

**LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y
Humanidades, Asunción, Paraguay.**

ISSN en línea: 2789-3855, marzo, 2025, Volumen VI

**La implementación de pruebas piloto en
servicios de asesoría para la gestión empresarial**

The implementation of pilot programs in advisory services
for business management

María Oralia Urías Rivas

maria.urias@uas.edu.mx
<https://orcid.org/0000-0001-6634-3100>
Facultad de Ciencias Económicas y
Administrativas, Extensión Sinaloa de Leyva,
Universidad Autónoma de Sinaloa
Guasave, Sinaloa – México

Flor de Dalía Buelna Díaz

florbuelna32@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0006-0269-997X>
Facultad de Ciencias Económicas y
Administrativas, Extensión Sinaloa de
Leyva, Universidad Autónoma de Sinaloa
Sinaloa, Sinaloa – México

Casandra Sánchez Zavala

casandrasanchez073@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0006-9715-1930>
Facultad de Ciencias Económicas y
Administrativas, Extensión Sinaloa de Leyva,
Universidad Autónoma de Sinaloa
Sinaloa, Sinaloa – México

Marco Leonardo Melendrez Soberanes

leonardofox50@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0001-0037-6345>
Facultad de Ciencias Económicas y
Administrativas, Extensión Sinaloa de Leyva,
Universidad Autónoma de Sinaloa
Sinaloa, Sinaloa – México

Brayan Armenta Araux

brayanarmenta99@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0007-5687-5104>
Facultad de Ciencias Económicas y
Administrativas, Extensión Sinaloa de Leyva,
Universidad Autónoma de Sinaloa
Sinaloa – México

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i2.3622>

Artículo recibido: 05 de marzo de 2025.

Aceptado para publicación: 19 de marzo de 2025.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i2.3622>

La implementación de pruebas piloto en servicios de asesoría para la gestión empresarial

The implementation of pilot programs in advisory services for business management

María Oralia Urías Rivas

maria.urias@uas.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0001-6634-3100>

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Extensión Sinaloa de Leyva, Universidad Autónoma de Sinaloa
Guasave, Sinaloa – México

Flor de Dalia Buelna Díaz

florbuelna32@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0006-0269-997X>

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Extensión Sinaloa de Leyva, Universidad Autónoma de Sinaloa
Sinaloa, Sinaloa – México

Cassandra Sánchez Zavala

casandrasanchez073@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0006-9715-1930>

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Extensión Sinaloa de Leyva, Universidad Autónoma de Sinaloa
Sinaloa, Sinaloa – México

Marco Leonardo Melendrez Soberanes

leonardofox50@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0001-0037-6345>

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Extensión Sinaloa de Leyva, Universidad Autónoma de Sinaloa
Sinaloa, Sinaloa – México

Brayan Armenta Araux

brayanarmenta99@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0007-5687-5104>

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Extensión Sinaloa de Leyva, Universidad Autónoma de Sinaloa
Sinaloa – México

Artículo recibido: 05 de marzo de 2025. Aceptado para publicación: 19 de marzo de 2025.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen


El presente estudio analiza el impacto de las pruebas piloto de asesorías empresariales implementadas en microempresas del municipio de Sinaloa, con el propósito de evaluar su influencia en la sostenibilidad y el crecimiento organizacional, especialmente en áreas clave como administración, contabilidad y marketing. Para ello, se adoptó un enfoque metodológico mixto, que combinó técnicas cuantitativas y cualitativas a través de encuestas y entrevistas, dentro de un diseño descriptivo y exploratorio. Los resultados revelaron mejoras en aspectos clave, como la planificación y desarrollo de la misión, visión y objetivos, la capacitación en servicio al cliente, la optimización del uso de redes sociales y el conocimiento sobre el cumplimiento de obligaciones fiscales. En conclusión, las asesorías empresariales impartidas por académicos y alumnos demostraron ser efectivas para fortalecer el desarrollo económico de la región.

Palabras clave: asesoría empresarial, pruebas piloto, sostenibilidad y competitividad

Abstract

This study analyzes the impact of pilot business consulting programs implemented in microenterprises in the municipality of Sinaloa, aiming to assess their influence on sustainability and organizational growth, particularly in key areas such as administration, accounting, and marketing. To achieve this, a mixed-methods approach was adopted, combining quantitative and qualitative techniques through surveys and interviews within a descriptive and exploratory design. The results revealed significant improvements in key aspects, such as the planning and development of mission, vision, and objectives, customer service training, optimization of social media use, and knowledge of tax compliance. In conclusion, the business consulting services provided by academics and students proved to be effective in strengthening the region's economic development.

Keywords: business consulting, pilot programs, sustainability, and competitiveness

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Urías Rivas, M. O., Buelna Díaz, F. de D., Sánchez Zavala, C., Melendrez Soberanes, M. L., & Armenta Araux, B. (2025). La implementación de pruebas piloto en servicios de asesoría para la gestión empresarial. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 6 (2), 230 – 244. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i2.3622>

INTRODUCCIÓN

El presente análisis surge a partir de un diagnóstico realizado a las micro, pequeñas y medianas empresas del municipio de Sinaloa, con el objetivo de evaluar la viabilidad de un proyecto de asesorías empresariales en las áreas de administración, contabilidad y marketing. Los resultados obtenidos indicaron que el 90% de las empresas encuestadas manifestaron la disposición para recibir asesoría a través de un esquema de vinculación entre la universidad y oficinas gubernamentales. Como parte de esta iniciativa, se implementaron pruebas piloto en pequeña escala a cuatro microempresas, permitiendo identificar áreas de oportunidad y validar la efectividad del modelo de asesoramiento propuesto (Fernández, et al. 2023).

