

<https://doi.org/10.69639/arandu.v12i1.849>

Desarrollo de un Sitio Web para la Implementación y Expansión de una Plataforma de Apoyo a Microempresas

Development of a Website for the Implementation and Expansion of a Microenterprise Support Platform

Judith Vázquez González

vjudith964@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0000-0083-7001>

Tecnológico Nacional de México
Instituto Tecnológico de Orizaba Veracruz –México

Fernando Aguirre y Hernández

fernando.ay@orizaba.tecnm.mx

<https://orcid.org/0000-0002-7926-6789>

Tecnológico Nacional de México
Instituto Tecnológico de Orizaba Veracruz –México

Víctor Ricardo Castillo Intriago

victor.ci@orizaba.tecnm.mx

<https://orcid.org/0000-0002-2931-4914>

Tecnológico Nacional de México
Instituto Tecnológico de Orizaba Veracruz –México

Mauricio Romero Montoya

mauricio.rm@orizaba.tecnm.mx

<https://orcid.org/0000-0002-4325-7717>

Tecnológico Nacional de México
Instituto Tecnológico de Orizaba Veracruz –México

Nuria Ortega Petterson

nuria.op@orizaba.tecnm.mx

<https://orcid.org/0009-0001-8955-7192>

Tecnológico Nacional de México
Instituto Tecnológico de Orizaba Veracruz –México

Artículo recibido: 10 enero 2025

- Aceptado para publicación: 20 febrero 2025

Conflictos de intereses: Ninguno que declarar

RESUMEN

La digitalización se ha convertido en un elemento esencial para la competitividad y sostenibilidad de las microempresas. En este contexto, el presente estudio documenta el desarrollo de una plataforma digital alojada en un sitio web diseñado para fortalecer la gestión empresarial de microempresas en el municipio de Atzacan, Veracruz, México. La metodología Design Thinking fue empleada para garantizar un enfoque centrado en el usuario, asegurando que la tecnología implementada fuera accesible y adaptable a las necesidades del sector. Para el desarrollo del sitio web, se utilizó WordPress, dada su flexibilidad y capacidad de personalización, complementándolo con la implementación del modelo AIDA (Atención, Interés, Deseo y Acción)

para mejorar la experiencia del usuario y fomentar la adopción digital. Asimismo, se integró Google Analytics con el objetivo de analizar la interacción de los usuarios, permitiendo la optimización continua de la plataforma. Los resultados obtenidos evidencian que la adopción de esta herramienta digital mejora significativamente la gestión y eficiencia operativa de las microempresas, favoreciendo su transición a la era digital y fortaleciendo su crecimiento económico. Además, se identificó una mayor disposición por parte de los empresarios locales para integrar tecnologías digitales en sus procesos de negocio, contribuyendo así a su desarrollo sostenible en un entorno cada vez más digitalizado.

Palabras clave: digitalización, microempresas, design thinking, wordpress, aida

ABSTRACT

Digitalization has become an essential element for the competitiveness and sustainability of micro-enterprises. In this context, this study documents the development of a digital platform hosted on a website designed to strengthen the business management of microenterprises in the municipality of Atzacan, Veracruz, Mexico. The Design Thinking methodology was employed to guarantee a user-centered approach, ensuring that the implemented technology was accessible and adaptable to the needs of the sector. WordPress was used to develop the website, given its flexibility and customization capabilities, complementing it with the implementation of the AIDA (Attention, Interest, Desire, and Action) model to improve the user experience and encourage digital adoption. Google Analytics was also integrated to analyze user interaction, enabling continuous optimization of the platform. The results obtained show that the adoption of this digital tool significantly improves the management and operational efficiency of microenterprises, favoring their transition to the digital age and strengthening their economic growth. In addition, a greater willingness was identified among local entrepreneurs to integrate digital technologies into their business processes, thus contributing to their sustainable development in an increasingly digitalized environment.

