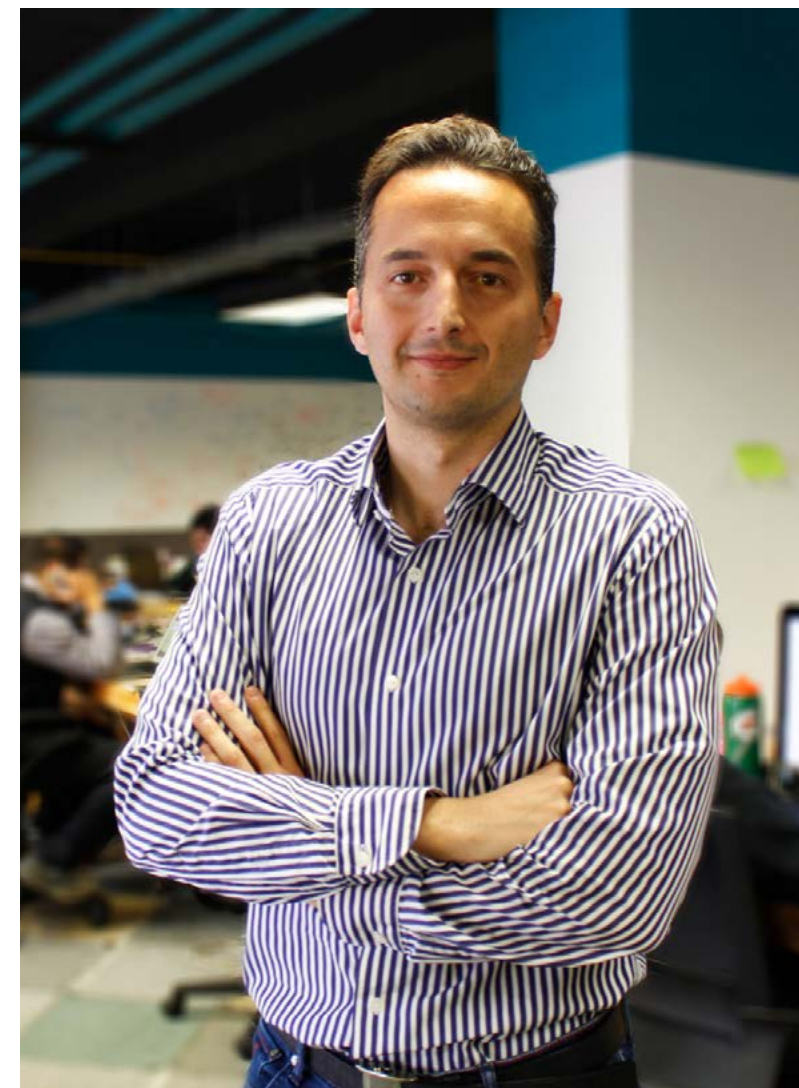




REPORTE 2019



Crédito y Crecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas



Conoce los retos y oportunidades para 2019



Índice

REPORTE DE CRÉDITO

03

Resumen ejecutivo

06

Metodología

07

Perfil de los
encuestados

08

Planeación estratégica
y escalabilidad

11

Retos y oportunidades

15

Condiciones de crédito

19

Conclusiones

Resumen Ejecutivo

Uno de los principales generadores de crecimiento en cualquier economía moderna son las micro, pequeñas y medianas empresas, quienes en promedio son capaces de producir hasta un 80% del producto interno bruto y 6 de cada 10 empleos formales.

En el caso de México, las Pymes emplean a 35 millones de personas y en su conjunto acumulan el 70% del PIB nacional, sin embargo muestran indicadores con grandes desajustes, que de solucionarse producirían un impacto real en el crecimiento económico y social del país.

Es por ello que en esta segunda edición del Reporte de Crédito y Crecimiento de Konfio, nos hemos enfocado a entender los principales retos que enfrentan los líderes de las Pymes a nivel nacional y regional, con el objetivo de determinar las necesidades específicas para impulsar su desarrollo y lograr escalar sus modelos de negocio.

En el reporte se identifican los factores internos y externos que limitan el crecimiento de las empresas, así como las restricciones de crédito que enfrentan los empresarios mexicanos.

Para el desarrollo del estudio, se integraron las opiniones y experiencias de más de 1,600 dueños de negocios, las cuales fueron recopiladas a través de herramientas cuantitativas y cualitativas.

Para términos de este estudio, se utilizaron dos condiciones para clasificar a las empresas, i) número de empleados y ii) ventas anuales.

Se identifica como micro empresa, aquellas con menos de 5 empleados y hasta 500 mil pesos de ventas anuales; como pequeña empresa, aquellas con 6 a 50 empleados y ventas anuales de más de 500 mil pesos y menos de 1.5 millones de pesos y como mediana empresa, aquellas con más de 50 empleados y ventas anuales hasta por 10 millones de pesos.

Se determinaron 5 regiones del país, las cuáles se segmentan de la siguiente manera:

Centro: Ciudad de México, Estado de México y Morelos.

Bajío: Aguascalientes, Guanajuato, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas.

Norte: Baja California, Chihuahua, Durango, Sinaloa, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas.

Sur: Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Campeche, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán.

Este: Hidalgo, Puebla, Tlaxcala y Veracruz.

Oeste: Guadalajara, Colima, Morelia y Tepic.

De acuerdo a los resultados que arroja la encuesta y con base en la segmentación antes descrita, los 6 hallazgos más relevantes que se detallan en el Reporte son:



01

2018 año difícil para las Pymes mexicanas

El 2018 se caracterizó por ser un año de incertidumbre en el país. Cerca del 20% de los empresarios, indican que la incertidumbre económica fue un factor que limitó el crecimiento de sus negocios.

A esto se sumaron factores exógenos como la inseguridad y los desastres naturales en las regiones centro y sur, generando con ello un estancamiento en el volumen de ventas y base de clientes.

