. Estratificación de las MiPymes..... 30
Tabla 3. Proveedores encuestados 44
Tabla 4. Porcentaje de ventas al IMSS de las micro empresas de servicios..... 48
Tabla 5. Porcentaje de ventas al IMSS de las pequeñas empresas de servicios 50
Tabla 6 Porcentaje de ventas al IMSS de las medianas empresas de servicios 51
Tabla 7. Porcentaje de ventas al IMSS de las grandes empresas de servicios..... 52
Tabla 8. Porcentaje de ventas al IMSS de las micro empresas de comercio 53
Tabla 9. Porcentaje de ventas al IMSS de las pequeñas empresas de comercio..... 55
Tabla 10. Porcentaje de ventas al IMSS de las medianas empresas de comercio 57
Tabla 11. Porcentaje de ventas al IMSS de la mediana empresa industrial..... 58

Introducción

La presente investigación se refiere al análisis económico de las adquisiciones del IMSS en Tuxtepec, Oaxaca a las MiPymes.

Con la finalidad de asegurar al IMSS las mejores condiciones disponibles en cuanto a calidad, financiamiento, precio, oportunidad, crecimiento económico, uso responsable del agua, generación de empleo, eficiencia energética, optimización y uso sustentable de los recursos, así como la protección al medio ambiente y demás circunstancias pertinentes, como lo establece la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Sector Público se lleva a cabo la contratación de la subrogación de los servicios médicos, servicios integrales, así como el mantenimiento preventivo y correctivo de equipos médicos, entre otros para el buen funcionamiento y atención oportuna de la población derechohabiente.

Se realiza con la finalidad de conocer el porcentaje de las ventas anuales que realizan los proveedores de bienes y servicios al IMSS en relación con las ventas totales al público en general

Para alcanzar los objetivos de la investigación el método utilizado es de tipo cuantitativo y su estudio descriptivo busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe la tendencia de un grupo o población, únicamente se pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren.

Para analizar este problema es necesario mencionar sus causas, debido que se desconoce las ventas totales que los proveedores obtienen cada año y que porcentaje de ventas le realizaron al HGZ N°3 del IMSS de Tuxtepec. Esta investigación se realiza por primera vez y no se cuenta con información, registros estadísticos que faciliten obtener los datos para conocer los objetivos de la investigación.

I. Problema de investigación

El Hospital General de Zona N° 3 del Instituto Mexicano del Seguro Social se encuentra ubicado en el Boulevard Benito Juárez N°141, de la Colonia el Castillo en Tuxtepec, Oaxaca. La adquisición de todos los insumos que requiere la unidad médica para satisfacer las necesidades de operación y funcionalidad, es de suma importancia y esta no ha sido un objeto de estudio, es decir el instituto no se ha dado a la tarea de identificar cual es el análisis económico que tiene las adquisiciones que realiza, qué porcentaje del presupuesto de operación se queda en la ciudad y qué porcentaje se va a otros estados, su análisis en la creación de empleos directo e indirectos, el objeto del presente estudio se analizará el ejercicio 2020.

1.1. Antecedentes

El Hospital General de Zona No. 3 del Instituto Mexicano del Seguro Social, inició su operación el 02 de mayo de 1959, como Unidad de Medicina Familiar de primer nivel de atención médica con 7 trabajadores y 250 asegurados aproximadamente. En el año de 1979 el Hospital fue ampliado y remodelado en un área de 3,354 m2 construidos, autorizado con la obra la ampliación hospitalaria a 30 camas censables, su población derechohabiente era de 6266 asegurados y cuatro especialidades troncales. En 1984 el Hospital se amplía a 42 camas y en 2008 a 57 camas como hasta la fecha.

A la fecha el Hospital general de Zona No 03 del Instituto Mexicano del Seguro Social Tiene una plantilla de 456 trabajadores de base, 27 trabajadores de confianza y su universo de atención es de 89,567 derechohabientes.

El hospital trabaja con 6 procesos sustantivos que a continuación se describen: Hospitalización, Urgencias, proceso de consulta de especialidades, proceso de cirugía, proceso de auxiliares de diagnóstico y tratamiento y los procesos de apoyo.

Para brindar atención médica oportuna y de calidad a los derechohabientes, el hospital general de zona número 3 tiene la necesidad de contratar y subrogar bienes y servicios, a través de la licitación pública nacional y por adjudicación directa como lo establece la ley de adquisiciones arrendamientos y servicios del sector público vigente. A través de este proceso se conocerá el desempeño que tienen las MiPymes en la ciudad de Tuxtepec, Oaxaca, en la venta de bienes y servicios que realizan con el Hospital General de Zona N° 03 del Instituto Mexicano del Seguro Social.

1.2. Justificación

El hospital General de Zona No 03 del Instituto Mexicano del Seguro Social, realiza las adquisiciones de los bienes y servicios a través de licitación pública, invitación a cuando menos tres personas, y por adjudicación directa dependiendo de las necesidades de la unidad médica. El estudio de este trabajo medirá el análisis económico de todas las adquisiciones generadas en el ejercicio 2020 e identificar si la derrama económica que realizó el instituto género un beneficio tangible para las MiPymes en Tuxtepec, Oaxaca.

A la fecha no se tiene identificado cual es el análisis que tiene las adquisiciones que realiza el instituto y su beneficio a la MiPymes, este trabajo se dará a la tarea de identificar qué cantidades son las que eroga el instituto y vamos a estratificar a las MiPymes proveedores del Hospital del IMSS en Tuxtepec. En los últimos años se ha dado un incremento en las MiPymes del sector de bienes y servicios a nivel nacional, con las nuevas tendencias de globalización se han hecho más competitivos, ofreciendo bienes y servicios de calidad.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Conocer el desempeño que tienen las Mi Pymes en la ciudad de Tuxtepec, Oaxaca, en la venta de bienes y servicios que realizan con el Hospital General de Zona N° 03 del Instituto Mexicano del Seguro Social.

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Estratificar a los proveedores de bienes y servicios para conocer el universo empresarial y sus características.
2. Analizar el monto de las adquisiciones por cada área, su análisis y los porcentajes que se recaudan en cada una de ellas.
3. Análisis económico que tiene el Instituto por las adquisiciones que realiza a las Mi Pymes de Tuxtepec, Oaxaca y su repercusión en la economía local.

II. Marco teórico

2.1. Generalidades del HGZ N°3 del Instituto Mexicano del Seguro Social de Tuxtepec.

El Instituto Mexicano del Seguro Social|, es la Institución con mayor presencia en la atención a la salud y en la protección social de los mexicanos desde su fundación en 1943, para ello, combina la investigación y la práctica médica, con la administración de los recursos para el retiro de sus asegurados, para brindar tranquilidad y estabilidad a los trabajadores y sus familias, ante cualquiera de los riesgos especificados en la Ley del Seguro Social.

El Hospital General de Zona No 03 de Tuxtepec, Oaxaca del IMSS, inicia actividades un 2 de mayo del año 1959, hace 62 años con una plantilla de 07 trabajadores y 250 asegurados, se tiene identificado claramente su Visión y Misión, así como los Valores que rigen su actuar.

- Misión: Somos un equipo comprometido en proporcionar atención médica continua y especializada a nuestros usuarios, para satisfacer sus necesidades de salud con honestidad, responsabilidad, amabilidad y respeto.
- Visión: Somos el mejor hospital en la región del Papaloapan y el Estado de Oaxaca, satisfaciendo las necesidades de salud en la población usuaria.
- Valores:

  Amabilidad: Trato afable y cordialmente a todas las personas con quien me relaciono.

  Responsabilidad: Asumo las consecuencias de mis acciones dentro y fuera de la organización.

  Respeto: Trato con tolerancia y dignidad a mis semejantes, reconociendo sus derechos y libertades.

Trabajo en equipo: Unimos fuerzas y voluntades para alcanzar nuestras metas y la satisfacción de nuestros usuarios.

Honestidad: Actuar con rectitud y transparencia, y soy congruente en mi actuar cotidiano.

Compromiso. Asumo la obligación implícita y explícita contraída con la institución, el medio ambiente y la sociedad.

EL Instituto Mexicano del Seguro social, es el hospital público más grande de la región, las adquisiciones no se clasifican al sector con mayor gasto, es decir se compra los bienes y servicios y no se está identificando el análisis económico que se tiene en la región, con un presupuesto de operación $ 78’058,000.00 y que se distribuye bajo el siguiente concepto:

Tabla 1

Presupuesto de operación HGZ N°03 del IMSS

Capítulo	Importe
Abasto	$ 38’980,325.60
Servicios generales	$ 25’025,365.87
Conservación	$ 14’052,308.53

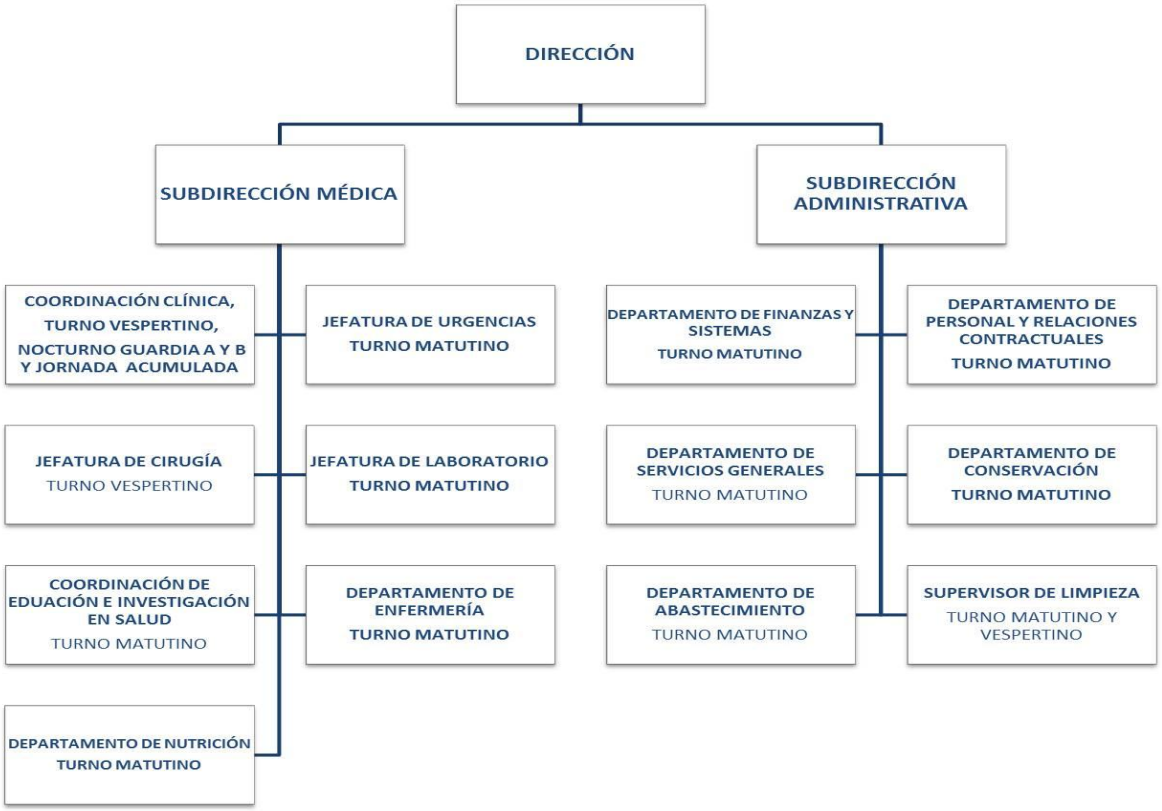
Fuente. Elaboración propia.

2.1.1. Organigrama del HGZ N°3 del IMSS de Tuxtepec.

De acuerdo con el manual de Organización de las unidades médicas hospitalarias de segundo nivel del IMSS el rango de los hospitales tipo “C” esta considera de 57 a 89 camas y de 301 a 600 plazas autorizadas. El HGZ 3 se encuentra clasificado en el tipo “C” porque tiene autorizadas 57 camas censables y 453 plazas autorizadas, a continuación, se muestra el Organigrama autorizado para el hospital de acuerdo con el número de camas y trabajadores.

Figura 1

Organigrama del HGZ 3 del IMSS de Tuxtepec, Oaxaca.



Fuente. Elaboración propia.