Keywords: digitalization, micro-enterprises, design thinking, wordpress, aida

Todo el contenido de la Revista Científica Internacional Arandu UTIC publicado en este sitio está disponible bajo licencia Creative Commons Attribution 4.0 International. 

INTRODUCCIÓN

Las microempresas son una pieza clave en el desarrollo económico de diversos países, particularmente en economías emergentes donde representan una proporción significativa del empleo y la producción local. En México, el 99.8% de los establecimientos corresponden a micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs), generando aproximadamente el 72% del empleo en el país (INEGI, 2024). A pesar de su relevancia, las microempresas enfrentan desafíos estructurales que afectan su sostenibilidad, tales como limitaciones en la digitalización, acceso restringido a financiamiento y escasa capacitación en herramientas tecnológicas (Sotomayor, Ramírez, & Martínez, 2021).

La digitalización empresarial se ha convertido en un factor determinante para la competitividad y sostenibilidad de las microempresas, permitiendo optimizar procesos, mejorar la comunicación con clientes y acceder a mercados más (Dini, Gligo, & Patiño, 2021). Sin embargo, en regiones con altos índices de rezago social, como Atzacan, Veracruz, la brecha digital limita el aprovechamiento de estas herramientas, lo que dificulta la modernización de los pequeños negocios (Bienestar, 2023) (Coneval, 2020). Factores como la baja infraestructura tecnológica, la falta de capacitación en gestión digital y la resistencia al cambio tecnológico han sido identificados como obstáculos clave en la adopción de soluciones digitales en este sector (Sánchez & Carrillo, 2021).

Con el objetivo de cerrar esta brecha digital, se diseñó una plataforma digital de apoyo a microempresas que busca facilitar la gestión administrativa y operativa de los negocios locales. No obstante, para garantizar su adopción y escalabilidad, se identificó la necesidad de desarrollar un sitio web complementario que funcione como punto de acceso para los microempresarios, proporcionando herramientas digitales, soporte técnico y contenido educativo que fortalezca sus capacidades de gestión.

El desarrollo del sitio web se estructuró bajo principios de usabilidad y accesibilidad, utilizando WordPress por su flexibilidad y facilidad de personalización para usuarios sin conocimientos técnicos avanzados (Wijayarathne, 2023). Además, se implementó el modelo AIDA (Atención, Interés, Deseo y Acción) como estrategia para optimizar la navegación y mejorar la experiencia del usuario, incentivando su participación y promoviendo la adopción de herramientas digitales en sus procesos empresariales (Amespil, 2022). Asimismo, se integró Google Analytics para monitorear la interacción de los usuarios con la plataforma, permitiendo ajustes estratégicos basados en el análisis de datos.

En este sentido, la presente investigación documenta el proceso de diseño, implementación y evaluación del sitio web como una herramienta de apoyo para la digitalización de microempresas del municipio antes mencionado. Además, se analiza el impacto de esta iniciativa

en la adopción tecnológica del sector, destacando la importancia de la capacitación digital y el acceso a tecnologías accesibles como motores de desarrollo económico y social.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para la implementación del sitio web y su evaluación en el contexto de las microempresas de este municipio, se adoptó un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos con el objetivo de comprender mejor las necesidades del usuario y evaluar la efectividad de la plataforma.

Desde una perspectiva cualitativa, se realizaron entrevistas en profundidad y grupos focales con microempresarios locales para identificar barreras, oportunidades y expectativas en torno a la digitalización de sus negocios. Además, se aplicaron herramientas como mapas de empatía y observación directa para documentar el contexto operativo de los microempresarios y comprender su nivel de alfabetización digital.

Desde la perspectiva cuantitativa, se llevaron a cabo encuestas estructuradas para medir el nivel de adopción tecnológica, la frecuencia de uso de herramientas digitales y las necesidades específicas en términos de capacitación. Estas encuestas permitieron recopilar datos estadísticos sobre el nivel de acceso a Internet, la posesión de dispositivos digitales y la disposición a utilizar plataformas web como parte de la gestión empresarial.