02

Nivel educativo de los dueños de Pymes, mayor a la media del país

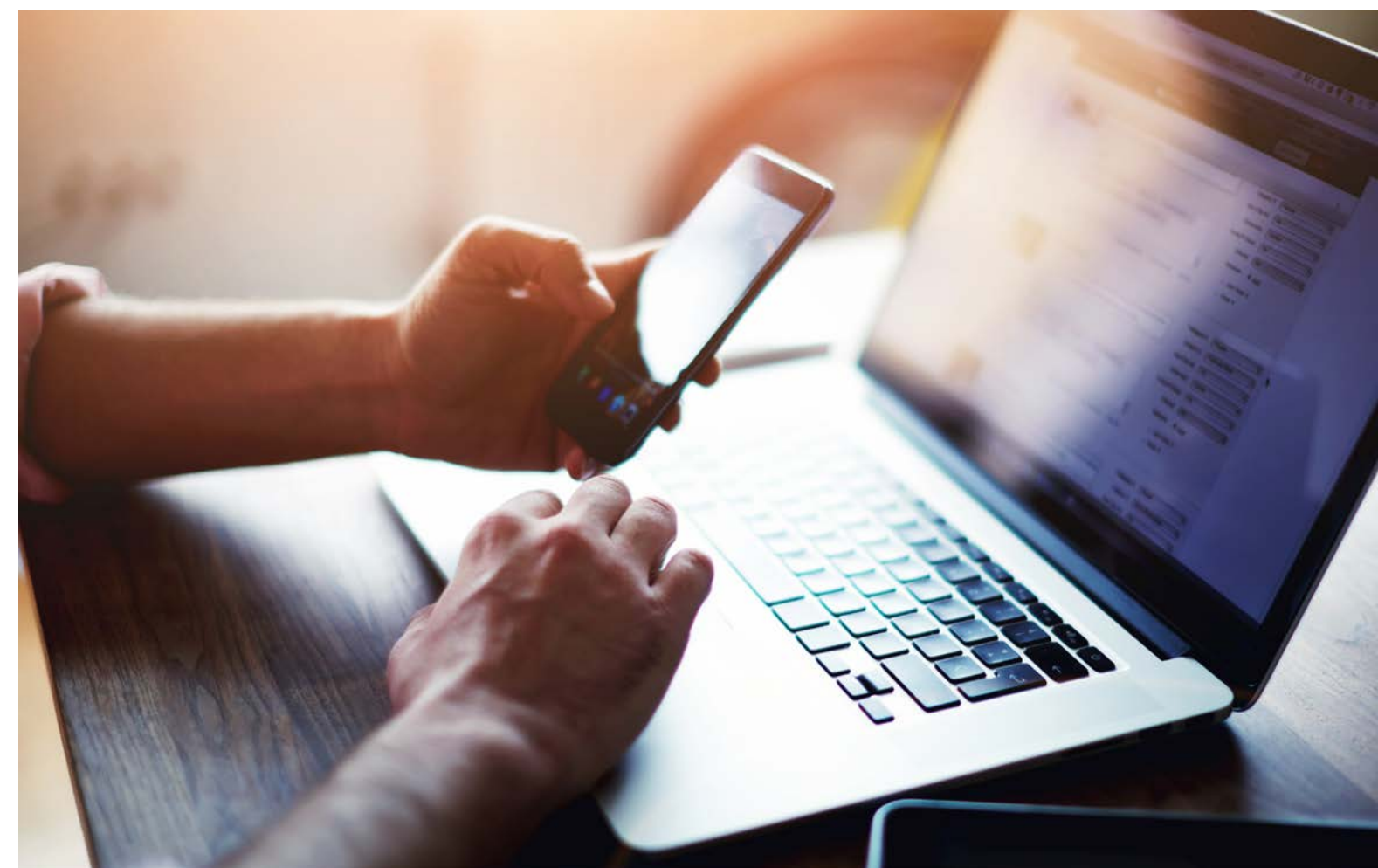
Más del 55% de los dueños de Pymes, han cursado la educación media superior. Al compararlo con la media del país que es del 17% (en personas de 25 a 64 años), de acuerdo a cifras de la OCDE, podemos observar que los líderes de las Pymes cuentan con perfiles más competitivos.

03

Falta de acceso a crédito, la principal limitante para el crecimiento de Pymes

La falta de acceso a crédito continúa siendo el principal freno de las Pymes mexicanas; donde un 30% de los empresarios encuestados coinciden en el diagnóstico.

Al comparar resultados del año anterior, notamos que **no hay avance en el acceso a crédito empresarial**. El porcentaje de clientes que reportan crédito empresarial se mantuvo en 15%.





04

Formalizar un negocio es más sencillo que acceder a servicios financieros para Pymes.

05

La falta de creación de valor a largo plazo, desacelera el crecimiento

Un hallazgo crítico del reporte y a su vez un llamado de atención a los proveedores de servicios financieros en México, es que los líderes de Pymes consideran más sencillo formalizar sus negocios que acceder a servicios financieros.

Podemos observar que solo el **40% de los empresarios** enfoca sus recursos en **estrategias para crear valor a largo plazo** como buscar inversionistas, utilizar nuevas tecnologías y atraer talento para escalar.

06

Tecnología y nuevos canales de marketing como motor de crecimiento

El uso de tecnología permitirá a las pymes lograr escalar sus modelos de negocio e incrementar sus ventas. El 67% de las empresas que invirtieron

en tecnología y adoptaron canales digitales reportaron ventas anuales de más de 10 millones de pesos.





Metodología

Para el desarrollo del estudio, se integraron las opiniones y experiencias de más de 1,600 dueños de negocios, las cuales fueron recopiladas a través de herramientas cuantitativas y cualitativas. El total de encuestas aplicadas nos da un nivel de confianza del 95%.

Para la recopilación de respuestas se aplicó una encuesta online, la cual se dividió en 5 secciones:

- Información general
- Financiamiento y Crédito
- Retos y oportunidades
- Expansión
- Tecnología.

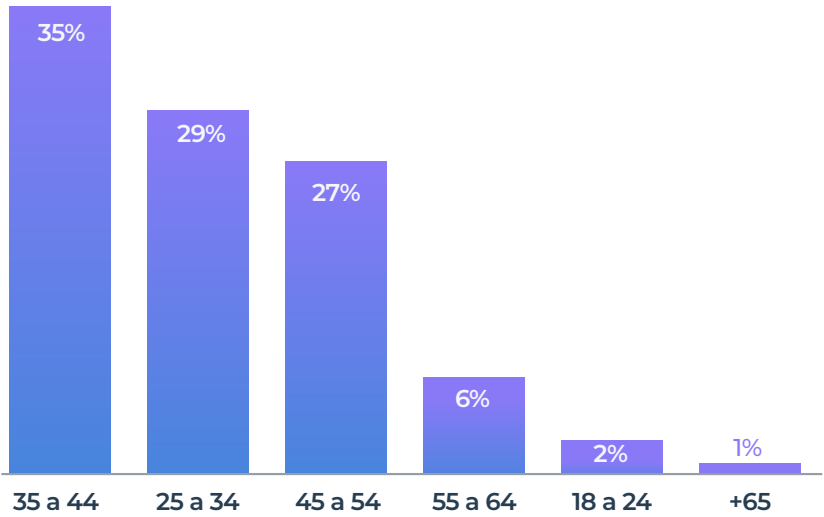
Perfil de los encuestados

De acuerdo a datos de la OCDE, México se encuentra en los países con mayor rezago en educación. Tan solo el 17% de las personas de 25 a 64 años ha cursado la educación superior. Al compararlo con los dueños de las Pymes encuestados,