Las principales actividades que se realizan en el Departamento de Finanzas y sistemas del Hospital General de Zona N°3 es la coordinación de las diferentes áreas de servicio en la Unidad, para elaborar e integrar el presupuesto anual de gastos, controlar el ejercicio del gasto, analizar mensualmente las variaciones representativas y elaborar los informes para su discusión en reuniones correspondientes; gestionar el dictamen de disponibilidad presupuestal para la contratación de prestación de servicios de proveedores; identificar las variaciones significativas del ejercicio presupuestal y requerir al área de servicio las justificaciones y ajustes procedentes; vigilar que el presupuesto y las variaciones se ajusten a la Norma Presupuestaria del IMSS.

2.1.2. Tipos de contratación en el IMSS

Los tipos de contratación que realiza el IMSS para la adquisición de bienes y servicios se realizan bajo el fundamento de la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Sector Público y que a partir de este momento se referirá a esta ley como LAASSP, se cuenta con tres modalidades de contratación:

a. Licitación Pública,
b. Invitación a cuando menos tres personas,
c. Adjudicación directa.

a). Licitación pública.

Las adquisiciones, arrendamientos y servicios se adjudicará, mediante convocatoria pública, para que libremente se presenten proposiciones en sobre cerrado, el cual será abierto públicamente, a fin de asegurar al IMSS las mejores condiciones disponibles en cuanto a calidad, financiamiento, precio, oportunidad, crecimiento económico, uso responsable del agua, generación de empleo, eficiencia energética, optimización y uso sustentable de los recursos, así como la protección al medio ambiente y demás circunstancias pertinentes, de acuerdo con lo que establece la LAASSP.

Los procesos que se deben tomar en cuenta y el tiempo de espera para conocer los resultados de la licitación pública se detallan a continuación:

1. Difusión del proyecto de convocatoria. Se difundirá en la página de CompraNet, al menos durante 10 días hábiles con anterioridad a la publicación de la convocatoria a la licitación pública, con la finalidad de recibir los comentarios de los interesados (áreas usuarias, técnicas, testigo social y proveeduría). Se fundamenta en el artículo 29 de la LAASSP.

2. Publicación de la convocatoria a la licitación pública. Se difundirá la convocatoria a la licitación pública a través de CompraNet, a su vez el Instituto enviará un resumen al Diario Oficial de la Federación para su publicación, se fundamenta en el Artículo 30 de la LAASSP.
3. Visita a instalaciones. Realizar la visita a las instalaciones siempre y cuando se encuentre establecido en la convocatoria a la licitación pública, el fundamento lo encontramos en el Artículo 39, fracción III, inciso b) del Reglamento de la LAASSP.
4. Junta de aclaraciones. Se recibirán las solicitudes de aclaración que sean remitidas vía CompraNet o entregadas personalmente, a más tardar 24 horas antes de la fecha y hora de la junta de aclaraciones. El fundamento se encuentra en los Artículos 33, 33 Bis, 37 Bis de la LAASSP.
5. Acto de presentación de proposiciones. Se llevará a cabo en el día, lugar y hora previstos en la convocatoria a la licitación, el plazo para la presentación y apertura de proposiciones será, cuando menos, de quince días naturales contados a partir de la fecha de publicación de la convocatoria, se dará lectura al precio unitario o al importe total de cada una de las proposiciones. Se fundamenta en los artículos 26 Bis, 27, 32, 34, 35, 37 Bis, 38 y 50 de la LAASSP artículos 47, 48 y 50 del Reglamento de la LAASSP.
6. Consulta del registro de proveedores sancionados. Se consultará en el portal de CompraNet que los licitantes no se encuentren inhabilitados para participar en procedimientos de contratación. La Secretaría de la Función Pública, inhabilitó temporalmente para participar a las personas que se encuentren en alguno de los supuestos siguientes: que se les haya rescindido administrativamente un contrato, que

proporcionen información falsa o que actúen con dolo o mala fe, etc., el fundamento se encuentra en los artículos 50 y 60 de la LAASSP.

7. Análisis y evaluación de las proposiciones. El área técnica o requirente, realizará la evaluación técnica de cada proposición conforme al criterio de evaluación, indicando en el resultado las proposiciones que deban desecharse por incumplimiento o que afectan la solvencia, el área contratante llevará a cabo la evaluación económica-administrativa de cada proposición y elaborará la tabla comparativa de ofertas, se determinará si existen propuestas solventes, a precios convenientes y aceptables para el Instituto, para adjudicar a aquella proposición que asegure las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio, calidad, financiamiento, oportunidad, y demás circunstancias pertinentes, se fundamenta en los artículos 29 fracciones X y XIII y 36 de la LAASSP y artículos 39 fracción II inciso e), 51 y 52 del Reglamento de la LAASSP
8. Difusión del fallo. Una vez realizada la evaluación y adjudicación, se emitirá el fallo de la licitación pública y se difundirá en el portal de CompraNet el mismo día de su emisión, se fundamenta en los artículos 37, 37 Bis, 38 y 41, fracción VII de la LAASSP y artículo 58 del Reglamento de la LAASSP.

b. Invitación a cuando menos tres personas. Para realizar este procedimiento, el Instituto deberá invitar a personas que cuenten con capacidad de respuesta inmediata, con los recursos técnicos, financieros y demás que sean necesarios, y cuyas actividades comerciales o profesionales estén relacionadas con los bienes o servicios objeto del contrato a celebrarse. Los pasos que se deben tomar en cuenta y el tiempo de espera para conocer los resultados de la invitación a cuando menos tres personas, su ejecución es muy similar a los de Licitación Pública, por lo tanto, solo enunciaron ya que la explicación se dio en el procedimiento anterior. Los

pasos son: Difusión de la Invitación, Junta de aclaraciones, consulta del registro de proveedores sancionados, análisis y evaluación de las proposiciones, difusión del fallo.

c. Adjudicación directa. Se invita a personas que cuenten con capacidad de respuesta inmediata, con los recursos técnicos, financieros y demás que sean necesarios, y cuyas actividades comerciales o profesionales estén relacionadas con los bienes o servicios objeto del contrato a celebrarse. El IMSS solicitará la documentación necesaria al proveedor adjudicado y procederá a la formalización del acta de adjudicación que deberá publicarse en CompraNet el mismo día de su formalización.

2.2. Administración de empresas.

Para definir de manera integral el concepto de administración de las empresas es necesario definirlo en sus partes, homologarlas y correlacionarse, para obtener una definición. La administración es: “la función de lograr que las cosas se realicen por medio de otros”, u “obtener resultados a través de otros” (Ponce, 2017, p.4). Por otra parte (Robbins, 2010) define que “la administración involucra la coordinación y supervisión de las actividades de otros, de tal forma que éstas se lleven a cabo de forma eficiente y eficaz” por lo tanto se concluye que la administración es el proceso cuyo objeto es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos de un grupo social para lograr sus objetivos.

Define a la empresa como “Una unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad.” (Marketing de Cultura S.A. , 2017), una empresa es “un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes o servicios, enmarcados en un objeto social determinado” (Pallares,

Romero, & Herrera, 2017) por lo tanto se concluye que la empresa es una institución que se dedica a las actividades empresariales con fines económicos para satisfacer las necesidades de la sociedad.

Características de las Pymes.

Las micro, pequeñas y medianas empresas representan el eslabón más frágil en la cadena productiva y de servicios principalmente por carecer de la aplicación del proceso administrativo por lo general carecen de tecnología propia para la gestión y desarrollo de sus actividades.

En lo que respecta al micro, pequeñas y medianas empresas constituyen un factor importante para el crecimiento y desarrollo de la región. Estas empresas están formadas por amplias gamas de giro productivos, comercializadores y de servicios y en gran medida los empresarios son personas que realizan las actividades económicas a nivel de subsistencia.

Se caracterizan por integrar empresas familiares producto de la necesidad más que de un esfuerzo planificado, presentando problemas para su desarrollo y posicionamiento, los propios dueños dirigen la marcha de la empresa; su administración es empírica, dominan y abastecen un mercado más amplio y está en proceso de crecimiento, la pequeña tiende a ser mediana y está aspira a ser grande.

Las ventajas de las pequeñas empresas se caracterizan por su facilidad administrativa, además de:

- Capacidad de generación de empleos (absorben una parte importante de la PEA).
- Asimilación y adaptación de tecnología.
- Producción local y de consumo básico.
- Contribuyen al desarrollo regional (por su establecimiento en diversas regiones).

- Flexibilidad al tamaño de mercado (aumento o disminución de su oferta cuando se hace necesario).
- Fácil conocimiento de empleados y trabajadores, facilitando resolver los problemas que se presentan (por la baja ocupación de personal).
- La planeación y organización no requiere de mucho capital.
- Mantiene una unidad de mando permitiendo una adecuada vinculación entre las funciones administrativas y operativas.
- Producen y venden artículos a precios competitivos (ya que sus gastos no son muy grandes y sus ganancias no son excesivas)

Sus desventajas, se deben a razones de tipo económico y financiero, por lo tanto, se les dificulta crecer, estas mismas razones ponen en peligro su existencia, además de:

- Les afecta con mayor facilidad los problemas que se suscitan en el entorno económico como la inflación y la devaluación.
- Viven al día y no pueden soportar períodos largos de crisis en los cuales disminuyen las ventas.
- Son más vulnerables a la fiscalización y control gubernamental, siempre se encuentran temerosos de las visitas de los inspectores.
- La falta de recursos financieros los limita, ya que no tienen fácil acceso a las fuentes de financiamiento.
- Tienen pocas o nulas posibilidades de fusionarse o absorber a otras empresas; es muy difícil que pasen al rango de medianas empresas.

- Mantienen una gran tensión política ya que los grandes empresarios tratan por todos los medios de eliminar a estas empresas, por lo que la libre competencia se limita o de plano desaparece.
- Su administración no es especializada, es empírica y por lo general la llevan a cabo los propios dueños.
- Por la propia inexperiencia administrativa del dueño, éste dedica un número mayor de horas al trabajo, aunque su rendimiento no es muy alto.

2.2.1. Personalidad jurídica de las empresas

Existen varias clases de personas morales definidas en la Ley General de Sociedades Mercantiles, que en lo sucesivo se denominara LGSM, requisitos generales para la constitución de las sociedades mercantiles son:

Sociedad en Nombre Colectivo (S.N.C.) para su constitución se requiere dos o más socios; el capital social se integra en cumplimiento. “De las utilidades netas de toda sociedad, deberá separarse anualmente el cinco por ciento, como mínimo, para formar el fondo de reserva, hasta que importe la quinta parte del capital social. El fondo de reserva deberá ser reconstituido de la misma manera cuando disminuya por cualquier motivo”. (Ley general de sociedades mercantiles, 2009, art.20). El capital está representado en partes sociales, la responsabilidad de la “Sociedad en nombre colectivo es aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden, de modo subsidiario, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales” (Ley general de sociedades mercantiles, 2009, art.25). “La administración de la sociedad estará a cargo de uno o varios administradores, quienes podrán ser socios o personas extrañas a ella” (Ley general de sociedades mercantiles, 2009, art. 36).

Sociedad en Comandita Simple (S.C.S.) de acuerdo. Sociedad en comandita simple es la que existe bajo una razón social y se compone de uno o varios socios comanditados que responden, de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones. (Ley general de sociedades mercantiles, 2009, art.51). El capital social se fundamenta en el Artículo 20 LGSM como ya se mencionó en los requisitos de la sociedad anterior, las aportaciones de cada uno de estos socios pueden ser mediante dinero, bienes o trabajo, no se establece un mínimo de capital, y las reservas representan 5% de las utilidades anuales hasta reunir 20% del capital social fijo. Su capital se representa en partes sociales; "Sociedad en comandita simple es la que existe bajo una razón social y se compone de uno o varios socios comanditados que responden, de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones". (Ley general de sociedades mercantiles, 2009, Art.51). El tipo de administración se fundamenta en el Artículo 36 LGSM como ya se mencionó anteriormente; "El socio o socios comanditarios no pueden ejercer acto alguno de administración, ni aun con el carácter de apoderados de los administradores; pero las autorizaciones y la vigilancia dadas o ejercidas por los comanditarios, en los términos del contrato social, no se reputarán actos de administración" (Ley general de sociedades mercantiles, 2009, Art. 54).

Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R.L.), se forma con dos socios como mínimo y máximo 50 socios, como lo establece el siguiente artículo: "Ninguna sociedad de responsabilidad limitada tendrá más de cincuenta socios "(Ley general de sociedades mercantiles, 2009, Art. 61); "El capital social nunca será inferior a tres millones de pesos; se dividirá en partes sociales que podrán ser de valor y categoría desiguales, pero que en todo caso

serán de mil pesos o de un múltiplo de esta cantidad" (Ley general de sociedades mercantiles, 2009, Art. 62); La sociedad de responsabilidad limitada "es la que se constituye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables, a la orden o al portador, pues sólo serán cedibles en los casos y con los requisitos que establece la presente Ley" (Ley general de sociedades mercantiles, 2009, Art.58); la responsabilidad de los socios y "La administración estará a cargo de uno o más gerentes, que podrán ser socios o personas extrañas a la sociedad, designados temporalmente o por tiempo indeterminado. Salvo pacto en contrario, la sociedad tendrá el derecho para revocar en cualquier tiempo a sus administradores" (Ley general de sociedades mercantiles, 2009, Art. 74).

Sociedad Anónima (S.A.). Para proceder a la constitución de una sociedad anónima se requiere: I.- Que haya dos socios como mínimo, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos; II. Que el capital social no sea menor de cincuenta mil pesos y que esté íntegramente suscrito; III.- Que se exhiba en dinero efectivo, cuando menos el veinte por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario, y IV.- Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario. (Ley general de sociedades mercantiles, 2009), Art 89). Integración de la sociedad y sus obligaciones "Sociedad anónima es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones" (Ley general de sociedades mercantiles, 2009, Art.87). Las acciones en que se divide el capital social de una sociedad anónima estarán representadas por títulos nominativos que servirán para acreditar y transmitir la calidad y los derechos de socio, y se regirán por las disposiciones relativas a valores literales, en lo que sea compatible con su naturaleza y no sea modificado por la presente Ley. (Ley general de

sociedades mercantiles, 2009, Art.111). El tipo de administración legal se fundamenta en el siguiente artículo: “La administración de la sociedad anónima estará a cargo de uno o varios mandatarios temporales y revocables, quienes pueden ser socios o personas extrañas a la sociedad” (Ley general de sociedades mercantiles, 2009, Art. 142).

Sociedad en Comandita por Acciones (S.C.A.). La integración de la sociedad y responsabilidad de los socios se fundamenta en el siguiente artículo: La sociedad en comandita por acciones, es la que se compone de uno o varios socios comanditados que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus acciones. (Ley general de sociedades mercantiles, 2009, Art. 207). “El capital social estará dividido en acciones y no podrán cederse sin el consentimiento de la totalidad de los comanditados y el de las dos terceras partes de los comanditarios” (Ley general de sociedades mercantiles, 2009, Art.209); el tipo de administración legal se fundamenta en el Artículo 54 LGSM como se mencionó anteriormente.

Sociedad Cooperativa (S.C.). En la constitución de las sociedades cooperativas se observará lo siguiente: I.- Se reconoce un voto por socio, independientemente de sus aportaciones; II.- Serán de capital variable; III.- Habrá igualdad esencial en derechos y obligaciones de sus socios e igualdad de condiciones para las mujeres; IV.- Tendrán duración indefinida, y V. Se integrarán con un mínimo de cinco Socios. (Ley general de sociedades cooperativas, 2018, Art. 11)**.** Las aportaciones podrán hacerse en efectivo, bienes derechos o trabajo; estarán representadas por certificados que serán nominativos, indivisibles y de igual valor, las cuales deberán actualizarse anualmente. La valorización de las aportaciones que no sean en efectivo se hará en las bases constitutivas o al tiempo de ingresar el socio por acuerdo entre éste y el Consejo de Administración, con la aprobación de la Asamblea General en su

momento. El socio podrá transmitir los derechos patrimoniales que amparan sus certificados de aportación, en favor del beneficiario que designe para el caso de su muerte. Las bases constitutivas de la sociedad cooperativa determinarán los requisitos para que también se le puedan conferir derechos cooperativos al beneficiario. (Ley general de sociedades cooperativas, 2018, Art. 50) Las sociedades cooperativas podrán adoptar el régimen de responsabilidad limitada o suplementada de los socios. La responsabilidad será limitada, cuando los socios solamente se obliguen al pago de los certificados de aportación que hubieren suscrito. Será suplementada, cuando los socios respondan a prorrata por las operaciones sociales, hasta por la cantidad determinada en el acta constitutiva. (Ley general de sociedades cooperativas, 2018, Art. 14). El Consejo de Vigilancia estará integrado por un número impar de miembros no mayor de cinco con igual número de suplentes, que desempeñarán los cargos de presidente, secretario y vocales, designados en la misma forma que el Consejo de Administración y con la duración que se establece en el artículo 42 de esta Ley. (Ley general de sociedades cooperativas, 2018, Art. 45).

Sociedad por acciones simplificada de acuerdo con el Artículo 260.- se constituye con una o más personas físicas, su capital social está conformado por acciones, los socios están obligadas al pago de sus aportaciones que están representadas en acciones, en esta sociedad mercantil les permite tener el control de la sociedad o de su administración. (Ley general de sociedades mercantiles, 2009)

2.2.2. Estratificación de las MiPymes

Las micro, pequeñas y medianas empresas son un elemento fundamental para el desarrollo económico de los países, tanto por su contribución al empleo, como por su aportación al Producto Interno Bruto, según los resultados del Censo económicos 2019, la MiPymes representan el 99.8 % del total de las unidades económicas del país, representando alrededor del 52% del Producto Interno Bruto y contribuyendo a generar más del 67.90 % de los empleos y las empresas grandes el 32.10 %.

- En 2019 había en México 6.3 millones de establecimientos, con 36,038,272 millones de personas ocupadas en ellos.
- En nuestro país 94.9% de los establecimientos son tamaño micro; 4.9% son pequeños y medianos (PYMES) y 0.2% son grandes.
- Los establecimientos PYMES aportan 30.7% tanto del personal ocupado como del valor agregado en nuestro país.
- Entre los negocios micro y pequeños, la participación de las mujeres como dueñas de negocios se incrementó de 35.8%, en el censo de 2009, a 36.6% en el censo de 2019.
- En cuanto a la contribución de los municipios, la alcaldía Cuauhtémoc de la Ciudad de México se ubica en primer lugar con un 8.7% del valor agregado nacional.
- El 62.6% del total de los establecimientos son informales. Las entidades federativas que tienen los mayores porcentajes de personas ocupadas en negocios informales son Oaxaca, Guerrero y Chiapas, con 50.1, 45.6 y 40.6%, respectivamente. (INEGI)

Tabla 2

Estratificación de las MiPymes.

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (MDP)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta $4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde $4.01 hasta $100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde $4.01 hasta $100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde $100.01 hasta $250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde $100.01 hasta $250	250

Nota. *Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%.

Fuente: Diario oficial de la Federación del 30 de junio de 2009.

La importancia de las MiPymes en nuestro estado es reconocida a nivel internacional y debido a que por ser una zona turística en diversas regiones del estado es una fuente de ingreso para mucha gente emprendedora nacional.

El tamaño de la empresa se determinará a partir del puntaje obtenido conforme a la siguiente fórmula: Puntaje de la empresa = (Número de trabajadores) X 10% + (Monto de Ventas Anuales) X 90%, el cual debe ser igual o menor al Tope Máximo Combinado de su categoría, según (Federación, 2009).

2.3. Administración Financiera de las empresas

Finanzas. Es la rama de la economía que se relaciona con el estudio de las actividades de inversión tanto en activos reales como en activos financieros y con la administración de los mismos. (Ochoa Setzer & Saldivar del Angel, 2012, p.4)

Su estudio está vinculado con otras disciplinas. Como rama de la economía toma de esta los principios relativos a la asignación de recursos, pero se enfoca principalmente en los recursos financieros y se basa en la utilización de la información financiera que es producto de la contabilidad y en indicadores macroeconómicos como tasa de interés, tasa de inflación, crecimiento de interno bruto (PIB), etcétera y también utiliza herramienta de la estadística y de las matemáticas.

Campo de acción de las finanzas. Las finanzas se dividen en tres grandes áreas: a) inversiones, b) instituciones y mercados financieros y c) finanzas corporativas o administración financieras de las empresas.

1. Inversiones. Esta rama estudia cómo hacer y cómo administrar una inversión en activos financieros y en particular qué hacer con un excedente de dinero cuando se desea invertirlo en el mercado financiero (por ejemplo, comprar o invertir en una acción que representa la propiedad, en alguna proporción, del capital social de una empresa). Al poseer una acción se posee un activo financiero, ya que se adquiere el derecho a cobrar una cantidad en el futuro, en este caso un dividendo. Al poseedor de estas acciones se le denomina inversionistas y todas las empresas necesitan inversionistas que aporten dinero para iniciar su operación o para llevar a cabo una ampliación de su planta original.

   Las personas que se dedican al área de inversiones generalmente trabajan como promotores o analistas en una institución bancaria o en una casa de bolsa; otras lo hacen

para compañías de seguros en la administración del portafolios de inversiones; también hay quienes laboran para una empresa de consultoría financiera, como asesores de inversionistas individuales o para la banca de inversión, en donde ayudan a las empresas a obtener capital nuevo de los inversionistas.

2. Instituciones y mercados financieros. Las instituciones financieras son empresas que se especializan en venta, compra, creación de títulos de créditos y títulos valor, que son activos financieros para los inversionistas y pasivos para las empresas que toman los recursos para financiarse.

   Su labor consiste en transformar activos financieros de una forma u otra. Por ejemplo, un banco transforma un depósito, que se encuentra en una cuenta de ahorros, en capital más intereses para el inversionista a través del proceso de conceder préstamos a empresas o a personas físicas que requieran financiamiento. Los mercados financieros son los espacios en los que actúan las instituciones financieras para comprar y vender títulos de crédito, como acciones, obligaciones o papel comercial; este mercado se conoce como mercado de valores.

   Las instituciones financieras están involucradas, principalmente, en el manejo de activos financieros, lo que difiere con la labor que desarrolla una compañía manufacturera. La empresa Ford, por ejemplo, se dedica al negocio de producción de autos y debe comprar acero y otros insumos para transformarlos físicamente en un producto terminado. Para ello requiere una enorme inversión en activos reales, como maquinaria, equipos, herramientas, edificios y bodegas, entre otros. Los insumos y el producto terminado son la principal diferencia con la institución financiera; en ésta, los activos físicos son mucho

menos importantes. Ciertamente, muchos bancos tienen edificios en los que labora su personal, pero no tienen maquinaria ni equipo de producción.

Tanto el banco como la compañía manufacturera buscan una utilidad: el primero la logra otorgando un servicio a sus clientes y transformando un tipo de activo financiero en otro, mientras que la segunda transforma bienes materiales en un producto terminado que cuenta con más valor.

Muchos ejecutivos financieros trabajan para instituciones financieras: bancos, compañías de seguros, casas de bolsa, instituciones de ahorro y préstamos y uniones de crédito; su éxito de ellas depende del conocimiento que tengan de los diferentes factores por los que las tasas de interés aumentan o disminuyen, de las regulaciones a las que están sujetas y de los tipos de instrumentos financieros.

3. Finanzas corporativas o administración financiera de las empresas. La administración financiera de las empresas estudia tres aspectos: 1) La inversión en activos reales (inmuebles, equipo, inventarios, etc.), en activos financieros (cuentas y documentos por cobrar) y de excedentes temporales de efectivo; 2) La obtención de fondos necesarios para las inversiones en activos y 3) Las decisiones relacionadas con la relacionadas con las reinversiones de las utilidades y el reparto de dividendo.

   Una empresa es una entidad económica independiente que posee activos-efectivo, cuentas por cobrar, inventarios, equipo-que ha adquirido mediante las aportaciones de los accionistas y el financiamiento de acreedores (por ejemplo, bancos, arrendadoras y personas que adquieren títulos de deuda de la empresa en el mercado de valores). La administración de la empresa tiene el compromiso de generar utilidades que permitan cumplir las obligaciones de la empresa con sus acreedores y crear riquezas para los

accionistas, a quienes comúnmente se llama “los dueños” de la empresa. La palabra independiente se refiere a que la empresa debe tener su propia contabilidad, independiente y separada que los accionistas poseen.