Para estructurar el proceso de diseño y desarrollo del sitio web, se utilizó la metodología Design Thinking, que se basa en un enfoque iterativo y centrado en el usuario. Este proceso se llevó a cabo en cinco fases fundamentales (Brown & Wyatt, 2010):

1. **Empatizar:** Se realizaron estudios de campo para comprender las necesidades y problemáticas específicas de los microempresarios en Atzacan.
2. **Definir:** Se sintetizaron los hallazgos y se delimitaron los principales problemas a resolver mediante la plataforma.
3. **Idear:** Se generaron soluciones tecnológicas que respondieran a los problemas identificados, priorizando la accesibilidad y facilidad de uso.
4. **Prototipar:** Se desarrollaron versiones preliminares del sitio web para pruebas piloto con usuarios reales.
5. **Evaluar:** Se analizaron los resultados de la prueba piloto y se realizaron ajustes en función de la retroalimentación de los usuarios.

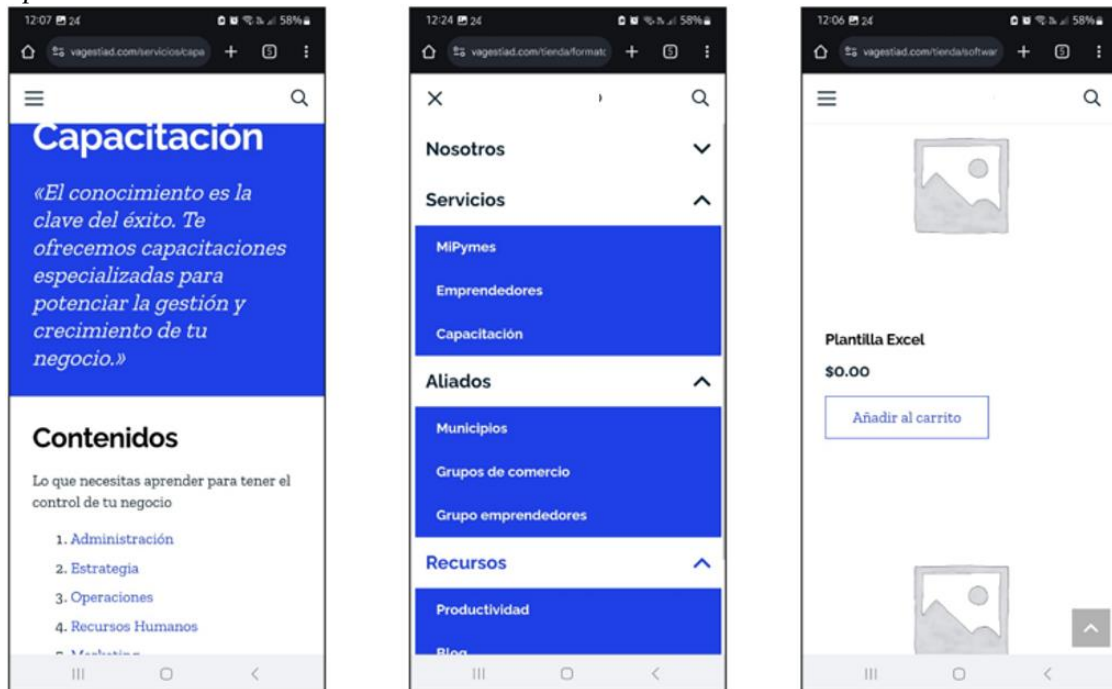
Este enfoque garantizó que el diseño del sitio web respondiera de manera efectiva a las necesidades reales del usuario, priorizando la usabilidad y funcionalidad de la plataforma digital.

El sitio web fue desarrollado utilizando WordPress, una de las plataformas de gestión de contenidos más utilizadas a nivel global por su flexibilidad, escalabilidad y facilidad de personalización (Wijayarathne, 2023). La selección de esta herramienta se basó en su capacidad para integrar múltiples funcionalidades sin requerir conocimientos avanzados de programación.