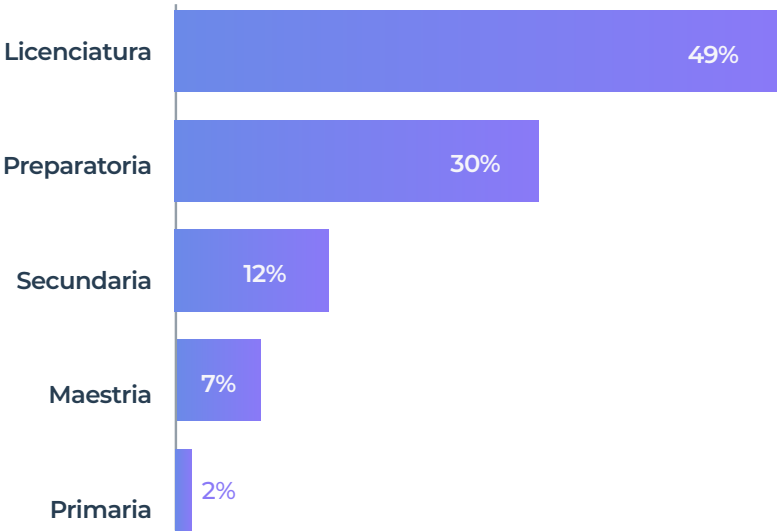
podemos observar que este segmento de empresarios cuenta con un nivel de estudios mayor a la media del país; lo que les permite ser más competitivos.