Los estudios previos destacan la importancia de la capacitación en el desarrollo de emprendimientos sostenibles. En este sentido, la formación empresarial, junto con servicios de apoyo y asesorías, resulta fundamental para el crecimiento de los negocios. Esto sugiere la necesidad de que los programas educativos fomenten la implementación de asesorías y que los gobiernos respaldan estas iniciativas a través de mecanismos de financiamiento que impulsen el desarrollo empresarial (Carvalho et al. 2023).

Diversos estudios en zonas rurales de América Latina y África han demostrado que la capacitación empresarial es un factor clave para el desarrollo económico y social sostenible. En México, ha fortalecido las habilidades de mujeres emprendedoras rurales, mientras que en Brasil ha contribuido a la formalización y expansión de microempresas. Por su parte, en África, estos programas han permitido a los emprendedores superar barreras económicas y acceder a nuevos mercados, facilitando así su crecimiento y sostenibilidad (Lovato et al. 2024).

Los gobiernos y universidades han implementado programas piloto de asesoría y consultoría para microempresas, con el objetivo de promover su crecimiento y sostenibilidad. En Brasil, el gobierno ha desarrollado iniciativas para la formalización y el acceso a financiamiento, lo que ha resultado en un aumento de los ingresos y una mejora en la calidad de vida de los emprendedores (CEPAL, 2024). En México, la Secretaría de Economía ha impulsado programas como "México Emprende", que ofrece capacitación y asesoría a las PyMEs. Asimismo, el Instituto Politécnico Nacional (IPN) ha desarrollado consultorías para apoyar a las microempresas en diversas regiones del país (López et al. 2021).

Estos programas han demostrado ser efectivos para mejorar la competitividad y sostenibilidad de las microempresas, ya que proporcionan herramientas y conocimientos prácticos que les permiten enfrentar diversos desafíos empresariales. La asesoría, en este contexto, es un servicio profesional que ofrece orientación especializada para la toma de decisiones y la resolución de problemas en áreas clave (Álvarez y Jiménez, 2020).

En la actualidad, las microempresas locales juegan un papel fundamental en el desarrollo económico y social de las comunidades. A pesar de su tamaño reducido, con menos de diez empleados en la mayoría de los casos, estas microempresas son una fuente significativa de empleo y generación de ingresos en diversas áreas, lo que contribuye al crecimiento local (Valdez et al. 2025).

A pesar de los beneficios que ofrece la asesoría empresarial, las microempresas en México enfrentan importantes desafíos. Entre estos se encuentran la falta de programas de apoyo adecuados, el acceso limitado a capacitación continua y financiamiento, la baja digitalización y la fuerte competencia en sectores saturados. Además, muchos propietarios carecen de formación especializada, lo que dificulta el desarrollo y crecimiento de sus negocios (México Emprende, 2024).

El objetivo de este análisis es evaluar el impacto de las asesorías empresariales en la sostenibilidad y el crecimiento de las microempresas del municipio de Sinaloa. Los objetivos específicos son identificar los beneficios derivados de las asesorías, así como evaluar las percepciones de los empresarios y el

impacto en áreas clave como administración, contabilidad y marketing. Las preguntas de investigación son: ¿Qué beneficios aportan las asesorías? ¿Cómo son percibidas las asesorías por los empresarios? ¿Cuál es el impacto de las principales áreas asesoradas?

La asesoría empresarial desempeña un papel crucial en asegurar la sostenibilidad y el crecimiento de los negocios pequeños (De La Ossa y Latorre, 2024). Contar con asesorías especializadas refuerza la capacidad para tomar decisiones informadas, mejora la eficiencia de los procesos, asegura el cumplimiento normativo y optimiza la gestión financiera de las empresas (López et al. 2024). Desde esta perspectiva, es fundamental que las microempresas reciban asesoría especializada en áreas clave como la planeación estratégica, tributación, identidad corporativa, marketing digital y atención al cliente, para asegurar su sostenibilidad y crecimiento en un entorno competitivo. Estos aspectos impactan directamente la estabilidad y expansión de las microempresas.

En el ámbito fiscal, una gestión adecuada permite cumplir con las normativas tributarias, optimizar los recursos financieros y evitar multas, sanciones o recargos, lo que contribuye a una administración eficiente (Lladó Grupo Consultor, 2021). El registro legal es un paso fundamental para acceder a financiamiento y programas gubernamentales (Scotiabank, 2024). Sin embargo, diversos estudios en América Latina han señalado que el pago de impuestos es percibido más como una obligación a evadir que como un deber cívico. Este problema es particularmente evidente en México, donde dificulta la recaudación fiscal y afecta la sostenibilidad empresarial (Flores, 2021). La complejidad del régimen tributario, junto con los obstáculos derivados de políticas gubernamentales y la falta de asesoramiento adecuado, incide directamente en la durabilidad y competitividad de las empresas (Yagual y Monroy, 2025).

En cuanto a la identidad corporativa y el rebranding, estas estrategias mejoran la percepción y el posicionamiento en el mercado, generando confianza y credibilidad entre los consumidores. Además, permiten a las empresas diferenciarse de la competencia y fortalecer sus atributos distintivos (Blanco y Herrera, 2024). Estudios recientes subrayan la importancia de la sostenibilidad, la digitalización y la inclusión en la gestión de la identidad visual de las empresas (Inesbe, 2025). La coherencia y estabilidad de la imagen corporativa, alineada con las expectativas de los consumidores, son esenciales para garantizar la satisfacción y la posición competitiva en el mercado (Rodríguez y Yaguachi, 2024).