Para mejorar la accesibilidad, la experiencia de usuario (UX) y la interfaz de usuario (UI), se implementaron las siguientes estrategias:

- Selección de un tema optimizado para UX/UI, garantizando un diseño intuitivo, navegación sencilla y compatibilidad con dispositivos móviles.

Figura 1
Apariencia del sitio desde el celular



- Implementación de plugins de optimización SEO, mejorando la indexación del sitio en motores de búsqueda y aumentando la visibilidad de la plataforma.
- Integración de módulos de e-learning, permitiendo que los usuarios accedan a cursos en línea sobre administración, estrategias y operación.

Figura 2
Áreas para desarrollo de conocimientos



- Incorporación de redes sociales, facilitando la interacción entre los usuarios, la creación de comunidades y la difusión de contenido educativo.

El desarrollo del sitio web incluyó una fase de pruebas de usabilidad, donde se solicitó a un grupo de microempresarios que exploraran la plataforma y brindaran retroalimentación sobre la facilidad de uso, la claridad del contenido y la efectividad de las herramientas de capacitación.

Para optimizar la conversión de visitantes en usuarios activos, se aplicó el modelo AIDA (Atención, Interés, Deseo y Acción), ampliamente utilizado en marketing digital para estructurar la experiencia del usuario y guiarlo hacia la toma de decisiones (Amespil, 2022).

1. **Atención:** Se implementaron encabezados llamativos, colores contrastantes, imágenes atractivas y una disposición visual intuitiva que captara el interés inmediato de los visitantes.
2. **Interés:** Se incluyeron descripciones claras sobre los beneficios de la plataforma, casos de éxito y testimonios de otros microempresarios que han logrado mejorar su gestión mediante herramientas digitales.
3. **Deseo:** Se desarrollaron demostraciones interactivas y videos explicativos, presentando las funcionalidades del sitio y los beneficios de la digitalización en la administración empresarial.
4. **Acción:** Se optimizaron los llamados a la acción (CTA), ubicando estratégicamente botones de registro y acceso rápido a herramientas clave, incentivando a los visitantes a inscribirse y participar en la plataforma.

El modelo AIDA permitió estructurar el sitio de forma intuitiva y persuasiva, asegurando que los microempresarios comprendieran el valor de la digitalización y se sintieran motivados a integrar estas herramientas en sus negocios.

Figura 3

Invitación a que conozcan más con garantía de confidencialidad

The figure consists of two screenshots from a website. The left screenshot shows a section titled 'Nosotros' (About Us) with the text 'Somos un equipo comprometido con el cambio. Juntos, estamos construyendo el futuro digital de las microempresas.' and a call to action '¡Únete a nuestra comunidad y sé parte del cambio!'. The right screenshot shows a section titled 'Valoraciones' (Reviews) with the text 'No hay valoraciones aún.' and a form for rating and leaving a review. The form includes a star rating system, a text area for the review, and input fields for 'Nombre' (Name) and 'Correo electrónico' (Email).

Como medio para evaluar la efectividad del sitio web y mejorar continuamente su funcionalidad, se integró Google Analytics, una herramienta clave en el análisis del comportamiento de los usuarios en entornos digitales.