Perfil de Empresarios

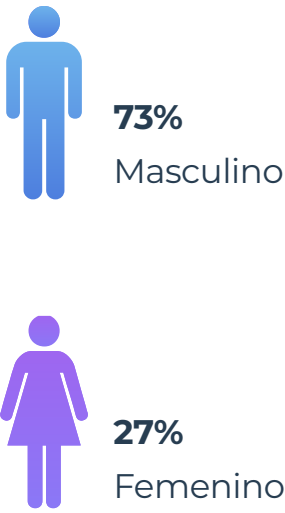
Edad



Nivel de estudios

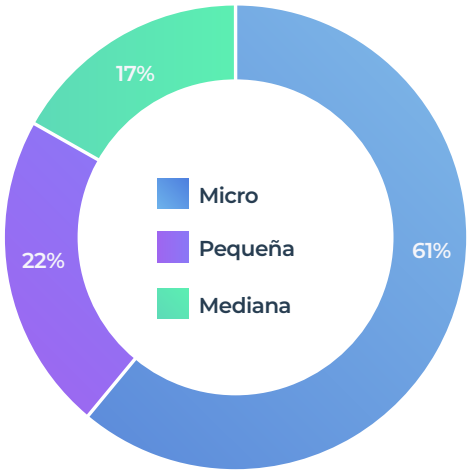


Genero

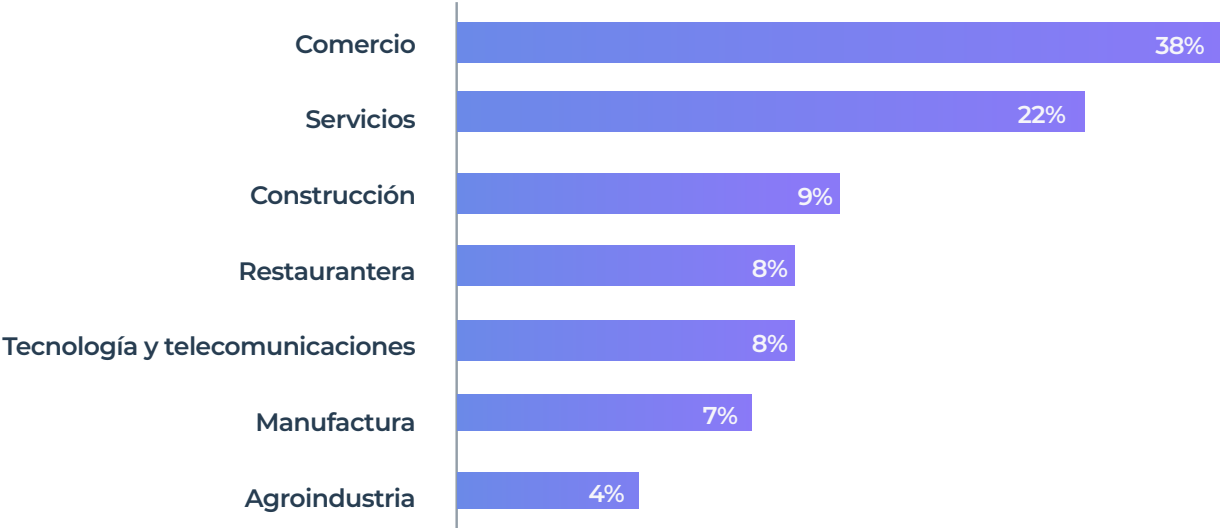


Perfil de Empresa

Tamaño



Tipo de industria





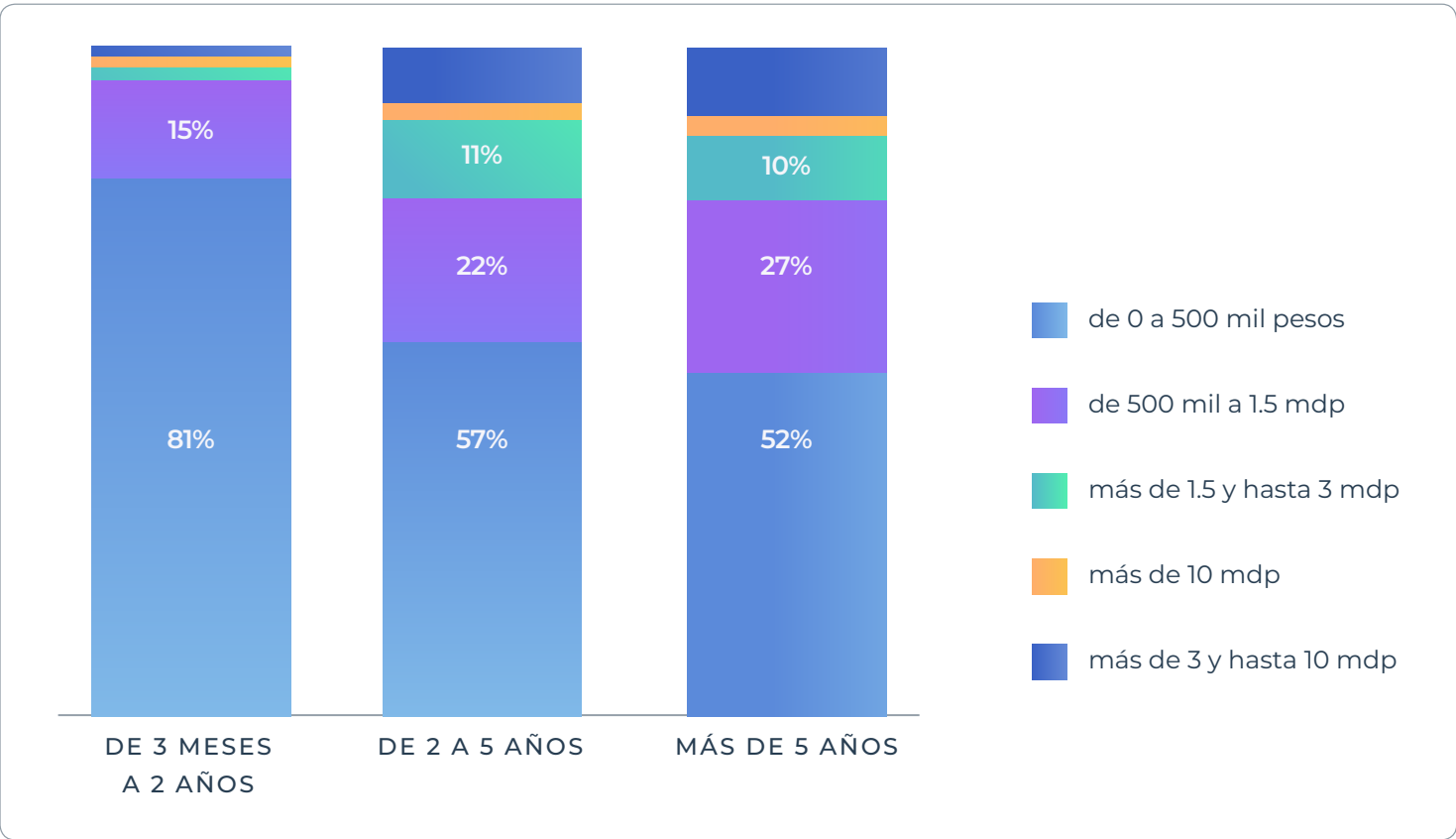
Planeación estratégica y escalabilidad

A pesar del impacto que tienen las Pymes en la economía del país, podemos observar que aún existe un crecimiento limitado en el total de ventas anuales que generan; incluso en aquellas empresas con más de 5 años de operación. La falta de visión a largo plazo se ha convertido en una de las principales causas por las que las micro y pequeñas empresas, no logran escalar a un ritmo más acelerado.

Tracción de ventas vs madurez del negocio

El 2018 se caracterizó por ser un año de incertidumbre en el país. En medio de la elección presidencial, con tasas de interés del banco central a la alza y un deterioro año contra año del tipo de cambio (más del 20%); las pequeñas y medianas empresas se vieron afectadas y reportaron ventas a la baja. Esto lo podemos observar en la gráfica 4.1 Total de ventas anuales vs antigüedad del negocio, donde incluso el **77% de las empresas** con más 5 años de operación reportan ventas menores a 1.5 millones de pesos.

Gráfica 4.1 Total de ventas anuales vs antigüedad del negocio



Para entender este dato, realizamos una comparativa de 2017 vs 2018 para ver la evolución en ventas de un año a otro. En la Tabla 4.1 *Comparativa de Ventas por año*, podemos observar como durante 2017, el 23% de los empresarios reportaron ventas

mayores a 3 millones de pesos, mientras que en 2018 el porcentaje descendió a 17%. Cabe destacar que en este segmento de ventas se encuentran las Pymes más robustas y con más de 5 años en el mercado.

Tabla 4.1 Comparativa de Ventas por año

	2018			2017		
¿Cuánto vende tu negocio al año?	De 3 meses a dos años	De 2 a 5 años	Más de 5 años	de 3 meses a 2 años	De 2 a 5 años	Más de 5 años
de 0 a 500 mil pesos	81%	57%	52%	77%	48%	44%
de 500 mil a 1.5 millones de pesos	15%	21%	25%	20%	30%	33%
más de 1.5 millones	4%	22%	23%	2%	22%	23%

Prioridad estratégica

Como mencionamos al inicio de esta sección, aún existe una visión a corto plazo en el segmento Pyme, principalmente en las Micro y Pequeñas empresas. Con el objetivo de entender las acciones que están realizando los empresarios y cómo

estas impactan en el crecimiento y rezago de las ventas, le pedimos a los encuestados seleccionar las prioridades estratégicas para fortalecer sus negocios durante 2019.

En la gráfica 4.2 *Prioridad Estratégica del negocio*, podemos detectar que el 60% de los empresarios, continúan enfocando sus esfuerzos en acciones a corto plazo y de tipo táctico, como la **mejora del servicio a cliente y reducción de costos**.

Solo el **40% de los empresarios** enfoca sus recursos en **estrategias para crear valor a largo plazo** como buscar inversionistas, utilizar nuevas tecnologías y atraer talento para escalar. Acciones que sin duda, podrán detonar un crecimiento acelerado en sus negocios para 2019.

Gráfica 4.2 **Prioridad Estratégica del negocio**



Al comparar las respuestas por tamaño de empresa, podemos observar que mientras más robusto sea el negocio, los empresarios dan mayor peso a estrategias a mediano plazo como conseguir inversionistas.

En la tabla 4.2 *Prioridad estratégica por tamaño del negocio*, podemos observar que las Pequeñas empresas, empiezan a dar prioridad a elementos estratégicos como la adopción de tecnología y atracción de talento.

Tabla 4.2 **Prioridad estratégica por tamaño del negocio**

	Micro	Pequeña	Mediana
Atraer talento necesario para escalar	7.26%	12.35%	12.08%
Conseguir inversionistas	16.21%	17.59%	20.00%
Mejorar costos y eficiencia	25.37%	26.85%	31.70%
Mejorar servicio al cliente y calidad	35.47%	24.69%	22.26%
Optimización, uso de nuevas tecnologías	13.79%	15.43%	12.83%
Retener talento actual	1.89%	3.09%	1.13%

En conclusión, las empresas mexicanas deberán alinear sus prioridades estratégicas y enfocarse en generar valor a largo plazo, para así incrementar su cartera de clientes y poder acelerar las ventas del negocio.

Este crecimiento, será posible al invertir en tecnología, talenta capacitado y estrategias de marketing. Además la búsqueda de inversionistas, ayudará a apalancar el crecimiento y llevarlo a números exponenciales.



Retos y Oportunidades

En esta sección mostramos los factores externos e internos que impactan a las pequeñas y medianas empresas y cómo esto se refleja en un freno o impulso en el crecimiento de este sector.

Se identificaron 2 principales retos que enfrentan las pymes para lograr escalar sus modelos de negocio e incrementar sus ventas:

- a. **implementar estrategias de marketing digital para atraer nuevos clientes**
- b. **acceder a nuevos mercados y puntos de venta**

Para entender estos retos, separamos los factores que afectan el desarrollo con el objetivo de entender las acciones que pueden corregir los empresarios de manera interna. Así como poner foco en los factores exógenos para mejorar las condiciones de emprendimiento en el país.