El manejo eficiente de redes sociales también es crucial para las microempresas, ya que permite mejorar la percepción pública y ampliar el alcance del negocio. Plataformas digitales como Instagram, Facebook y TikTok han demostrado ser herramientas efectivas para el marketing y la fidelización de clientes (Lee et al. 2022). Estos medios electrónicos se han consolidado como herramientas publicitarias clave para interactuar con los consumidores (Cabrera et al. 2021). Según estudios de Pull Comunicación (2024), una gestión eficiente de redes sociales puede impulsar significativamente el crecimiento empresarial. Además, la publicidad en plataformas digitales es fundamental para aumentar las ventas y expandir el mercado (Alconmx, 2023).

La atención al cliente juega un papel determinante en la fidelización y el éxito empresarial. Strikingly (2023) resalta que un excelente servicio al cliente no solo fortalece la relación con los consumidores, sino que también promueve un crecimiento sostenible basado en la mejora continua a largo plazo. Investigaciones muestran que una atención de calidad puede incrementar la lealtad del consumidor y mejorar las ventas. Según eDesk (2023) el 37% de los clientes no regresaría a una marca tras una mala experiencia y el 50% cambiaría de proveedor luego de una interacción negativa.

Finalmente, la planificación estratégica es esencial para garantizar la sostenibilidad de las microempresas. Definir una visión clara, establecer objetivos alineados con la misión del negocio y

desarrollar estrategias que fomenten la competitividad son elementos clave para su crecimiento en un entorno dinámico y competitivo (Ruiz, 2024).

Las microempresas representan una parte fundamental del tejido económico y social, pero enfrentan diversos desafíos que dificultan su sostenibilidad y crecimiento. La asesoría empresarial se ha consolidado como una herramienta esencial para mejorar la gestión, el acceso a financiamiento, la identidad corporativa, la digitalización y el servicio al cliente. A través de la colaboración entre universidades, gobiernos y empresas, se pueden desarrollar programas efectivos que fortalezcan la competitividad de estos negocios.

METODOLOGÍA

Esta investigación se enfoca en el municipio de Sinaloa, específicamente en los servicios de asesoría en gestión empresarial durante un periodo de seis meses. El objetivo principal es identificar los beneficios percibidos y el impacto de las asesorías recibidas. Sin embargo, diversos factores externos, como la situación económica local, la disponibilidad de recursos y otros aspectos fuera del control de los participantes, limitaron el desarrollo de algunas de las intervenciones originalmente previstas en el estudio.

Este estudio adoptó un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos, con el fin de evaluar los beneficios de la asesoría en microempresas. El enfoque cuantitativo se utilizó para medir, a través de encuestas, el impacto, la percepción de los participantes sobre los beneficios obtenidos. Por su parte, el enfoque cualitativo proporcionó una comprensión más profunda de sus experiencias mediante entrevistas y observaciones. Según Luza et al., (2023), el uso de un enfoque mixto permite obtener una visión más completa y detallada del tema en cuestión.

En este contexto, se emplea un enfoque metodológico mixto, que combina tanto el enfoque cuantitativo como el cualitativo, con el objetivo de ofrecer una visión más completa y profunda del fenómeno estudiado. Además, el estudio se clasifica como descriptivo y evaluativo, ya que busca documentar los beneficios obtenidos tras la asesoría en áreas clave como impuestos, identidad corporativa, registro y atención al cliente. En los estudios de este tipo, el investigador asume el rol de observador completo, brindando una perspectiva más amplia y detallada del área que se está analizando (Alban et al. 2020).

Para la selección de la muestra, se integraron cuatro microempresas que participaron en las pruebas piloto del programa de asesoría. Se optó por un muestreo no probabilístico por conveniencia, eligiendo aquellas empresas que habían recibido asesoría en al menos una de las áreas de estudio. En este tipo de muestreo, el investigador debe tener un buen conocimiento de las variables que desea estudiar, ya que la muestra se convierte en el eje central del caso investigado, permitiendo obtener resultados más enfocados y específicos (Vera et al. 2020). Los sujetos de estudio serán los propietarios o encargados de cada microempresa, ya que son quienes tienen el conocimiento y la experiencia directa sobre los cambios generados tras la asesoría. Este estudio se caracteriza por ser descriptivo, exploratorio, con diseño mixto, transversal y no experimental.

Los instrumentos utilizados para la recolección de datos incluyeron un cuestionario estructurado con diez preguntas cerradas de opción múltiple, organizadas en diferentes secciones relacionadas con impuestos, diseño de logotipo, remodelación del negocio, gestión de redes sociales y servicio al cliente. Además, se elaboró una guía de entrevistas con preguntas abiertas, con el objetivo de explorar en profundidad las percepciones y experiencias de los participantes sobre los cambios generados por las asesorías. Para complementar esta información, se realizaron visitas a los negocios con el fin de observar directamente las mejoras implementadas y analizar las actitudes de los participantes. Para la recopilación de información cualitativa sobre las transformaciones en las empresas, se empleó la

escala de Likert, una técnica de medición que facilitó la evaluación de las percepciones de los empresarios.