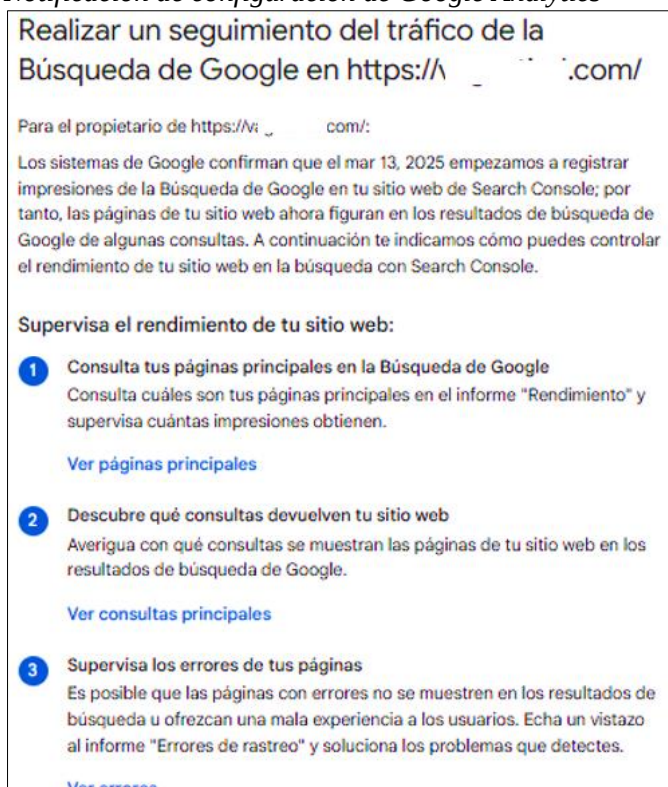
El monitoreo de datos permitió obtener información detallada sobre:

- Número de visitas y tiempo de permanencia en el sitio, identificando qué secciones generaban mayor interés.
- Tasa de conversión de visitantes a usuarios registrados, evaluando la efectividad de los llamados a la acción.
- Páginas más visitadas y patrones de navegación, permitiendo identificar qué contenidos eran más relevantes para los microempresarios.
- Interacción con los recursos de capacitación, midiendo la participación en cursos en línea y foros de discusión.

Estos datos fueron fundamentales para realizar ajustes estratégicos en la plataforma, optimizando la distribución del contenido y mejorando la navegación del sitio.

Figura 4

Notificación de configuración de Google Analytics



El diseño e implementación del sitio web bajo la metodología Design Thinking, junto con la aplicación del modelo AIDA y la integración de Google Analytics, permitió desarrollar una plataforma accesible y funcional para los microempresarios de esta región de Veracruz. El enfoque basado en la experiencia del usuario y la incorporación de herramientas de aprendizaje digital facilitaron la adopción tecnológica, promoviendo la transformación digital en el sector.

Los hallazgos obtenidos servirán como base para futuras iteraciones del proyecto, permitiendo escalar la plataforma a otros municipios con características similares.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El sitio web fue diseñado como una plataforma de gestión y capacitación empresarial enfocada en las microempresas del municipio Veracruzano. La implementación de esta herramienta responde a la necesidad de digitalización detectada en la investigación y busca facilitar el acceso a recursos de formación y administración de negocios.

- **Estructura y accesibilidad:** Se verificó que el sitio cuenta con una navegación intuitiva, adaptada a distintos dispositivos, permitiendo su acceso desde computadoras y teléfonos móviles. La disposición del contenido se alinea con el modelo AIDA, facilitando el tránsito de los usuarios desde la exploración inicial hasta la conversión en usuarios activos.
- **Recursos disponibles:** La plataforma ofrece material educativo, incluyendo artículos y herramientas prácticas relacionadas con la digitalización empresarial, administración de recursos y estrategias de crecimiento.
- **Integración con redes sociales:** Se observó la presencia de enlaces a redes sociales y la capacidad de compartir contenido, lo que favorece la difusión de información y el acceso a una comunidad de apoyo.

Figura 5

Vista de las opciones al alcance de los microempresarios de acuerdo a sus necesidades



La implementación de este sitio web ha permitido contar con un espacio digital funcional y accesible para los microempresarios, alineado con la metodología de Design Thinking, enfocada en la solución de problemas reales a través de la innovación y la accesibilidad (Brown & Wyatt, 2010).