Factores externos

Por segundo año, la falta de acceso a crédito y financiamiento es la principal limitante de crecimiento de los negocios. **3 de cada 10 empresarios**, señalan que no han podido crecer a un nivel más acelerado debido a este factor.

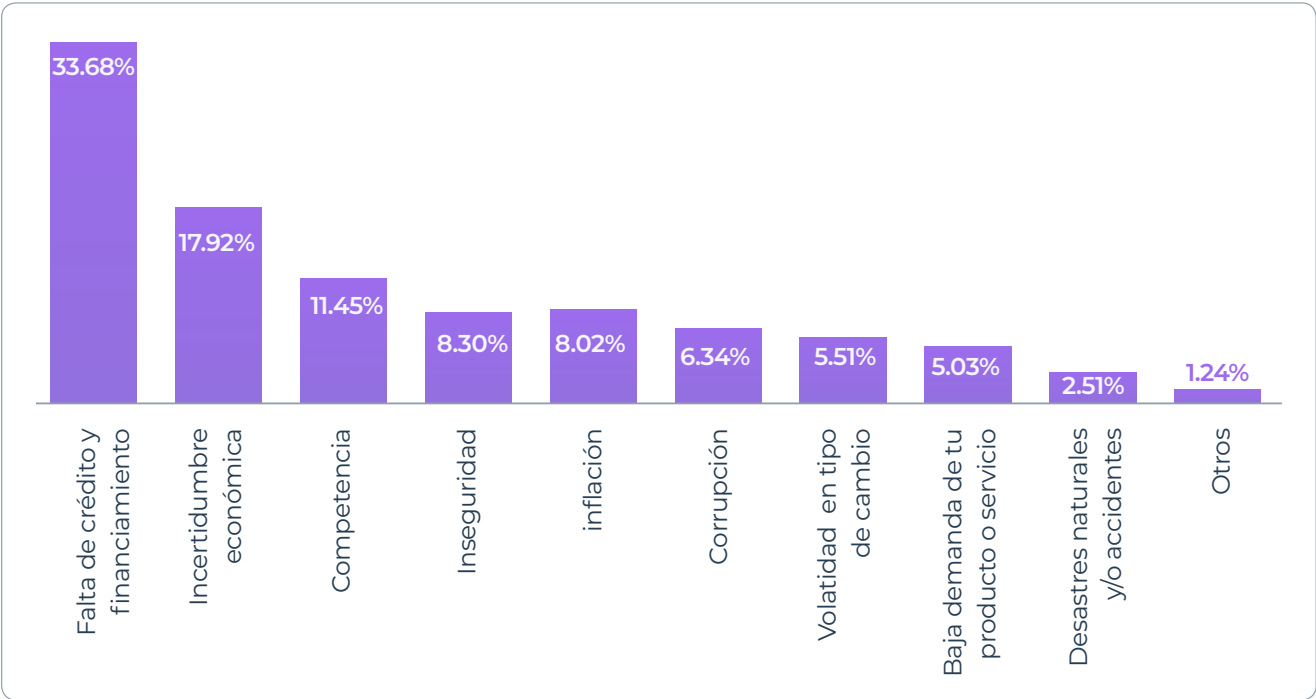
El principal problema de los dueños del negocio es la dificultad que tienen para acceder a servicios financieros y a crédito para capital de trabajo. En México, tan solo el 30% de los negocios cuentan con crédito para invertir en los proyectos de la empresa. Para entender mejor la falta de acceso a crédito, dedicaremos la sección 5 del reporte; con el objetivo de profundizar y entender las necesidades de los empresarios, el tipo de crédito que

utilizan para financiar sus negocios y el uso que le dan a este instrumento de crecimiento.

Aunado a la falta de acceso a crédito, podemos observar en la Gráfica 5.1 *Factores externos que limitan el crecimiento* cómo la **incertidumbre económica** generada por el cambio de gobierno impactó en el desarrollo de los negocios.

También se sumaron factores como la inseguridad y los desastres naturales en las regiones centro y sur, generando con ello un estancamiento en el volumen de ventas y base de clientes.

Gráfica 5.1 Factores externos que limitan el crecimiento



Principales retos por Región

Para entender cómo varían estos factores de un estado a otro, presentamos un análisis por región del país. En las siguientes tablas, podemos ver que la falta de acceso a crédito y la incertidumbre económica se mantienen como constante, sin importar la región del país.

Como tercer factor, podemos distinguir variantes dependiendo de la región en la que se encuentran los empresarios encuestados..

Bajío: Como resultado del alto crecimiento económico que ha tenido esta región en los últimos años, los empresarios de estos estados son los más susceptibles al tema de la **Incetidumbre económica (23%)**.

Norte: Cerca del 40% de los empresarios de esta región, destaca la **falta de acceso**

a crédito como principal limitante. Convirtiéndose así en la región con mayores problemas para acceder a financiamiento.

Sur: Para los empresarios de esta región, la Competencia se ha convertido en una de las principales limitantes para incrementar las ventas del negocio y su cartera de clientes (13%).

Este: La **Inseguridad** ha sido sido una de las principales limitantes para los estados de Veracruz, Tlaxcala, Puebla e Hidalgo.

Oeste: Podemos observar que la **Inflación y riesgo cambiario** es un tema que afecta el crecimiento de las empresas en los estados de Jalisco, Colima, Michoacán y Nayarit.

Región Sur

Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Campeche, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán.

Factor	%
Falta de crédito y financiamiento	31%
Incertidumbre económica	19%
Competencia	13%

Región Bajío

Aguascalientes, Guanajuato, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas.

Factor	%
Falta de crédito y financiamiento	35%
Incertidumbre económica	23%
Competencia	10%

Región Oeste

Guadalajara, Colima, Morelia y Tepic.

Factor	%
Falta de crédito y financiamiento	32%
Incertidumbre económica	20%
Inflación	11%

Región Centro

Ciudad de México, Estado de México y Morelos.

Factor	%
Falta de crédito y financiamiento	33%
Incertidumbre económica	18%
Competencia	11%

Región Este

Hidalgo, Puebla, Tlaxcala y Veracruz.

Factor	%
Falta de crédito y financiamiento	34%
Incertidumbre económica	17%
Inseguridad	14%

Región Norte

Baja California, Chihuahua, Durango, Sinaloa, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas.

