

Propuesta de diseño de una aplicación para el comercio electrónico dentro de la comunidad de la Universidad Iberoamericana Puebla

Brito Chimal, Dulce Valeria

2023

<https://hdl.handle.net/20.500.11777/5913>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

Propuesta de diseño de aplicación para comercio electrónico en la Universidad Iberoamericana Puebla

Brito Chimal Dulce Valeria (tercer semestre en Ingeniería en Logística)¹, Cerón Ramírez Diego (tercer semestre en Ingeniería Química)¹, Montoya Velázquez Emiliano (tercer semestre en Ingeniería en Sistemas Computacionales)¹, López Martínez Emiliano (cuarto semestre en Ingeniería de Negocios)¹

Jaramillo Bañuelos José David (profesor responsable)¹

¹Universidad Iberoamericana Puebla, San Andrés Cholula, Puebla, México

Resumen

Existe un desafío en la regulación del comercio no regulado dentro de la universidad, que conduce a una distribución irregular de productos, contradiciendo así los valores que la institución pretende promover. Esto incide en la difusión y expansión de emprendimientos con características valiosas que puedan contribuir al ecosistema de innovación y emprendimiento de la universidad. La idea de este proyecto fue diseñar y crear una aplicación donde emprendedores de la comunidad IBERO Puebla puedan promocionar sus productos y servicios personales con el propósito de contribuir al flujo económico dentro del ecosistema universitario, es decir, tiene como objetivo crear un comercio justo, transparente y regulado. De igual manera, la información recopilada por la encuesta realizada y el análisis de los objetivos específicos hecho tras las entrevistas con diferentes departamentos universitarios permitieron sentar las bases para el desarrollo de la aplicación, que busca ser una solución a los desafíos actuales del comercio. Se destacan aspectos importantes, como la distinción entre comercio informal y no regulado, la importancia de evitar la competencia directa entre comerciantes y la posibilidad de implementar la economía social. Todos estos aspectos fueron tomados en cuenta para el diseño de la interfaz de la aplicación, buscando cubrir todas las necesidades de los comerciantes y estudiantes.

Palabras clave: comercio electrónico, desarrollo de aplicaciones, normativas, comercio regulado

***Autor Corresponsal:** dulce.brito@iberopuebla.mx

Introducción

La comunidad IBERO Puebla posee grupos de contacto para la comercialización de productos dentro de la universidad. Estos se componen de estudiantes que desean comprar o vender productos comercializados por los miembros de la comunidad. Los medios en los cuales se lleva a cabo esta interacción son grupos de *Whatsapp*, *Facebook* e *Instagram*. En ellos, diversos tipos de productos se anuncian como: alimentos, ropa, servicios, artículos tecnológicos y objetos de segunda mano. Sin embargo, también se ponen a la venta productos dañinos a la salud o integridad de la persona. Este tipo de productos que ponen en riesgo la salud o integridad de la persona generan una preocupación ante una situación compleja en la que se contraponen los lineamientos universitarios y una de las actividades más fundamentales, difíciles de controlar pues supone para muchos estudiantes una fuente de ingresos importante para diversos fines. La metodología se basa en una serie de encuestas y una investigación para conocer el contexto de la situación para precisar la problemática y brindar una solución [1].

En la investigación la problemática principal establecida es el comercio informal. No obstante, es importante tener en consideración en un panorama general que el comercio informal representa un sector significativo de la economía. Este opera al margen de las regulaciones establecidas por una autoridad. Está presente en actividades comerciales no registradas o declaradas que ocurren en entornos no regulados como mercados callejeros, vendedores ambulantes o tiendas pequeñas. El comercio informal proporciona oportunidades de subsistencia para muchas personas en todo el mundo pues ofrece bienes y servicios a precios accesibles

para comunidades con recursos limitados. Este tipo de comercio presenta desafíos, como la falta de protección social para los trabajadores, la evasión fiscal, la falta de seguridad laboral, la calidad incierta de los productos y la limitada protección al consumidor. A pesar de ello, el comercio informal desempeña un papel importante en la economía; contribuye al sustento de muchos representando una realidad económica compleja que requiere un equilibrio entre regulación y apoyo para su formalización [2].