Cuando las empresas están legalmente constituidas como sociedades, reciben el nombre de personas morales; cuando perecen a una persona física, se les denomina persona física con actividad empresarial.

- Persona física con actividad empresarial. La administración financiera de las empresas, por ser la más amplia de las tres ramas de las finanzas ofrecen más oportunidades de trabajo y es importante en todo tipo de empresas, incluidos bancos, y otras instituciones financieras, compañías industriales y comerciales, empresas que pertenecen al gobierno, escuelas, hospitales, etcétera.

  La diferencia entre un individuo dedicado a la rama de inversiones y otro dedicado a las de finanzas corporativas es la siguiente: el primero trata solo con los excedentes del dinero, que generalmente son propiedad de otra persona (física o moral) y el segundo asigna y administra el recurso de una compañía y consigue fondos cuando la empresa los necesita.

  Las decisiones que debe tomar el administrador financiero son de tres tipos: de inversión, de financiamiento y de dividendos. Por su parte, el responsable de las finanzas busca un solo objetivo: crear riquezas para los accionistas. La globalización, el uso de las tecnologías de la información, y la comunicación, así como la atención a los estándares mundiales en materia de mercados financieros, ha hecho que este objetivo se haya complementado con el de satisfacer las

expectativas que acerca de la empresa se han hecho los grupos de interés, como son los competidores, empleados, clientes, proveedores, sindicatos, etcétera. (Àngel, 2012, p.6)

En las decisiones de inversión, el presupuesto de capital, que implica invertir en activos fijos, es uno de los aspectos más importantes. Los administradores financieros tienen la responsabilidad de decidir las condiciones de crédito bajo las cuales deben efectuar las ventas a los clientes, el inventario que la empresa debe mantener, la cantidad de efectivo que se debe manejar en caja chica y en cuentas de cheques y cuando es conveniente adquirir acciones de otras empresas.

Las decisiones de financiamiento, implica estudiar la manera en que la empresa adquiere los recursos necesarios para llevar a cabo las decisiones de inversión. Por ejemplo, puede obtener fondos al vender acciones de capital común o del capital preferente, solicitar financiamiento bancario, establecer contratos con una arrendadora financiera, hacer contratos de factoraje, emitir obligaciones o papel comercial a través del mercado de valores, etcétera.

Las decisiones de dividendo implican elegir entre repartir las utilidades a los accionistas o reinvertir en nuevos proyectos. La primera teoría al respecto llamada teoría residual de dividendos, establece que las utilidades generadas en un periodo de operaciones deben destinarse a proyectos cuya rentabilidad cumpla las expectativas de los accionistas; si aún hay utilidades disponibles, deben repartirse los dividendos entre ellos. La segunda teoría, conocida como teoría de signaling, establece que los accionistas siempre operan dividendos como una muestra de la buena marcha de las empresas; por lo tanto, las empresas deben mantener una

política estable de dividendos; según esta teoría los dividendos constituyen una prioridad que no deben descuidarse.

Las decisiones que enfrenta el administrador financiero de una empresa requieren de información que el sistema contable debe proveer misma que debe ser generada cumpliendo con las normas de información financiera nacionales; si la compañía tiene operaciones comerciales con entidades extranjeras, también estará sujeta a las normas internacionales de información financiera. El administrador financiero debe ser capaz de interpretar los reportes generados por la contabilidad. El administrador de las finanzas de la empresa puede recurrir a otros informes contables que se consideran de uso externo en las empresas.

- Responsabilidades del administrador financiero. Presupuestación y planeación a largo plazo. El administrador financiero debe interactuar con otros ejecutivos para conocer sus estimaciones y poder pronosticar o determinar el futuro de la empresa. Así como, el gerente de mercadotecnia, llevará a cabo un estimado de la demanda futuro de los clientes; el de ingeniería determinará la maquinaria, y el equipo necesario para la producción de los productos demandados; el gerente de producción estimará el nivel de producción que será posible terminar y luego establecerá un calendario de entregas; finalmente, el administrador financiero con base a toda esta información determinará las necesidades del recurso, cuando ocurrirán las necesidades de fondos y cuando se generarán sobrantes efectivos. Decisiones de inversión y financiamiento de bienes de capital e inventario. Una empresa exitosa generalmente tiene un crecimiento rápido en sus ventas lo que requiere inversiones adicionales en planta, equipo e inventario y en cuentas por

cobrar. El administrador financiero debe ayudar a determinar la tasa de crecimiento en ventas, los activos que conviene adquirir y la mejor manera de financiarlos. Al estudiar la forma de financiar los activos, el administrador debe considerar que puede utilizar los recursos generados en el pasado por la operación del negocio, hacer una emisión de acciones o contratar pasivos de corto o largo plazo.

Administración de las cuentas por cobrar y el efectivo. El administrador financiero también tiene la responsabilidad de determinar el periodo de financiamiento que será otorgado a los clientes y de llevar una cobranza efectiva de estas cuentas, ya que su cobro oportuno permitirá sufragar los gastos financieros de operación presupuestados para ciertos periodos.

Coordinación y control de las operaciones. El administrador financiero debe ejecutar con otros administrativos para asegurar que la empresa opere lo más eficientemente posible. Todas las decisiones administrativas tienen implicaciones financieras y todos los administradores o gerentes (financieros o no) deben tomarlo en cuenta. Por ejemplo, las decisiones de mercadotecnia afectan el crecimiento de las ventas lo que a su vez afecta la cantidad de inversión requerida tanto en activos fijos como en inventario.

En relación con los mercados financieros el administrador financiero debe interactuar con el mercado de dinero y con el de capitales, que forman parte del mercado financiero cada empresa es afectada por los mercados financieros de los que obtienen sus recursos y en los que sus acciones y obligaciones son negociadas.

En resumen, el administrador financiero debe tomar decisiones respecto a los activos que se deben adquirir y la manera en que deben ser financiados. Si estas responsabilidades son desarrolladas de manera óptima los administradores financieros ayudarán a incrementar el valor de la empresa y el bienestar de clientes y empleados.

El tamaño de la empresa determinara que las responsabilidades de la administración financiera se asignen a una o varias personas: en empresas pequeñas, una sola persona puede hacerse cargo de la responsabilidad; pero conforme crezcan, necesitarán dividir las funciones y crear puestos de director de finanzas, contralor general, tesorero, etcétera.

III. Metodología

Para alcanzar los objetivos de la investigación el método utilizado será de tipo cuantitativo que busca conocer el desempeño que tienen las MiPymes en la ciudad de Tuxtepec, Oaxaca, en la venta de bienes y servicios que realizan con el Hospital General de Zona N° 03 del Instituto Mexicano del Seguro Social.

De acuerdo con (Fernández, Baptista & Hernández, 2014) en el enfoque cuantitativo se utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías.

Las características del enfoque cuantitativo son:

a. La recolección de los datos se fundamenta en la medición.
b. Debido a que los datos son producto de mediciones, se representan mediante números y se deben analizar con métodos estadísticos.

c. Los análisis cuantitativos se interpretan a la luz de las predicciones iniciales y de estudios previos.
d. La investigación cuantitativa debe ser lo más objetiva posible.
e. Los estudios cuantitativos siguen un patrón predecible y estructurado, se debe tener presente que las decisiones críticas sobre el método se toman antes de recolectar los datos.
f. En una investigación cuantitativa se intenta generalizar los resultados encontrados en un grupo o muestra a una colectividad mayor (universo o población). También se busca que los estudios efectuados puedan replicarse.
g. Para este enfoque, si se sigue rigurosamente el proceso y, de acuerdo con algunas reglas lógicas, los datos generados poseen los estándares de validez y confiabilidad.

En la investigación cuantitativa, se aplicará una encuesta a los proveedores contratados por el IMSS de Tuxtepec la información recolectada proporcionará datos primarios que dan respuesta a la pregunta de investigación y al mismo tiempo, apoyan el desarrollo de la misma.

De acuerdo con (Cárdenas, 2012) el enfoque cuantitativo cuantifica los datos con análisis estadísticos y utiliza símbolos o números para exponer datos, generaliza los resultados, establece relaciones y comparaciones entre los datos recolectados; el producto es la información y la contabilidad.

Una vez estudiado las aportaciones académicas de otros autores se buscará el alcance de la investigación con los estudios exploratorios y descriptivos. El estudio exploratorio ayuda a entender la necesidad de concretar y aterrizar el tema a estudiar, y obtener información para realizar una investigación más completa, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables.

De acuerdo con el autor (Fernández Collado, Baptista Lucio, & Hernández Sampieri, 2014) el estudio descriptivo busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe la tendencia de un grupo o población. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es su objetivo no es indicar cómo se relacionan estas. El estudio descriptivo especifica las propiedades, características importantes, es decir, pretende mostrar con precisión las dimensiones del fenómeno a estudiar.

El diseño de la investigación es de tipo no experimental, es decir no se modifica las variables únicamente se determinará el universo empresarial y sus características para determinar el empleo indirecto. Se observan los fenómenos en su contexto natural para después analizarlos. El tipo de diseño no experimental es el transversal y su alcance es descriptivo. Con el diseño transversal se recolectarán datos en un solo momento. Se describirán las variables y se analizará su incidencia e interrelación en el desempeño organizacional en un lapso único.

Una vez seleccionado el diseño de investigación y la muestra adecuada se implementarán como métodos de recolección de los datos, mediante la encuesta relacionados con el objeto de estudio.

2.1.Materiales e instrumentos

Para la elaboración de esta investigación se utilizaron los siguientes materiales: Impresora, un equipo de cómputo con acceso a internet, biblioteca digital del TECNM, biblioteca de UNAM y biblioteca de UV.

La encuesta se aplicará a los proveedores de bienes y servicios mediante correo electrónico y vía telefónica para obtener los resultados.

En esta investigación se aplicará el instrumento de encuesta, ver anexo 1; misma que está diseñada para que el proveedor identifique la estratificación de la empresa como proveedoras del IMSS en Tuxtepec, Oaxaca, y conteste las siguientes preguntas objeto de la presente investigación:

- ¿Cuántas personas emplea en forma directa en el proceso de suministro en la venta al IMSS en Tuxtepec?
- Del total de sus ventas netas anuales en el ejercicio 2020 ¿Qué porcentaje corresponde a la venta efectuada al IMSS de Tuxtepec?

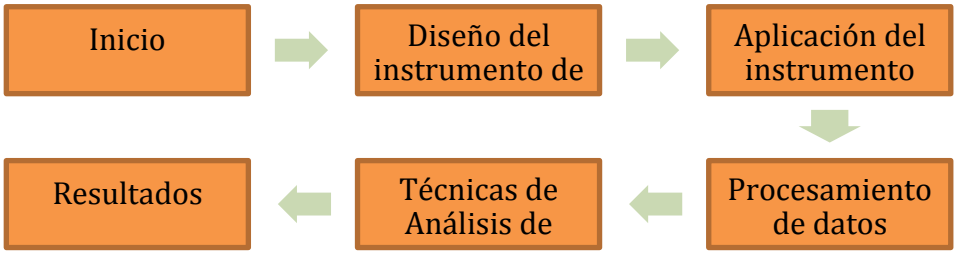
2.2. Métodos o procedimientos

Esta investigación se realiza para obtener una base de datos estadístico que permita conocer el desempeño que tienen las MiPymes en la ciudad de Tuxtepec, Oaxaca, en la venta de bienes y servicios que realizan con el Hospital General de Zona N° 03 del Instituto Mexicano del Seguro Social, como resultado de la contratación de bienes y servicios durante el ejercicio 2020. La aplicación del método, las técnicas y los instrumentos son necesarios para obtener la información oportuna durante la encuesta.

El proceso para la recolección de datos es el siguiente:

Figura 2

Diseño del proceso de investigación.



Fuente. Elaboración propia

Para conocer el problema de investigación planteado en el objetivo general, se realiza desde el punto de vista teórico, a continuación, se detallan las actividades del proceso para la recolección de datos.

Inicio. La población sujeta al estudio la integran los proveedores de bienes y servicios contratados por el hospital del IMSS en Tuxtepec en el ejercicio 2020.

Diseño del Instrumento de Investigación. Es de tipo no experimental, se determinará el universo de los proveedores y su estratificación para determinar el tamaño de la empresa y el análisis económico que tiene el Instituto por las adquisiciones que realiza a las Mi Pymes de Tuxtepec, Oaxaca.