Factor	%
Factor	41%
Falta de crédito y financiamiento	16%
Incertidumbre económica	11%

Factores internos

En la Gráfica 5.2 *Factores Internos que limitan el crecimiento*, la falta de inversión en Tecnología (15.61%) y Marketing (14.35%), son las principales causas por las que los empresarios no lograr escalar sus modelos de negocio. Otros factores que impactan en el crecimiento son la dificultad para aterrizar planes de negocio, y un mal manejo de las finanzas, lo cual refleja un exceso de deudas. De igual manera,

el mal manejo de las finanzas que se reflejan en un exceso de deudas. Más del 32% de los empresarios, tienen problemas para controlar la operación y finanzas de la empresa. Factores como la dificultad para aterrizar planes de negocio, el exceso de deudas y la falta de control administrativo, se convierten en determinantes para el éxito o fracaso de las Pymes.

Gráfica 5.2 Factores Internos que limitan el crecimiento

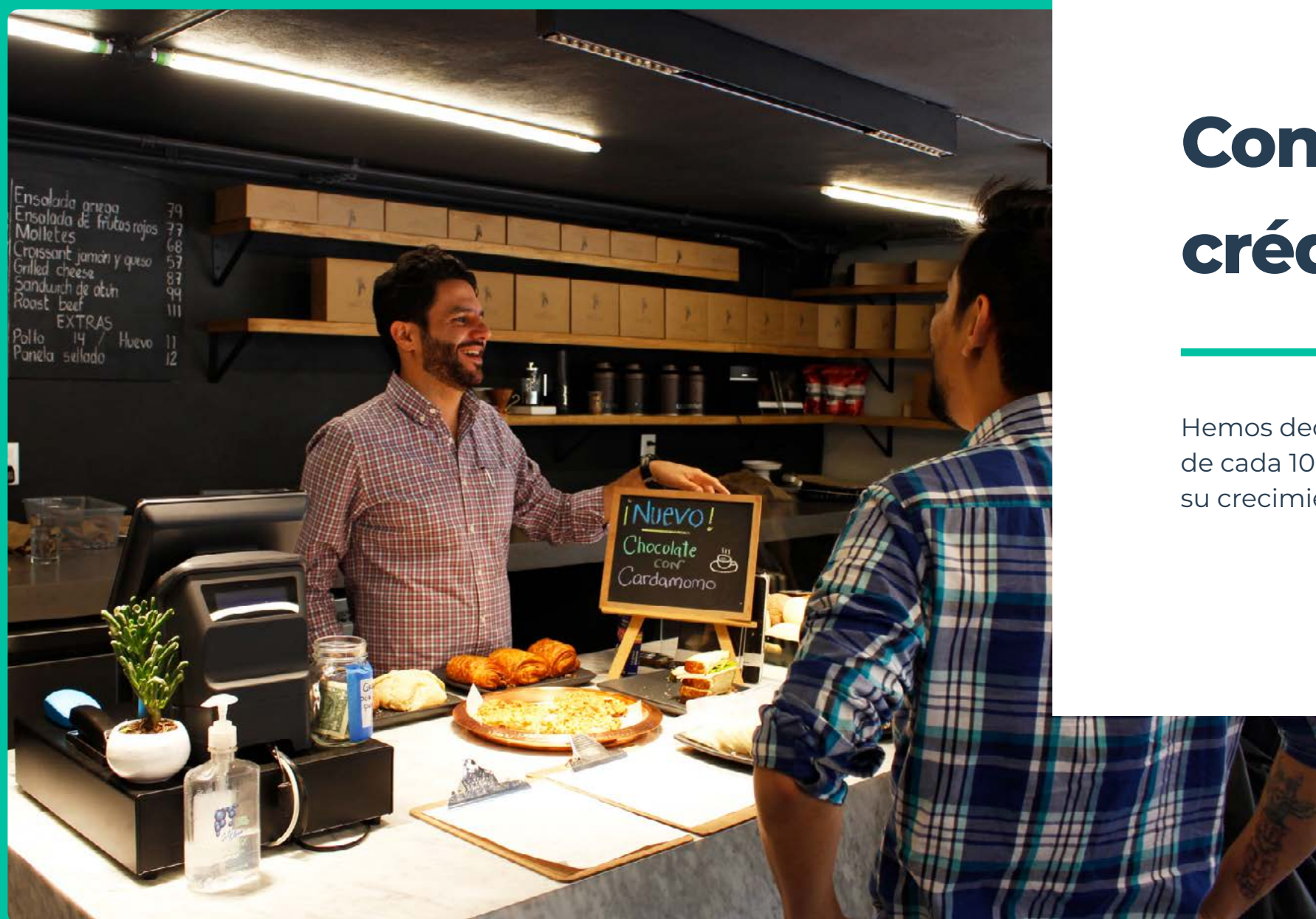


Oportunidades

Para 2019, 40% de los empresarios buscarán incrementar sus ventas mediante el acceso a nuevos mercados y puntos de venta; así como el aumento en su capacidad de producción. Para ellos será importante implementar estrategias de marketing digital y tecnología para eficientar procesos.

Según Manuel Fuentes, Coordinador del Centro de Atención a Pymes Monterrey, las Pymes deben adaptarse a nuevas exigencias del mercado si no quieren desaparecer. El reto ahora es la rapidez en los servicios adaptando tecnología y capacitarse en marketing on line si quieren que el mercado los perciba.

El uso de tecnología permitirá a las pymes escalar sus modelos de negocio e incrementar sus ventas. De acuerdo a cifras de la encuesta, el 67% de las empresas que invirtieron en tecnología y adoptaron canales digitales reportaron ventas anuales de más de 10 millones de pesos.



Condiciones de crédito en el sector

Hemos dedicado esta sección para entender las razones de fondo por las que 3 de cada 10 empresarios atribuyen la falta de financiamiento para Pymes limita su crecimiento.

La falta de acceso a financiamiento formal la podemos atribuir a 3 factores importantes:

i) Los algoritmos usados por los bancos para evaluar el riesgo de crédito son asimétricos; es decir, evalúan primordialmente la conducta observada ó histórica de los accionista/dueños, pero no contemplan el dinamismo, formalidad ó crecimiento de sus negocios; esto limita el potencial para otorgar créditos y la exactitud en sus predicciones de riesgo

ii) Altos requisitos de entrada para solicitar un crédito empresarial, los cuales van desde cumplir con la antigüedad mínima del negocio hasta comprobar flujos de operación suficientes para los estándares bancarios ó incluso garantías y avales.

iii) Historial de crédito negativo ó insuficiente, al menos 4 de cada 10 empresarios caen en esta categoría, donde su historial de crédito no cuenta con la conducta de pago deseada por los bancos.

En México existe una escasez de ofertas de crédito para cubrir las necesidades de las pequeñas y medianas empresas. Si bien, existen nuevos jugadores financieros que han creado nuevos productos y soluciones para facilitar el acceso a crédito y servicios financieros a este segmento, solo 33% los empresarios cuentan con un crédito formal para invertir en sus negocios.