La segunda problemática establecida es el comercio no regulado. Esto se debe a que las personas son miembros plenos de la institución con posibilidades de desarrollo personal, este tipo de comercio por otro lado engloba transacciones comerciales que se llevan a cabo sin cumplir con las normativas o regulaciones institucionales establecidas para operar plenamente. Las actividades se desarrollan al margen de las normativas y controles, abarcando desde transacciones informales hasta operaciones ilícitas. El comercio no regulado conlleva riesgos como la falta de protección al consumidor, la evasión de impuestos, la inseguridad de los productos o servicios, y la ausencia de estándares de calidad.

Puede incluir actividades informales como ventas callejeras u operaciones ilegales como el contrabando/comercio de bienes y servicios prohibidos. Es preciso tener en cuenta que el comercio no regulado proporciona acceso a bienes y servicios a sectores marginados. Por ello, plantea desafíos en términos de seguridad, justicia social y desarrollo sustentable, subrayando la importancia de implementar regulaciones para garantizar operaciones comerciales seguras y éticas. En la universidad se hace uso de las instalaciones para actividades comerciales diversas las cuales no están supervisadas [3].

El desarrollo de una aplicación que centralice, regule y formalice a aquellos miembros de la comunidad que deseen comerciar bajo principios éticos y seguros es una propuesta viable. Para su desarrollo es importante considerar la innovación frugal, la cual tiene un enfoque de desarrollo y diseño que se centra en crear soluciones simples, rentables y eficaces para desafíos complejos. Se busca tener impacto a través de soluciones alcanzables, sostenibles y de calidad. Esta se aplica en áreas como la tecnología, la salud, la energía y la infraestructura, promoviendo la optimización de recursos existentes, el rediseño inteligente y la adaptación de productos para atender las necesidades específicas de las comunidades.

Este enfoque simple, flexible y creativo ayuda a resolver problemas complejos que contribuyen al desarrollo socioeconómico y mejora de la calidad de vida.

La aplicación considera las necesidades de los miembros para convertirse en una plataforma que les brinde la oportunidad para incrementar sus ventas, emprender o simplemente comerciar [4].

Al evaluar las funcionalidades de la aplicación se encuentran diferentes segmentos que pueden ser apoyados. Uno de ellos y muy importante son los emprendimientos, los cuales identifican oportunidades y desarrollan ideas innovadoras para convertirlas en empresas.

Los emprendedores son impulsados por la creatividad, la pasión y la determinación, buscan soluciones para problemas específicos o identifican nuevas formas de satisfacer necesidades en el mercado. Este proceso implica asumir riesgos puesto que suponen cambios de paradigma transformando ideas en proyectos viables que contribuyen al crecimiento económico y la generación de empleo.

A menudo fomenta la competitividad, el progreso y el desarrollo en una amplia gama de sectores y mercados. Además, existen personas que buscan la venta de productos ya sea con visión de crecimiento o como fuente de ingreso adicional. Por último, existen los comerciantes de una sola ocasión que en su mayoría suelen anunciar objetos de segunda mano [5].

Mediante esta aplicación se fomenta el comercio electrónico también llamado *eCommerce*. Representa la compra y venta de bienes y servicios a través de plataformas digitales y la infraestructura de internet. Esta forma de comercio ha revolucionado la manera en que las personas realizan transacciones comerciales, permitiendo a los consumidores adquirir productos/servicios desde la comodidad de su hogar a cualquier hora y lugar.

Las tiendas en línea y *marketplaces* ofrecen una amplia gama de productos y servicios con acceso a un mercado global para compradores y vendedores.