El análisis del documento y del sitio web indica que la adopción de la plataforma ha generado avances significativos en la transición de las microempresas hacia un entorno digital. Algunos de los hallazgos más relevantes incluyen:

- **Mayor acceso a información y capacitación:** Se identificó que los microempresarios han podido acceder a recursos formativos sobre digitalización, marketing digital y administración de negocios, lo que responde a la necesidad detectada en el estudio previo.
- **Aumento en la disposición para adoptar tecnología:** Se ha generado una mayor aceptación del uso de herramientas digitales entre los usuarios, lo que coincide con la reducción de la resistencia al cambio documentada en la fase de evaluación del proyecto (Sotomayor, Ramírez, & Martínez, 2021).
- **Facilitación del aprendizaje autónomo:** Al contar con módulos de formación en línea, los usuarios pueden capacitarse de forma flexible y acorde a sus horarios, lo que representa un avance en términos de accesibilidad a la educación empresarial.

Estos resultados demuestran que la digitalización, cuando es acompañada de herramientas accesibles y capacitación adecuada, puede impactar de manera positiva en la gestión y competitividad de las microempresas.

A pesar del impacto positivo de la iniciativa, el análisis del sitio web y el documento de referencia revelan algunos desafíos clave en la implementación y adopción de la plataforma digital:

1. Limitaciones en infraestructura tecnológica

- Se identificó que una parte de los microempresarios tiene acceso limitado a Internet o a dispositivos adecuados para la navegación en línea.
- Estrategia aplicada: Se optimizó la plataforma para dispositivos móviles y se han diseñado materiales descargables que pueden ser utilizados sin conexión.

2. Brecha de conocimiento en el uso de herramientas digitales

- Aunque la plataforma ofrece módulos de capacitación, algunos usuarios aún requieren mayor acompañamiento en la adopción de herramientas digitales.
- Estrategia aplicada: Se han desarrollado tutoriales básicos y estrategias de seguimiento para garantizar que los microempresarios puedan aprovechar al máximo los recursos de la plataforma.

3. Baja participación en foros o espacios colaborativos

- Aunque la plataforma permite la interacción entre usuarios, se identificó una participación limitada en espacios de colaboración, lo que sugiere que aún es necesario fortalecer el sentido de comunidad.
- Estrategia aplicada: Se ha incentivado la interacción mediante la integración con redes sociales y la promoción de espacios de consulta directa.

Estos desafíos resaltan la importancia de continuar fortaleciendo la plataforma mediante ajustes estratégicos en la capacitación y el acompañamiento a los usuarios, con el fin de garantizar un mayor impacto en la digitalización empresarial.

Para medir la efectividad de la plataforma, se tomaron en cuenta aspectos como la experiencia del usuario, el contenido disponible y la funcionalidad de las herramientas ofrecidas.

- **Usabilidad y experiencia de usuario:** La interfaz del sitio web fue diseñada para ser intuitiva y de fácil navegación, lo que facilita su uso incluso para personas con conocimientos limitados en tecnología.
- **Optimización SEO:** La plataforma ha sido estructurada para mejorar su posicionamiento en buscadores, facilitando su visibilidad y acceso a un público más amplio.
- **Compatibilidad con dispositivos móviles:** Se ha garantizado que la plataforma sea totalmente funcional en teléfonos inteligentes y tabletas, lo que responde a las necesidades de los usuarios que no cuentan con computadoras de escritorio.

Estos hallazgos sugieren que el sitio web ha sido efectivamente desarrollado y optimizado para su uso en distintos dispositivos, garantizando su accesibilidad y funcionalidad para los microempresarios de la región.

Con base en los resultados obtenidos, se han identificado oportunidades de mejora para continuar fortaleciendo el impacto de la plataforma:

- Ampliación de módulos de capacitación: Se propone integrar nuevas herramientas de aprendizaje, como videos tutoriales y sesiones en vivo, para mejorar la experiencia educativa.
- Creación de una estrategia de difusión más efectiva: Es necesario fortalecer la promoción del sitio web para aumentar el número de usuarios activos y expandir su alcance en la comunidad.
- Implementación de soporte técnico personalizado: Se plantea la posibilidad de incorporar un chat de asistencia para resolver dudas de los microempresarios en tiempo real.
- Estas estrategias permitirán que la plataforma continúe evolucionando y consolidándose como una herramienta clave para la transformación digital de las microempresas.