Si comparamos los resultados obtenidos en el Reporte de 2017, podemos observar un avance marginal; y las respuestas de los empresarios se confirman al analizar el crecimiento del portafolio de crédito a Pyme reportado

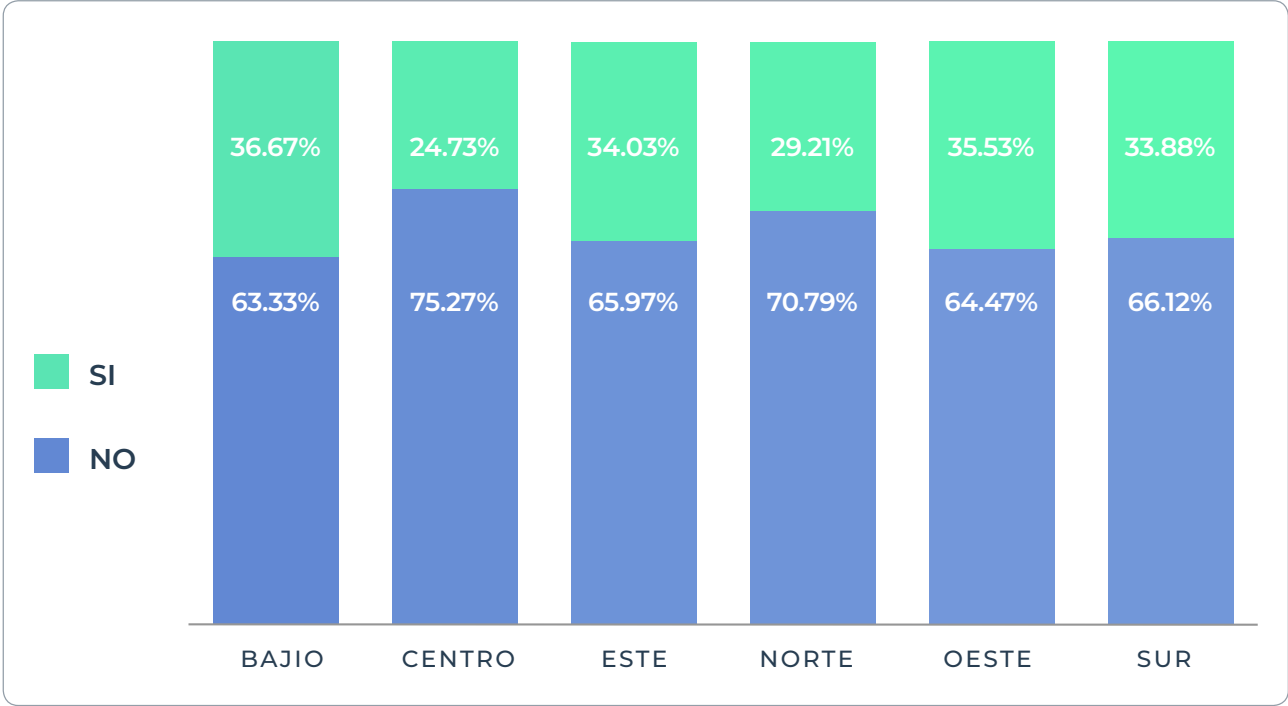
por los bancos; los cuales año contra año tuvieron un decrecimiento en saldos de 2.2% y de 5.8% en créditos totales, a esto se suma un crecimiento en su morosidad de 14%, lo cual indica que las condiciones de crédito y requisitos de entrada de los bancos no mejorarán en 2019.

Al segmentarlo por región del país podemos observar que el **Bajío** y el **Oeste** son las regiones que reportan un mayor número de empresarios con crédito. Cómo lo podemos ver en la Gráfica 6.1 *Acceso a crédito por región*.

Tabla 6.1 Comparativa de Crecimiento de la Banca Tradicional

Total Banca Múltiple	NOV - 17	NOV - 18
Cartera Total	454,170	444,173
% Crecimiento Año por Año		-2.2%
Cartera Vencida más de 90 días	4.5%	5.2%
% Crecimiento Cartera Vencida		14.2%
Número de Créditos activos	566,451	533,320
% Crecimiento en Créditos		-5.8%

Gráfica 6.1 Acceso a crédito por región



Para entender las razones por las cuáles los empresarios no cuentan con crédito, la encuesta incluyó la pregunta: ¿Cuál es el motivo por el que no cuentas con crédito formal?

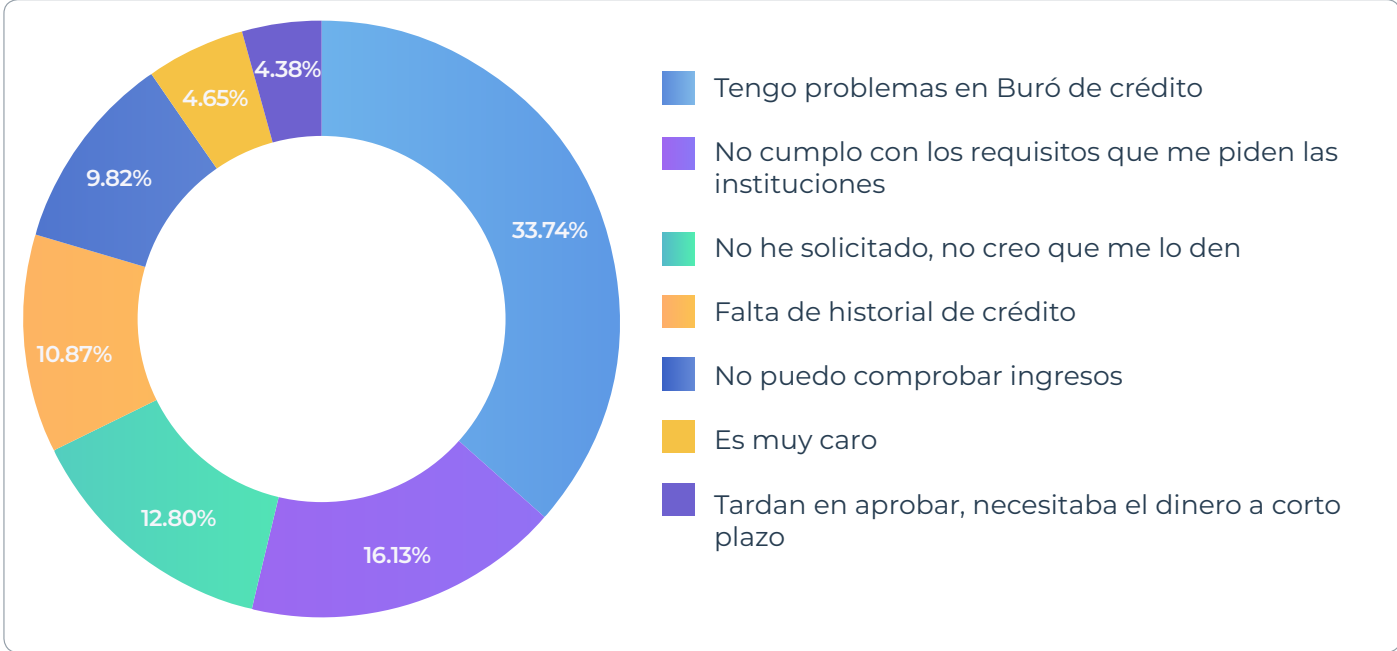
En la Gráfica 6.2 *Motivos por los que los empresarios no tienen crédito*, podemos observar que el mal historial crediticio limitó el acceso a crédito en este sector. La incertidumbre económica y la baja en las ventas, causaron que este año el **30% de los empresarios tenga problemas con el Buró de Crédito**, lo que los limita a obtener acceso a crédito formal y de bajo costo.