Por lo que ofrece una experiencia conveniente y segura que supone una herramienta para todas aquellas personas que deseen utilizarla bajo normativas y regulaciones establecidas para proporcionar seguridad y confianza [6].

La solución para erradicar estos problemas fue diseñar una propuesta para una interfaz de la aplicación Ibero Commerce que funcione como una plataforma del comercio en la comunidad de la IBERO Puebla, para poder lograr este propósito fue necesario abordar las propuestas de cada uno de los objetivos específicos.

Metodología

En la primera parte del proyecto se buscó diagnosticar la situación actual en cuanto al comercio dentro de la comunidad de la IBERO Puebla. Para su correcta aplicación, se llevaron a cabo las siguientes actividades: En una primera instancia, se analizó el contexto del emprendimiento dentro de la universidad, mediante el análisis y la observación de los grupos en redes sociales donde se llevan a cabo la mayor parte de las actividades comerciales no reguladas.

El propósito de esta actividad fue tener un contacto más cercano con los estudiantes, conocer el comercio y las normativas desde su perspectiva para el cumplimiento de sus necesidades. Esta actividad fue de suma importancia porque permitió conocer las necesidades que tienen los comerciantes y los estudiantes. Para estos efectos, se realizó una encuesta en la plataforma *Forms* de *Microsoft*, para después ser aplicada a los integrantes de la comunidad de la IBERO Puebla.

El medio de difusión de la encuesta fue por el grupo de Facebook de la universidad donde se encuentran la mayoría de los estudiantes, también por los diferentes grupos de WhatsApp creados para difundir el comercio no regulado y por último por contacto directo con estudiantes que participan como comerciantes en UIA.

Se estimó un aproximado de 100 respuestas por parte de la comunidad universitaria para ser tomado como una muestra relevante de la situación actual del comercio.

La encuesta se dividía en dos secciones, una era destinada a los clientes, algunas preguntas que se encontraban en esta sección fueron ¿Has participado en actividades comerciales dentro de la comunidad IBERO Puebla? ¿Por cuáles medios te enteras de las actividades comerciales dentro de la universidad?

Mientras la otra sección era dirigida hacia los comerciantes, donde estaban las preguntas como ¿Por qué comercias dentro de la universidad? ¿Con qué regularidad realizas tu actividad comercial? ¿Qué grado de apoyo crees que aporta la universidad a los comerciantes como tú? ¿Qué cambios te gustaría que la universidad realizará en función del beneficio del comercio en la comunidad?

Todas estas preguntas fueron diseñadas para obtener información específica como conocer el medio más usado de comunicación, también que cambios les gustaría en el comercio de la comunidad y cubrir las necesidades que surgen del comercio no regulado.

Posteriormente llegó la hora de indagar información con las autoridades educativas correspondientes para tener conocimiento de las reglas, políticas y pautas que deben seguirse para un comercio regulado dentro de la universidad, esto como segundo objetivo.

A partir de estos intereses, se llevaron a cabo entrevistas en el LAINES (Laboratorio de Innovación Económica y Social) y para la recopilación de información sobre los proyectos afines respaldados por la universidad, el objetivo de la entrevista fue para resolver dudas acerca de la visión y futuro que se buscaba con esta propuesta, también para tener una perspectiva social, económica y política acerca del proyecto, buscar una guía para la realización del proyecto.

De igual manera las dudas y las inquietudes que, con la colaboración del LAINES, se buscó cubrir fueron en materia de las normativas, antecedentes y obstáculos que surgieron a raíz del proyecto. Algunas preguntas claves para el encuentro fueron ¿De qué manera la universidad regular el comercio entre integrantes de la comunidad? ¿Qué retos considera que se puede enfrentar con base en su experiencia? y ¿Qué proyectos anteriores pueden respaldar este proyecto y ayudar a su desarrollo?