Estos resultados confirman que la implementación del sitio web ha sido un avance significativo en la digitalización de las microempresas esta región. La plataforma ha facilitado el acceso a recursos educativos y ha incentivado la adopción de herramientas digitales en la gestión de negocios.

Sin embargo, se identificaron desafíos clave en términos de infraestructura tecnológica, capacitación y participación comunitaria, los cuales requieren estrategias específicas para mejorar la accesibilidad y el impacto del sitio web.

A partir de estos hallazgos, se propone fortalecer los recursos educativos, mejorar la difusión de la plataforma y optimizar la asistencia técnica, con el fin de garantizar su sostenibilidad y escalabilidad en el tiempo.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en este estudio evidencian que la implementación de una plataforma digital complementada con un sitio web puede facilitar la adopción de herramientas tecnológicas en microempresas de Atzacan, Veracruz. La digitalización se ha convertido en un factor clave para la competitividad empresarial, y los hallazgos de esta investigación refuerzan estudios previos que señalan que el acceso a plataformas digitales mejora la organización administrativa y la capacitación empresarial (Dini, Gligo, & Patiño, 2021). La experiencia de los usuarios en la plataforma confirma que una navegación intuitiva y el acceso a contenido educativo estructurado pueden incentivar la participación activa y la incorporación de tecnología en la gestión de negocios.

Desde un punto de vista teórico, la aplicación de la metodología Design Thinking ha permitido desarrollar una solución centrada en el usuario, lo que coincide con investigaciones previas que sugieren que este enfoque es efectivo para la adopción de tecnología en sectores con bajo nivel de digitalización (Brown & Wyatt, 2010). Además, la integración del modelo AIDA ha sido determinante para optimizar la conversión de visitantes en usuarios activos, estrategia que ha sido validada en estudios de marketing digital para impulsar la interacción en plataformas web (Amespil, 2022).

Sin embargo, los resultados también evidencian desafíos y limitaciones. Aunque el sitio web ha permitido mejorar la accesibilidad a recursos digitales, la brecha tecnológica sigue siendo un obstáculo. La falta de acceso a Internet en ciertas zonas y el desconocimiento de herramientas digitales han limitado el impacto de la plataforma en algunos microempresarios, lo que coincide con hallazgos de Sánchez & Carrillo (2021) sobre la necesidad de fortalecer programas de alfabetización digital en sectores con rezago tecnológico.

A nivel práctico, los resultados sugieren que para consolidar el impacto de la plataforma es necesario complementar la digitalización con estrategias de capacitación continua. Esto implica el desarrollo de módulos de aprendizaje más detallados, sesiones interactivas y materiales que permitan una mayor apropiación tecnológica por parte de los usuarios. Además, se identificó que la participación en foros o espacios colaborativos dentro del sitio web ha sido baja, lo que indica que es fundamental mejorar las estrategias de motivación y comunidad para fomentar una interacción más activa entre los usuarios.

Comparando estos resultados con otros estudios, se observa que la digitalización de microempresas ha sido efectiva en otros contextos cuando se combina con asesoría personalizada y redes de apoyo Martínez, Romo & Riascos, (2024). En este sentido, una posible línea de mejora sería la integración de un sistema de tutoría o soporte en línea, que permita a los microempresarios resolver dudas y aplicar con mayor facilidad los conocimientos adquiridos en la plataforma.

Entre las limitaciones del estudio, es importante señalar que no se han realizado mediciones de impacto a largo plazo, por lo que se recomienda continuar con un seguimiento posterior para evaluar cómo la adopción de herramientas digitales influye en el crecimiento y sostenibilidad de los negocios locales. Asimismo, aunque se ha registrado una mejora en la actitud de los microempresarios hacia la digitalización, aún se requieren esfuerzos para garantizar que la adopción tecnológica no sea un proceso aislado, sino una transformación sostenible en el tiempo.