Según palabras del secretario de la Secretaría de Desarrollo Económico de Campeche, José Domingo:

“El historial negativo que reportan las sociedades de información crediticia, impide u obstaculiza el acceso a crédito formal. Los empresarios tienen una dificultad para comprobar ingresos y flujos de efectivo”.

Otro dato a destacar es la falta de opciones de crédito específicas para cubrir las necesidades de este segmento, lo cual se refleja en las respuesta del **29% de los empresarios que dicen no cumplir con los requisitos** que piden las instituciones o no creen que puedan ser sujetos a un crédito con las características actuales de la banca tradicional.

Gráfica 6.2 **Motivos por los que los empresarios no tienen crédito**



Necesidades de crédito de las pymes

Por la naturaleza de las Pymes y la rapidez con la que deben escalar sus negocios para; es necesario contar con productos financieros ágiles que se adapten a sus necesidades.

Para lograr disminuir la brecha financiera existente en México, es importante que las instituciones adapten sus procesos para

ofrecer productos a la medida que permita a las pymes utilizar el crédito como una herramienta de crecimiento.

En la Tabla 6.2 *Principales atributos al solicitar crédito*, los empresarios buscan **tasas de interés accesibles** (38.65%) y **procesos rápidos y sencillos** (21.38%).

Tabla 6.2 **Principales atributos al solicitar crédito**

Atributo	%
Tasa de interés accesible	38.65%
Proceso rápido y sencillo	21.38%
Confianza con la institución	20.02%
Pocos requisitos	9.96%
Monto	9.74%
Otro	0.26%

Al comparar los resultados del 2018, donde la rapidez en el proceso representaba el **57.62%** de las respuestas y una tasa de interés accesible solo el **15.81%**, podemos determinar que la definición de tasas variables establecidas en la banca tradicional hace que los empresarios busquen opciones más competitivas. Esto se suma a la selección errónea de adquirir crédito personal para financiar proyectos del negocio, lo que ocasiona que tengan que pagar mayores tasas de interés y tengan problemas con su historial crediticio.

“La falta de financiamiento oportuno y confiable es uno de los principales problemas que enfrentan las Pymes. Una Pyme necesita tener recursos disponibles para hacer frente al crecimiento (nuevos clientes), para financiar sus clientes activos (otorgar plazos) y cumplir con sus compromisos a corto plazo”, comenta Thalía Karamanos Ceceña, Subdirectora de Promoción Económica Delegación Sinaloa.

Esto nos lleva al siguiente punto de la sección, dónde explicamos cómo están usando el crédito los pequeños y medianos negocios.

Uso de crédito

El reporte muestra nuevamente, cómo los empresarios siguen utilizando el crédito en necesidades de corto plazo y no en aquellas que los ayudarán a crear valor en el futuro para escalar sus modelos de negocio.

En la Gráfica 6.3 *Uso de crédito*, podemos detectar que el dueño de la Pyme continúa preocupándose por cubrir una falta de liquidez como la **compra de inventario o materia prima** (44.26%) o **cubrir un imprevisto o urgencia** (3.55%) Solo el **27%** de los empresarios invierten en proyectos que generen una propuesta de valor a largo plazo como invertir en tecnología, abrir nuevas sucursales e invertir en publicidad y marketing.

Tabla 6.2 Principales atributos al solicitar crédito



Aquellas pymes que tienen acceso a crédito, están utilizando el financiamiento en proyectos incorrectos. El crédito es usado para cubrir una falta de liquidez y no en proyectos de crecimiento. Como lo mencionamos en la sección 4. Retos y oportunidades los dueños la clave para que este sector logre escalar sus modelos de negocio, será el invertir en tecnología y en nuevos canales de marketing digital.

Conclusiones

Retos del negocio

Se identificaron 2 principales retos que enfrentan las pymes para lograr escalar sus modelos de negocio e incrementar sus ventas:

- a. implementar estrategias de marketing digital para atraer nuevos clientes
- b. acceder a nuevos mercados y puntos de venta

Para esto, los empresarios deberán enfocar sus esfuerzos en estrategias de crecimiento apalancadas con campañas de marketing digital; y aprovechar las herramientas tecnológicas para abrir nuevos canales digitales y alcanzar un mayor número de clientes.

Principales limitantes de crecimiento

Por segundo año, la falta de acceso a crédito y financiamiento es la principal limitante de las Pymes mexicanas. 3 de cada 10 empresarios lo señalan como el principal factor que restringe el crecimiento de sus negocios. Siendo el norte; la región más impactada de acuerdo a los empresarios.

El principal problema de los dueños del negocio es la dificultad que tienen para acceder a servicios financieros y a crédito para capital de trabajo. En México, tan solo el 30% de los negocios cuentan con crédito para invertir en los proyectos de la empresa.

Nuevas opciones de financiamiento enfocado a Pymes

El principal reto de las instituciones financieras será crear productos flexibles para cubrir las necesidades de las pequeñas y medianas empresas. En términos generales, 2019 será un año de retos tanto para el sector

privado como para el público. Se debe trabajar de forma conjunta para que los ecosistemas empresarial y emprendedor puedan despegar, además de tener un impacto real en la economía del país

Creación de valor mediante el uso de tecnología y canales de marketing digital

La implementación de estrategias que ayuden a crear valor a largo plazo, será el diferenciador que permita acelerar el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas mexicanas. Este

crecimiento, deberá apalancarse con la implementación de tecnología, inversión en campañas de marketing digital, así como en la atracción y retención de talento.

Retos para el nuevo gobierno

El principal reto para el nuevo gobierno, será crear un ambiente estable para hacer negocios. De acuerdo a la información generada en el reporte, los empresarios mexicanos

buscan que el gobierno fortalezca los programas de apoyo a las Pymes y genere mejores condiciones para hacer negocios, disminuyendo la corrupción y la inseguridad.



En Konfío creamos nuevas soluciones que apoyan a los empresarios a mejorar sus finanzas y exponenciar su crecimiento. Además de ofrecer crédito en línea para pymes, creamos herramientas que ayuden a fortalecer los negocios en México.

Para conocer más herramientas de crecimiento ingresa a konfio.mx