Todas las actividades realizadas fueron con la misma función, buscar tener un contacto más directo con la comunidad de la IBERO Puebla y adquirir información indispensable para el diseño de la aplicación, no obstante, también fueron empleadas para limitar el alcance y realizar un análisis de alternativas para la funcionalidad y ejecución de la aplicación.

Por eso, la decisión de consultar estos departamentos de la universidad fue porque son especialistas en el tema de innovación y socioeconómico, también por el contacto cercano que tienen con los alumnos y las experiencias anteriores en proyectos parecidos.

Realizar entrevistas con distintos departamentos universitarios se convierte en una fase fundamental para abordar el proyecto.

Cada área académica tiene sus propios requisitos, desafíos y objetivos, y estas entrevistas permitió identificarlos de manera específica.

Además, al involucrar a los diferentes departamentos desde las etapas iniciales del proyecto, se fomenta una mayor colaboración y se optimiza el alineamiento del proyecto con la misión y visión de la institución.

Al considerar las perspectivas de diversas áreas, se enriquece la calidad y la relevancia del proyecto, adaptándolo de manera más efectiva a la complejidad del entorno universitario. Estas entrevistas también son oportunidades para detectar posibles problemas, anticipar desafíos y mitigar riesgos antes de la implementación.

La participación de los departamentos no solo fortaleció la ejecución del proyecto, sino que también garantizó que sea percibido como una solución colectiva y beneficie a toda la comunidad universitaria.

Resultados y Discusión

Encuesta para el análisis del comercio en UIA

Hubo dificultades para lograr alcanzar el número de encuestas estimadas, la difusión tuvo que ser varias veces por el grupo de Facebook, de WhatsApp y acercamiento cara a cara con los estudiantes. El número de respuestas fueron 60, una cifra pequeña sí, pero muy útil debido a las opiniones que comunicaron los compañeros, se pudo tomar diversos factores en cuenta para la última etapa del proyecto.

Aun así, gracias a la encuesta se logró recopilar información indispensable para el desarrollo de la aplicación, la principal ventaja es conocer las necesidades de los comerciantes universitarios, las razones de su actividad comercial y los diferentes tipos de productos o servicios que se distribuyen dentro de la institución, de igual manera se estimó la regularidad que lo hacen y también la manera que les

gustaría que fueran apoyados por parte de la Universidad Iberoamericana Puebla.

Primero se midió el nivel de compra – venta de los estudiantes para conocer el ritmo de la actividad comercial, esto ayudó a concluir que existe un mayor porcentaje de compra de productos que de estudiantes emprendedores; las razones de esta diferencia es la existencia de limitaciones de tiempo, ya que algunas personas no disponen de tiempo para crear y administrar un negocio, también podría ser por falta de recursos, falta de orientación y de apoyo.

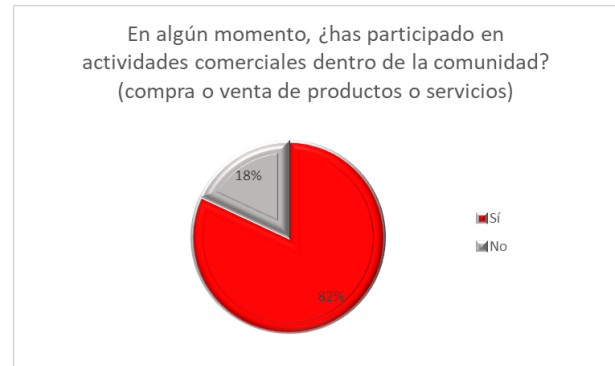


Fig 1: Porcentaje de personas que participan en actividades comerciantes dentro de la UIA

Después de obtener esto se logró diferenciar los tipos de comercios que ejercen dentro de la universidad, donde se distingue en su mayoría la venta y reventa de algún producto, también de un servicio y por último la manufactura.

Una de las razones para hacer la encuesta era saber la opinión de los estudiantes respecto a la regularidad y manejo actual del comercio dentro de la universidad, donde el 75% de las personas encuestadas están de acuerdo que falta regularidad por parte de las autoridades de la universidad, las razones más repetidas por la cual creen esto las personas fueron porque hay robos, estafas y mal entendidos.