Aplicación del Instrumento. La aplicación de la encuesta se realizará a través del correo electrónico para obtener los resultados.

Procesamiento de datos. Las encuestas obtenidas se analizarán en una base de datos elaborada en una hoja de Excel.

Técnicas de análisis de datos. Una vez recolectados los datos, las respuestas deben codificarse con símbolos o números.

Resultados. Se conocerá la estratificación de la empresa, el monto de las adquisiciones por cada área, su análisis económico y los porcentajes que se recaudan en cada una de ellas.

Con el promedio de proveedores, se calculará la muestra a partir de una fórmula que permitirá conocer el número de encuestados, con un nivel de confianza de 95%, con un margen de error de un 5%.

Fórmula:

$$n=\frac{N\ x\ Z^2\ X\ p\ x\ q}{e^2\ x\ (N-1)+\ N^2\ x\ p\ x\ q}$$

Datos utilizados para la fórmula:

N = 72 Proveedores muestra
Z = nivel de confianza al 95% =1.96
p = probabilidad de éxito = 50% =0.5
q= probabilidad de fracaso = 50% =0.5
e = error muestral = 5%=0.05

Desarrollo de la Fórmula:

$$n=\frac{N\ x\ Z^2\ X\ p\ x\ q}{e^2\ x\ (N-1)+\ N^2\ x\ p\ x\ q}$$

$$n=\frac{71\ x\ 1.96^2 x\ 0.5\ x\ 0.5}{0.05^2\ x\ (71-1)+\ 1.96^2\ x\ 0.5\ x\ 0.5}$$

$$n=\frac{71\ x\ 3.8416\ x\ 0.5\ x\ 0.5}{0.0025\ x\ 70+3.8416\ x\ 0.5\ x\ 0.5}$$

$$n=\frac{68.1884}{1.00415}$$

n=67.9065

Después de calcular la muestra, la encuesta se aplicará a 68 proveedores de bienes y servicios del hospital del IMSS de Tuxtepec.

IV. Resultados

Los resultados de la presente investigación de la información recolectada mediante el instrumento de estudio para conocer el desempeño que tienen las empresas en la ciudad de Tuxtepec, Oaxaca, en la venta de bienes y servicios que realizan con el Hospital General de Zona N° 03 del Instituto Mexicano del Seguro Social. A continuación, se presenta la información de los proveedores encuestados, en el que se omite el nombre de los proveedores para guardar la confidencialidad, además se cuenta con el formato de consentimiento informado de cada uno de ellos. “Son sujetos regulados por esta ley, los particulares sean personas físicas o morales de carácter privado que lleven a cabo el tratamiento de datos personales; se aplicó la encuesta a 68 proveedores como resultado de la muestra obtenida para esta investigación”. (Ley Federal de Protección de datos personales en Posesión de los particulares, 2010, Art. 2)

Tabla 3

Proveedores encuestados.

PROVEEDORES	SECTOR	RANGO DE NUMERO DE TRABAJADORES	RANGO DE MONTO DE VENTAS ANUALES	TAMAÑO	N° DE EMPLEADOS EN LA VENTA AL IMSS	TOTAL DE VENTAS NETAS ANUALES EFECTUADAS AL IMSS
1	Servicio	1	60,000.00	Micro	1	90%
2	Servicio	1	300,000.00	Micro	1	10%
3	Servicio	2	700,000.00	Micro	2	8%
4	Servicio	6	3'100,000.00	Micro	2	6%
5	Servicio	3	300,000.00	Micro	2	25%
6	Servicio	10	3'500,000.00	Micro	2	16%
7	Servicio	6	2'800,000.00	Micro	4	16%
8	Servicio	8	1'800,000.00	Micro	2	11%
9	Servicio	10	2'100,000.00	Micro	3	16%
10	Servicio	6	2'300,000.00	Micro	2	16%
11	Servicio	8	6'400,000.00	Pequeña	2	3%
12	Servicio	2	220,000.00	Micro	1	45%

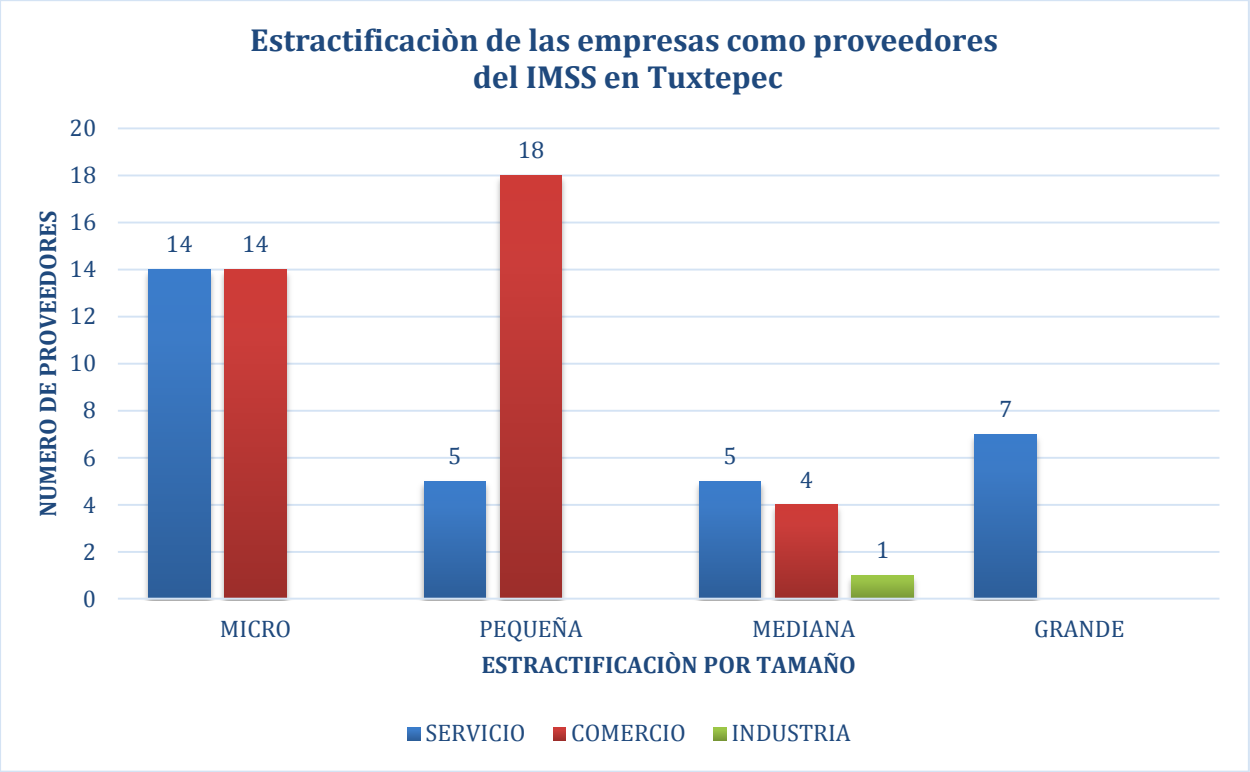
13	Servicio	2	1,999,001.00	Micro	2	9%
14	Servicio	1	400,000.00	Micro	1	15%
15	Servicio	12	6'300,000.00	Pequeña	3	8%
16	Servicio	6	33'800,000.00	Pequeña	2	3%
17	Servicio	16	6'100,000.00	Pequeña	3	13%
18	Servicio	8	5'005,000.00	Pequeña	4	25%
19	Servicio	25	18,500,000.00	Pequeña	25	90%
20	Servicio	6	105'000,000.00	Mediana	4	6%
21	Servicio	80	123'600,000.00	Mediana	2	1%
22	Servicio	34	123'000,000.00	Mediana	2	1%
23	Servicio	60	60'000,000.00	Mediana	2	16%
24	Servicio	60	75'100,000.00	Mediana	2	6%
25	Servicio	180	650'000,000.00	Grande	2	1%
26	Servicio	70	608'000,000.00	Grande	2	2%
27	Servicio	260	680'000,000.00	Grande	2	3%
28	Servicio	301	560'000,000.00	Grande	3	1.80%
29	Servicio	130	460'000,000.00	Grande	3	2%
30	Servicio	138	610'000,000.00	Grande	2	2%
31	Servicio	138	620'000,000.00	Grande	2	2.10%
32	Comercio	3	1'500,000.00	Micro	2	10%
33	Comercio	3	1'800,000.00	Micro	1	16%
34	Comercio	7	4'000,000.00	Micro	1	2%
35	Comercio	2	800,000.00	Micro	1	12%
36	Comercio	6	3'800,000.00	Micro	1	3%
37	Comercio	6	3'100,000.00	Micro	1	7%
38	Comercio	6	3'100,000.00	Micro	2	6%
39	Comercio	8	2'800,000.00	Micro	3	7%
40	Comercio	12	3'100,000.00	Micro	1	6%
41	Comercio	2	700,000.00	Micro	2	95%
42	Comercio	8	4’100,000.00	Micro	2	53%
43	Comercio	2	700,000.00	Micro	1	7.20%
44	Comercio	2	400,000.00	Micro	2	5%
45	Comercio	12	11,147,846.00	Pequeña	3	0.83%
46	Comercio	12	23'800,000.00	Pequeña	1	1.30%
47	Comercio	6	7'300,000.00	Pequeña	1	1%
48	Comercio	23	60'100,000.00	Pequeña	1	1%
49	Comercio	12	38'300,000.00	Pequeña	2	3%
50	Comercio	10	18'600,000.00	Pequeña	2	3%
51	Comercio	8	4'600,000.00	Pequeña	2	12%
52	Comercio	8	16'000,000.00	Pequeña	2	3%
53	Comercio	19	26'010,000.00	Pequeña	2	3%
54	Comercio	25	41'005,000.00	Pequeña	2	3%
55	Comercio	23	60'003,000.00	Pequeña	2	1%

56	Comercio	23	36'010,000.00	Pequeña	2	3%
57	Comercio	18	32'001,000.00	Pequeña	2	3%
58	Comercio	42	86'020,000.00	Pequeña	2	1%
59	Comercio	18	68'010,000.00	Pequeña	2	1%
60	Comercio	18	36'001,000.00	Pequeña	2	6%
61	Comercio	26	32'003,000.00	Pequeña	1	2%
62	Comercio	12	16'003,000.00	Pequeña	1	2%
63	Comercio	32	41'005,000.00	Pequeña	2	1%
64	Comercio	32	180'000,000.00	Mediana	2	3%
65	Comercio	42	120'000,000.00	Mediana	2	1%
66	Comercio	40	101'000,000.00	Mediana	3	4%
67	Comercio	60	105'000,000.00	Mediana	2	3%
68	Industrial	60	180'100,000.00	Mediana	2	1%

Fuente. Elaboración propia.

Gráfica 1

Estratificación de las empresas como proveedores del IMSS en Tuxtepec.



Fuente. Elaboración propia.

En esta gráfica se representa la clasificación por su tamaño: 41% son microempresas, 34% son pequeñas empresas, 15% son medianas empresas y 10% son grandes empresas, el IMSS en Tuxtepec se relaciona con los tres sectores: servicio, comercio e industria para brindar la atención médica a sus derechohabientes de forma oportuna.