La recopilación de datos se llevó a cabo en varias etapas. Primero, después de meses de haber recibido las asesorías, se coordinó con los empresarios para la aplicación de los instrumentos, asegurando su disponibilidad y disposición. Las encuestas se realizaron en una única sesión para optimizar la eficiencia del proceso. Las entrevistas, por su parte, se realizaron de manera presencial y virtual, con una duración aproximada de treinta minutos por empresa. Antes de cada sesión, se explicó claramente el propósito de la entrevista y se obtuvo el consentimiento de los empresarios. Los cuestionarios fueron administrados a través de Google Formularios, y los datos recopilados se organizaron en tablas para facilitar la generación de gráficos y la realización de cálculos estadísticos. Durante las visitas a los negocios, se utilizaron listas de cotejo para registrar las observaciones directas,

Los datos recolectados fueron analizados utilizando diversas técnicas. Los cuestionarios se procesaron mediante estadística descriptiva, aplicando frecuencias y promedios para identificar las tendencias en la percepción de los participantes. Por otro lado, las entrevistas se analizaron a través de un proceso de codificación temática, con el objetivo de identificar patrones y tendencias en las respuestas de los empresarios. Los hallazgos obtenidos se compararon con estudios previos, lo que permitió contextualizar los resultados dentro del panorama general de la asesoría empresarial en microempresas.

Asimismo, se obtuvo el consentimiento informado de los participantes, asegurando la confidencialidad de los datos y el uso exclusivo con fines académicos. Para proteger la identidad de los empresarios, la información fue anonimizada y codificada. El estudio cumplió con los principios éticos internacionales y las normativas de protección de datos vigentes.

RESULTADOS

El análisis se centró en los beneficios obtenidos a partir de las asesorías brindadas por académicos y estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, extensión Sinaloa de Leyva, a empresas del sector comercial y de servicios. Estas asesorías abarcaron temas clave como obligaciones fiscales, diseño de marca, planeación estratégica (incluyendo misión, visión, objetivos y políticas), así como la capacitación en atención al cliente y publicidad en redes sociales. La implementación de estos servicios resultó fundamental para optimizar la gestión empresarial, mejorar la calidad del servicio y fortalecer la estructura organizacional, impulsando así el crecimiento y desarrollo de las empresas participantes.

La primera asesoría se centró en una empresa del sector alimenticio con el propósito de adquirir conocimientos de sus obligaciones fiscales, con énfasis en el Impuesto Sobre la Renta (ISR), pagos provisionales, declaración anual y aspectos relacionados con la nómina y el Seguro Social. La solicitud surgió luego de que el empresario enfrentara sanciones debido a errores cometidos por un servicio contable externo. La intervención permitió mejorar el manejo de estas obligaciones, reduciendo riesgos, sanciones y multas. Se destacó la importancia de la capacitación continua en esta área, ya que fortalece la gestión financiera y previene irregularidades. Además, al ser un servicio gratuito brindado por académicos y estudiantes especializados, la asesoría representó un recurso clave para la toma de decisiones informadas.

La segunda asesoría estuvo dirigida a una empresa del sector hotelero, enfocándose en la creación de su misión, visión, objetivos y políticas, estableciendo una base sólida para su desarrollo estratégico. También se implementó un programa de capacitación en atención al cliente, lo que resultó en una mejora significativa en la calidad del servicio y en la relación con los clientes. Antes de la asesoría, la empresa carecía de estrategias definidas en este ámbito, lo que limitaba su reconocimiento y

recomendaciones. Tras la intervención, el personal adoptó un enfoque más atento y personalizado, aplicando técnicas como el uso de un lenguaje claro y empático, la personalización del servicio y la gestión eficiente de quejas. Como resultado, se observó un incremento en la satisfacción de los clientes, reflejado en mayores recomendaciones y un aumento en los ingresos. Estos hallazgos subrayan el impacto positivo de la capacitación en la consolidación de la reputación empresarial y la lealtad del consumidor.

La tercera asesoría se enfocó en una empresa del sector servicio (barbería), en donde se brindó capacitación sobre la identidad visual y estrategias de marketing digital. Se rediseñó el logotipo, se mejoró la ambientación del establecimiento y el mobiliario, además se optimizó el uso de redes sociales para la promoción del negocio. Antes de la asesoría, la empresa carecía de una identidad visual clara, lo que dificultaba su posicionamiento en el mercado. Con la intervención, se fortaleció la imagen de marca, se generó un entorno más atractivo para los clientes y se incrementó la visibilidad en plataformas digitales. Esto se tradujo en un mayor reconocimiento y demanda de los servicios. El análisis de los resultados evidenció que la renovación de la identidad visual y la optimización de las plataformas digitales fueron estrategias efectivas para el crecimiento del negocio. El propietario destacó la importancia de dar seguimiento a estas acciones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

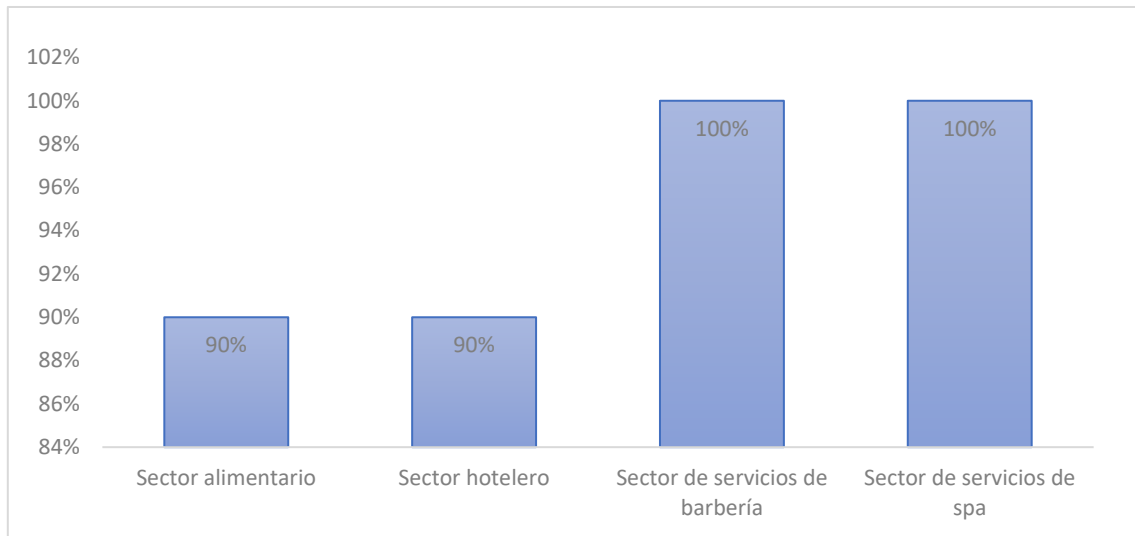
La cuarta asesoría se dirigió a un Spa, abarcando el rediseño del logotipo y el registro formal ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT). Estas acciones fortalecieron la identidad y presencia de la marca, además de proporcionar seguridad jurídica y generar confianza tanto en los clientes como en las autoridades fiscales. La formalización del negocio permitió estructurar mejor las operaciones y la reputación en el mercado. Además, la capacitación ayudó a desempeñar las funciones de manera más eficiente y mejorar las decisiones en las actividades empresariales.