También piensan que algunos productos no deberían ser comercializados, existe dificultad para llegar a los clientes y no hay suficiente distribución de los servicios o productos.

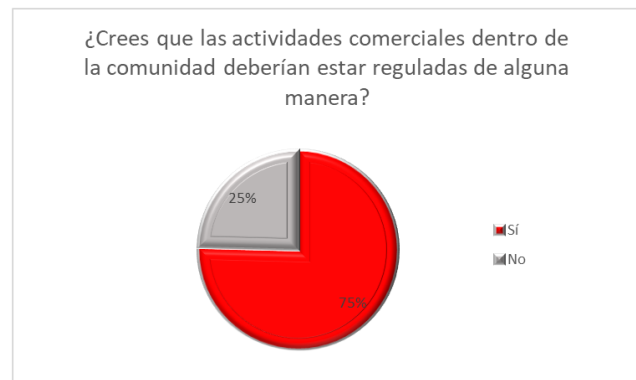


Fig 2: Personas que están de acuerdo que falta regularidad en el comercio en la universidad

El último argumento nos lleva a la siguiente pregunta que es acerca de donde se enteran de las actividades comerciantes, la mayoría de los encuestados conocen los servicios o productos mediante el grupo de Facebook que fue creado con la finalidad de tener un contacto más directo con los estudiantes, aunque últimamente ha existido algunas irregularidades dentro del grupo que ya no permite que sea un lugar seguro para la comunidad de la Universidad Iberoamericana Puebla.

Debido a esto, se recurrió a la creación de grupos de WhatsApp, la cual es la segunda fuente donde se informan acerca de los negocios y por últimos la comunicación verbal es un factor muy importante para la distribución del anuncios, promociones y productos de los emprendedores.

Estas tres fuentes llegan a concluir que no existe un lugar seguro, de manera virtual, donde los estudiantes y vendedores se sienten en confianza para poder adquirir o negociar un producto.

En esta misma encuesta, existió un apartado dirigido a los negocios y emprendedores donde medían el nivel de apoyo y los factores que faltan o se descuidan para lograr regular el comercio; primero midieron el nivel de apoyo por parte de la universidad en un ranking del 1 al 10, donde se obtuvo un 5.22 como calificación.

Sin embargo, añadieron sus necesidades u opiniones que les gustaría que se tomará en cuenta para lograr comerciar de manera segura, regulada y honesta, las cuales fueron ofrecer una plataforma, mayor difusión y asesoramiento, más días de bazares y publicidad.

De acuerdo con la información proporcionada, existe un problema para lograr regular el comercio y para buscar apoyo por parte de la universidad.

La universidad debe respaldar a sus estudiantes en el emprendimiento de negocios debido a múltiples razones.

En primer lugar, al fomentar el espíritu empresarial, las instituciones educativas no solo contribuyen al crecimiento económico, sino que también empoderan a los estudiantes para que adquieran habilidades prácticas y experiencia en el mundo real. Esto no solo mejora su empleabilidad, sino que también nutre la innovación y la creatividad.

Encuentro con departamentos universitarios

La entrevista otorgada por el Dr. Carlos Federico Piñeyro Nelson, coordinador de la Maestría de Gestión de Empresas de Departamento de Ciencias Sociales, resaltó la diferencia entre comercio informal y comercio no regulado debido a que la informalidad tiene una connotación jurídica y política. Posteriormente, comentó que sería interesante que aquellos comerciantes que sigan una estructura socialmente económica puedan gozar de un espacio privilegiado en la aplicación, debido a las implicaciones del comercio justo.

Tristemente fue muy limitado el *feedback* de su parte, debido a que comentó que congeniaba poco la propuesta con su área de especialidad (Economía Social), aun así, un punto de vista sobre el trabajo previo y la dirección del proyecto de parte de una figura de autoridad y sabiduría como el doctor Carlos, fue de gran ayuda para el desarrollo y entendimiento de ideas indispensables.