En conclusión, los resultados obtenidos muestran un avance significativo en la digitalización de microempresas, confirmando la efectividad de estrategias basadas en accesibilidad y experiencia del usuario. No obstante, el éxito de esta iniciativa dependerá de la capacidad de adaptar la plataforma a las necesidades cambiantes de los usuarios, integrando metodologías de capacitación y estrategias de participación comunitaria que fortalezcan el uso de herramientas digitales.

REFERENCIAS

- Amespil, J. (2022). *AIDA: conoce el método y aprende a aplicarlo*. Obtenido de <https://www.salesforce.com/mx/blog/metodo-aida>.
- Brown, T., & Wyatt, J. (2010). *Design Thinking para la Innovación Social*. Obtenido de <https://www.ideo.com/post/design-thinking-for-social-innovation>.
- Coneval. (2020). *Medición de la Pobreza*. Obtenido de https://www.coneval.org.mx/Medicion/IRS/Paginas/Indice_Rezago_Social_2020.aspx.
- Dini, M., Gligo, N., & Patiño, A. (2021). *Transformación digital de las mipymes*. CEPAL. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org>.
- Foncillas, Díaz, & Plaja, P. (2021). *El impacto de la transformación digital en las empresas: un estudio de directivos y empleados*. Obtenido de <https://dadun.unav.edu>.
- GEM. (2016). *Encuesta Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*. Obtenido de <https://www.gemconsortium.org>.
- Gómez, C. J., & Melgarejo, Z. (2019). *El microcrédito: efectos en las microempresas del sector belleza de Bogotá*. Obtenido de <https://revistas.ceipa.edu.co>.
- Hasso Plattner, C. M. (2012). *Investigación en Design Thinking*. Obtenido de <https://link.springer.com>.
- INEGI. (2024). *Estadística a propósito del día de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas*. Obtenido de https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2024/EAP_MIPYMES24.pdf.
- Izquierdo, M. I., Calero, C. G., & Lázaro, D. G. (2022). *Design Thinking, una metodología para fomentar el aprendizaje significativo*. Obtenido de <https://revistas.ubiobio.cl>.
- Madrigal, G. R., González, S. R., Hernández, N. O., Rodríguez, M. D., & León, A. E. (2018). *Manual de Design Thinking*. Obtenido de <http://www.utsc.edu.mx>.
- Madurga, M. Á., Méndez, A. J., & Nadal, T. M. (2021). *La adaptación de las empresas a la realidad COVID*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es>.
- Martínez, J., Romo, L., & Riascos, S. (2024). *Avances en la transformación digital de las MiPymes impulsadas por la pandemia COVID-19*. Obtenido de <https://www.scielo.cl>.
- McLaughlin, J. E., et al. (2022). *Enseñanza y aprendizaje del pensamiento de diseño en la educación superior: experiencias en cuatro universidades*. Obtenido de <https://journals.plos.org>.
- OCDE/Eurostat. (2007). *Oslo Manual: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación, 3ª edición*. Obtenido de <https://doi.org/10.1787/9789264065659-es>.
- Ortega, M. R. (2023). *Cómo indexar una revista científica usando WordPress en Google Scholar*. Obtenido de <https://www.researchgate.net>.

- Sánchez, A. J., & Carrillo, S. (2021). *La permanencia empresarial utilizando la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Microempresas comerciales*. Obtenido de <https://ideas.repec.org>.
- Silva, N. R., et al. (2023). *Design Thinking: un enfoque para la investigación y la innovación en enfermería*. Obtenido de <https://www.researchgate.net>.
- Sotomayor, O., Ramírez, E., & Martínez, H. (2021). *Digitalización y cambio tecnológico en las mipymes agrícolas y agroindustriales en América Latina*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org>.
- Wijayarathne, S. (2023). *Historia de WordPress e inspección de código de V6.2.1*. doi:10.13140/RG.2.2.23942.75842.