Como señala Lugo (2023) la capacitación es clave para el desarrollo de nuevas habilidades y optimizar la ejecución de tareas, fortalecer la toma de decisiones y fomentar la competitividad empresarial. En este sentido, el empresario resaltó que la falta de información en áreas como contabilidad, administración y publicidad representa un desafío para los pequeños negocios. Sin embargo, la asesoría le permitió observar mejoras concretas, lo que incrementó su motivación y confianza en el futuro de la empresa.

En conclusión, estas asesorías académicas demostraron ser una herramienta valiosa para fortalecer la gestión empresarial, optimizar la calidad del servicio, mejorar la identidad visual y garantizar la formalización legal de los negocios. Los resultados obtenidos evidencian que el acompañamiento profesional y la capacitación continua son factores determinantes para el crecimiento y éxito de las microempresas.

Gráfico 1

Satisfacción con la asesoría recibida

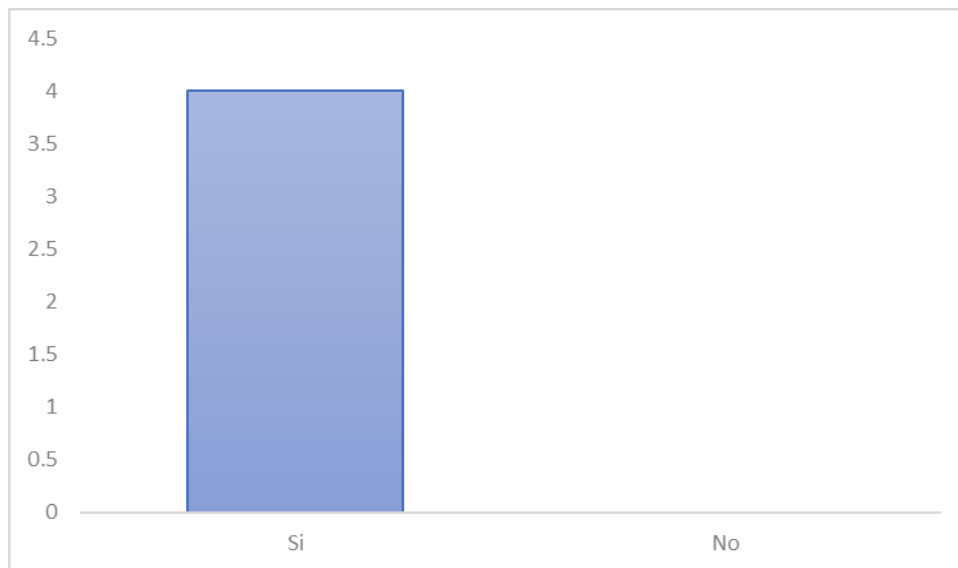


Fuente: elaboración propia.

El gráfico 1 muestra la percepción de los empresarios sobre la asesoría recibida en las cuatro empresas evaluadas, revelando un alto nivel de satisfacción en todos los sectores. En los sectores alimentario y hostelero, con un 90%, los empresarios expresaron una valoración positiva de las asesorías, reconociendo el impacto en la mejora de las prácticas empresariales. En contraste, los sectores de servicios de barbería y spa alcanzaron una satisfacción del 100%, indicando que las asesorías fueron percibidas efectivas en estos ámbitos, contribuyendo de manera significativa al desarrollo y fortalecimiento de los negocios. Estos resultados resaltan la relevancia y éxito de las asesorías en diversos sectores empresariales.