Por otro lado, la entrevista con la Lic. Mariana Reyes Gámez, coordinadora de vinculación, consultoría e investigación del

Laboratorio de Innovación Económica y Social, uno de los pilares del proyecto, fue su disposición para proporcionar un documento que contiene los Lineamientos para la correcta realización de Actividades Estudiantiles, mediante la responsable de Participación y Vida Universitaria, Ana Karen González Herrera. Así también, comentó como dato importante que la universidad busca evitar la competencia directa entre los comerciantes que, valida, factor importantísimo que deberá dialogarse con las autoridades correspondientes en el caso de que el proyecto se lleve a cabo más adelante en toda su extensión.

En esa misma línea de pensamiento, transmitió información y contactos de interés como el de la ya mencionada Ana Karen, así como también el de Ivana María Cosío Zetina de la Dirección General del Medio Universitario y el de Sandra Olivia Rodríguez Montero, Coordinadora de Compras. Alternativamente a lo comentado por el doctor Carlos, habló de la posibilidad de implementar la economía social mediante una concesionaria comunitaria que pueda permitir a alumnos, becados y/o que se den su propio sustento completa o parcialmente, comerciar con productos de su propia manufactura.

Desarrollo de la aplicación

Para eliminar las ineficiencias que tiene el comercio actual en la universidad, la idea del proyecto es diseñar una interfaz de una aplicación en donde los comerciantes de la comunidad IBERO Puebla puedan promocionar sus productos, servicios y en general emprendimientos personales con el propósito de aportar flujo económico al ecosistema universitario.

Esta es la primera sección para dar ingreso a la aplicación, con el registro del correo institucional y datos del estudiante.



Fig 3: Inicio de sesión para la aplicación IBERO Commerce donde se debe registrar con correo institucional

La página principal de la aplicación es para observar las secciones y apartados que tiene, donde se puede visualizar los diferentes productos que brinda, en la barra de búsqueda de la parte superior se puede buscar algún producto o negocio en específico.

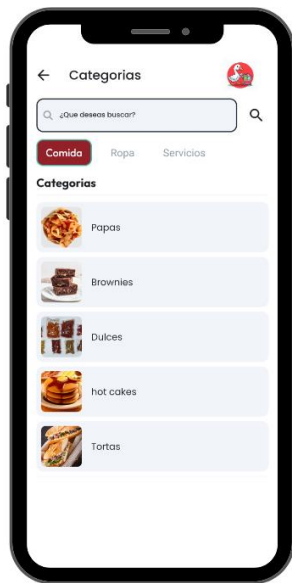


Fig 4: Página principal de la aplicación IBERO Commerce donde se logra visualizar las secciones y apartados.

En esta sección se selecciona el producto que se desea comprar y a continuación aparecerá la descripción del producto, una imagen de este, su precio y la cantidad que se gusta comprar.



Fig 5: Página de descripción y venta de producto en la aplicación IBERO Commerce

La importancia de desarrollar una aplicación es para facilitar el comercio de productos y servicios dentro de una universidad. En primer lugar, una aplicación de este tipo promueve la comunidad entre los estudiantes al crear un espacio donde pueden interactuar de manera más directa y efectiva, facilita la compra y venta de bienes y servicios, lo

que puede fomentar una sensación de apoyo y colaboración entre los miembros de la universidad.

Además, la aplicación promueve el espíritu emprendedor entre los estudiantes al permitirles iniciar y administrar sus propios negocios dentro del campus, esto no solo brinda a los estudiantes la oportunidad de ganar dinero y adquirir experiencia empresarial, sino que también contribuye al desarrollo de una cultura emprendedora que es beneficiosa tanto para los estudiantes como para la universidad en sí.