Tabla 4

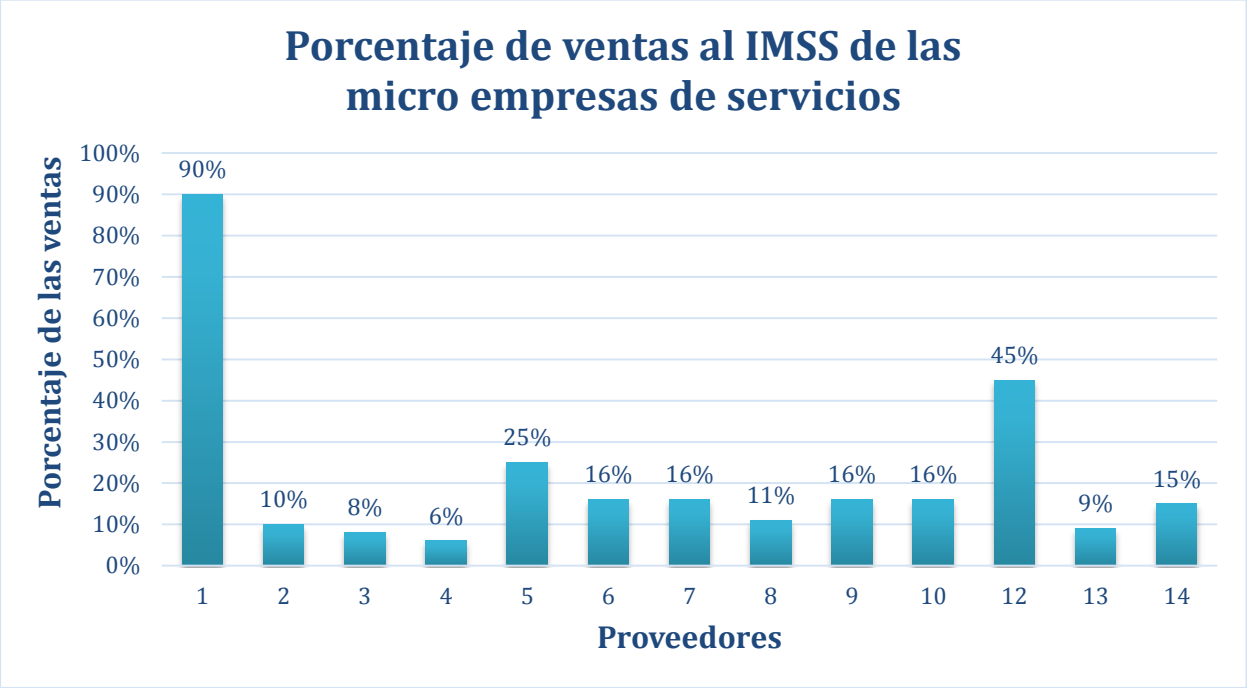
Porcentaje de ventas al IMSS de las microempresas de servicio

Proveedores	Ventas anuales	Porcentaje de ventas al IMSS ejercicio 2020.
1	60,000.00	90%
2	300,000.00	10%
3	700,000.00	8%
4	3'100,000.00	6%
5	300,000.00	25%
6	3'500,000.00	16%
7	2'800,000.00	16%
8	1'800,000.00	11%
9	2'100,000.00	16%
10	2'300,000.00	16%
12	220,000.00	45%
13	1,999,001.00	9%
14	400,000.00	15%

Fuente. Elaboración propia.

Gráfica 2

Porcentaje de ventas al IMSS de las microempresas de servicios



Fuente. Elaboración propia.

Esta gráfica representa el porcentaje de las ventas netas anuales en el ejercicio 2020, de los proveedores de las microempresas de servicios, siendo los servicios por subrogación de mantenimiento eléctrico y agua de garrafón correspondiente a los proveedores 1 y 12 la mayor fuente de ingresos corresponde a lo facturado al IMSS.

Tabla 5

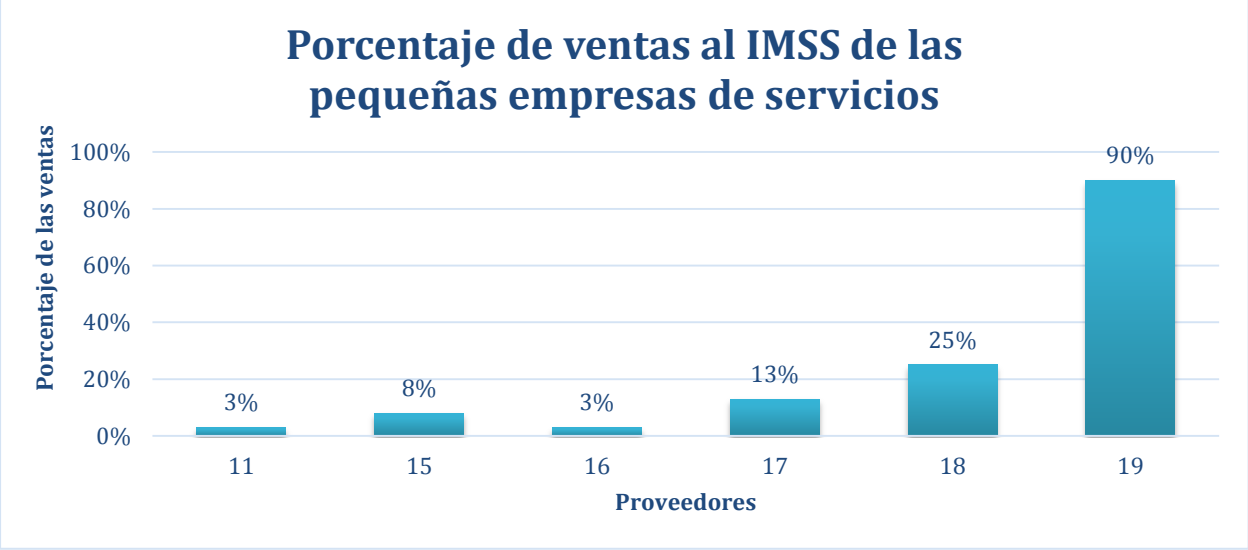
Porcentaje de las ventas al IMSS de las pequeñas empresas de servicios

Proveedores	Rango de monto de ventas anuales	Total de ventas netas anuales efectuadas al IMSS
11	6'400,000.00	3%
15	6'300,000.00	8%
16	33'800,000.00	3%
17	6'100,000.00	13%
18	5'005,000.00	25%
19	18,500,000.00	90%

Fuente. Elaboración propia.

Gráfica 3

Porcentaje de ventas al IMSS de las pequeñas empresas de servicios.



Fuente. Elaboración propia.

Esta gráfica representa el porcentaje de las ventas netas anuales en el ejercicio 2020, de los proveedores de servicio de pequeñas empresas, siendo el servicio por subrogación de diagnóstico de laboratorio correspondiente al proveedor 19 siendo el IMSS su mayor fuente de ingreso.

Se analizó el monto de las ventas que los proveedores proporcionaron determinado que los montos están acorde a la estratificación de la empresa.

Tabla 6

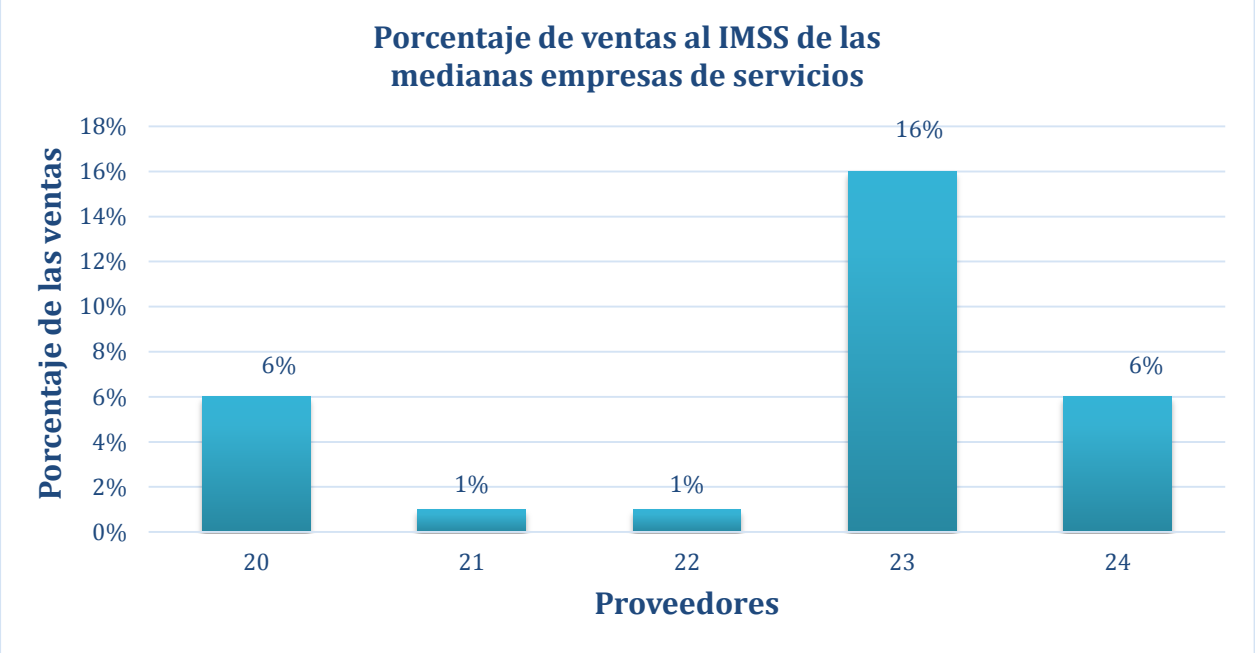
Porcentaje de las ventas al IMSS de las medianas empresas de servicios

Proveedores	Rango de monto de ventas anuales	Total de ventas netas anuales efectuadas al IMSS
20	105'000,000.00	6%
21	123'600,000.00	1%
22	123'000,000.00	1%
23	60'000,000.00	16%
24	75'100,000.00	6%

Fuente. Elaboración propia.

Gráfica 4

Porcentaje de ventas al IMSS de las medianas empresas de servicios



Fuente. Elaboración propia

Esta gráfica representa el porcentaje de las ventas netas anuales en el ejercicio 2020, de los proveedores de servicio de medianas empresas, siendo los servicios por subrogación de servicios médicos los proveedores 20, 23 y 24 que el IMSS representa una fuente importante de su fuente de ingreso.

Tabla 7

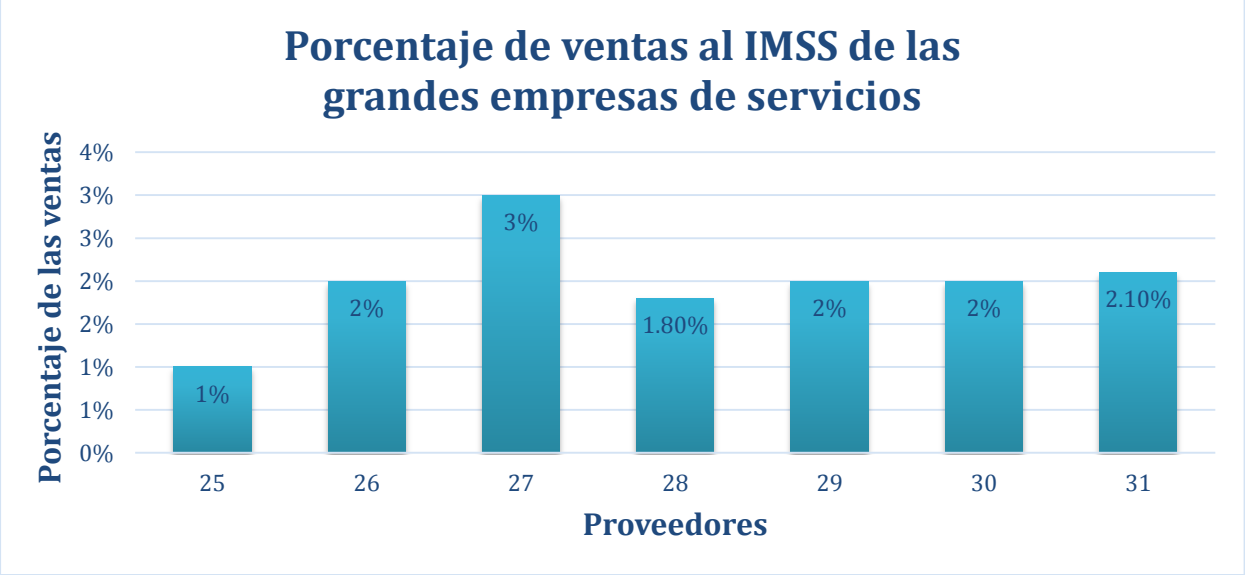
Porcentaje de ventas al IMSS de las grandes empresas de servicios

Proveedores	Ventas anuales	Porcentaje de ventas al IMSS ejercicio 2020
25	650'000,000.00	1%
26	608'000,000.00	2%
27	680'000,000.00	3%
28	560'000,000.00	1.80%
29	460'000,000.00	2%
30	610'000,000.00	2%
31	620'000,000.00	2.10%

Fuente. Elaboración propia.

Gráfica 5

Porcentaje de ventas al IMSS de las grandes empresas de servicios.



Fuente. Elaboración propia

Esta gráfica representa el porcentaje de las ventas netas anuales en el ejercicio 2020, de los proveedores de servicio de grandes empresas, siendo los servicios por subrogación de diálisis peritoneal automatizada y diálisis peritoneal continua ambulatoria, y por hemodiálisis intramuros correspondiente a los proveedores 27 y 31 siendo que el IMSS representa un porcentaje importante de sus ingresos.

Tabla 8

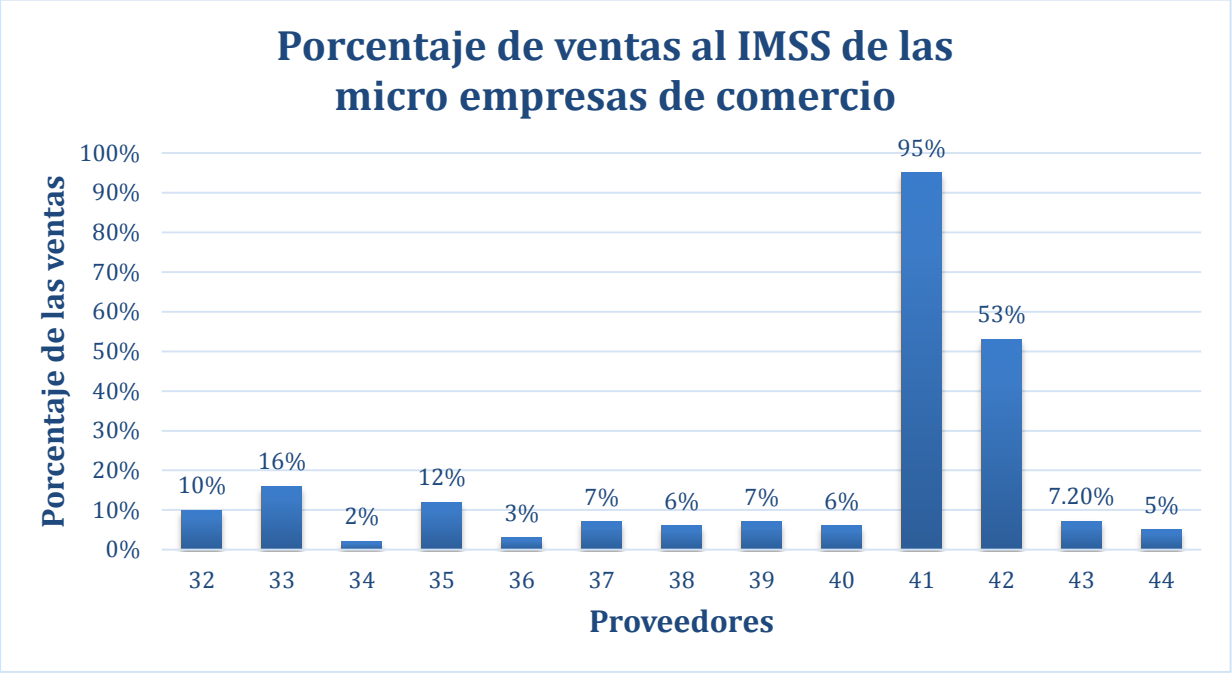
Porcentaje de las ventas al IMSS de las microempresas de comercio.

Proveedores	Ventas anuales	Porcentaje de ventas al IMSS ejercicio 2020
32	1'500,000.00	10%
33	1'800,000.00	16%
34	4'000,000.00	2%
35	800,000.00	12%
36	3'800,000.00	3%
37	3'100,000.00	7%
38	3'100,000.00	6%
39	2'800,000.00	7%
40	3'100,000.00	6%
41	700,000.00	95%
42	4.100,000.00	53%
43	700,000.00	7.20%
44	400,000.00	5%

Fuente. Elaboración propia

Gráfica 6

Porcentaje de ventas al IMSS de las microempresas de comercio.



Fuente. Elaboración propia.

Esta gráfica representa el porcentaje de las ventas netas anuales en el ejercicio 2020, de los proveedores de comercio clasificados como microempresas, siendo el proveedor de pan y frutas, verduras y abarrotes correspondiente a los proveedores 41 y 42 su mayor fuente de ingreso corresponde a las ventas que tienen con el IMSS.

Tabla 9

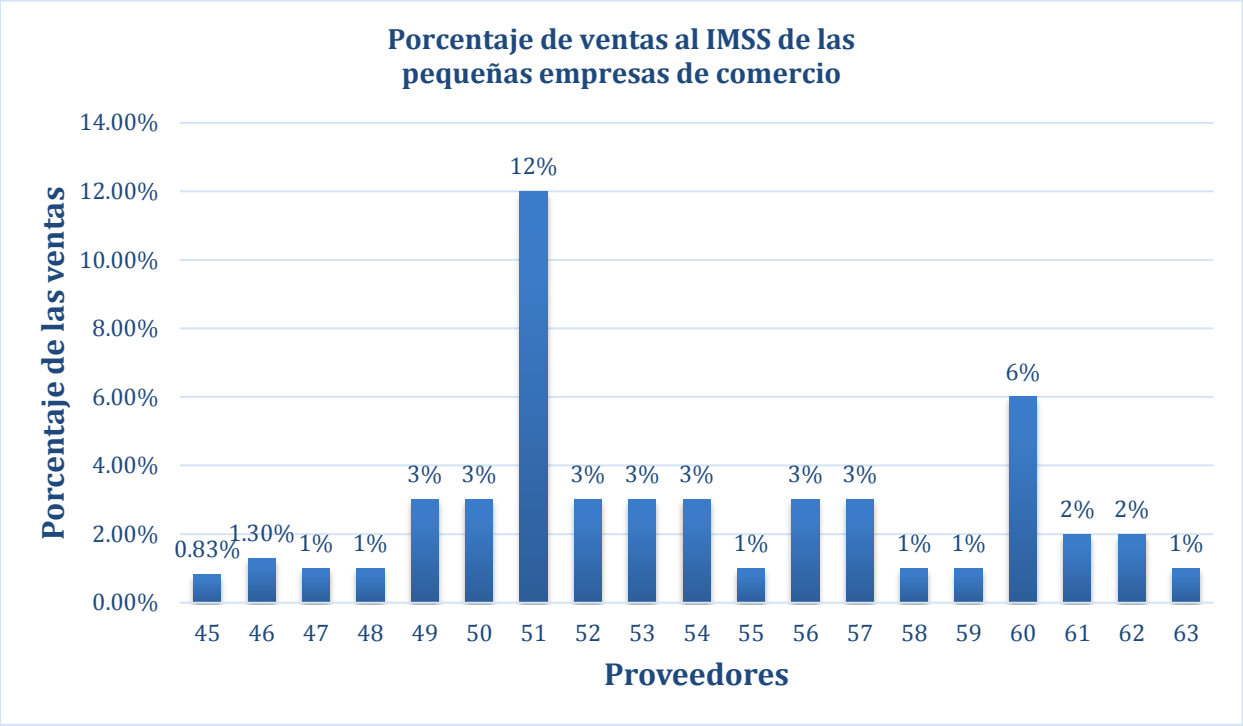
Porcentaje de ventas al IMSS de las pequeñas empresas de comercio.

Proveedores	Ventas anuales	Porcentaje de ventas al IMSS ejercicio 2020
45	11,147,846.00	0.83%
46	23'800,000.00	1.30%
47	7'300,000.00	1%
48	60'100,000.00	1%
49	38'300,000.00	3%
50	18'600,000.00	3%
51	4'600,000.00	12%
52	16'000,000.00	3%
53	26'010,000.00	3%
54	41'005,000.00	3%
55	60'003,000.00	1%
56	36'010,000.00	3%
57	32'001,000.00	3%
58	86'020,000.00	1%
59	68'010,000.00	1%
60	36'001,000.00	6%
61	32'003,000.00	2%
62	16'003,000.00	2%
63	41'005,000.00	1%

Fuente. Elaboración propia

Gráfica 7

Porcentaje de ventas al IMSS de las pequeñas empresas de comercio.



Fuente. Elaboración propia.

Esta gráfica representa el porcentaje de las ventas netas anuales en el ejercicio 2020, de los proveedores de comercio clasificados como pequeñas empresas, siendo proveedor de refacciones de equipo médico y medicamentos correspondientes a los proveedores 51 y 60 siendo que los ingresos del IMSS representan un monto importante de sus ingresos.

Tabla 10

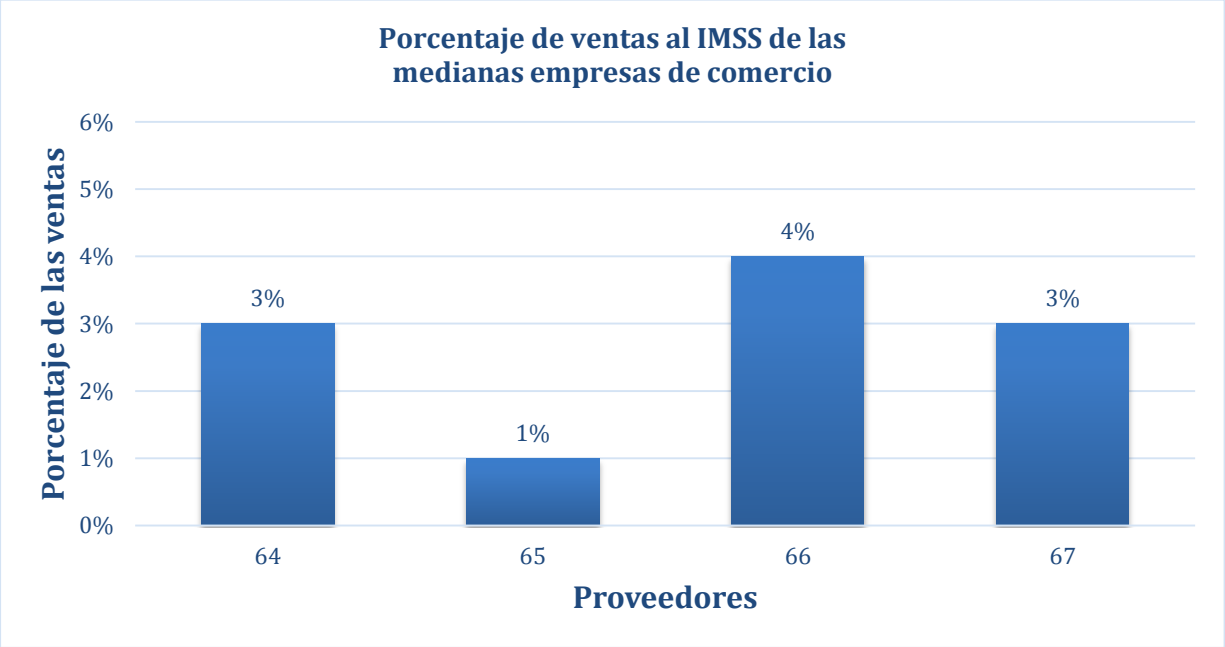
Porcentaje de las ventas al IMSS de las medianas empresas de comercio

Proveedores	Ventas anuales	Porcentaje de ventas al IMSS ejercicio 2020
64	180'000,000.00	3%
65	120'000,000.00	1%
66	101'000,000.00	4%
67	105'000,000.00	3%

Fuente. Elaboración propia.

Gráfica 8

Porcentaje de ventas al IMSS de las medianas empresas de comercio.



Fuente. Elaboración propia.

Esta gráfica representa el porcentaje de las ventas netas anuales en el ejercicio 2020, de los proveedores de comercio clasificados como medianas empresas, siendo proveedores que suministran la gasolina a las ambulancias, medicamentos y material de curación correspondiente a los proveedores 64, 66 y 67 los ingresos que reciben del IMSS representan un porcentaje representativo.