Gráfico 2

Beneficios obtenidos de las asesorías

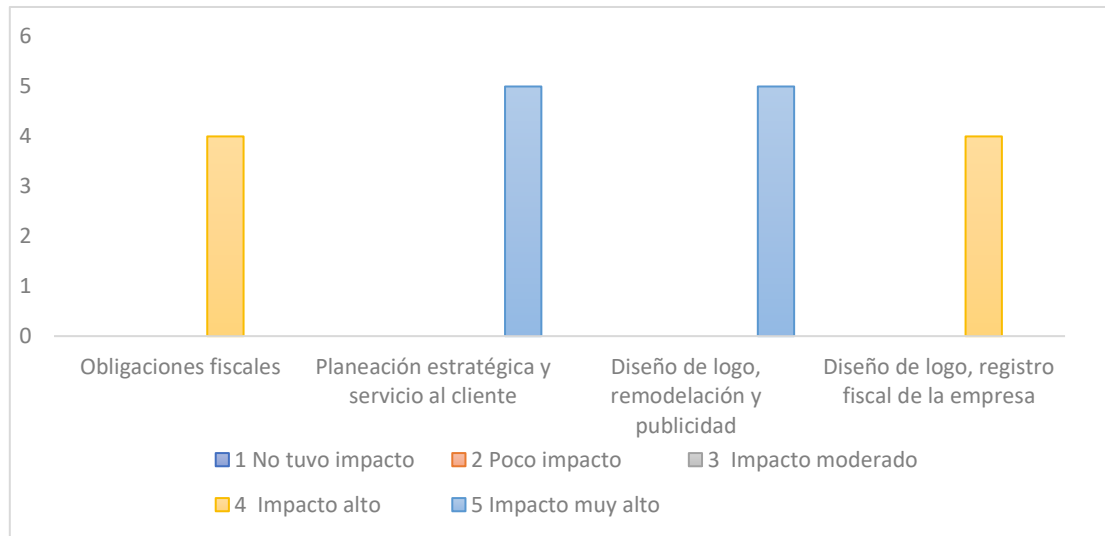


Fuente: elaboración propia.

El gráfico 2 refleja que las microempresas asesoradas reportaron haber obtenido beneficios. Las asesorías empresariales ofrecen múltiples beneficios para las organizaciones, como la optimización de la gestión, mejorar la toma de decisiones y fortalecer la competitividad en el mercado. Entre las ventajas se encuentran el acceso a conocimientos especializados, la identificación de áreas de mejora y la implementación de estrategias innovadoras que impulsan el crecimiento empresarial. Además, estas asesorías facilitan el cumplimiento normativo y la protección de activos, reduciendo riesgos legales y financieros. Según Rangel (2024), este tipo de asesoría también contribuye al manejo efectivo de conflictos y a la planificación estratégica, lo que permite a las empresas adaptarse a los cambios del entorno y garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

Gráfico 3

Áreas de asesoría y su impacto



Fuente: elaboración propia.

El gráfico 3 presenta la evaluación del impacto de las asesorías en diversas áreas de los negocios. Se observa que tanto el sector alimentario como el sector de servicios Spa calificaron las asesorías con un impacto alto, mientras que el sector hotelero y el de servicios de barbería otorgaron un impacto muy alto. Estos resultados sugieren que las asesorías en áreas clave como obligaciones fiscales, planeación estratégica, servicio al cliente, diseño de logotipo, remodelación, publicidad y registro fiscal fueron bien recibidas y generaron resultados positivos. No se reportaron calificaciones bajas, lo que indica que las estrategias implementadas fueron adecuadas y valiosas para cada negocio. En promedio, las calificaciones reflejan un impacto alto, con una puntuación general de 4.5.

El coeficiente de variación (CV) de 11.11% indica una baja variabilidad en las calificaciones, en relación con la media de 4.5. Esto sugiere que, aunque existen algunas diferencias entre las calificaciones de las empresas, estas son mínimas y no muestran una gran dispersión. En otras palabras, las evaluaciones de las empresas son consistentes, lo que indica que todas las actividades evaluadas fueron percibidas de manera similar y positiva, con pocas fluctuaciones. Un CV bajo refleja, en general, que las percepciones sobre el impacto de las actividades son coherentes y favorables, lo que implica que la mayoría de las empresas califican el impacto como "alto" o "muy alto", sin grandes discrepancias entre ellas.

Tabla 1

Evaluación de las percepciones de las asesorías

Empresas	Temas de Asesoría	Evaluaciones
Tortillería	Pagos provisionales de ISR Declaración anual de ISR Impuesto sobre nómina Pagos al IMSS	Muy bien
Hotelero	Planeación estratégica, misión, visión, objetivos y políticas. Capacitación para la atención al cliente	Excelente
Barbería	Imagen corporativa Publicidad en redes sociales Diseño de logotipo	Excelente
Spa	Registro ante el SAT Diseño de logotipo	Muy bien

Fuente: elaboración propia.

La tabla 1 presenta las evaluaciones de las asesorías empresariales proporcionadas por académicos y alumnos a microempresas de distintos sectores. En ella, se detallan los temas abordados, tales como aspectos fiscales, planeación estratégica, atención al cliente, imagen corporativa, entre otros, junto con las percepciones de los participantes, clasificadas en "Excelente" o "Muy bien".

De acuerdo con la tabla 1 muestra que la tortillería evaluó las asesorías sobre las obligaciones fiscales como "Muy bien", mientras que el sector hotelero calificó como "Excelente" la capacitación en planeación estratégica y atención al cliente. La barbería, por su parte, otorgó una evaluación "Excelente" en los temas de imagen corporativa y publicidad en redes sociales. Finalmente, el Spa evaluó como "Muy bien" las asesorías relacionadas con su registro ante el SAT y el diseño de logotipo. Estos resultados indican que las asesorías brindadas fueron ampliamente valoradas y percibidas de manera positiva por las empresas de todos los sectores evaluados.

DISCUSIÓN

La implementación de las asesorías se llevó a cabo a través de la práctica de pruebas piloto dirigidas a los microempresarios del sector comercial y de servicios en el municipio de Sinaloa. Estas asesorías se enfocaron en tres áreas clave para el fortalecimiento empresarial; administración, contabilidad y marketing. A través de esta metodología, se buscó evaluar la efectividad de las estrategias propuestas, identificar áreas de mejora y adaptar los contenidos a las necesidades específicas de los participantes, con el objetivo de optimizar la gestión y el crecimiento de los negocios. Los resultados indican que la capacitación ha sido efectiva para optimizar la gestión y fortalecer las estrategias empresariales. Estos hallazgos coinciden con la literatura existente y subrayan la importancia de la capacitación empresarial para el desarrollo y la sostenibilidad de las microempresas, especialmente en aspectos fundamentales como la gestión operativa de las actividades.