Otro aspecto clave es la eficiencia que aporta, las transacciones son más rápidas y fáciles a través de una aplicación, lo que ahorra tiempo y recursos tanto a compradores como a vendedores. En última instancia, el desarrollo de una aplicación para el comercio dentro de la Universidad Iberoamericana de Puebla puede mejorar significativamente la vida de los estudiantes al proporcionarles una herramienta versátil que agiliza las interacciones comerciales y fomenta la innovación empresarial en el entorno universitario.

Conclusiones, perspectivas y recomendaciones

El proyecto se planteó con un objetivo principal de diseñar una propuesta para la interfaz de la aplicación "IBERO Commerce" que funcione como una plataforma para el comercio en la comunidad de la Universidad Iberoamericana Puebla. Para lograrlo, se establecieron tres objetivos específicos y se describieron las actividades realizadas para cumplirlos. De igual manera, la información recopilada y el análisis de los objetivos específicos permitieron sentar las bases para el desarrollo de la aplicación, que busca ser una solución a los desafíos actuales del comercio en la universidad. Se destacan aspectos importantes, como la distinción entre comercio informal y no regulado, la importancia de evitar la competencia directa entre comerciantes y la posibilidad de implementar la economía social.

De acuerdo con la encuesta realizada arrojó información valiosa sobre la actividad comercial, identificando las fuentes de información utilizadas por los estudiantes para acceder a los productos y servicios ofrecidos por los comerciantes universitarios. Se destacó que, a pesar de utilizar grupos de WhatsApp y la comunicación verbal, no existe un lugar virtual seguro para llevar a cabo estas transacciones.

La importancia de desarrollar una aplicación radica en la necesidad de superar las ineficiencias actuales en el comercio universitario, se busca una solución interactiva que promueva la experiencia del cliente, brinde sugerencias y comentarios, gestione productos y servicios, proporcione una comunicación directa con los emprendedores y ofrezca un mejor control sobre el comercio en la universidad.

La aplicación cumple múltiples propósitos, como facilitar las transacciones comerciales dentro de la universidad, promover el espíritu emprendedor, mejorar la eficiencia de las operaciones comerciales y fomentar la colaboración y el apoyo mutuo entre los estudiantes.