Tabla 11

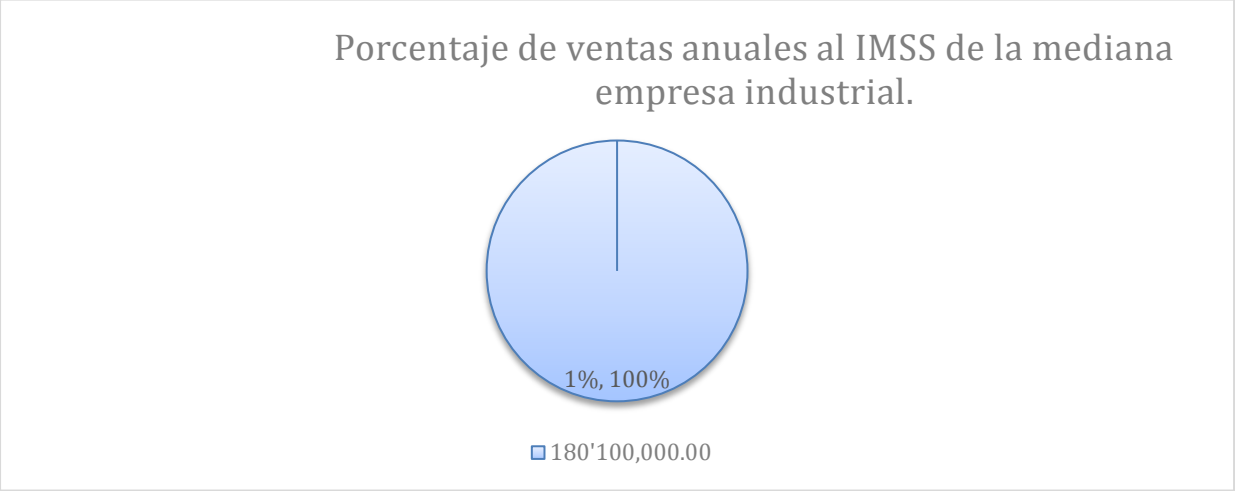
Porcentaje de las ventas al IMSS de la mediana empresa industrial

Proveedor	Ventas anuales	Porcentaje de ventas al IMSS ejercicio 2020
28	180'100,000.00	1%

Fuente. Elaboración propia

Gráfica 9

Porcentaje de ventas anuales al IMSS de la mediana empresa industrial.



Fuente. Elaboración propia.

Esta gráfica representa el porcentaje de las ventas netas anuales en el ejercicio 2020, del proveedor de industria clasificados como medianas empresas, siendo proveedor de oxígeno hospitalario y domiciliario correspondiente al proveedor 28 siendo el IMSS, el ingreso que tiene de la institución es representativa.

Conclusiones

Después de analizar e interpretar los resultados y compararlos con la base teórica que respalda esta información se presenta las siguientes conclusiones:

En concordancia con el primer objetivo de esta investigación de estratificar a los proveedores de bienes y servicios para conocer el universo empresarial y sus características donde se analizó la muestra de 68 proveedores por su tamaño se distribuye en 28 empresas Micro, 23 Empresas Pequeñas, 10 empresas Medianas y 7 empresas Grandes.

En cuanto al segundo objetivo de analizar el monto de las adquisiciones por cada área, su análisis y los porcentajes que se recaudan en cada una de ellas se obtuvo que los proveedores de servicios por subrogación de mantenimiento eléctrico, limpieza de jardines y barrido de áreas grises, hemodiálisis extramuros, diagnóstico de laboratorio, servicios médicos, servicio de diálisis peritoneal automatizado, diálisis peritoneal continua ambulatoria, hemodiálisis intramuros; los proveedores de comercio por subrogación de pan, fruta, verduras y abarrotes en general, refacciones de equipos médicos, suministro de la gasolina a las ambulancias, medicamentos y material de curación; el proveedor de industria por la subrogación de oxígeno hospitalario y domiciliario siendo el IMSS su mayor fuente de ingreso.

En el tercer objetivo de análisis económico que tiene el Instituto por las adquisiciones que realiza a las MiPymes de Tuxtepec, Oaxaca y su repercusión en la economía local siendo 17 Mi pyme con más ventas al Instituto y todas ellas están ubicadas en la localidad, impactando a la economía local y creando fuentes de empleos, aportando cuotas al Seguro Social, Infonavit, Fonacot e impuestos locales que benefician al sistema económico local.

Recomendaciones

En cuanto a los resultados obtenidos durante el trabajo de investigación se recomienda lo siguiente:

1. Actualizar en forma anual la estratificación de las empresas para identificarlas por su tamaño y por los servicios que ofertan con la finalidad de crear una base de datos y darle seguimiento de su comportamiento.
2. Analizar el 100% de las Pymes que ofertan bienes y servicios al IMSS para compararlas por sus porcentajes de ventas e identificar a la empresa que mayores servicios entregó al IMSS.
3. Es una herramienta que ayuda a mejorar el proceso de la toma de decisiones financieras asertivas para verificar el funcionamiento de esta.
4. Incentivar a las Mis pymes locales para que sean proveedoras de bienes y servicios al Instituto, ya que es un buen comprador, sin embargo, la falta de oferta por el desconocimiento de la ley de adquisiciones y la falta de iniciativa de los emprendedores, las consideran como algo inalcanzable.
5. Es difícil que las MiPymes participen en los procesos de invitación de mercado que realiza el IMSS porque desconocen los procesos o por incumplimiento de los requisitos mínimos para participar, lo ideal sería realizar las compras con las MiPymes locales para aumentar la competencia y obtener precios competitivos a favor del IMSS.

Referencias

Leon, P. d. (2012). *Administración de Pequeñas Empresas* . Estado de México: Red Tercer Milenio S.C.

Ley del Seguro Social. (23 de 04 de 2021). Diario Oficial de la Federación. México, México: Camara de Diputados del H. Congreso de la Union.

Ley Federal de Protección de datos personales en Posesión de los particulares. (05 de 07 de 2010). Diario Oficial de la Federación. México, México: Camara de Diputados del H. Congreso de la Unión.

Ley Federal del Trabajo. (23 de 04 de 2021). Diario Oficial de la Federación. México, Méxco: Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.

Ley General de Sociedades Cooperativas . (19 de 01 de 2018). Diario Oficial de la Federación. México, México: Cámara de diputados del H. Congreso de la Unión.

Ley General de Sociedades Mercantiles. (02 de 06 de 2009). Diario Oficial de la federación. México, México: CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN.

Ley General de Sociedades Mercantiles. (02 de 06 de 2009). Diario Oficial de la Federación. México, México: CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN.

Marketing de Cultura S.A. . (12 de Enero de 2017). *Mi propio jefe*. Obtenido de https://mipropiojefe.com/

Ochoa Setzer, G. A., & Saldivar del Angel, R. (2012). *Administraciòn Financiera.* Mèxico D.F.: McGraw Hill Interamericana Editores.

Pallares, Z., Romero, D., & Herrera, M. (12 de Enero de 2017). *Hacer empresa: Un reto.* México: Fondo Editorial Nueva Empresa. Obtenido de https://mipropiojefe.com/

Ponce, A. R. (2017). *Administracion Moderna.* Mexico: LIMUSA, SA DE CV.

Robbins, S. P. (2010). *Administración.* México: Pearson.

Anexos

Anexo 1. Encuesta aplicada a los proveedores de bienes y servicios del Hospital del IMSS de Tuxtepec.

Estimado Proveedor de
Bienes y Servicios

Con la finalidad de contar con la información inherente a su estratificación como proveedor de bienes y servicios en su calidad de Mi pyme durante el ejercicio 2020, solicito a usted proporcionar la siguiente información en los términos previsto por los *"Lineamientos para fomentar la participación de las micro, pequeñas y medianas empresas en los procedimientos de adquisición y arrendamiento de bienes muebles así como la contratación de servicios que realicen las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal",* declaro bajo protesta de decir verdad, que mi representada pertenece al sector_____(1)_____,cuenta con (2)_____empleados de planta registrados ante el IMSS y con _____(3)_____ personas subcontratadas y que el monto de las ventas anuales de mi representada es de _____(4)_____ obtenido en el ejercicio fiscal 2020, correspondiente a la última declaración anual de impuestos federales. Considerando lo anterior, *mi* representada se encuentra en el rango de una empresa _____ (5) _____ atendiendo a lo siguiente:

Estratificación				
Tamaño (5)	Sector (1)	Rango de número de trabajadores (2) + (3)	Rango de monto de ventas anuales (MDP) (4)	Tope máximo combinado
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta $4	4.6
Pequeña	Comercio	11 hasta 30	Desde $4.01 hasta $100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde $4.01 hasta $100	95
Mediana	Comercio,	Desde 31 hasta 100	$100.01 Hasta $250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	$100.01 Hasta $250	250

*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%)
(2) (3) El número de trabajadores será el que resulte de la sumatoria de los puntos (2) y (3)

(10) El Tamaño de la empresa se determinará a partir del puntaje obtenido conforme a la siguiente fórmula: Puntaje de la empresa = (Número de trabajadores) X 10% + (Monto de Ventas Anuales) X 90% el cual debe ser igual o menor al Tope Máximo Combinado de su categoría.

En el proceso de suministro de bienes y servicios:

- ¿Cuántas personas emplea en forma directa en el proceso de suministro en la venta al IMSS en Tuxtepec?
- ¿Del total de sus ventas netas anuales en el ejercicio 2020, que porcentaje corresponde a la venta efectuada al IMSS de Tuxtepec?

Agradecemos a usted su apoyo en la recopilación de esta información que será manejada en forma confidencial y su uso es con fines estadísticos para la realización de un trabajo de tesis.

Atentamente

L.C. ALBINO CARRERA ROJAS
2871237781

Glosario

Término	Significado
Adjudicación	La adjudicación es el acto judicial que consiste en la atribución de una cosa (mueble o inmueble) a una persona a través de una licitación.
Adjudicación Directa	La adjudicación directa es el procedimiento de contratación de obra pública mediante el cual, se le adjudica a un contratista seleccionado de forma aleatoria.
Derechohabiente	Es el (la) asegurado (a), el (la) pensionado (a) y los beneficiarios de ambos que en términos de la LSS tengan vigente su derecho a recibir las prestaciones del IMSS.
Estratificación	Estratificar consiste en dividir los datos disponibles en subconjuntos en principio más homogéneos, muchas veces se tiene demasiada información es conveniente clasificar o segregar estos datos de acuerdo al tipo de característica, con el objetivo de usar la herramienta adecuada para realizar un análisis detallado.
HGZ	Hospital General de Zona es un hospital del segundo nivel de atención, con un área de influencia, al cual le refieren las Unidades de Medicina Familiar y los hospitales de subzona, aquellos pacientes que rebasan su capacidad resolutiva y requieren servicios de consulta externa especializada, atención urgente, hospitalización, cirugía o servicios auxiliares de diagnóstico y tratamiento. Se caracterizan por poseer las cuatro especialidades básicas: cirugía, gineco-obstetricia, medicina interna, pediatría y otras especialidades médico quirúrgica.

IMSS	Instituto Mexicano del Seguro Social.
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
LAASSP	Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público
LFPDPPP	Ley Federal de Protección de datos personales en Posesión de los particulares,
LGSC	Ley General de Sociedades cooperativas
LGSM	Ley General de Sociedades Mercantiles
Licitación pública	La licitación pública es un procedimiento de contratación a través de una declaración unilateral de voluntad contenida en una convocatoria pública, el Estado se obliga a celebrar un contrato para la adquisición de un bien o servicio
Seguridad Social	Es el conjunto de políticas públicas que tiene por finalidad garantizar el derecho a la salud, la asistencia médica, la protección de los medios de subsistencia, los servicios sociales para el bienestar individual y colectivo, así como el otorgamiento de una pensión que, en su caso y previo cumplimiento de los requisitos legales, será garantizada por el Estado (Artículo 2, LSS).
PIB	Producto Interno Bruto.
Finanzas	Es la rama de la economía que se relaciona con el estudio de las actividades de inversión tanto en activos reales como en activos financieros y con la administración de los mismos.
Inversiones	Esta rama estudia cómo hacer y cómo administrar una inversión en activos financieros y en particular qué hacer con un excedente de

	dinero cuando se desea invertirlo en el mercado financiero
Mercado de valores	Es un lugar centralizado donde se compran y venden las acciones de las compañías que cotizan en bolsa.
Instituciones Financieras	Las instituciones financieras son empresas que se especializan en venta, compra, creación de títulos de créditos y títulos valor, que son activos financieros para los inversionistas y pasivos para las empresas que toman los recursos para financiarse
Mercados Financieros	Los mercados financieros son los espacios en los que actúan las instituciones financieras para comprar y vender títulos de crédito, como acciones, obligaciones o papel comercial
Administrador Financiero	El administrador financiero es la persona que planea, organiza, ejecuta y controla el uso de los recursos financieros de una empresa
Empresa	Un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes o servicios, enmarcados en un objeto social determinado