Las implicaciones teóricas de los resultados confirman la relevancia de la capacitación y asesoría especializada para la sostenibilidad de los negocios. Desde una perspectiva teórica, las asesorías empresariales refuerzan la competitividad y la capacidad interna de las microempresas. En términos prácticos, los resultados destacan la necesidad de continuar con las asesorías y de expandir estos programas a un mayor número de empresas. Además, subrayan la importancia de la digitalización y el uso de redes sociales como herramientas estratégicas para mejorar la visibilidad y la interacción con los clientes, lo que impacta directamente en el crecimiento y posicionamiento de las empresas en el mercado.

A pesar de los avances observados, persisten varios desafíos que limitan la efectividad de las asesorías. Entre las principales limitaciones se encuentran la falta de recursos y programas de apoyo, la resistencia al cambio, el acceso limitado a la información y a la tecnología, así como a la capacidad operativa reducida. Además, la falta de continuidad en las asesorías y la dificultad para medir resultados complican la implementación de mejoras. La competencia en sectores saturados también sigue siendo un obstáculo para las microempresas. Estos factores resaltan la necesidad de un acompañamiento más integral y de políticas públicas que fomenten de manera más amplia la digitalización y formalización de las pequeñas empresas

Para futuras líneas de investigación, se sugiere ampliar el alcance de las asesorías a un mayor número de microempresas, enfocándose especialmente en áreas clave como la gestión fiscal, la digitalización y el uso estratégico de las redes sociales. Además, se recomienda fortalecer la colaboración entre universidades, entidades gubernamentales y organizaciones privadas para brindar un apoyo continuo a las empresas en su proceso de formalización y digitalización. También sería valioso evaluar el impacto de las asesorías a largo plazo, con el fin de determinar la sostenibilidad de los cambios implementados y desarrollar estrategias que mitiguen los desafíos de la evasión fiscal y la competencia en sectores saturados.

CONCLUSIÓN

Este estudio ha destacado la importancia fundamental de la asesoría empresarial para el crecimiento y sostenibilidad en áreas clave de las microempresas. La colaboración entre universidades, empresas y gobiernos ha sido esencial para proporcionar a las microempresas las herramientas necesarias para mejorar la gestión, fortalecer la identidad corporativa y optimizar procesos administrativos, lo que se ha traducido en mejoras tangibles en su competitividad.

Las pruebas piloto realizadas han demostrado que el modelo de asesoría propuesto es efectivo y tiene un impacto positivo, especialmente en áreas como la planificación de misión, visión, objetivos, políticas y estrategias de atención al cliente. Además, ha sido fundamental para adquirir información relevante sobre cumplimiento fiscal, así como en la implementación de publicidad en redes sociales, el diseño de logotipo y la mejora de la imagen visual del local.

Aunque las microempresas enfrentan desafíos como el acceso limitado a financiamiento y formación, las iniciativas de asesoría brindan un apoyo crucial para que puedan desarrollarse en un entorno competitivo y exigente. Por lo tanto, la implementación de programas de asesoría empresarial, promovidos por universidades y gobiernos, es una estrategia clave para fomentar el desarrollo económico local y fortalecer las bases de las microempresas en el municipio de Sinaloa.

La asesoría empresarial ofrece orientación en áreas clave como la planificación estratégica, la elaboración de planes de negocio y la optimización de procesos internos. Esto permite a las microempresas identificar oportunidades, gestionar recursos de manera más eficiente y tomar decisiones informadas. Al contar con este asesoramiento, las empresas pueden adaptarse mejor a los cambios del mercado, mejorar las estrategias de marketing y fortalecer la posición competitiva.

Al potenciar el desarrollo de las microempresas, se impulsa la economía local, lo que contribuye a la creación de nuevos puestos de trabajo y dinamiza la economía, beneficiando a toda la comunidad. En este sentido, la asesoría empresarial se revela como un factor clave para el desarrollo y la sostenibilidad de las microempresas, favoreciendo el crecimiento económico y la generación de empleo en las comunidades locales.

REFERENCIAS

Alban, G. P. G., Arguello, A. E. V., y Molina, N. E. C. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)

Álvarez Contreras, D. E., y Jiménez Lyons, K. A. (2020). La consultoría y asesoría: aliada estratégica para el fortalecimiento empresarial de las MIPYMES en Colombia. *Tendencias*, 21(1), 252–271. <https://doi.org/10.22267/rtend.202101.136>

Alconmx. (2023, noviembre 1). El rol de la asesoría fiscal en la planeación de empresas. *Alcon*. <https://www.alconmx.com/el-rol-de-la-asesoria-fiscal-en-la-planeacion-de-empresas/>

Blanco, T. P., y Herrera, J. S. (2024). *Imagen corporativa: Cómo influye en la gestión empresarial*. ESIC Editorial. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=A3QMEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=%E2%80%A2>

Carvalho Monsalve, Y. E., Herrera Pérez, A. P., & Carvalho Monsalve, Y. C. (2023). La capacitación y oportunidades para la creación de empresas competitivas: Caso: mujeres emprendedoras, Fundación Ecuador Iguatario de Machala. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 29, e243. <https://doi.org/10.7263/adresic-29-243>