Referencias

- [1] Ibero Puebla, Anuncios, Cosas Perdidas y Mal Estacionado. (2023). Grupo Privado. Facebook [Online]. Disponible en: <https://www.facebook.com/groups/1881840345433705/>
- [2] N. Ruiz. (s.f.). Comercio informal, solución provisional a la falta de empleo digno. Universidad de Guadalajara. [Online]. Disponible en: <https://cucea.udg.mx/es/noticia/03-feb-2015/comercio-informal-solucion-provisional-la-falta-de-empleo-digno>
- [3] P. López. (2015). Del comercio informal y los espacios públicos. NEXOS. [Online]. Disponible en: <https://labrujula.nexos.com.mx/del-comercio-informal-y-los-espacios-publicos/>
- [4] C. Granados. (2020). Innovación frugal: ¿Cómo crear para los que menos tienen? EGADE IDEAS. [Online]. Disponible en: <https://egade.tec.mx/es/opinion/innovacion-frugal-como-crear-para-los-que-menos-tienen>
- [5] Escuela Bancaria y Comercial. (2023). El emprendimiento: ¿qué es y para qué sirve? Descubre la clave para que tu proyecto se mantenga a flote. Escuela Bancaria y Comercial. [Online]. Disponible en: <https://ventana.ebc.mx/primer-paso/emprendimiento-que-es-y-para-que-sirve/>
- [6] E. Bello. (2022). ¿Qué es ecommerce y cómo crear tu propio comercio electrónico? IEBS. [Online]. Disponible en: <https://www.iebschool.com/blog/comercio-online-ecommerce/>
- [7] A. Ruiz, Y. Arelys, & M. Mora. (2016). Aplicaciones móviles universitarias: una apuesta por la creación de contenidos personalizados," Humanidades digitales, diálogos de saberes y prácticas colaborativas en la red. Cátedra UNESCO. [Online]. Disponible en: https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/IV_15.html
- [8] Comité académico de la UIA. (2022). Lineamientos para la realización de actividades estudiantiles. [Online]. Disponible en: <https://sp.iberopuebla.mx/rectoria/dci/Comunicacin%20Oficial?>
- [9] Consejo de rectoría. (2018). Normativa: En la IBERO nos cuidamos todos. Universidad Iberoamericana Puebla. [Online]. Disponible en: <https://web.iberopuebla.mx/en-la-ibero-nos-cuidamos-todos/normativa>
- [10] M. Gerardo. (2022). 10 datos importantes sobre el emprendimiento en México. Wellcomm. [Online]. Disponible en: <https://ilab.net/240316-2/#:~:text=1%20de%20cada%203%20mexicanos,de%20vida%20y%20un%20crecimiento.>
- [11] P. López. (2015). Del comercio informal y los espacios públicos. NEXOS. [Online]. Disponible en: <https://labrujula.nexos.com.mx/del-comercio-informal-y-los-espacios-publicos/>
- [12] Métricas. (2023). ¿Cómo es el emprendimiento en México? ¿Cuáles son los emprendimientos en México con más éxito?. [Online]. Disponible en: <https://metricas.mx/blog/emprendimiento-en-mexico>
- [13] NOM. (2015). Normas Oficiales Mexicanas Gobierno de México. Secretaría de Salud. Portal de obligaciones y transparencia. Gobierno de México. [Online]. Disponible en: [https://www.gob.mx/salud/en/documentos/normas-oficiales-mexicanas-9705#:~:text=August%20%2C%202015Las%20Normas%20Oficiales%20Mexicanas%20\(NOM\)%20son%20regulaciones%20t%C3%A9cnicas%20de%20observancia,las%20personas%20o%20da%C3%B1ar%252](https://www.gob.mx/salud/en/documentos/normas-oficiales-mexicanas-9705#:~:text=August%20%2C%202015Las%20Normas%20Oficiales%20Mexicanas%20(NOM)%20son%20regulaciones%20t%C3%A9cnicas%20de%20observancia,las%20personas%20o%20da%C3%B1ar%252)
- [14] Programa Sectorial de Economía. Unidad de Desarrollo Productivo. (2020). Comercio electrónico – MIPyMES. Comercia MX. Gobierno de México. [Online]. Disponible en: <https://mipymes.economia.gob.mx/vender/comercio-electronico/#:~:text=El%20comercio%20electr%C3%B3nico%20es%20un,redes%20sociales%2C%20entre%20otros.>
- [15] N. Ruiz. (s.f.). Comercio informal, solución provisional a la falta de empleo digno. Universidad de Guadalajara. [Online]. Disponible en: <https://cucea.udg.mx/es/noticia/03-feb-2015/comercio-informal-solucion-provisional-la-falta-de-empleo-digno>
- [16] M. L. Saavedra, & Y. Hernández. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo. Actualidad contable faces, 11(17), 122-134. [Online]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/257/25711784011.pdf>
- [17] J. Torrent-Sellens. (2012). "Emprendimiento innovador y microempresas en red," Editorial UOC. [Online]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/261797801_Emprendimiento_innovador_y_microempresas_en_red_Diez_ideas_para_salir_de_la_crisis
- [18] Universidad Iberoamericana Puebla, Consejo de Rectoría (2018). "Reglamento de Disciplina con Dignidad y Convivencia Universitaria." [Online]. Disponible en: <https://web.iberopuebla.mx/en-la-ibero-nos-cuidamos-todos/normativa>
- [19] Universidad Veracruzana. (s.f). Aplicaciones móviles. Introducción al programa. Universidad Veracruzana. Región Xalapa. [Online]. Disponible en: <https://www.uv.mx/cdam/>