Cabrera Briones, G. C., Briones-Saltos, L. O., y Acosta-Chávez, D. A. (2021). Las empresas online y el servicio de consultoría en el cantón Portoviejo y la estrategia de supervivencia. *Polo del Conocimiento*, 6(1), 75-94. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i1.2126>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2024). *Programas de apoyo a microempresas en Brasil*. CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf

De La Ossa, R., y Latorre, A. (2024). *PBOOST: Consultorías para innovación y emprendimiento con CTel*. <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstreams/1bd5da15-93fe-4faf-a7d4-79eaea712d3c/download>

eDesk. (2023). Estadísticas sobre la fidelización de clientes. Recuperado de <https://www.edesk.com/es/blog/estadisticas-de-fidelizacion-de-clientes/>

Fernández Sánchez, H., Guzmán Facundo, F. R., Herrera Medina, D, y Sidani, S. (2023). Importancia del estudio piloto en un proyecto de intervención. *Index de Enfermería*, 32(1), e12860. Epub 18 de septiembre de 2023. <https://dx.doi.org/10.58807/indexenferm20233776>

Flores Moran, J. F. (2021). Vinculación con la sociedad: impacto del núcleo de apoyo fiscal en la generación de cultura tributaria. *Journal of Science and Research*, 6(1), 93–108. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/945>

Inesbe. (2025). *Tendencias en asesoría de imagen corporativa para 2025*. <https://inesbe.com/tendencias-en-asesoria-de-imagen-corporativa-2025/>

Lee, J., y Kim, S. (2022). Social media advertising: The role of personal and societal. *Journal of Marketing Communications*, 28, 329-342. <https://doi.org/10.1080/1352726.6.2019.165846>

Lladó Grupo Consultor. (2021, diciembre 22). ¿Por qué es importante la asesoría fiscal para las empresas? <https://lladogrup.com/es/por-que-es-importante-la-asesoria-fiscal-para-las-empresas/>

López Bonilla, A. R., Quintana Barragán, V. E., Corro Veloz, M. V., Concha Corro, C. E., y Bayas Condo, A. M. (2024). Asesoramiento contable y tributario para fomentar el emprendimiento. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(3), 3361-3372. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i3.11563

López Montalvo, D., Coto, E. J., y Cadena López, A. (2021). La capacitación en pequeñas y medianas empresas: hacia una caracterización. *Revista Perspectiva Empresarial*, 8(1), 71-85. <https://doi.org/10.16967/23898186.686>

Lovato Torres, S. G., Coronel Pérez, V. C., Saltos Santana, G. M., y Bermúdez Gallegos, C. (2024). El rol de la capacitación empresarial en los emprendimientos de zonas rurales del Ecuador. *RECIMUNDO*, 8(2), 264-273. [https://doi.org/10.26820/recimundo/8.\(2\).abril.2024.264-273](https://doi.org/10.26820/recimundo/8.(2).abril.2024.264-273)

Luza, T. C., Córdova, O. J., Gonzáles, J. L. A., Limo, F. A. F., y Flores, C. A. B. (2023). *Métodos mixtos de investigación para principiantes*. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.106>

Lugo Hernández, L. T. (2023). Importancia y beneficios de la capacitación del personal en los spas de Guasave, Sinaloa, México. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 9586-9604. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.5160

México Emprende. (2024). *Microempresas: Clave para el crecimiento económico y empleo en México*. <https://www.mexicoemprende.org.mx/microempresas/>

Pull Comunicación. (2024). *El impacto de las redes sociales en la percepción de marca*. <https://www.pullcomunicacion.es/el-impacto-de-las-redes-sociales-en-la-percepcion-de-marca/>

Rangel, R. (2024). Algunos beneficios de la asesoría empresarial. Recuperado de <https://www.roxanarangel.com/post/algunos-beneficios-de-la-asesor%C3%ADa-empresarial>

Rodríguez, R. T., y Yaguachi, D. A. (2024). Satisfacción del cliente desde la imagen corporativa empresarial. *Revista Venezolana de Gerencia*, 29(107), 1334-1349. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.107.23>

Ruiz Barroeta, M. (2024). *Guía sencilla para hacer el Plan Estratégico de una Empresa*. Recuperado de <https://milagrosruizbarroeta.com/guia-para-hacer-plan-estrategico-de-empresa/>


Scotiabank. (2024, abril 15). Legalidad y regulaciones para PyMEs en México. <https://www.scotiabank.com.mx/blog/pymes-legalidad-y-regulaciones-para-empresas-mexico.aspx>

Strikingly. (2023). La importancia de la atención al cliente: fidelización y confianza. https://es.strikingly.com/blog/posts/la-importancia-de-la-atencion-al-cliente-fidelizacion-y-confianza?utm_source

Valdez Guerrero, R., Robles Arias, I. M., y Ríos Calderón, G. G. (2025). El desarrollo de la microempresa local ante los desafíos del contexto actual. *Revista Científica Ciencia y Tecnología*, 25(45), 98-129. <https://doi.org/10.47189/rcct.v25i45.746>

Vera, A. M. Z., Ribera, S. A. A., Zabalaga, F. G., López, M. L., Gamarra, P. P., y Velarde, D. I. (2020). Muestreo aleatorio de base espacial y su utilidad en la investigación epidemiológica. *Gaceta Médica Boliviana*, 43(1), 74-79. <https://doi.org/10.47993/gmb.v43i1.23>

Yagual Apolinario, G. A., y Monroy Baquerizo, C. A. (2025). Análisis del impacto del Impuesto a la Renta en el sector artesanal de calzado en el centro de Guayaquil, periodos 2023-2024. *Revista Científica Zambos*, 4(1), 345-362. <https://doi.org/10.69484/rcz/v4/n1/94>

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons .