

Universidad Autónoma del Estado de Baja California

Facultad de Ciencias Administrativas



Tema:

Tecnología y redes sociales en los trabajadores de las MiPyMES en Mexicali

Presenta

JOSUE VILLEGAS SANDOVAL

Para obtener el **GRADO** de:
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN

Director de Tesis:

DRA. ADELAIDA FIGUEROA VILLANUEVA

Mexicali, Baja California, Junio de 2019

Índice

| | |
|--|----|
| Índice | 1 |
| Antecedentes y planteamiento del problema; | 2 |
| Las MiPyMES..... | 2 |
| Estrategias en base a la Tecnología..... | 7 |
| Redes Sociales | 11 |
| Justificación; | 14 |
| Objetivos; | 16 |
| Objetivo general:..... | 16 |
| Objetivos específicos:..... | 16 |
| Marco Teórico. | 17 |
| ➤ Teoría del aprendizaje empresarial..... | 17 |
| ➤ Teoría del caos determinista..... | 18 |
| ➤ Teoría crítica de la tecnología..... | 19 |
| ➤ Teoría de la contingencia..... | 19 |
| Instrumento: | 20 |
| Resultados: | 21 |
| Trabajadores | 21 |
| <i>Sección I. Datos Generales.</i> | 21 |
| Sección II. Conocimiento de Tecnología. | 23 |
| Sección III. Uso de Tecnología. | 26 |
| Dueños / Encargados | 35 |
| Sección I. Datos Generales. | 35 |
| Sección II. Uso de Tecnología como herramienta de trabajo. | 37 |
| Sección III. Empresa y tecnología | 41 |
| Conclusiones: | 49 |
| Bibliografía y Referencias: | 52 |
| Anexos: | 55 |
| Encuesta 1 para trabajadores; | 55 |
| Encuesta 2 para empleadores; | 57 |
| Ejemplo del tabulado de las primeras 11 encuestas a los trabajadores: | 61 |
| Ubicación geográfica del lugar de estudio. | 62 |

Tecnología y redes sociales en los trabajadores de las MiPyMES en Mexicali

Antecedentes y planteamiento del problema;

Las MiPyMES

Santiago Macías, Vicepresidente de la Cámara Nacional de Empresas de Consultoría, concuerda con otros autores sobre la importancia que tienen las microempresas, las pequeñas y medianas empresas (MiPyMES), que son el Principal generador de empleo en los países, les dan vida a las grandes empresas, son la mejor vía para la distribución de ingresos entre la población, se consideran el mejor factor para la cohesión social he impulsoras de la movilidad económica de las personas de cada ciudad, estos son algunos puntos importantes a destacar, sin duda, son muchos los beneficios que generan a los países, ciudades, economías y familias.

La CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) menciona que las MiPyMES, son los factores clave para impulsar todo el potencial de crecimiento en América Latina. Estas representan alrededor de un 99% del total de empresas establecidas y generan el 67% de los trabajos, sin embargo, a nivel de todos estos países su contribución al PIB es relativamente baja. En términos estadísticos la productividad de las grandes empresas en América Latina alcanza niveles de hasta 33 veces la productividad que se tiene de las micro empresas y 6 veces para las pequeñas, por otra parte, la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) publicó que estas cifras oscilan entre 1.3 y 2.4 veces. Las características como la heterogeneidad en cuanto a su acceso en los mercados, la tecnología y el capital humano, así como su gran vinculación con otras empresas de la zona, son factores que merman su productividad y la capacidad para exportar y crecer.

“En América Latina no existe homogeneidad al definir a las MiPyMES lo cual dificulta su estudio y análisis. Es necesario señalar que muchos de los países presentan más de un criterio para definir a las MiPyMES, que varían dependiendo del sector en que se encuentran” (Saavedra G., María L y Hernández C., Yolanda 2008). El artículo publicado por Maria Saavedra y Yolanda Hernández en 2008, establece la importancia y diferencia de las MiPyMES en toda Latinoamérica, asegurando que existen una gran cantidad de criterios para poder definir las y de este modo lograr clasificar una empresa como micro, pequeña, mediana o grande, además, las clasificaciones varían por el país o entidad que las define y clasifica. Es por ello que la búsqueda de un factor, límites o margen de comparación y segmentación es tan importante a la hora de clasificar una empresa sin olvidar que no existe un índice único que caracterice la dimensión de la empresa de manera adecuada (Garza, 2002). Según Tunal (2003), las MiPyMES se clasifican con forme a la siguiente gama de variables:

- a) El número de trabajadores que emplean.
- b) Tipo de producto.
- c) Tamaño de mercado.
- d) Inversión en bienes de producción por persona ocupada.
- e) El volumen de producción o de ventas.
- f) Valor de producción o de ventas.
- g) Trabajo personal de socios o directores.
- h) Separación de funciones básicas de producción, personal, financieras y ventas dentro de la empresa.
- i) Ubicación o localización.
- j) Nivel de tecnología de producción.
- k) Orientación de mercados.
- l) El valor del capital invertido.
- m) El Consumo de Energía.

En México las MiPyMES se consideran un eslabón principal e indispensable dentro del desarrollo nacional de la economía. Para determinar el tamaño de la

empresa en México se distinguen por el número de empleados y la cantidad de ventas anuales, el Diario Oficial de la Federación (DOF) publicó la siguiente información en el año 2009.

DOF: Acuerdo Segundo; se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas, de conformidad con los siguientes criterios:

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

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

Para el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) es importante analizar la participación que tienen las MiPyMES en el comercio internacional del país, principalmente de exportación, debido a que el nivel de integración de las compañías con menos de 250 empleados al sector externo, es nulo. Tal es el caso de las empresas manufactureras de exportación, pues de los 303,831 millones de dólares que se reportaron por concepto de exportación de manufacturas, sólo el 5.4% del valor total fue realizado por MiPyMES, es decir 16,278 millones de

dólares. Esta situación es contrastante si se considera que, en países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) como Estonia, Turquía y Portugal, las MiPyMES tienen una participación en las exportaciones de 69%, 63% y 51%, respectivamente. De esta forma, se vuelve prioritario crear estrategias y alianzas para que las MiPyMES puedan colaborar de manera conjunta con el objetivo de exportar sus productos e integrarse a las cadenas globales de valor.

La actividad mundial actual en el ámbito empresarial identifica y reconoce en las MIPYMES una parte fundamental de la economía de cualquier nación. Si bien son muy diferentes en cada país los datos en general establecen que del 90% del universo de empresas formales e informales en los distintos países se ubican en este grupo, con una participación muy activa en las ventas totales, las exportaciones, el PIB y el empleo. Cuando surge alguna barrera limitante o dificultad general en estas organizaciones menores repercute directamente y desfavorable en los indicadores macroeconómicos y sociales de todo el país del cual se trate. Las MiPyMES constituyen hoy en día una modalidad de articulación productiva que funge como engrane principal del sistema mundial, así como un factor dinámico en los cambios estructurales contemporáneos y elemento esencial en la política económica (Valdés, J., Sánchez G. 2012). Si se expresa en términos metafóricos, es el engrane más pequeño de un reloj sin el cual no funcionaría ninguno de los otros ni la actividad principal de dicho reloj, que es dar la hora. Por tanto, como la actividad económica no es un todo homogéneo, es importante que se consideren los desarrollos sectoriales y las debidas determinantes, que implican mayor importancia o relevancia en cuanto a la innovación. En este sentido, es indudable que un argumento sobre la importancia de las MIPYMES, es muy fácil de sostener y remarcar su importancia mundial actual, dada que estas organizaciones tienen un papel mayoritario en el tejido productivo y empresarial existente, lo cual debería reforzarse por el potencial de adaptabilidad que estas poseen. En México, como en otros países, generalmente de América Latina existen algunas limitantes como la capacidad de modernización, innovación de productos e inversión en tecnologías y estrategias, además de las debilidades

generales tales como la falta de asesoría empresarial, deficiente administración, talento no calificado, desconocimiento de mercados y sistemas de calidad, son las principales áreas de oportunidad para las MIPYMES, además de una necesaria modificación del marco jurídico institucional. A pesar de las áreas de oportunidad, uno de los obstáculos más grandes sigue siendo el acceso al financiamiento para sacar adelante sus ideas de negocio o de innovación del producto. En los cuales destacarían algunos puntos tales como: 1) la falta de conocimiento en los ámbitos de organización, toma de decisiones de la nueva cultura de desarrollo organizacional; 2) falta de visión y claridad de cómo llevar sus producto o servicios al consumidor final; 3) incapacidad para fortalecer el área comercial y de ventas generales de la compañía; 4) no estar al tanto de si el personal que tienen actualmente es el adecuado en un proceso de crecimiento, y 5) una de las más comunes en todas las organizaciones, la resistencia al cambio (Valdés, J., Sánchez G. 2012).

Con la Intención de promover a la microindustria en el Estado de Baja California, el Gobierno Estatal se dio a la tarea de impulsar la incorporación de empresarios MiPyME al Programa de Capacitación y Asistencia para el Desarrollo Empresarial, cuyo propósito es otorgar servicios de asesoría, capacitación, asistencia técnica y financiamiento para el desarrollo de negocios. Esto debido a la gran cantidad de personas empleadas y movimiento económico que figuran para la entidad las MiPyMES. Fijando como criterios de segregación y empresas objetivo de este programa aquéllas que tengan hasta diez empleados y reporten como máximo 4 millones de pesos en ganancias anuales. Algunos ejemplos de estos comercios son las misceláneas, estéticas, cibercafés, tortillerías, boutiques, papelerías, talleres de alfarería y costura, zapaterías, entre mucho otros, que al inscribirse tienen acceso a diferentes planes de capacitación mediante los cuales obtienen la preparación necesaria para desarrollarse y crecer. El gobernador en turno Osuna Millán destacó que, al brindar apoyos a la microindustria, es posible generar más empleo en el Estado y hacerle frente a la crisis económica que se vive en todo el mundo. Con base en ello, invitó a los empresarios a aprovechar y participar en éste y otros programas disponibles a través de la Secretaría de Desarrollo Social

de Baja California (SEDECO). Para inscribirse al programa es necesario acudir a cualquiera de los Centros de Atención Empresarial dependientes de la SEDECO, donde se obtienen informes sobre los requisitos y documentación necesaria (Hernández, K. 2012).

Estrategias en base a la Tecnología.

La estrategia tecnológica es una política que algunas empresas siguen para el desarrollo y el uso de la tecnología. Debido al poder del cambio tecnológico para influir en la estructura del sector industrial y la ventaja competitiva, la estrategia tecnológica representa un componente fundamental de la estrategia competitiva de la empresa, su acción debe extenderse a todas las funciones, tareas y procesos de una organización. Una estrategia tecnológica es una medida que permite elaborar una planeación estratégica, en escenarios futuros para la empresa mediante la implementación de la tecnología como herramienta principal (CEPAL 2008). En diversos mercados el impacto del cambio tecnológico se reflejó más en los departamentos comerciales y de sistemas de información, que en el departamento de fabricación o producción. Sin embargo, no es exclusivo de algún área, sector o industria, es decir, es aplicable en cualquier organización como método para impulsar a una empresa o departamento específico dentro de ella (Hidalgo 2007).

En el entorno económico de constantes cambios y fuertes competencias, las MiPyMES Mexicanas comparten una debilidad al coincidir en que uno de los aspectos menos explotados como estrategia competitiva, es la aplicación y diseño de políticas que permitan adaptarse al cambio tecnológico, el tabú se debe a que generalmente se relaciona con inversiones fuertes de capital para conseguir un método de mejora novedoso. Sin embargo, no se debe perder de vista que la política de cambio tecnológico no es incorporar técnicas y procesos recientes solamente, también el modificar la manera en que se usa o aplica la tecnología ya disponible (INEGI 2018).

Una estrategia tecnológica brinda ventajas competitivas, en diferentes situaciones, las cuales son definidas por Porter (2009) como las bases del desempeño sobre el promedio dentro de una industria, y establece un modelo en el cual la estrategia competitiva fija acciones ofensivas o defensivas y de esta manera obtener esa postura o ventaja en la industria y encarar con preparación a la competencia. “La base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible” (Porter, 2009).

La innovación es un termino que comprende tanto un proceso como un resultado (Drejer, 2002), para las empresas se ha mantenido como un tema de importancia principal en las últimas décadas, dado que se encuentran en la búsqueda de la fórmula exacta para su aplicación, fórmula que no existe como tal, aunque si hay pasos y puntos claves para el proceso de innovar (Darso, 2003).

Toda actividad, proceso, bien o servicios que se realicen son perfectibles, es decir, aunque se estime que se hacen bien, siempre se pueden mejorar. Para una PYME este punto no es una opción dado que se ha convertido en una necesidad el encontrar ese aspecto a desarrollar para conseguir metas con eficiencia y eficacia. Como primer paso es necesario medir los resultados de la empresa ya que aquello que no se mide no se puede mejorar, y las grandes empresas de hoy en día nos regalan la clave de su éxito a través de las estrategias que han elegido para maximizar sus desempeños y reinventar la manera de hacer las cosas.

Para entender este concepto hay que ver que innovación es sinónimo de cambio. La empresa es la que cambia, evoluciona, se reinventa, hace cosas nuevas ofrece nuevos productos y adopta, o pone punto a punto, nuevos procesos de fabricación. Innovación es atreverse e innovación es nacer cada día, son dos ideas de una revista chilena, la empresa está obligada a ser innovadora si quiere sobrevivir, si no innova será alcanzada por los competidores, así que la presión es muy fuerte, ya que los productos y los procesos tienen, en general, un ciclo de vida cada vez más corto. (Escorsa y Valls, 2003).

Lo principal es comprender como funciona el comercio hoy en día. Para los gerentes estadounidenses y de otros países por igual, el aislamiento es cosa del

pasado. Esto debe ser así para que las organizaciones sobrevivan a la competencia mundial en un mercado global. “Las compañías Estadounidenses ya no son las estrellas sin rival del mundo de los negocios” (Bateman y Snell, 1999).

“La literatura Neoschumpeteriana destaca que las trayectorias tecnológicas que surgen a partir de un paradigma tecnológico rara vez son impulsadas solo por factores científicos y tecnológicos externos, sino que los factores claves en la determinación de esa trayectoria son principalmente económicos y políticos. Del mismo modo, el proceso de selección para la innovación se produce dentro de un entorno específico en que la estrategia de negocio, la calidad de las instituciones técnicas y científicas, las innovaciones, el estímulo y la financiación representan un papel importante. Por lo tanto, la diversidad del entorno de selección puede explicar las diferentes trayectorias tecnológicas. De este modo, en consonancia con esta corriente, el proceso de aprendizaje es acumulativo y depende de las trayectorias pasadas, las cuales indican que la evolución de una empresa está determinada por las habilidades acumuladas y por la naturaleza de sus activos específicos. Tales habilidades cambian en función de las oportunidades tecnológicas (Tigre, 2006).”

Así como Wicksell establece que el elemento desequilibrador de la actividad económica es la demanda de capital, Schumpeter expresa que el empresario es una piedra angular en la economía y el cómo se desenvuelve una empresa, las acciones que toman los empresarios son el motor de un progreso económico en ella, manifestándose mediante la introducción de innovaciones al proceso productivo, así la visión que maneja Schumpeter es siempre observando los movimientos económicos desde la producción, que solo se generan gracias a los progresos tecnológicos siendo el factor detonante de la economía capitalista, con un enfoque distinto a el pensamiento neoclásico, en su teoría deja claro que no considera como un crecimiento económico el que se da gracias al aumento de la población y riqueza por el paso del tiempo, sino aquel en el cual el empresario decidió invertir conocimiento para generar algo novedoso (Furtado, 2006).

El concepto de un mundo globalizado ya no es tema nuevo, es una realidad la cual impulsa un nivel de competencia mayor por la gran variedad de bienes y servicios

que oferta el mercado, es por ello que las empresas necesitan detenerse un poco a pensar, y buscar estrategias que las mantengan en la competencia, aquí entra la importancia de que las empresas innoven, el detalle está en determinar para cada tipo de empresa el elemento a invertirle investigación y conocimiento, podría ser en diversas áreas de la empresa, la cual una vez identificada es indispensable utilizar herramientas distintas que faciliten ofrecer mejores productos o servicios. La innovación no está casada con ningún área o sector, es decir se puede aplicar en el giro de la empresa (su producto o servicio), en algún proceso particular que se lleve a cabo para crear nuevos recursos y con esto se logren beneficios tecnológicos, económicos o sociales.

Debido al beneficio que se obtiene del cambio tecnológico para influir en la estructura del sector industrial y las ventajas competitivas, el uso de la tecnología es un componente fundamental para la supervivencia de las MiPyMES, el término de implementación de estrategias es muy extenso debido a que se puede enfocar en cualquier área o sector empresarial, por lo tanto es una acción indispensable para cualquier empresa, aunque las MiPyMES se enfrentan a un reto mayor por no contar con gran cantidad de recursos financieros, la estrategia que se desarrolle será en base a la oportunidad o debilidad detectada en la organización, por eso es indispensable comenzar por realizar un análisis completo. De una forma más concreta se puede inferir que una Estrategia Tecnológica es un proceso de selección y aplicación de decisiones acerca de un área previamente analizada, para la aplicación de la tecnología como herramienta, y con ello cumplir el propósito al adquirir una ventaja competitiva.

Las dificultades que enfrentan estas empresas para crecer son muy complejas. Por un lado, están los problemas a nivel interno, como, por ejemplo, escaso conocimiento en temas legales, administrativos y financieros, desconocimiento de estrategias de mercadeo de sus productos y servicios, falta de control de calidad e internacionalización, entre otros. Y, por otro lado, problemas de carácter externo como la falta de acceso a la tecnología e innovación, elevado costo de los procesos de formalización del negocio y protección de sus marcas, limitado acceso a las capacitaciones y desconfianza para el financiamiento de sus

proyectos e ideas. Sin embargo, no es necesario invertir en investigación y desarrollo en estas empresas, dado que las grandes compañías ya han hecho ese trabajo, incluso MiPyMES de países denominados como ricos, sirven de ejemplo para seguir el camino con sus modelos y estrategias tecnológicas aplicadas, a las cuales se tiene acceso y pueden ser tomadas como referencia.

Redes Sociales

Las redes sociales son sitios, aplicaciones y páginas de internet que se encuentran formados por comunidades de individuos en cada plataforma de distintas índoles de interés común como familia, amistad, trabajo, religión, etc., las cuales permiten un contacto entre estos individuos que conforman cada comunidad cibernética, para que se puedan comunicar compartir e intercambiar información. Una ventaja es que los individuos no se tienen que conocer previamente para formar parte de estas comunidades virtuales (Raffino, 2019).

Una forma de clasificarlas es según su origen y función:

- **Redes genéricas.** Intereses generales, populares y muy diversas (como Facebook o Twitter).
- **Redes profesionales.** La más famosa es LinkedIn, en la cual se crean perfiles laborales con la finalidad de hacer negocios, conocer personas en los mismos ámbitos empresariales o incluso conseguir trabajo.
- **Redes temáticas.** Relacionan personas con intereses específicos en común, como música, hobbies, deportes, etc., siendo la más famosa Flickr (temática: Fotografía).

De manera general, estar dentro de una red social es sumamente sencillo, solo es necesario internet y algún dispositivo móvil o computadora, ya que simplemente implica rellenar un cuestionario con ciertos datos personales y de interés particular básicos y así obtener un nombre de acceso y una contraseña, que le servirán al usuario para ingresar de manera privada a la red. Mientras el usuario cumpla los

requisitos para el registro en dicha red (por ej. mayoría de edad), podrá hacerlo sin inconvenientes (Raffino, 2019).

Sin embargo, aun con todos los beneficios que implican las redes sociales, también se corren riesgos como robo de información personal, pedida de privacidad, facilita que personas que no se conocen puedan saber más de lo que alguien quiere compartir como sus rutinas, horarios, domicilio, trabajo etc., es decir pedida parcial de la privacidad ya que todo se resguarda en servidores informáticos a los cuales se puede acceder mediante diversas formas de “hackeo” (robo de información, violando los códigos de las plataformas y base de datos de las redes sociales). Otra desventaja es la fácil accesibilidad a material violento, o sexual, que pueden afectar a grupos vulnerables como menores de edad, y por último la necesidad que se ha creado en la población mundial de pertenecer a estos grupos como fuente principal para la obtención de información y contacto con familiares y amigos estableciendo una necesidad prioritaria de mantener una constante participación y tiempo del día dedicado a estar dentro de estas plataformas virtuales (Raffino, 2019).

Paz de Corral (2010) argumenta que las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) están diseñadas para lograr facilitarnos la vida, sin embargo pueden complicarla. En ciertos casos, sobre todo para los adolescentes el internet y las herramientas tecnológicas se pueden tornar en ser fin y no en el medio para las relaciones personales. Si se llega a generar una obsesión dañina y enfermiza por siempre estar a la vanguardia y estar adquiriendo cada novedad y particularidad que va a pareciendo (teléfonos, soporte, música, juegos, etc.,) las TIC se vuelven en el instrumento prioritario de placer para los usuarios, la ansiedad por estar a la moda puede ir desatando cada vez más necesidades. De la misma manera estos mundos virtuales atrapan a algunos adolescentes al contribuir con la creación de una falsa identidad y distanciarse de las relaciones personales reales.

De la misma manera que pasa en una adicción química, las personas que son adictas a una determinada conducta experimentan un síndrome de abstinencia

cuando no pueden llevarla a cabo, es cual surge y se caracteriza por un gran malestar emocional, cambios en el estado de ánimo como, irritación, intolerancia, frustración, furia, inquietud, etc., de la misma manera que en mundo de la drogadicción con sustancias químicas nocivas para la salud y altamente adictivas, es muy difícil que una persona adicta se considere como tal. Generalmente es un suceso en extremo negativo que conlleva a un “fracaso escolar, trastornos de conducta, mentiras reiteradas, aislamiento social, problemas económicos, presión familiar para el que le hace tomar conciencia de su problema” (Echeburúa, 2001). Por eso padres u otros familiares, se preocupan sin encontrar solución llegando a un estrés mayor al del adicto (Echeburúa, 1998).

Por otro lado, está la opinión de Néstor Fernández (2013) que en su obra analiza el tema de adicciones y redes sociales concluyendo que, aunque en distintos medios se escucha cada vez con mayor fuerza que la denominada adicción a las redes sociales y al internet no pueden ser calificadas como tal una verdadera adicción. Sin embargo, aunque no se le quiera denominar adicción, es una realidad los problemas de conducta que se derivan del constante y prolongado acceso a las variedades de contenidos que provienen del internet.

Al hablar de una adicción es exclusivo de una sustancia la cual actúa como un agente nocivo para el cuerpo, mente y salud de las personas. Antes de asignar el calificativo de adicción a las conductas que se derivan del prolongado acceso a las redes sociales es importante primero identificar los posibles trastornos que surgen por el uso de éstas. Principalmente establece el autor que la población más vulnerable en estos casos son los jóvenes y adolescentes, aun cuando la mayoría de los estudiosos de este tema insisten en encasillar la terminología para esta situación como una adicción, es más prudente que los estudios que publican los especialistas dejen de lado esa discusión para enfocarse en medidas preventivas y recomendaciones para los tutores y padres de familia, al igual que se efectúa con otro tipo de conductas que afectan la realidad de los individuos en ciertas distorsiones nocivas para los usuarios (Fernández, N. 2013).

Justificación;

El Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) aclara que el desarrollo económico que pueden alcanzar los países depende de una gran cantidad de factores diversos, que va desde sus políticas internas, globales, marcos jurídicos, acuerdos comerciales, tratados y organizaciones a las que pertenezca, lo que determina que el flujo de la economía es la facilidad para emprender un negocio, la solides del entorno empresarial que permita y fortalezca las actividades económicas, un entorno al cual los países en vías de desarrollo como México aspiran a alcanzar, Si bien existentes diferentes programas que apoyan a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs), así como a la actividad emprendedora, los efectos de estos no permean a toda la comunidad empresarial de forma equitativa. De acuerdo con cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la esperanza de vida promedio de una empresa recién creada en México es de 7.8 años. La mejor forma de avanzar como país es no descuidar las MiPyMES, su consolidación, crecimiento, factores que las puedan ayudar y el identificar las amenazas para sus funciones.

Entonces partiendo del tabú que el uso de los dispositivos de comunicación actuales en los trabajadores representa para los empresarios, es necesario indagar en que tanto conocen, y para que utilizan trabajadores de los establecimientos en la plaza Galeras del Valle el internet y redes sociales a través de los dispositivos móviles.

Para poder mejorar es necesario medir, y comparar, es decir si no se realiza un análisis de la situación inicial no será posible encaminar a las empresas a conseguir sus metas lucrativas y de crecimiento, si se conoce a los trabajadores sus capacidades en tecnología y sus intereses como personas a los dispositivos móviles, se pueden tomar medidas, políticas o estrategias al interior de cada empresa en específico. De esta manera las tareas se pueden asignar en función del individuo en particular, la ganancia no es solo son para la empresa que logra posicionarse mejor en el mercado y ganar clientes, pues también enriquece a la

comunidad, al brindar un nivel de competencia más alto con procesos, bienes o servicios de calidad.

El mundo está avanzando día a día sin impedimento alguno, desde el estallido de la revolución industrial por el mundo a inicios del siglo XIX, los avances de tecnología, las formas de negociar y la manera de ver el entorno siempre están en movimiento, ¿quién diría que hace pocos años la mejor forma de publicidad era la televisión y hoy un post en una red social es mejor herramienta?. Es por ello que la única manera de mantenerse competitivo en un mercado globalizado es estando a la vanguardia en tecnología.

Tal es la Importancia de las MiPyMES en el mundo, en específico Mexicali, Baja California, que existe la necesidad de investigar cada factor y aspecto de ellas. Y al conocer la fuerte influencia que tiene las redes sociales hoy en día, es un tema para trabajar en estos establecimientos en conjunto con los empleados, determinar si puede mermar o no su capacidad laboral al grado que afecte los objetivos de la empresa. Para efectos de esta investigación se tomó como sujeto de investigación a los negocios ubicados en la Plaza Galerías del Valle, (MiPyMES boutiques, zapaterías, librerías etc.), por otro lado los bancos, telefónica, supermercado y cinema quedan fuera (para este proyecto). Y el objeto de estudio es analizar al personal de la empresa para conocer su conocimiento, uso y manejo de tecnología, así como su adicción a las redes sociales.

Se elige realizar la investigación en dicha Plaza por su importancia en la comunidad. En la página Mexicali.Org se publica que “Una de las plazas más grandes y completas de Mexicali es Plaza **Galerías del Valle** ya que cuenta con todo lo necesario para hacer varias cosas como compras, pagos, buscar regalos, ropa, ver una película, buscar comida o postres.

El Universo para el estudio lo representa el total de locales de la Plaza Galerías del Valle (53 establecimientos; 7 empresas grandes fuera del estudio y 45 negocios particulares). En los cuales se toma una Muestra de 31 negocios (70% de universo)

Objetivos;

Objetivo general:

Determinar si existe adicción de los trabajadores de las MiPyMES de la Plaza Galerías del Valle a las redes sociales y cómo afecta en sus labores.

Objetivos específicos:

- Realizar un diagnóstico de la situación tecnológica de la empresa.
- Analizar cómo se está aplicando la tecnología y sus implicaciones en el sector.
- Determinar con fundamentos si es o no un problema para las funciones de los trabajadores el uso que le dan a las redes sociales.

Marco Teórico.

- Teoría del aprendizaje empresarial.

Inicios;

El aprendizaje como parte de la empresa tiene referencia en el siglo pasado con las propuestas de Frederick Taylor en su teoría de la administración científica, la cual enfatiza la manera en que los conocimientos adquiridos deben de sustituir la improvisación por la ciencia, mediante la planeación del método. En otra vertiente Max Weber propuso que las organizaciones deberían estar orientadas a la profesionalización del trabajo para que se vuelvan justas, homogéneas y eficaces, como aprendizajes. Elton Mayo por otro lado señaló que son de suma importancia las relaciones humanas y su relación con los factores del cambio tecnológico para entender lo que hoy conocemos como comportamiento organizacional.

La demanda de organizaciones inteligentes las creó la sociedad al mantenerse más informada, ser más crítica y exigente a la hora de consumir, debido a un mercado cambiante y los factores globales que influyen en la política social y economía.

Chun Wei Choo (1998) establece que una organización puede llamarse inteligente cuando, “es capaz de integrar eficazmente la percepción, la creación de conocimiento y la toma de decisiones”.

“Las organizaciones que cobrarán relevancia en el futuro, serán las que descubran cómo aprovechar el entusiasmo y la capacidad de aprendizaje de la gente en todos los niveles de la organización.” Es la aportación de Senge (1993).

Una organización inteligente, es la que cuenta con la capacidad de manejar el conocimiento para generarlo, desarrollarlo y aplicarlo y con ello conseguir mejorar su capacidad innovadora y competitiva, aprovechando la manera en que se relacionan información, conocimiento y aprendizaje (Palacios, 2000).

Forest (1991) establece que la innovación tecnológica representa un proceso de conversión, que se enfoca en los *inputs para generar productos como resultado de una serie de pasos. Los modelos lineales de innovación suelen ser el inicio o la base del de los modelos actuales y fungieron como el comienzo de la preocupación en la importancia de este tema.

El Consejo Mexicano para el Desarrollo Económico y Social, identifica como barreras del crecimiento de las PYMES el ser víctimas de discriminación al acceso a financiamiento, al acceso a la tecnología, al acceso a los recursos humanos y al acceso a los clientes; y por su alta percepción del riesgo, por su falta de solidez financiera, por su falta de capacidades administrativas y por la falta de experiencia y gestión en los mercados internacionales.

Si bien los puntos de vista pueden variar de autor en autor lo relevante es la importancia que le dan al tema, al estar en las obras de distintos autores y al paso que ha ido incrementando la influencia tecnológica surgen variantes para lograr un nuevo aprendizaje empresarial igual de relevante, pero de acuerdo a la época.

➤ Teoría del caos determinista.

Esta teoría hace mención de un aspecto de vital importancia que siempre se debe tener presente, que el caos siempre se da en sistemas que son sensibles a las condiciones iniciales y que un sistema mayor puede ser caótico si se presenta un estímulo pequeño que perturbe el sistema. “El sistema empresarial mexicano, en su mayoría conformado por PYMES, son pequeñas mariposas que pueden provocar éxitos relevantes en su administración” (Cambell 1994).

Nota *Un Input es todo aquel factor (materias primas, productos intermedios o semi-manufacturados o energía). El Modelo Input-Output es un modelo económico desarrollado por Wassily Leontief (1905-1999) por el que obtuvo un Premio Nobel en el año 1973. A menudo es denominado como modelo de Leontief. El propósito fundamental del modelo IO es analizar la interdependencia de industrias en una economía.

➤ Teoría crítica de la tecnología.

Primero se describe la importancia que tiene la tecnología en la economía mundial cotidiana y dicha teoría está compuesta por otra teoría que es: La teoría de la instrumentalización la cual sostiene que la tecnología siempre debe ser analizada por lo menos en dos niveles: el nivel de nuestra original relación funcional con la realidad y el nivel del diseño y la implementación, por lo tanto el primer nivel tiene por objetivos encontrar saliencias (características notablemente sobresalientes) y el segundo nivel es para introducir algunos diseños que en un futuro a corto plazo logren ser integrados con otros mecanismos y sistemas ya existentes. “Estos dos niveles están analíticamente distinguidos. No importa cuán abstractas sean las saliencias identificadas en el nivel primario, ellas portan un contenido social del nivel secundario que se muestra en las contingencias elementales de un abordaje particular sobre los materiales” (Feenberg, 2005).

➤ Teoría de la contingencia.

Burns y Stalker (2001) analizaron a diversas organizaciones en distintos aspectos y al compararlas lograron concluir que, para alcanzar una adaptación con éxito a los diversos entornos y su constante cambio depende de las habilidades que posee la alta dirección para poder interpretar las variantes y condiciones del mercado y ambiente para lograr aplicar medidas de acción como facilidad de cambio, capacitación del personal en temas de relevancia, etc. “Las PYMES requieren de estrategias para la creación de valor, para asegurarse un lugar en el futuro.”

Las anteriores teorías sirven para enfatizar lo que las organizaciones mundiales como la CEPAL, la OCEDE, la OMC y demás organismos que surgen a partir de la segunda guerra mundial nos explican es sus informes con datos y estadísticas “las medianas, pequeñas y microempresas son de gran relevancia para las economías locales, de los países y del mundo en general, y estas necesitan de mantenerse en constante cambio y actualización para permanecer

activas o incluso lograr crecimiento, y para ello es necesario estar en cercanía con las nuevas tecnologías y el internet.

Instrumento:

La muestra es de un 70% del universo seleccionado, de las 31 MiPyMES se realizaron 88 encuestas a empleados y a los 31 encargados de los negocios.

Para la recopilación de información en el estudio de campo se llevaron a cabo 2 encuestas, la primera dirigida a los trabajadores.,

- Encuesta no presencial creada con base en el instrumento (liber. vol.20 no.1 Lima ene. 2014) para evaluar el grado de adicción a las redes sociales de acuerdo al Modelo de Respuesta Graduada de Samejima. de los sujetos de estudio. Consta de 3 secciones

I.- Datos Generales.

II.- Conocimiento de tecnología.

III.- Uso de Tecnología.

La segunda encuesta está dirigida para dueños, gerentes y/o encargados.,

- Esta encuesta consta de 3 secciones, que enfatizan como perciben y utilizan los patrones la tecnología y qué opinión tiene de ellas en cuanto a sus trabajadores. La sección III está basada en (Encuesta sobre la percepción de la tecnología y sus aplicaciones dentro de las pymes de Guatemala. By: jcarranzaderas)

I.- Datos Generales.

II.- Uso de Tecnología como herramienta de trabajo.

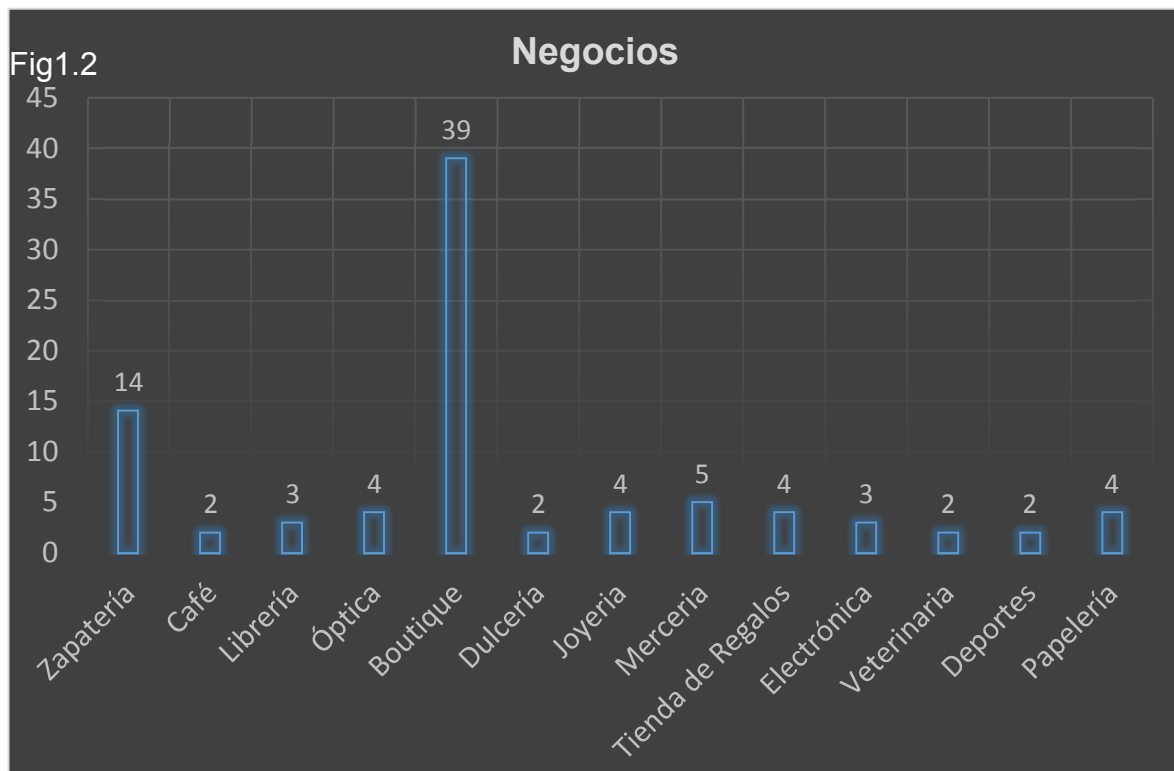
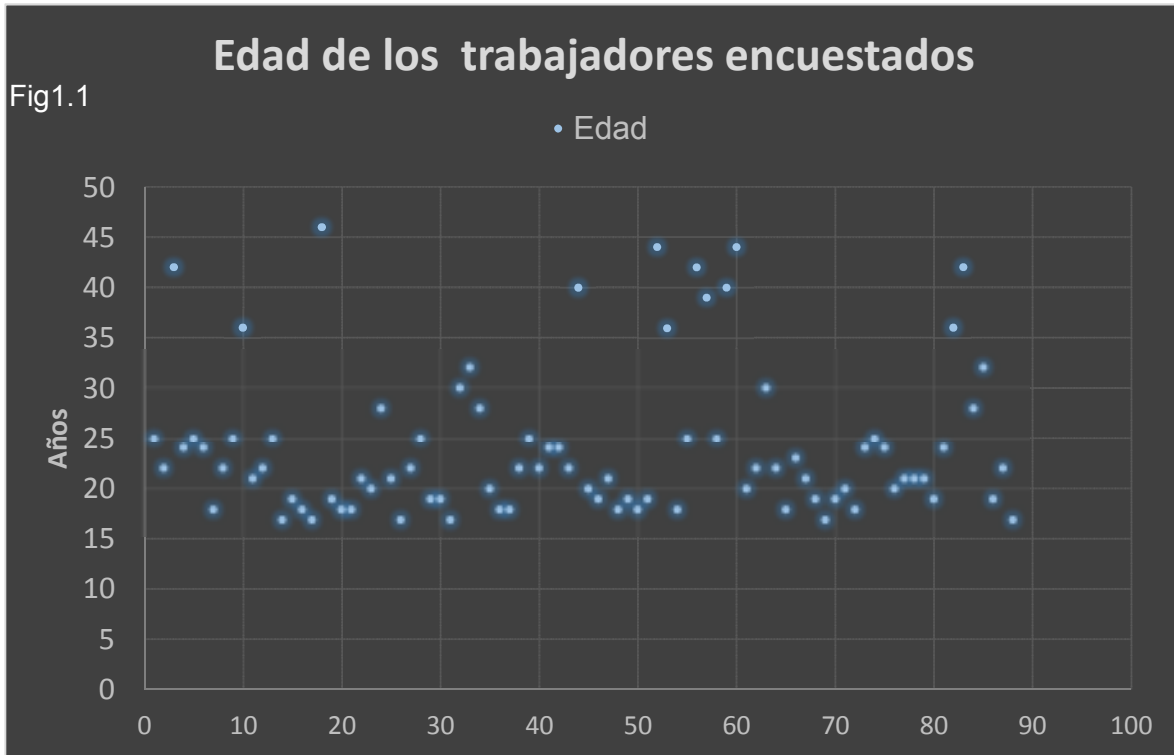
III.- Empresa y Tecnología.

*Ambas encuestas y la manera en que se tabulo la información se pueden encontrar en Anexos.

Resultados:

Trabajadores

Sección I. Datos Generales.



Una vez analizados los datos de las encuestas, se percibe que la edad de los participantes encuestados va de los 17 a los 46 años, arrojando una media en edad de 23 años y su comportamiento se ve reflejado en la Fig1.1 mientras que la Fig1.2 denota que la gran mayoría de establecimientos se dedican a la venta de ropa denominadas (Boutiques). La gran mayoría de los comercios en esta zona cuentan con empleadas del género femenino y esto es debido a que las Boutiques casi en su totalidad están dirigidas a dicho sector.

Genero de los Encuestados

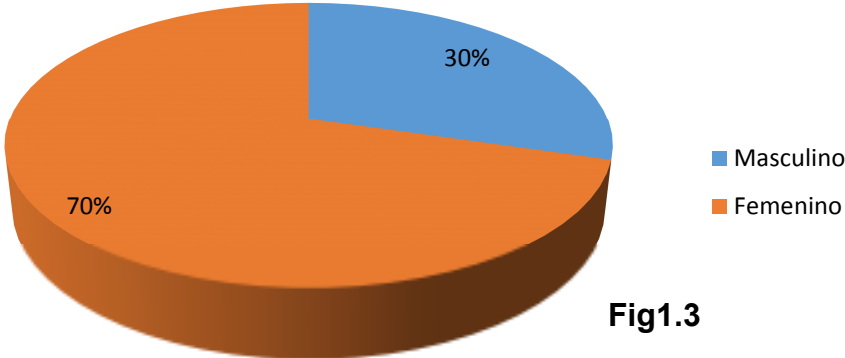


Fig1.3

Es importante remarcar que en las MiPyMES de la Plaza Galerías del Valle, una de las más grandes de Mexicali, la principal fuerza laboral está relacionada con el género femenino, con una edad promedio de 23 años y escolaridad de Preparatoria mayormente.

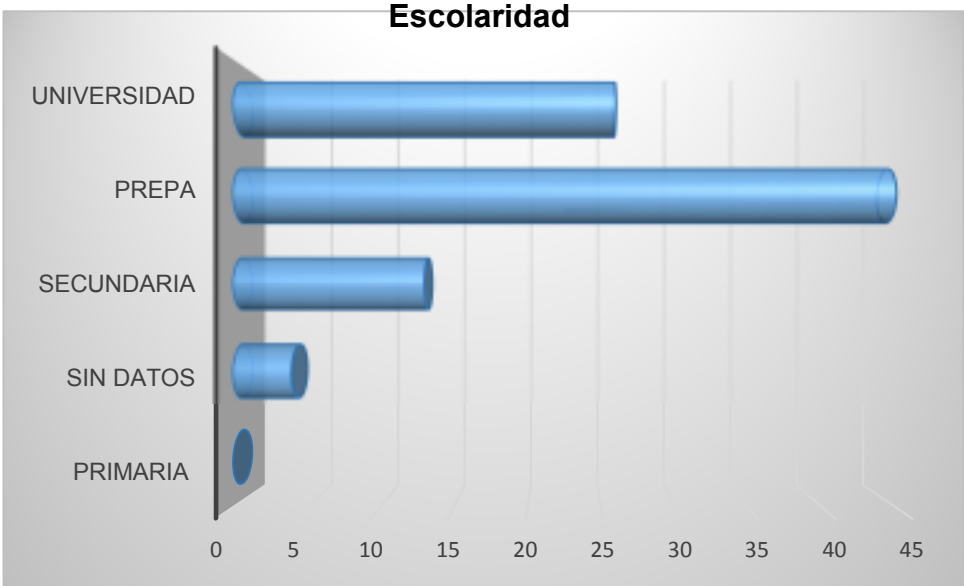
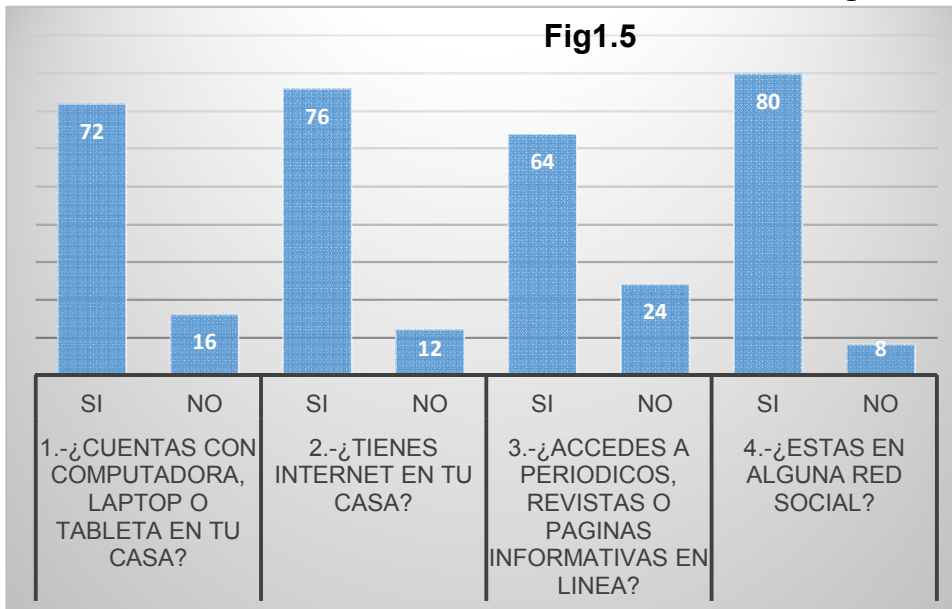


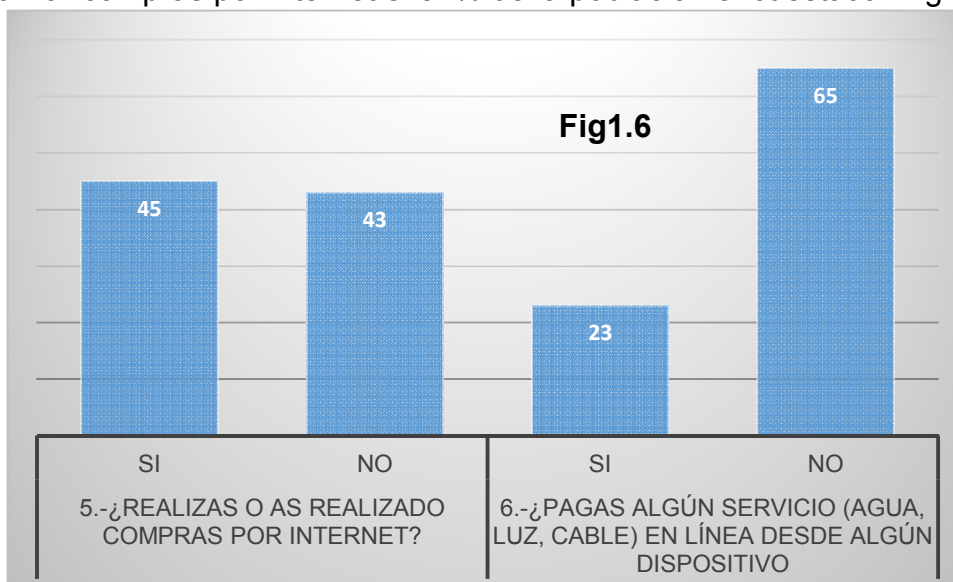
Fig1.4

Sección II. Conocimiento de Tecnología.



No es de extrañeza que en la Fig.1.5 en pleno siglo XXI la mayoría de las personas cuentan con medios electrónicos y acceso a internet, lo que puede representar importancia es el uso que se le dé a estos elementos, ya que 71 personas cuentan con tabletas y computadoras, pero son 80 los participantes que admitieron estar dentro de una red social.

Si bien los pagos del servicio de manera electrónica representan una ventaja a la hora de ahorrar tiempo distancias y filas no es muy común entre los trabajadores de las MiPyMES en la Plaza Galerías del Valle en Mexicali, sin embargo, si suelen realizar compras por internet el 51% de la población encuestada. Fig1.6



7.-¿Para que utilizas generalmente la computadora?

■ Escuela ■ Trabajo ■ Diversión ■ Otro

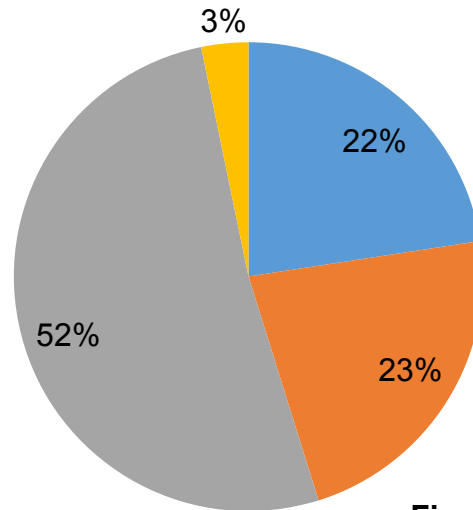


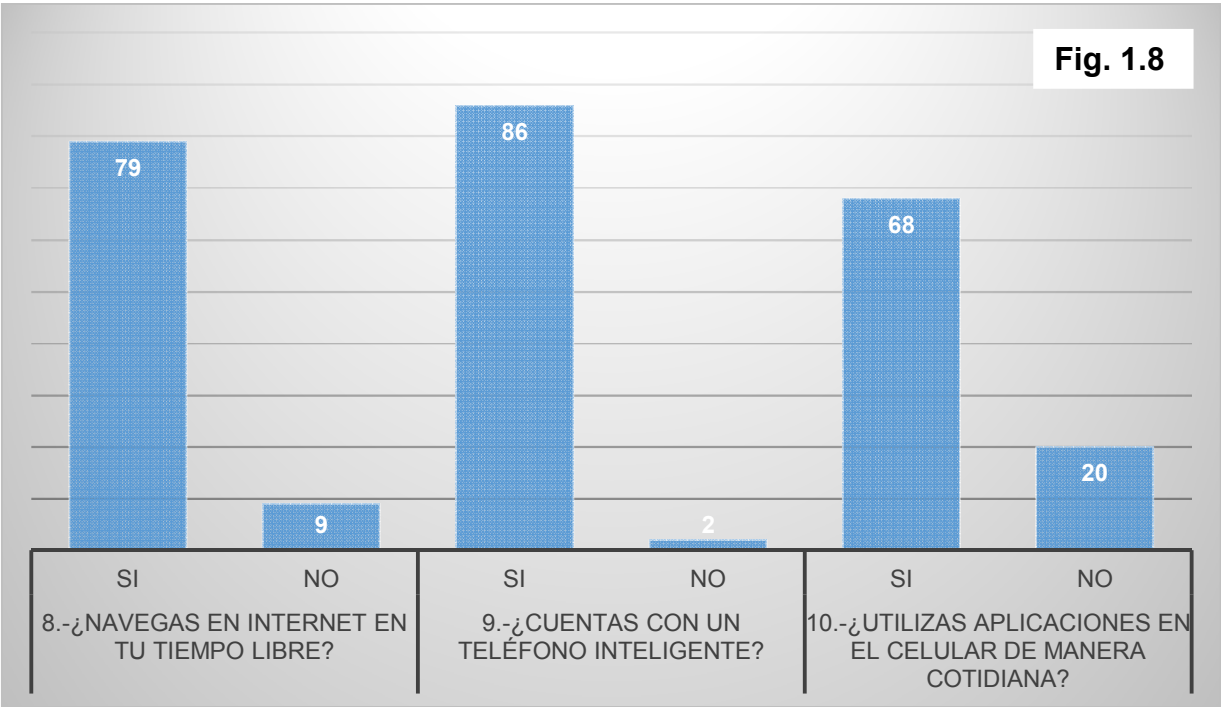
Fig. 1.7

Dentro del entorno cibernético, y modo de vida actual con una fuerte dependencia de la población mundial al internet los trabajadores de las distintas MiPyMES de la Plaza Galerías del Valle, reiteran su gusto por la tecnología ya que la principal razón por la que utilizan una computadora es por diversión aun y cuando los promedios de edad infieren que son jóvenes en edad escolar, los usos para el trabajo o la escuela solo representa $\frac{1}{4}$ cada uno entre la población en general.

El 3% que indicó el uso de la computadora como “Otro” hacen referencia a que el principal uso que le dan es el de comunicación con sus familiares lejanos u obtener información para compras y viajes, actividades que se pueden considerar como entretenimiento, siendo en tan bajo porcentaje por que se consideran actividades de uso más frecuente en dispositivos móviles (tabletas y celulares) que, en la propia computadora, Fig1.7

Las variables 8, 9 y 10 del cuestionario se dirigen a celulares principalmente y no a las computadoras de escritorio o laptops, generando el punto clave en las preocupaciones de los empleadores y en la temática que los autores comentan como factor de riesgo para caer en la “adicción a redes sociales”

La Fig1.8 indica que más de 85 personas de 88 encuestados cuentan con un teléfono inteligente, el cual se denomina así por tener acceso a internet y aplicaciones que no se enfocan principalmente a la comunicación por llamada telefónica como un teléfono tradicional. Es muy bajo el porcentaje de las personas que no navegan en su tiempo libre por las maravillas del internet, incluso una gran parte de la población aseguró que es una actividad cotidiana.

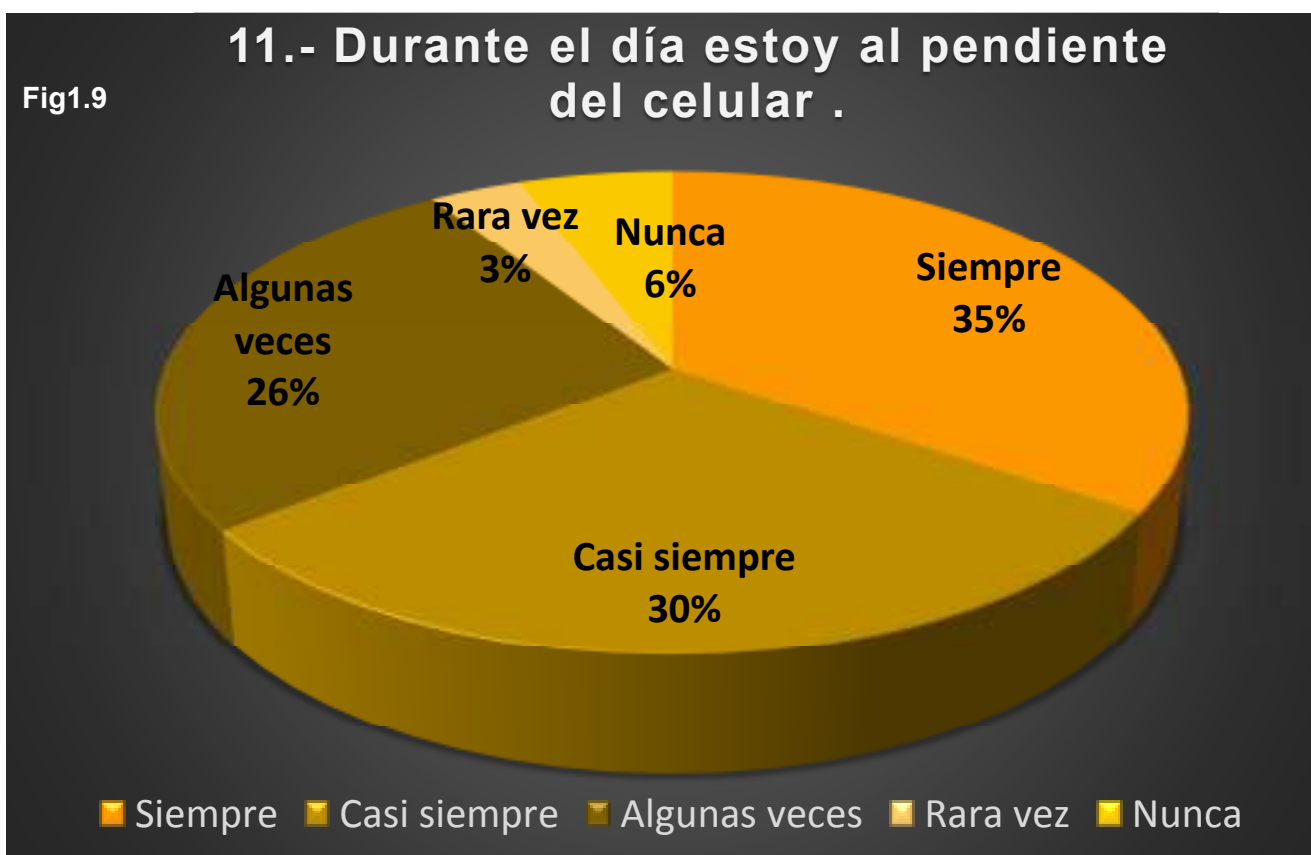


La sección II deja en claro que las personas conocen de la tecnología actual, les gusta, están dentro de redes sociales, cuentan con teléfonos inteligentes, la principal actividad en el uso de las computadoras es diversión, y aunque han realizado compras en línea no es muy común que le den esa finalidad, mucho

menos para pagar los servicios básicos del hogar, y definitivamente son aliados del internet cuando tiene tiempo libre.

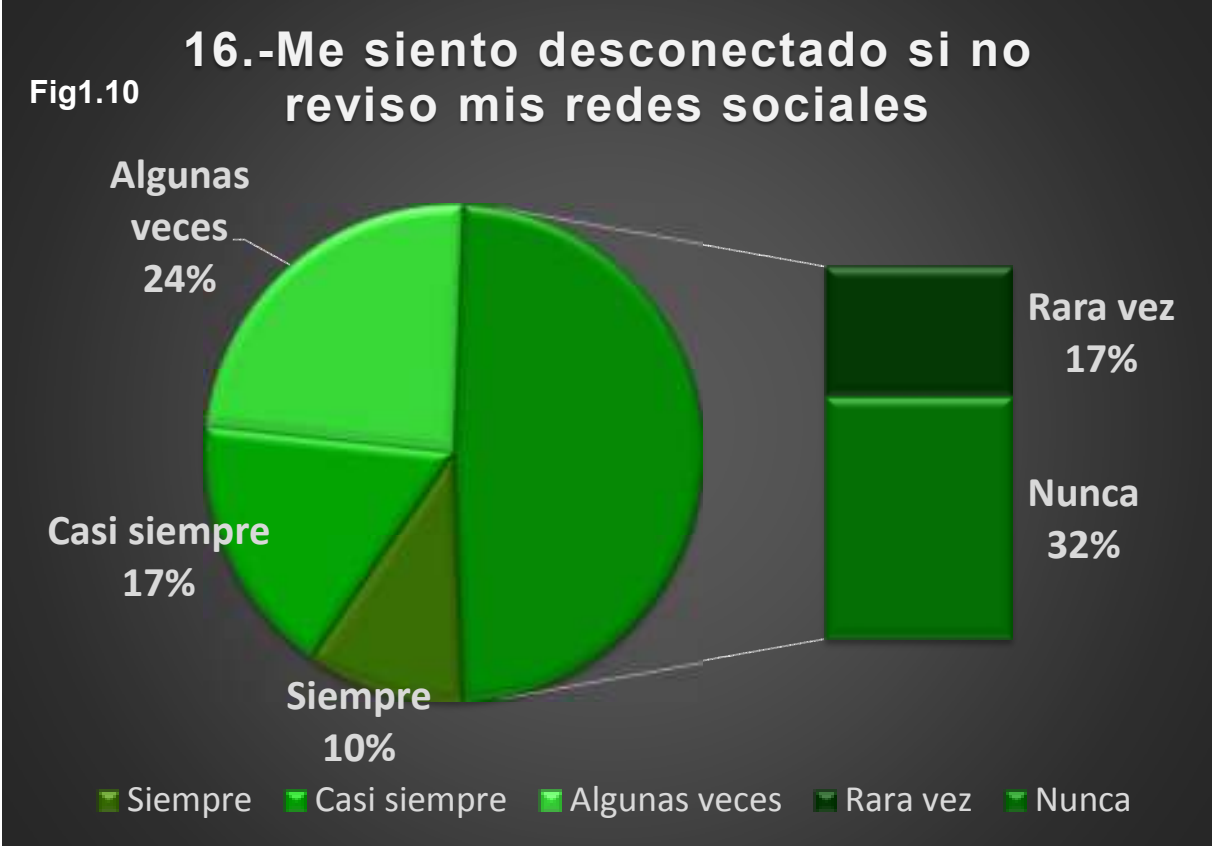
Sección III. Uso de Tecnología.

El 66% de los sujetos de estudio aseguraron ser muy dependientes de teléfonos celulares, sin embargo, solo el 9% de la población expresó ser indiferente ante el uso de los dispositivos móviles.



Al obtener un 9% en total de las respuestas Rara Vez y Nunca, deja ver que el 91% de los empleados si tienen un gran apego a el teléfono celular, que es un signo de adicción a las redes sociales según la encuesta (liber. vol.20 no.1 Lima ene. 2014,) en combinación del reactivo 16 podrían

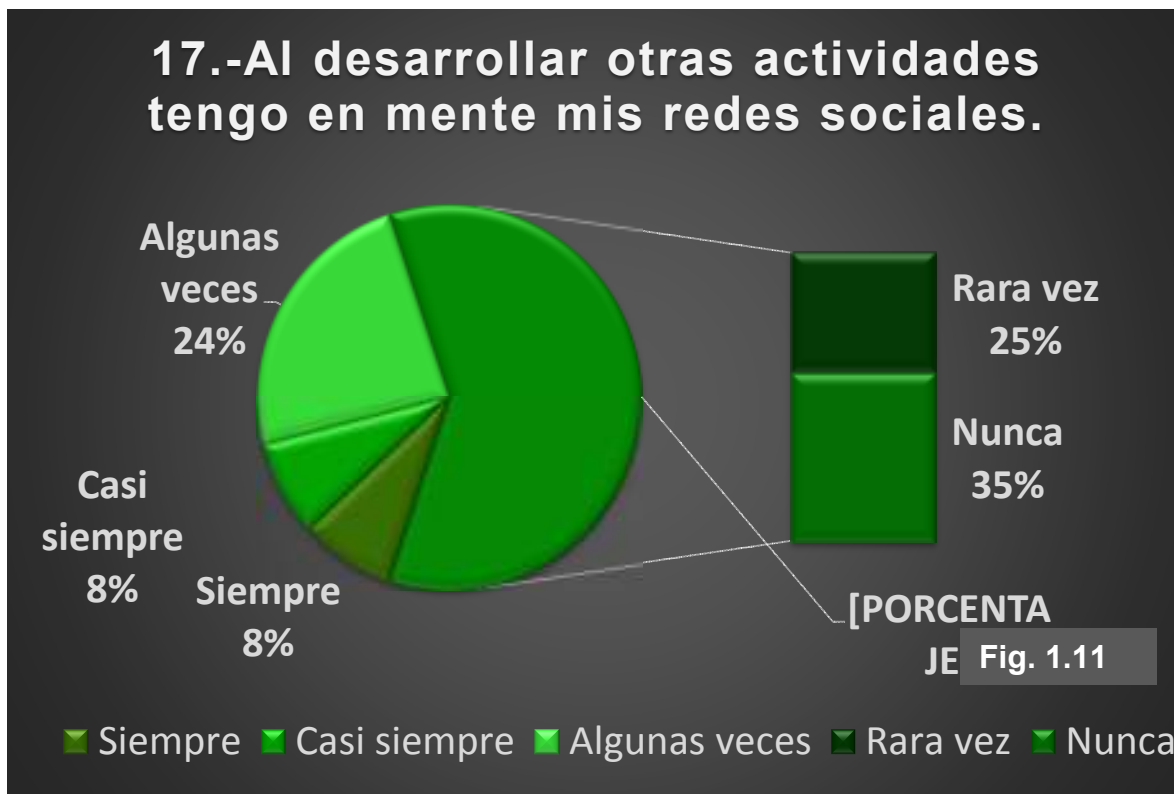
generar un problema para el desempeño de las funciones del trabajador ya que determina un sentimiento personal acerca de las redes sociales y el 51 % de los encuestados se sienten de alguna forma “desconectados” en términos de escasez o falta de comunicación al no revisar sus dispositivos móviles, en cuanto al 49% restante no tiene problema alguno Fig1.10



Aunque el reactivo siguiente nos brinda un interesante dato de contradicción aparente en relación al reactivo 16 de la Fig1.10 dado que un 60% de la población aseguró que no tiene siempre en mente las Redes Sociales (RS) al estar desempeñando alguna otra actividad, indicando que pueden mantener separado el sentimiento de sentirse extraño o “desconectado” al no revisar sus RS a la hora de realizar otras actividades durante el día.

Para determinar que una persona es adicto a las redes sociales ambos reactivos deben coincidir a directamente es decir afirmar que se sienten desconectados

cuando no están en las RS y que durante el día al desempeñar otras actividades las tienen constantemente en su pensar.



En cuanto al uso del internet como medio de obtención de información se mantiene en equilibrio sin ser una actividad principal para los usuarios ya que el 54% se informa de las noticias relevantes, el 46% va de algunas veces a nunca informarse a través del internet, indicando que lo hacen por otra vía quizás televisión, periódico o incluso la radio.

12.- LEO LAS NOTICIAS EN INTERNET.

■ Siempre ■ Casi siempre ■ Algunas veces ■ Rara vez ■ Nunca

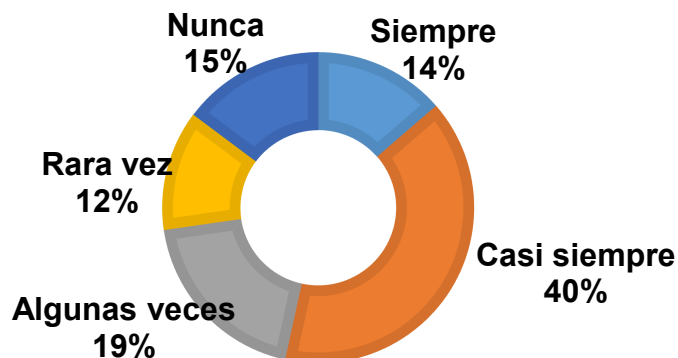


Fig. 1.12

Otro de los datos de alarma para determinar qué tan dependiente es la población hoy en día es saber acerca de sus actividades por la mañana cada que se despiertan y para los trabajadores, si implica un foco rojo el que al despertarse el 39% siempre se conecta a internet que sumados con los que casi siempre lo hacen logran un 74% aunque bien puede ser para informarse de lo que acontece en el día, también podría ser para revisar su estatus en las redes sociales, solo el 6% nunca las revisa justo al despertarse, aunque no quiere decir que no lo hagan en el transcurso de la mañana.

13.- Al despertar me conecto a internet.

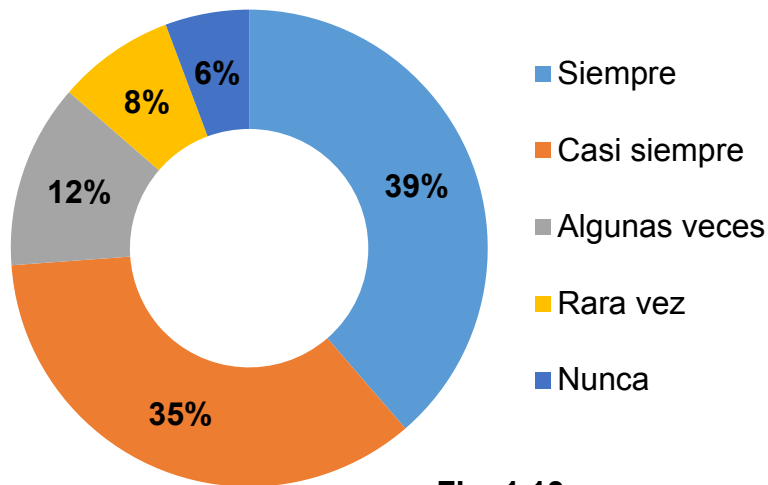


Fig. 1.13

El GPS una herramienta formidable de la actualidad que permite conocer las mejores rutas para desplazarse entre lugares, evitar buscar caminos en mapas impresos o perderse entre carreteras o caminos desconocidos, la cual tiene la única finalidad de guiar al usuario durante viajes en automóviles sin riesgo a extraviarse, aun así, no es de gran popularidad entre los trabajadores al obtener datos muy similares de cada variante de la escala siendo la mayor respuesta con un 26% el que se utilice algunas veces, nunca y rara vez concentran un 41% dejando el 34% restante a los usuarios que lo usan con regularidad. Fig. 1.14

14.-Cuando salgo de viaje me apoyo del GPS.

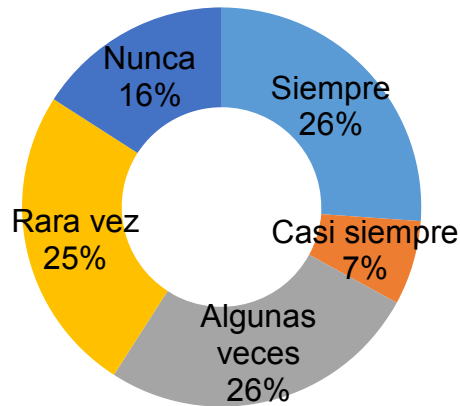


Fig. 1.14

Otro de los reactivos con respuestas muy parejas que no se cargan hacia ningún lado de la balanza con fuerza es el uso de teléfono celular para consultar el clima, al obtener el porcentaje más grande en la respuesta de alguna vez con un 40% en cuanto las respuestas de siempre y nunca los usuarios se dividen entre el 14 % y 15 % respectivamente.

15.-El clima lo consulto por medio del celular

■ Siempre ■ Casi siempre ■ Algunas veces ■ Rara vez ■ Nunca

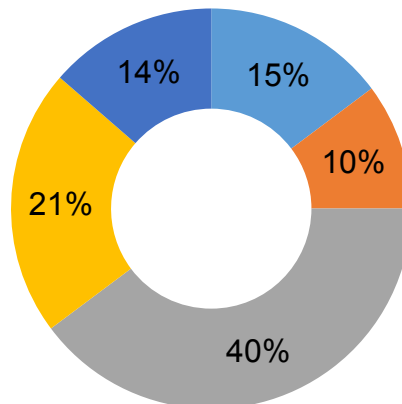


Fig. 1.15

18.-UTILIZO PROGRAMAS Y HERRAMIENTAS DIGITALES PARA HACER MAS EFICIENTE ALGUNA TAREA.

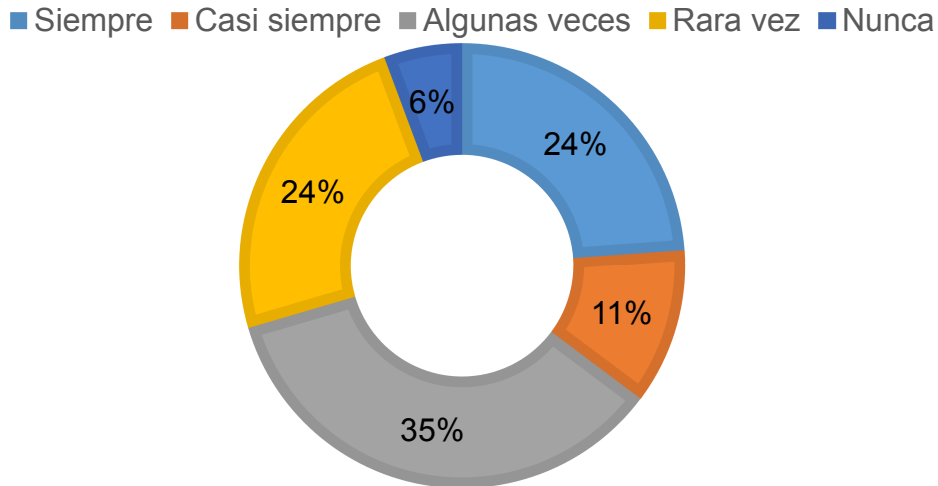


Fig. 1.16

Para los trabajadores de la Plaza Galerías del Valle, no es común utilizar herramientas digitales para facilitar sus tareas o labores, solo $\frac{1}{4}$ de la población indicó usarlas siempre, la mayoría que corresponde a 30 personas es decir un 35% las utilizan solo ocasionalmente.

19.- UTILIZO AGENDAS DIGITALES PARA ADMINISTRAR MI TIEMPO.

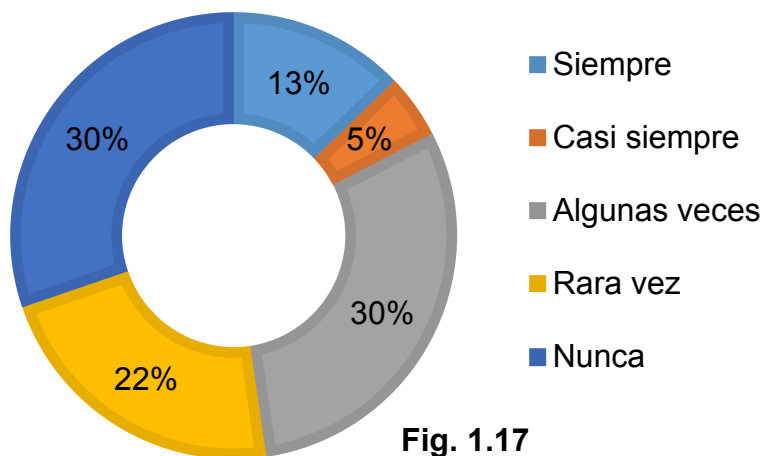


Fig. 1.17

La fig. 1.17 indica que no es común en los usuarios el utilizar agendas electrónicas para llevar control de su día y actividades la mayoría con un 30% no las usa nunca mientras que solo el 13% disfruta de los beneficios de esta herramienta digital.

20.-NECESITO DE UNA COMPUTADORA PARA REALIZAR MI TRABAJO.

■ Siempre ■ Casi siempre ■ Algunas veces ■ Rara vez ■ Nunca

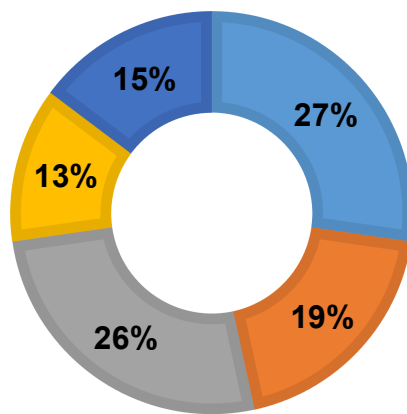


Fig. 1.18

Más de la mitad de los negocios son tiendas de ropa, por tal motivo las labores pueden ser más de piso que administrativas para tener que utilizar una computadora con excepción de los que realizan inventario o cobran las ventas, por tal motivo el reactivo 20 de la figura 1.18 queda equilibrado en las respuestas de los trabajadores expresado en un 46% los que siempre y casi siempre la utilizan y un 29% son los trabajadores que algunas veces o raras veces la usan, solo el 15% atienden sus tareas sin la necesidad de una computadora.

Los distintos dispositivos que existen para acceder a internet se manejan por cuentas de usuarios y estas cuentas son compatibles de un dispositivo a otro, como ejemplo se puede escuchar música de alguna página en específico por igual a través de un teléfono, una computadora, una tableta o incluso un videojuego, lo mismo ocurre con redes sociales o correos electrónicos el 27% de los trabajadores utilizan esta opción manejando la tecnología en multi-plataformas el 33% recaba al grupo más grande que rara vez vinculan todas su cuentas, sin embargo, sí lo han hecho a diferencia del 13% que no utilizan esta característica.

21.-CONECTO MIS CUENTAS A MAS DE UN DISPOSITIVO COMO CELULAR, PC, CONSOLAS Y TABLETAS.

■ Siempre ■ Casi siempre ■ Algunas veces ■ Rara vez ■ Nunca

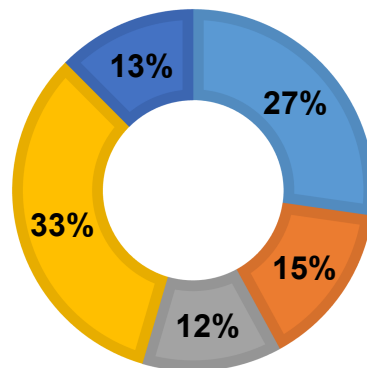


Fig. 1.19

Las capacitaciones en cualquier tema o actividad generan valor agregado a cada individuo, por eso las grandes organizaciones generan programas, incluso departamentos de capacitación y adiestramiento, dependiendo de las necesidades propias de la empresa o del trabajador, en cuanto así los empleados de las MiPyMES de la Plaza Galerías del Valle toman Cursos referente a actualizaciones en programas y tecnología, el 49% coincidió en

nunca recibir esta clase de adiestramiento, solo el 8% aseguró recibirlo siempre.

22.-TOMO CURSOS DE ACTUALIZACIÓN EN USO DE PROGRAMAS

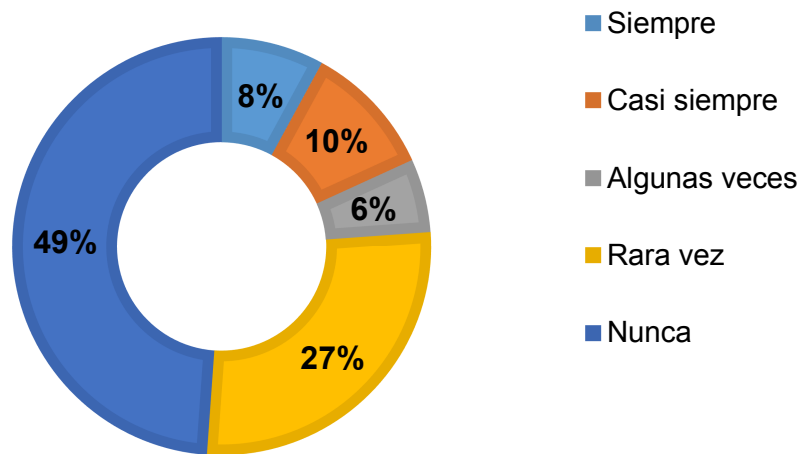


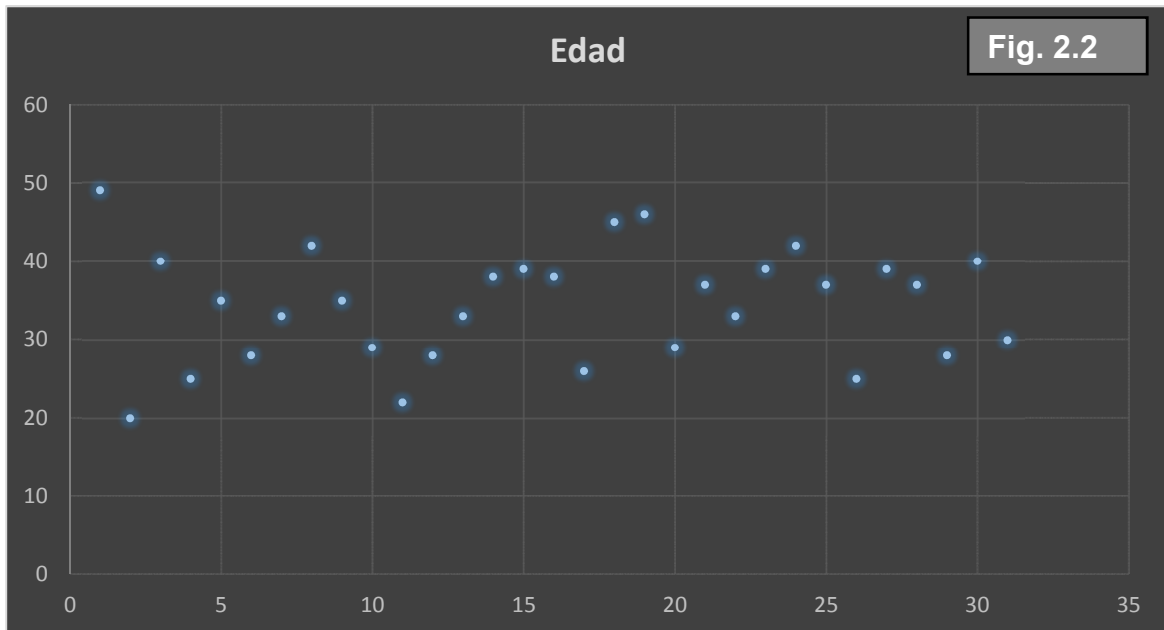
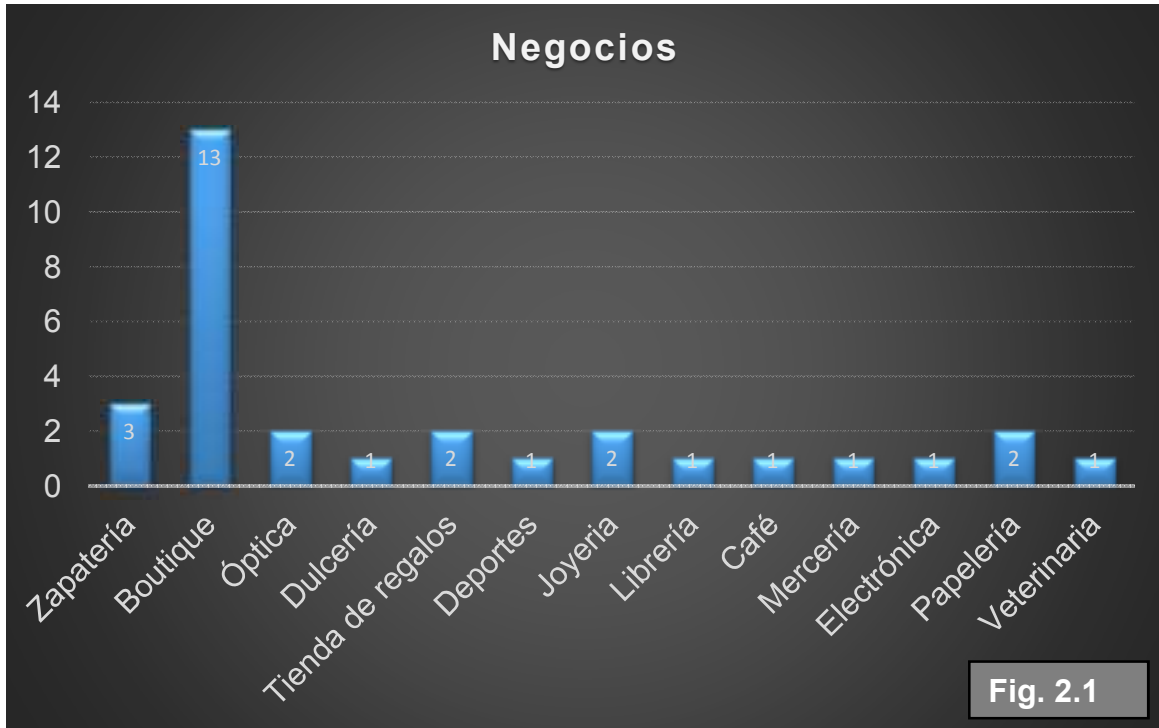
Fig. 1.20

En la sección I los trabajadores indicaron tener conocimiento en tecnología de uso personal y saber usarla, una vez analizada la Sección II es perceptible que, el uso no es en gran medida para el trabajo o labores cotidianas como pago de servicios básicos y compras de artículos para el hogar, la función principal para su uso es como un medio de diversión para entretenimiento personal aprovechando las cualidades de los teléfonos inteligentes para comunicarse de manera oral, escrita, al ser usuario de redes sociales.

El uso de agenda electrónica, revisar las noticias por internet, o usar un GPS no es común entre los trabajadores, sin embargo, están dentro de las RS y revisan sus dispositivos móviles al despertarse aunado al sentimiento de sentirse desconectado al no revisar las redes sociales del 51% de los encuestados.

Dueños / Encargados

Sección I. Datos Generales.



El rango de la edad entre los encargados de los negocios oscila entre los 20 y 50 años, la media entre ellos es de 35 años, en cuanto a la Fig. 2.1 es información similar a la del empleado, sin embargo, en esta de destaca que la unidad se refiere a la cantidad de negocios en la plaza, es decir el total de encuestas se aplicó a 12 Boutiques, 3 zapaterías, etc.

En cuanto a la edad de los encuestados, se sigue manteniendo la mayoría del sexo femenino, aunque no con una diferencia tan marcada 61% mujeres y el 38% son hombres.

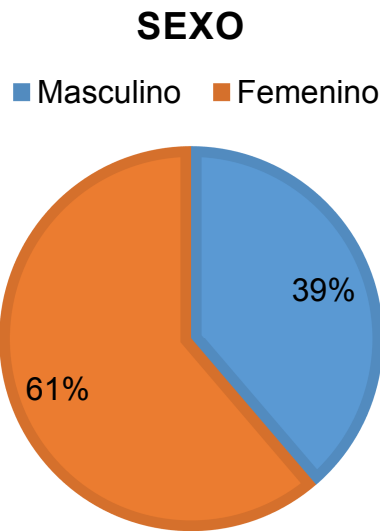


Fig.2.3

La escolaridad indicada entre los encardados de las MiPyMES está en la media superior siendo preparatoria y universidad, en la descripción del cargo se dieron respuestas como dueños, directores, encargados, gerentes, supervisores, y responsables de tienda.

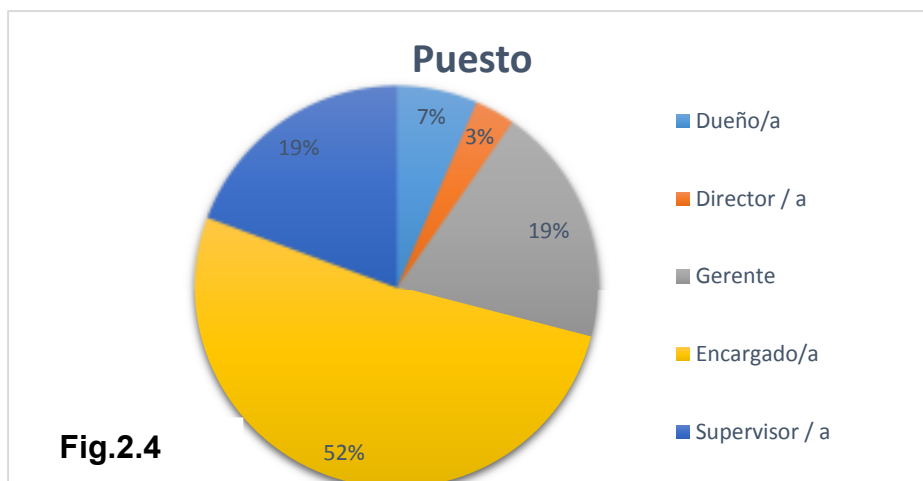
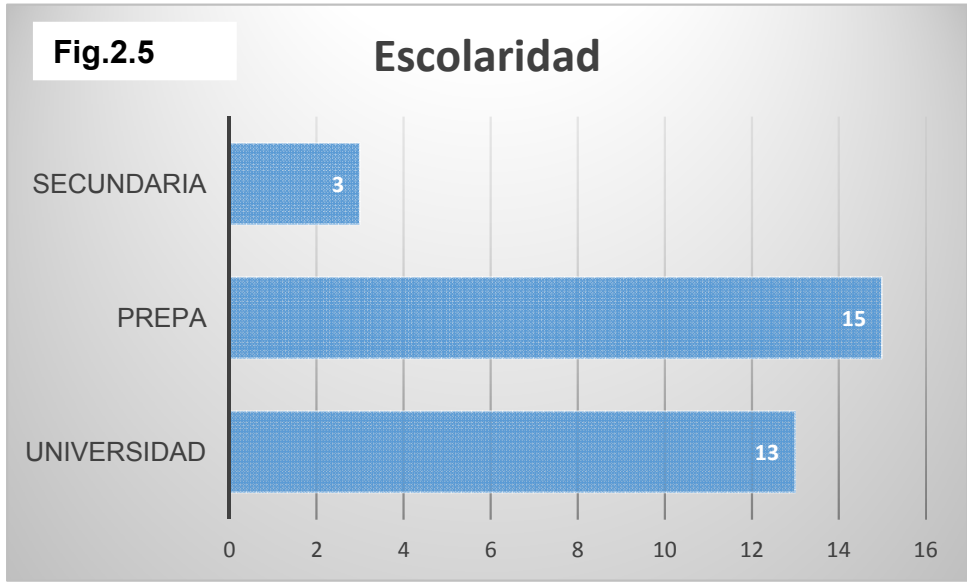


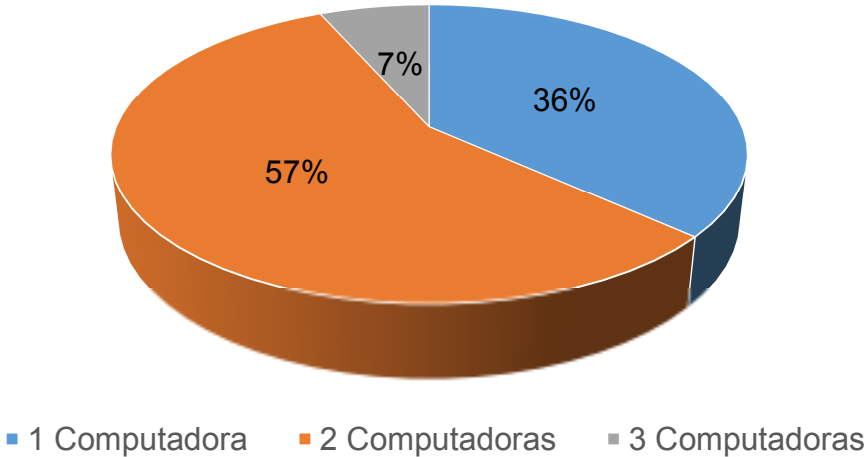
Fig.2.4



Sección II. Uso de Tecnología como herramienta de trabajo.

La segunda parte del cuestionario para los encargados tiene la finalidad de conocer que tanto se apoyan de la tecnología para poder impulsar su negocio, si lo manejan de una forma tradicional o si están compaginados a las formas de hacer negocio, compras y publicidad de manera electrónica. Así que lo primero a cuestionar es si tiene computadora en el negocio, el 100% de ellos asintieron indicando la cantidad de equipos con lo que cuentan y van de 1 a 3 c/u.

Fig.2.6 **Cantidad de Equipo de computo**



2.-¿Cuántos trabajadores usan una computadora o dispositivos electronicos (laptop, tablet, celular) como parte de su trabajo?

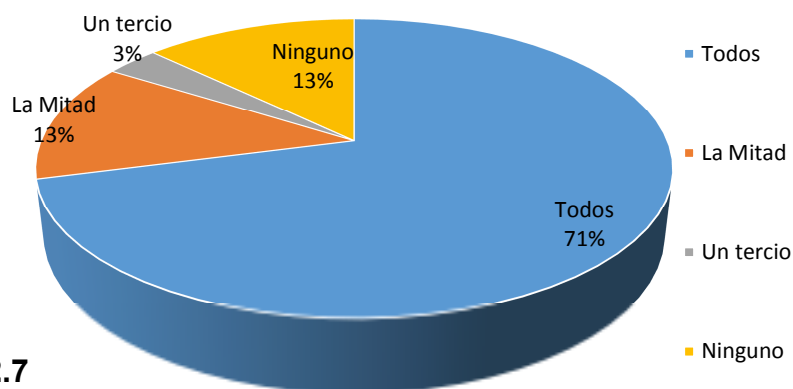


Fig.2.7

La fig.2.7 además de indicar que el 71% de los negocios argumentan que sus empleados necesitan de dispositivos electrónicos, se puede apreciar la importancia y necesidad de estos dispositivos pues el total de establecimientos que afirmaron tener empleados cuya herramienta de trabajo es un dispositivo electrónico alcanza el 87% de la población total encuestada.

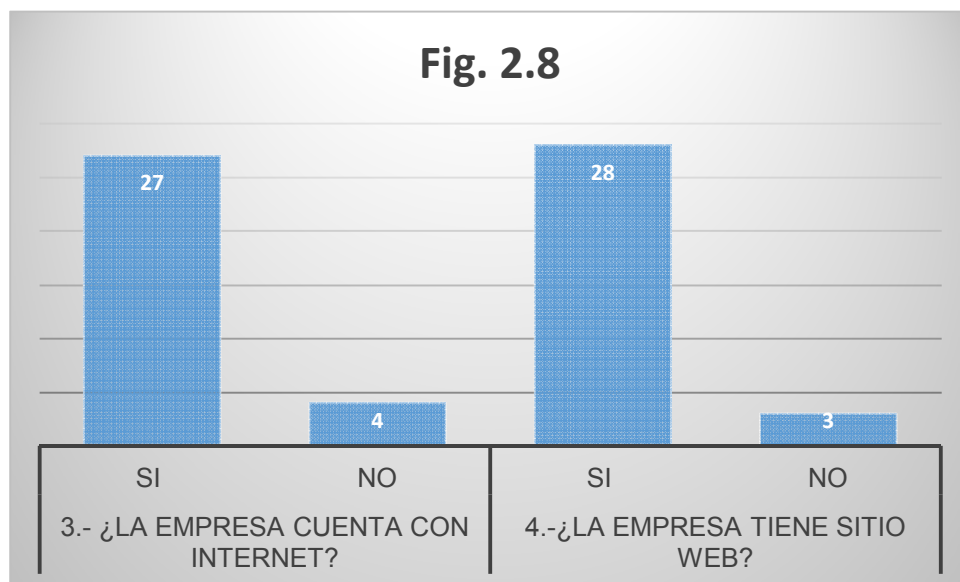
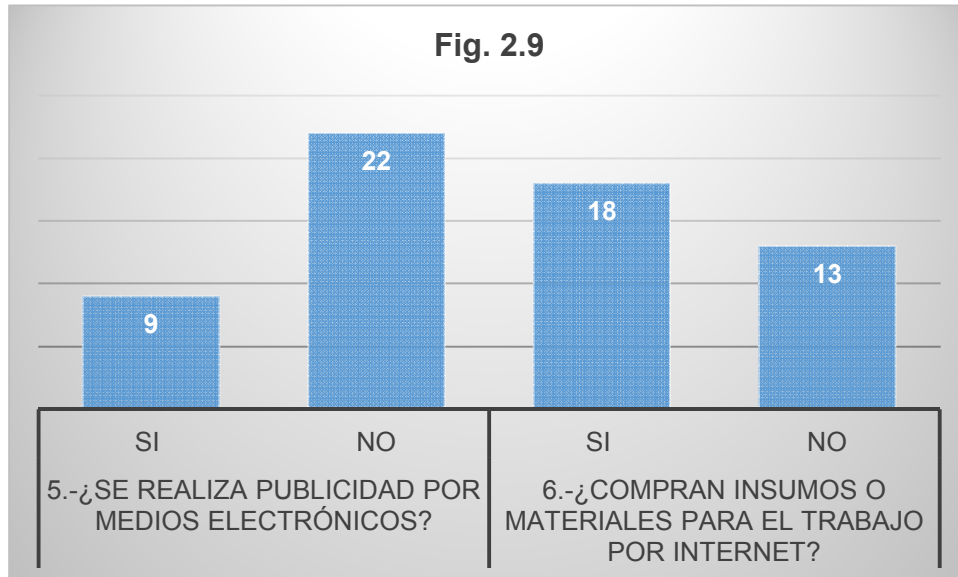


Fig. 2.8

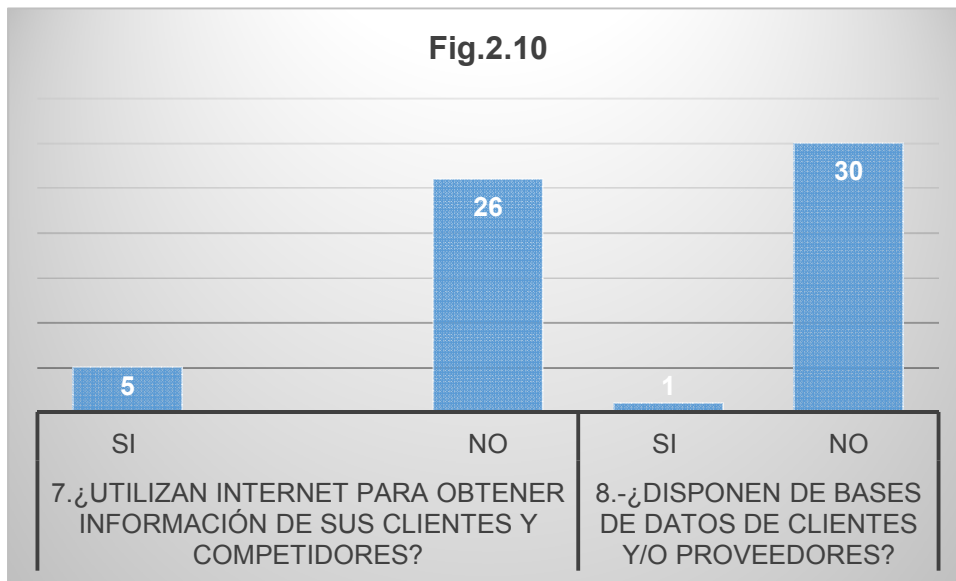
Dato interesante, la fig. 2.8 demuestra que los dueños admiten tener internet en los negocios y, además, una página de internet para promocionarse y mostrar su contenido como empresa, lo que indica que se han podido percatar de las ventajas a que conlleva estar en sintonía a las

nuevas formas de promoción y ventas por medio del internet. De considerar el acceso a internet por parte de sus trabajadores un riesgo para su desempeño laboral más alto que las ventajas que este mismo les puede brindar, no tendrían internet en las áreas de trabajo como lo hacen actualmente el 90% de los participantes.

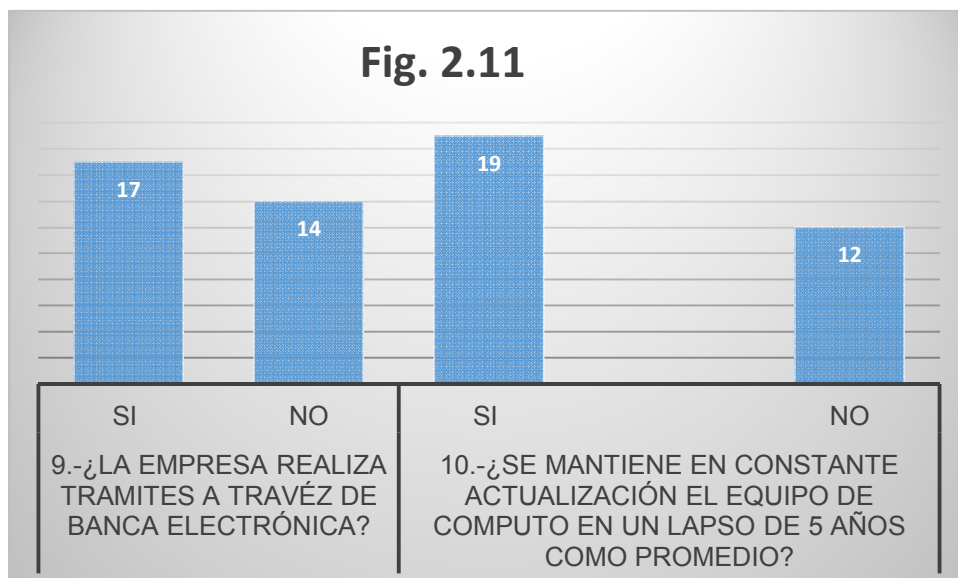


El reactivo 5 expresa que los encargados no consideran que se promocionan por medios electrónicos, aun y cuando en el reactivo 4 admitieron tener página web, lo que indica que a pesar de tener esta herramienta de sitio web, para su administración y forma de dirigir su negocio no lo considera como promoción, en cuanto a las compras por internet por parte de ellos se encuentra muy divididas las respuestas, ligeramente inclinada hacia la afirmación de efectuar la obtención de sus insumos a través de compras en línea.

Parte importante para conocer que tanto se apoya una organización de las herramientas tecnologías es ver que tantas actividades llevan mediante ellas, ya quedó claro que si tienen internet en el negocio, y poco más de la mitad realizan las compras por esta vía, sin embargo, ¿qué hay acerca de aspectos de relevancia como competidores y clientes?



Para las MiPyMES de la Plaza Galerías del Valle, en Mexicali no es de importancia o relevancia es estar al tanto de sus competidores, de acaparar clientes u obtener fidelidad en la clientela a través de medios electrónicos, tampoco gustan de la generación de bases de datos u otras promociones que se pueden apreciar en algunas empresas actualmente, generalmente en cadenas, que otorgan por ejemplo tarjetas de recompensas a los clientes o realizan encuestas a cambio de retroalimentación.



Aunque las respuestas estás muy divididas en la fig. 2.11 es importante resaltar que la tendencia sigue siendo positiva, se mantiene como mayoría quizás siga en

ascenso en los próximos años, ya que son más los negocios que utilizan la banca electrónica para sus pagos y mantiene la actualización de los equipos de cómputo.

Sección III. Empresa y tecnología

Siguiendo con el proceso de recolección de datos se cuestionó sobre lo siguiente:

11.- ¿A qué sector pertenece su empresa?

Servicios (como call centers, limpieza y mantenimiento, soporte, etc.) ,

Comercio (como comercialización y distribución de productos),

Industria (como producción de productos en general, no agrícolas) y

agroindustria (cultivo y producción de productos agrícolas).

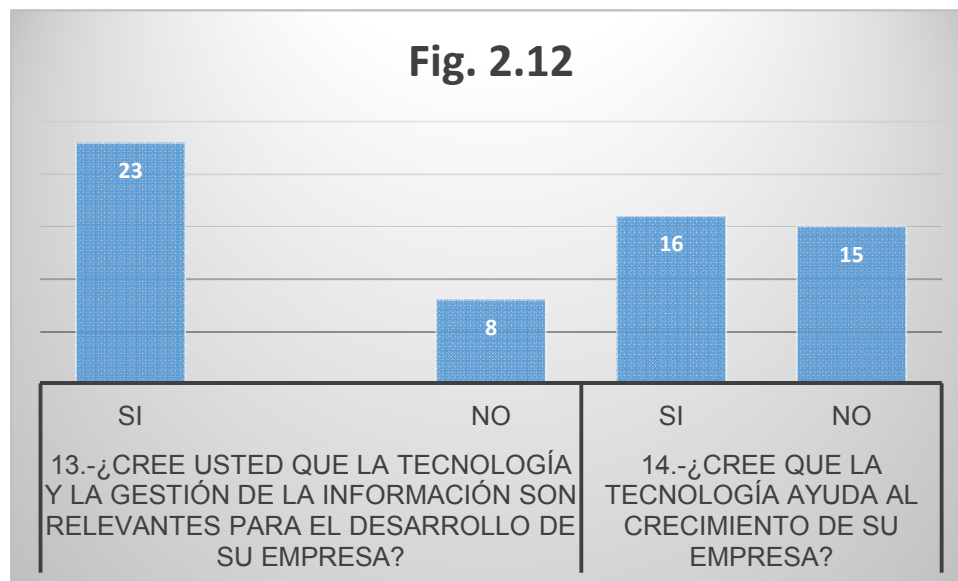
12.- ¿Cómo clasificaría su negocio, dependiendo de las características descritas?

Pequeña (de 1 a 15 empleados)

Mediana (de 15 a 50 empleados)

Grande (de 50 a 100 empleados)

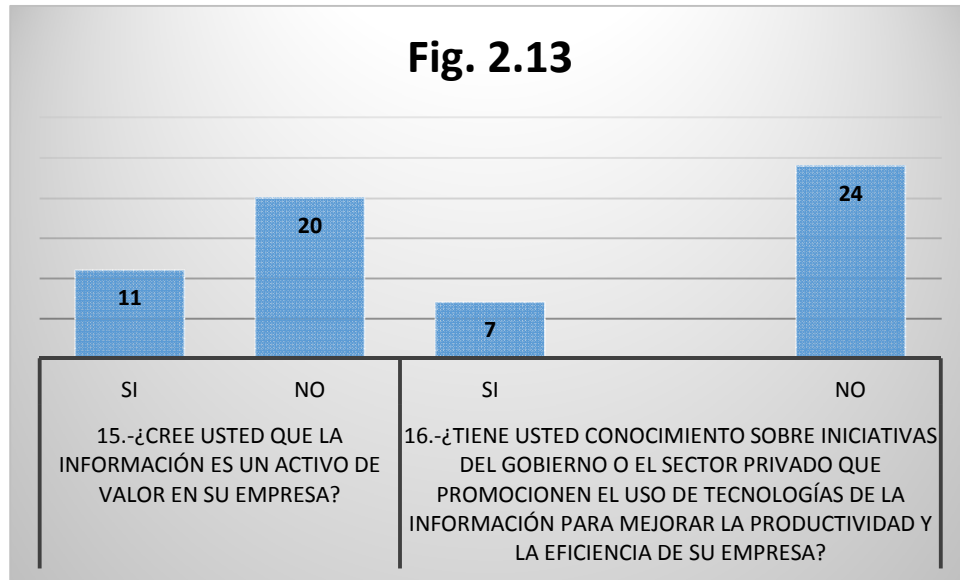
Los resultados en estas cuestiones resultó como estaba esperado, en todas las muestras fueron consideradas como pequeñas empresas, y dedicadas al comercio.



El resultado de la fig. 2.12 explica por qué los empresarios proveen de internet en sus negocios, identificando un área de oportunidad en el recurso tecnológico, más que una amenaza, en cuestiones del desarrollo, en cuanto al posible crecimiento

de la empresa por el uso de la tecnología aún se debate entre los que si lo consideran y los que no.

Por el contrario, los empresarios no consideran la información como un activo de valor para la empresa, y al no ser tema de relevancia para ellos también desconocen si existe algún tipo de apoyo gubernamental para MiPyMES en relación al desarrollo tecnológico y producción de empleo a través de este.



Las bases de datos los Sistemas de gestión y programas estadísticos no son de popularidad en los dueños de estos negocios, generalmente al utilizar el internet se enfocan en paquetería de Office, Navegadores y el Correo Electrónico, por igual.

17.-¿Qué herramientas informáticas utiliza usted dentro de sus actividades diarias?

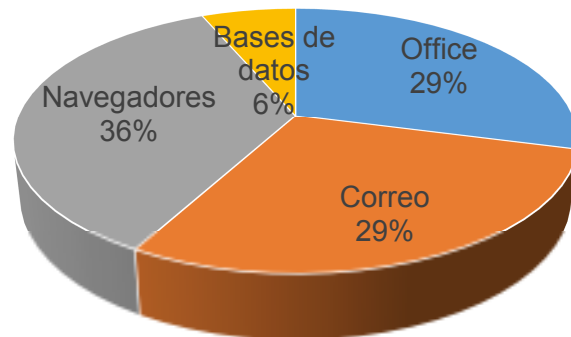


Fig.2.14

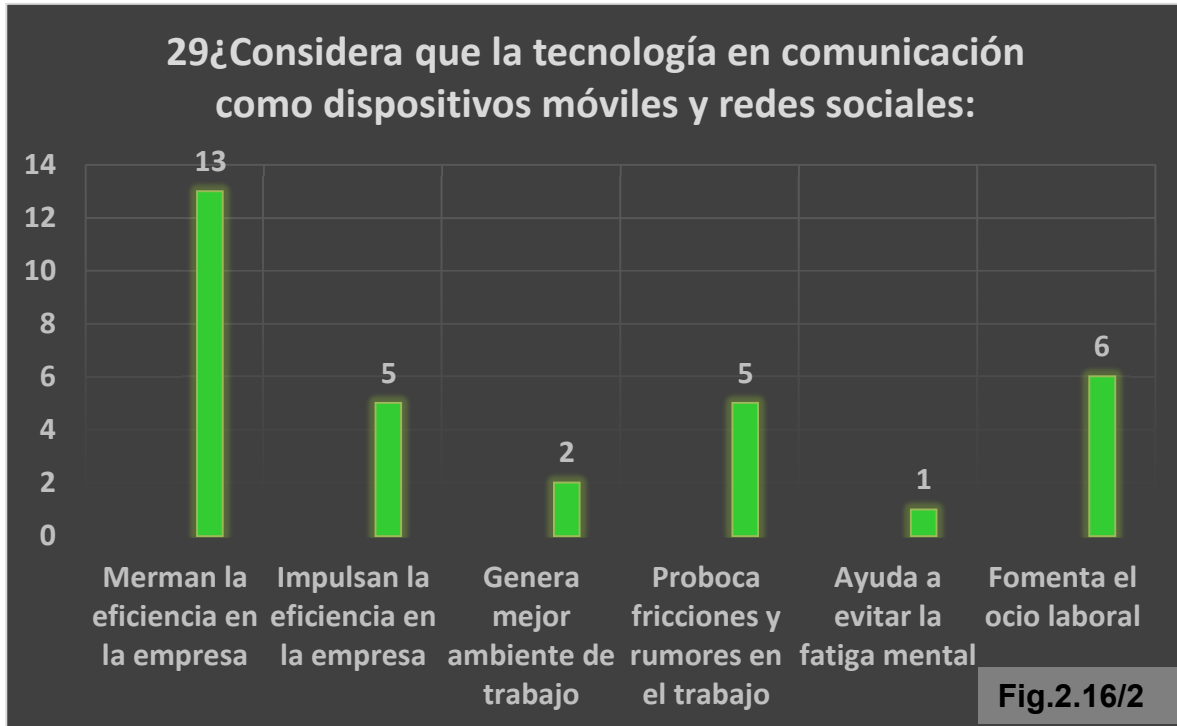
Dos de los reactivos más importantes para la investigación dentro de la perspectiva del patrón son la figura 2.15 y 2.16 en las cuales se expresa la percepción del internet, dispositivos móviles y RS (Redes Sociales) en la empresa y los trabajadores. Para los encargados es una realidad que los usos del internet dentro de las actividades del trabajo traen beneficios y agregan valor a la empresa, en específico es el 77% los que están de acuerdo con dicha afirmación.



En cuanto a lo que opinan en específico de los dispositivos móviles y las RS, resulta ser de preocupación para ellos, al considerar en su mayoría que lo que provocan es una merma de la eficiencia laboral de los trabajadores, seguido por la sensación de que fomentan el ocio laboral. Solo el 3% creen que funciona para combatir la fatiga mental y un 6% lo considera benéfico para mejorar el ambiente laboral.



La figura 2.16/2 permite ver el comportamiento numérico referido en los porcentajes de la figura anterior, solo una de las 31 empresas analizadas considera que las RS ayudan con la fatiga mental de los empleados.



El reactivo 19 tiene la intención de conocer si los dueños de las empresas están familiarizados con las distintas opciones que el internet brinda para la organización, sin embargo, aunque la mayoría afirma conocer, no se especifica si es para diversión o la obtención de información de carácter noticioso.

19.-¿Conoce usted algún otro uso para Internet aparte del correo electrónico y la búsqueda de contenidos de uso para su trabajo?

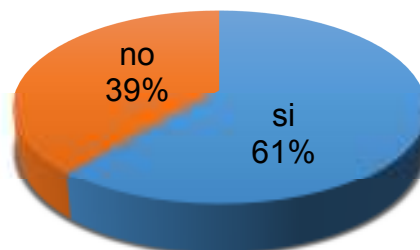


Fig.2.17

El principal motivo que desincentiva a los dueños a no invertir en tecnología es en función de los altos costos representado por el 36% y en segundo no lo consideran de relevancia para el giro de la empresa, esto puede ser por el margen de ganancia y tipos de clientes que atienden, el 6% indica que no están disponible en el mercado informático las soluciones necesarias para su organización.

Fig.2.18

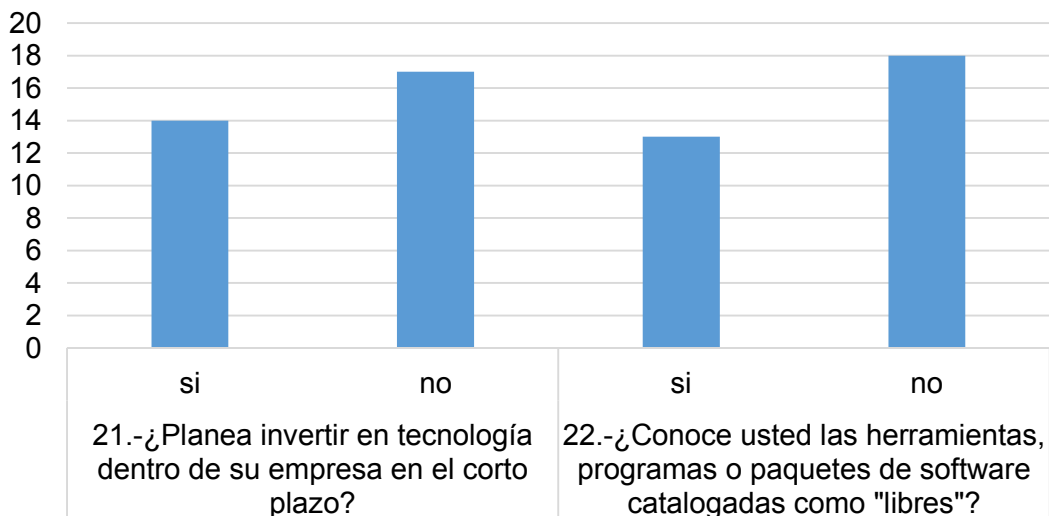
20.- ¿Cuáles serían para usted las razones que harían que dejaran de invertir en tecnología?



Fig.2.18

La cantidad de empleados en promedio de estas empresas es entre 2 y 5 personas, y a pesar del conocimiento de la tecnología de los dueños, no es de prioridad enfatizar su crecimiento por medio de esta estrategia, ya que la mayoría no tiene planes de invertir en tecnología a corto plazo he incluso no conocen herramientas y softwares informáticos que son de uso libre, indicando la falta de interés por indagar en el tema para su desarrollo, en la figura 2.19 se aprecia similitud entre ambos criterios, sin embargo la tendencia sigue siendo la decisión de mantenerse al margen con lo mínimo necesario en cuestiones tecnológicas en el corto plazo y el desconocimiento de paquetería informática de acceso gratuito.

Fig. 2.19



Cada organización funciona diferente, y aplican distintas estrategias para su conveniencia en cuestión de las fortalezas y debilidades que poseen, y pese a la falta de planeación sobre la adquisición de más tecnología para la empresa, los dueños consideran casi en su totalidad que la MiPyME es competitiva entre las organizaciones de su rama, es decir competencia directa.

23.-¿Cree usted que podría competir con otras empresas locales de su mismo giro ?

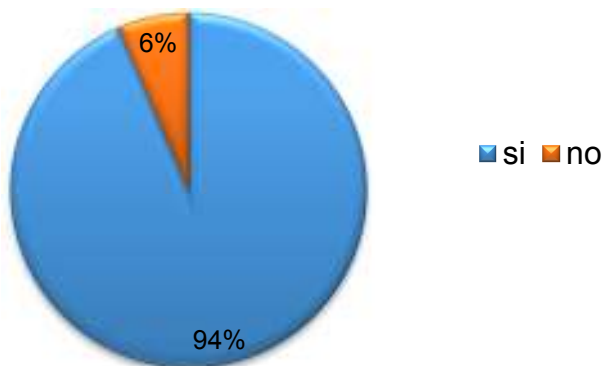
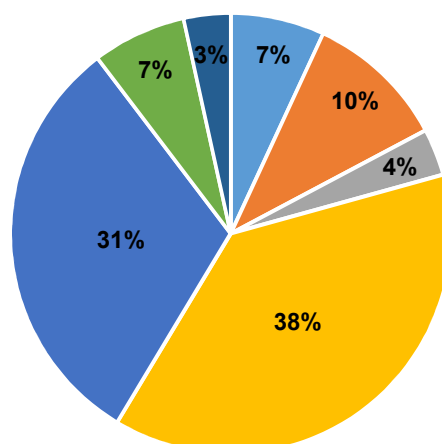


Fig.2.20

24.-¿Por qué cree que la época actual es catalogada como la "ERA DE LA INFORMACIÓN"?



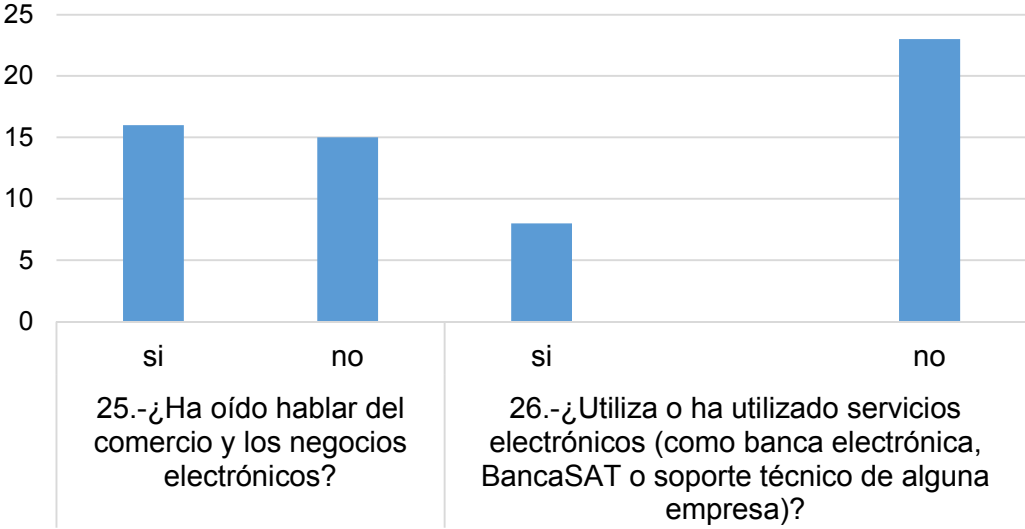
- a) Porque la informática ha trascendido todas las barreras que antes limitaban a las empresas y ha provisto nuevas formas de hacer negocios y gestionar sus procesos.
- b) Porque el conocimiento y la información que tenga una empresa es uno de sus activos mas preciados.
- c) Porque la información es el pilar de todos los procesos dentro de una empresa.
- d) Porque todo se encuentra y está documentado en Internet.
- e) Porque en todas las empresas siempre hay o debería haber como mínimo una computadora.
- f) Todas las anteriores
- g) Ninguna de las anteriores

Fig.2.21

La información es un activo de valor para cualquier empresa, y mientras más información se tenga en el personal y directivos mayor podría ser el éxito de la organización, después de la revolución causada por el internet y medios de comunicación electrónicos la información se vuelve cada vez más basta y accesible, por eso algunos autores nombran a la época actual como era de la información, entre los dueños de las MiPyMES de las Plaza Galerías del Valle atribuyen este fenómeno a que todo se encuentra documentado y en internet con un 38% de la consulta y la segunda razón que afirman es que en cada empresa de la actualizad se puede encontrar por lo menos un equipo de cómputo.

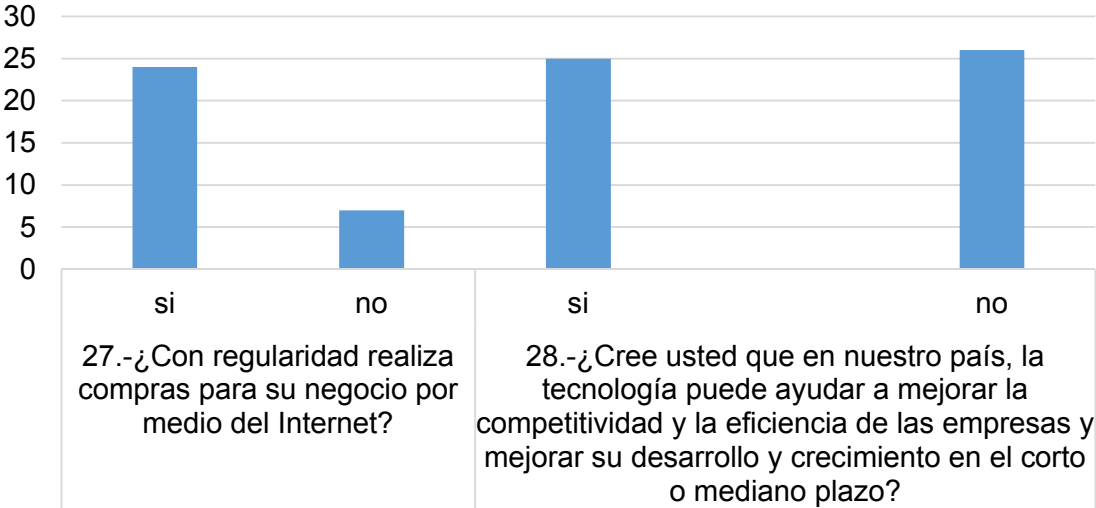
En la figura 2.22 se percibe una resistencia al cambio, debido a que los dueños conocen de la tecnología y sus beneficios, la mayoría a oído acerca de los comercios electrónicos, sin embargo, prefieren no aprovechar de los beneficios que brindan los servicios electrónicos y otras actividades propias de la organización a través del internet.

Fig. 2.22



Nuevamente se refleja los conocimientos de los empresarios en cuanto a compras y ventas por internet, a pesar de ello la mitad de ellos no creen que en México la tecnología pueda ayudar a mejorar la competitividad y eficiencia de sus empresas para impulsar su crecimiento. Fig.2.23

Fig. 2.23



Conclusiones:

La tecnología es maravillosa y la población tanto de empleados como empleadores en las MiPyMES de la Plaza Galerías en Mexicali, Baja California, México, está consciente de que es un área de oportunidad para mantenerse actualizados y encontrar mejores precios para los proveedores, así como poder llegar a más clientes potenciales, aunque por otro lado existe la sensación de los empleadores de que en definitiva sus empleados solo pierden su tiempo sumergidos en el internet. Por más que se debata si es bueno o no el internet, tecnología y RS en las empresas la realidad es que no es un tema que se pueda simplemente elegir entre usarlo o no, independientemente de las brechas generacionales la tecnología se utiliza en las personas de todas las edades, y en definitiva se considera como una fuente de beneficios para la comunicación y facilitar tareas.

Pero el debate más fuerte sin resultados en los estudios sobre si existe o no una condición de adicción a las Redes sociales y el internet, queda claro que los trabajadores son dependientes a los dispositivos en gran medida y más que identificar si son adictos o no, la realidad es que, si implica un problema para los empresarios, ya que lo consideran una fuente que fomenta el ocio, mermando la eficiencia laboral, pues el 65% de los empleados siempre están al pendiente de sus dispositivos y RS, gustan del internet y tecnología pero no para actividades como consulta de noticias, llevar agendas o agilizar las labores, sino como una fuente de esparcimiento. Sin embargo los empleadores no intentan combatir esta condición derivado a que es una situación común de la actualidad y necesitan más el contar con el recurso de internet en sus empresas que impedirles la conexión a sus empleados.

- Las empresas cuentan con recursos tecnológicos a sus disposiciones y tanto los empleados como los dueños conocen de sus beneficios y utilidad en la empresa.

- La finalidad principal es mantenerse al día con el entorno y dar difusión del negocio en la comunidad, sin profundizar en softwares sofisticados un controlar el manejo y seguimiento de proveedores y clientes.
- La mayoría de los negocios son comercios de atención directa a los clientes, en apoyo a lo que buscan o desean comprar, si un cliente no recibe atención por parte de los empleados de un inicio, genera una mala sensación para el lugar y podría terminar por decidir ir a otro establecimiento, en la inspección de campo fue notoria la actitud de los trabajadores en las tiendas, cuando no estaban atendiendo a una persona se les podía observar atentos a su celular, cosa que no suceden al estar presente en ese momento el dueño del negocio, pues en lugar de estar con el teléfono de dedicaban a labores de limpieza o acomodo de mercancía.

Existen factores que infieren una adicción de los trabajadores a las RS como que el 66% de los trabajadores afirman estar al pendiente del celular todo el día, un 51% indica que se siente “desconectado” si no revisa sus redes sociales, y el 86% suele conectarse a internet al despertar por las mañanas, sin embargo, no se puede confirmar debido a que un 60% no se mantiene pensando en sus cuentas de RS al desarrollar otras actividades, además de que utilizan el celular como medio de distracción cuando no tienen algo más importante que hacer. Por lo tanto, es más importante retomar el debate en Fernández, N. (2013) donde alude en su investigación al decir que sin importar la existencia de una denominada adicción a las RS lo que es una realidad es que si generan un problema en los trabajadores en definitiva pueden reducir su desempeño laboral si no son supervisados al efectuar sus labores pidiendo tiempo en los dispositivos móviles, de ahí que los dueños las consideren una fuerte distracción.

Si el compromiso de las labores va en función de objetivos trazados por el patrón, no debería figurar un problema, de lo contrario la solución es acudir directamente con el elemento que no está funcionando para aclarar la situación o sustituirlo en sus labores.

Aun la población actual de la zona no está familiarizada con este estilo de vida en el cual el internet es más una herramienta que facilita y optimiza las tareas que solo un proveedor de entretenimiento y medio de comunicación y con justa razón los dueños le temen a este tema, tal como la CEPAL (2008) lo menciona el internet y RS son un tabú para los pequeños, medianos y micro empresarios.

En cuanto a los empresarios sienten que la administración tradicional y las ventas de mostrador siguen siendo su fortaleza, sin importarles el cambiar el rumbo de la empresa a un ambiente más cibernético, si bien la mayoría realiza compras en línea para optimizar tiempo y recursos, no opinan lo mismo de vender en línea o utilizar softwares para llevar la administración, argumentando como principal motivo los altos costos de los equipos de cómputo y sistemas.

Bibliografía y Referencias:



- Borghino, M. (2012): *El arte de innovar para no morir*. (México) Penguin Random House.
- Cañibano, L. (1988). *Costes de investigación y desarrollo*, (pp. 79-84, 363). Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Madrid.
- Del Cid, L. (2008). *Racionalidad Económica de las MIPYMES y el comercio informal*. Infomipyme: Guatemala.
- Dosi, G. (2006): *Mudança técnica e transformação industrial: a teoria e uma aplicação à indústria dos semicondutores*. Campinas: Editora Unicamp.
- Dosil, G.; Marengo, L. & Pasquali, C. (2006): "How Much Should Society Fuel the Greed of Innovators? On the Relations Between Appropriability, Opportunities and Rates of Innovation", *Research Policy*, 35 (8), pp. 1110-1121.
- Echeburúa, E. (1999). *¿Adicciones sin drogas? Las nuevas adicciones*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Echeburúa, E. (2001). *Abuso de alcohol*. Madrid: Síntesis.
- Echeburúa, E. Amor, P.J. y Cenea, R. (1998). *Adicción a Internet: ¿una nueva adicción psicológica?* Monografías de Psiquiatría.
- Echeburúa, E. (2010) *Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto* Facultad de Psicología. Universidad del País Vasco. Avda. de Tolosa, 70. 20018 San Sebastián
- Feenberg, A. (2005): *Teoría crítica de la tecnología (Argentina)* Revista Iberoamericana cienc. tecnol. soc. v.2 n.5 Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Mayo versión On-line ISSN 1850-0013
- Fernández, N. (2013). *Trastornos de conducta y redes sociales en Internet*. *Salud mental*, vol. 36, No. 6, noviembre-diciembre.
- Forest, J.E. (1991) *Models of the process of technological innovation*, vol. 3 No 4
- Furtado, C. (2006) *Teoría y política del desarrollo económico* (pp. 49,50,51) Siglo XXI editores SA de CV (México) 15ª Edición

- Garza, C. R. (2000). Creación de PYMES: Objetivo Emprendedor. En: Ingenierías, vol.3
- Hernandez, K. (2012). *Programa de Capacitación y Asistencia para el Desarrollo Empresarial*. 05-06-19, de Pymeempresario. Sitio web: <https://www.pymempresario.com/2012/02/programa-de-capacitacion-y-asistencia-para-el-desarrollo-empresarial/>
- Hidalgo, A. (2007). *La estrategia tecnológica en la empresa familiar*. Universidad Politécnica de Madrid
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI). Publicado: (8 mayo, 2018) por Redacción Pymempresario
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI). Disponible en: www.inegi.gob.mx (Consulta: agosto 2006).
- Lotte, D. (2001). *Innovation in the making*. Editor Samfundslitteratur
- Lotte, D. (2003). *En formel for innovation*, Børsen Ledelseshåndbøger
- Cervantes, M.; Gallardo, L. (2012). *Permanencia de PyMES: Estrategias de viabilidad y riesgos*
- Porter, M. (2009). *Estrategia Competitiva Ediciones Pirámide*.
- Escorsa, P. & Valls, J. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. (pp. 27) Capellades (Barcelona) Edicions UPC de Janeiro: Campus.
- Raffino, M. E. (2019). Redes Sociales. Concepto. Recuperado de: <https://concepto.de/redes-sociales/>
- Saavedra G., María L y Hernández C., Yolanda. *Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica*. Actualidad Contable FACES Año 11 N° 17, Julio-Diciembre 2008. Mérida. Venezuela. (122-134)
- Bateman, T. & Snell, S. (1999). *Administración Una ventaja competitiva* (México) McGraw-Hill
- Tunal, G. (2003). *El problema de clasificación de las microempresas*. En: *Actualidad Contable*

- Valdés Díaz de Villegas, Jesús Amador; Sánchez Soto, Gil Armando (2012) *Las MiPyMES en el contexto mundial: sus particularidades en México*, Iberóforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana, vol. VII

Anexos:

Encuesta 1 para trabajadores;

| | | | | | |
|---|------------|---|------------|--------------|---------------|
|  | | UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA. FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS. | | | |
| Uso, Manejo y Conocimiento de Tecnología. | | | | | |
| Anteponiendo un cordial saludo, se solicita su apoyo para realizar el siguiente cuestionario, se agradece su participación, tome su tiempo para responder. Gracias. | | | | | |
| I. Datos Generales. | | | | | |
| Nombre: | | Edad: | | | |
| Empresa: | | Sexo: | | | |
| Escolaridad: | 1)Primaria | 2)Secundaria | 3)Prepa | 4)E. Técnica | 5)Universidad |
| II. Conocimiento de Tecnología. | | | | | |
| 1.-¿Cuentas con computadora, laptop o tableta en tu casa? | | a) si | b)no | | |
| 2.-¿Tienes internet en tu casa? | | a) si | b)no | | |
| 3.-¿Accedes a periódicos, revistas o paginas informativas en línea? | | a) si | b)no | | |
| 4.-¿Estas en alguna red Social? | | a) si | b)no | | |
| 5.-¿Realizas o as realizado compras por internet? | | a) si | b)no | | |
| 6.-¿Pagas algún servicio (agua, luz, cable) en línea desde algún dispositivo | | a) si | b)no | | |
| 7.-¿Para que utilizas generalmente la computadora? | | a) Trabajo | b) Escuela | | |
| | | c)diversión | d) | | |
| 8.-¿Navegas en internet en tu tiempo libre? | | a) si | b)no | | |
| 9.-¿Cuentas con un teléfono inteligente? | | a) si | b)no | | |
| 10.-¿Utilizas aplicaciones en el celular de manera cotidiana? | | a) si | b)no | | |
|  | | | | | |

III. Uso de Tecnología.

Sección creada con base en la encuesta
líber. vol.20 no.1 Lima ene. 2014

A continuación se presentan 10 ítems referidos al uso de la tecnología por favor conteste con sinceridad, no existen respuestas buenas ni malas o a adecuadas e inadecuadas. Marque con una "X" en el espacio que corresponda a tu respuesta.

| | S | Algunas veces | AV | | Nunca | N | |
|--|-----------|----------------------|-----------|-----------|-----------------|-----------|----------|
| Siempre | S | | | | Nunca | N | |
| Casi siempre | CS | | | | Rara vez | RV | |
| | | | S | CS | AV | RV | N |
| 11.- Durante el día estoy al pendiente del celular . | | | | | | | |
| 12.- Leo las noticias en internet. | | | | | | | |
| 13.-Al despertar me conecto a internet. | | | | | | | |
| 14.-Cuando salgo de viaje me apoyo del GPS. | | | | | | | |
| 15.-El clima lo consulto por medio del celular | | | | | | | |
| 16.-Me siento desconectado si no reviso mis redes sociales | | | | | | | |
| 17.-Al desarrollar otras actividades tengo en mente mis redes sociales. | | | | | | | |
| 18.-Utilizo programas y herramientas digitales para hacer mas eficiente alguna tarea. | | | | | | | |
| 19.- Utilizo agendas digitales para administrar mi tiempo. | | | | | | | |
| 20.-Necesito de una computadora para realizar mi trabajo. | | | | | | | |
| 21.-Conecto mis cuentas a mas de un dispositivo como celular, PC, Consolas y tabletas. | | | | | | | |
| 22.-Tomo cursos de actualización en uso de programas | | | | | | | |



Encuesta 2 para empleadores;



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA. FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.

Uso, Manejo y Conocimiento de Tecnología.

Anteponiendo un cordial saludo, se solicita su apoyo para realizar el siguiente cuestionario, se agradece su participación, tome su tiempo para responder. Gracias.

I. Datos Generales.

| | | | | | | |
|--------------------|------------|------------------|------------|--------------|---------------|--|
| Nombre: | | | | | Edad: | |
| Puesto: | | | | | Sexo: | |
| Empresa: | | | | | Años de la E. | |
| Escolaridad: | 1)Primaria | 2)Secundaria | 3)Prepa | 4)E. Técnica | 5)Universidad | |
| fecha de apertura: | | No. De empleados | al inicio: | | Actuales: | |

II. Uso de Tecnología como Herramienta de trabajo.

| | | |
|--|-------|------|
| 1.-¿Cuántas computadoras tiene tu empresa? | | |
| 2.-¿Cuántos trabajadores usan una computadora o dispositivos electrónicos (laptop, Tablet, celular) como parte de su trabajo? En | | |
| 3.- ¿La empresa cuenta con internet? | a) si | b)no |
| 4.-¿La empresa tiene sitio web? | a) si | b)no |
| 5.-¿Se realiza publicidad por medios electrónicos? | a) si | b)no |
| 6.-¿Compran insumos o materiales para el trabajo por internet? | a) si | b)no |
| 7.¿Utilizan Internet para obtener información de sus clientes y competidores? | a) si | b)no |
| 8.-¿Disponen de bases de datos de clientes y/o Proveedores? | a) si | b)no |
| 9.-¿La empresa realiza tramites a través de banca electrónica? | a) si | b)no |
| 10.-¿Se mantiene en constante actualización el equipo de computo en un lapso de 5 años como promedio? | a) si | b)no |



III. Empresa y tecnología.

Sección creada con base en la encuesta

Encuesta sobre la percepción de la tecnología y sus aplicaciones dentro de las pymes de Guatemala. By: jcarranzaderas

11.- ¿A qué sector pertenece su empresa?

Servicios (como call centers, limpieza y mantenimiento, soporte, etc.)

Comercio (como comercialización y distribución de productos)

Industria (como producción de productos en general, no agrícolas)

Agroindustria (cultivo y producción de productos agrícolas)

12.- ¿Como clasificaría su negocio, dependiendo de las características descritas?

Pequeña (de 1 a 15 empleados)

Mediana (de 15 a 50 empleados)

Grande (de 50 a 100 empleados)

13.-¿Cree usted que la tecnología y la gestión de la información son relevantes para el desarrollo de su empresa?

Si

No

14.-¿Cree que la tecnología ayuda al crecimiento de su empresa?

Si

No

15.-¿Cree usted que la información es un activo de valor en su empresa?

Si

No

16.-¿Tiene usted conocimiento sobre iniciativas del gobierno o el sector privado que promuevan el uso de tecnologías de la información para mejorar la productividad y la eficiencia de su empresa?

Si

No

17.-¿Qué herramientas informáticas utiliza usted dentro de sus actividades diarias?

puede seleccionar varias

- Suite ofimática (paquetes como Microsoft Office - Word, Excel, PowerPoint)
- Cliente de correo electrónico (como Microsoft Outlook o Mozilla Thunderbird)
- Navegador de Internet (como Microsoft Internet Explorer, Mozilla Firefox, etc.)
- Herramientas de gestión y apoyo a la toma de decisiones (ERP, CRM - ejemplo Aspel SAE)
- Base de datos (Microsoft SQL Server, MySQL Server, Oracle, etc.)
- No sabe

18.-¿Cree usted que el uso de Internet en actividades de trabajo, trae beneficios y agrega valor a su empresa?

- Si
- No

19.-¿Conoce usted algún otro uso para Internet aparte del correo electrónico y la búsqueda de contenidos de uso para su trabajo?

- Si
- No

20.- ¿Cuáles serian para usted las razones que harían que dejaran de invertir en tecnología?

puede seleccionar varias

- No existen opciones en el mercado
- Poca asesoría y soporte
- Precios muy altos
- No sabe que necesita para su empresa
- No cree necesitarlo


21.-¿Planea invertir en tecnología dentro de su empresa en el corto plazo?

- Si
- No

22.-¿Conoce usted las herramientas, programas o paquetes de software catalogadas como "libres"?

- Si
- No



| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 23.-¿Cree usted que podría competir con otras empresas locales de su mismo giro ? | | | | | | | | | |
| Si | | | | | | | | | |
| No | | | | | | | | | |
| 24.-¿Por qué cree que la época actual es catalogada como la "ERA DE LA INFORMACIÓN"? | | | | | | | | | |
| a)Porque la informática ha trascendido todas las barreras que antes limitaban a las empresas y ha provisto nuevas formas de hacer negocios y gestionar sus procesos. | | | | | | | | | |
| b)Porque el conocimiento y la información que tenga una empresa es uno de sus activos mas preciados. | | | | | | | | | |
| c)Porque la información es el pilar de todos los procesos dentro de una empresa. | | | | | | | | | |
| d)Porque todo se encuentra y está documentado en Internet. | | | | | | | | | |
| e)Porque en todas las empresas siempre hay o debería haber como mínimo una computadora. | | | | | | | | | |
| f)Todas las anteriores | | | | | | | | | |
| g)Ninguna de las anteriores | | | | | | | | | |
| 25.-¿Ha oído hablar del comercio y los negocios electrónicos? | | | | | | | | | |
| Si | | | | | | | | | |
| No | | | | | | | | | |
| 26.-¿Utiliza o ha utilizado servicios electrónicos (como banca electrónica, BancaSAT o soporte técnico de alguna empresa)? | | | | | | | | | |
| Si | | | | | | | | | |
| No | | | | | | | | | |
| 27.-¿Con regularidad realiza compras para su negocio por medio del Internet? | | | | | | | | | |
| Si | | | | | | | | | |
| No | | | | | | | | | |
| 28.-¿Cree usted que en nuestro país, la tecnología puede ayudar a mejorar la competitividad y la eficiencia de las empresas y mejorar su desarrollo y crecimiento en el corto o mediano plazo? | | | | | | | | | |
| Si | | | | | | | | | |
| No | | | | | | | | | |
| 29.-¿Considera que la tecnología en comunicación como dispositivos móviles y redes sociales: | | | | | | | | | |
| Merman la eficiencia en la empresa | | | | | | | | | |
| Impulsan la eficiencia en la empresa | | | | | | | | | |
| Genera mejor ambiente de trabajo | | | | | | | | | |
| Provoca fricciones y rumores en el trabajo | | | | | | | | | |
| Ayuda a evitar la fatiga mental | | | | | | | | | |
| Fomenta el ocio laboral | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |

Ejemplo del tabulado de las primeras 11 encuestas a los trabajadores:

| # | Nombre | Negocio | Edad | Genero | Escolaridad | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 |
|----|---------------------------|-----------|------|-----------|-------------|----|----|----|----|----|
| 1 | Saul Favela Zapata | Zapatería | 25 | Masculino | Universidad | Si | Si | Si | Si | Si |
| 2 | Ernesto Garcia Rodriguez | Zapatería | 22 | Masculino | Universidad | Si | Si | Si | Si | Si |
| 3 | Maria del Refugio Estrada | Zapatería | 42 | Femenino | Secundaria | Si | Si | No | Si | No |
| 4 | David Corrales de la O | Boutique | 24 | Masculino | Prepa | Si | Si | Si | Si | No |
| 5 | Edgar O. Cervantes V. | Boutique | 25 | Masculino | Secundaria | Si | Si | Si | Si | No |
| 6 | Sandra Vanesa Herrera | Boutique | 24 | Femenino | Prepa | Si | Si | Si | Si | No |
| 7 | Ericka Vea Magdaleno | Boutique | 18 | Femenino | Universidad | Si | Si | Si | Si | Si |
| 8 | | Boutique | 22 | Femenino | | No | Si | No | Si | No |
| 9 | David Soto Felix | Librería | 25 | Masculino | Prepa | Si | Si | No | Si | Si |
| 10 | Daniel Vidales | Café | 36 | Masculino | | Si | No | No | Si | No |
| 11 | Jaime | Café | 21 | Masculino | Prepa | Si | Si | Si | Si | No |

| # | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | L11 | L12 | L13 | L14 | L15 |
|----|----|-----------------|----|----|-----|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 1 | No | Diversión | Si | Si | No | Algunas veces | Rara vez | algunas veces | Rara vez | Rara vez |
| 2 | No | Escuela | Si | Si | Si | Algunas veces | Algunas veces | algunas veces | Algunas veces | Casi siempre |
| 3 | No | Diversión | Si | Si | No | Rara vez | Nunca | Nunca | Rara vez | Algunas veces |
| 4 | No | Diversión, Escu | Si | Si | Si | Algunas veces | Casi siempre | Casi siempre | Rara vez | Algunas veces |
| 5 | No | o, Diversión, | Si | Si | Si | | Siempre | Siempre | Siempre | Algunas veces |
| 6 | No | Diversión | No | Si | No | Algunas veces | Rara vez | algunas veces | Algunas veces | Rara vez |
| 7 | Si | Trabajo | Si | Si | Si | Casi siempre | Algunas veces | Casi siempre | Algunas veces | Rara vez |
| 8 | No | Otro | Si | Si | Si | Casi siempre | Algunas veces | Casi siempre | Casi siempre | Rara vez |
| 9 | Si | Diversión | Si | Si | Si | Casi siempre | Siempre | Casi siempre | Siempre | Siempre |
| 10 | No | Trabajo | Si | Si | Si | Siempre | Rara vez | Casi siempre | Siempre | Algunas veces |
| 11 | No | Escuela | Si | Si | Si | Casi siempre | Algunas veces | Casi siempre | Nunca | Algunas veces |

| # | L16 | L17 | L18 | L19 | L20 | L21 | L22 |
|----|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 1 | Nunca | Nunca | Algunas veces | Nunca | Rara vez | Rara vez | Rara vez |
| 2 | Nunca | Nunca | Algunas veces | Rara vez | Algunas veces | Casi siempre | Algunas veces |
| 3 | Nunca | Nunca | Rara vez | Nunca | Rara vez | Rara vez | Rara vez |
| 4 | Nunca | Nunca | Algunas veces | Rara vez | Algunas veces | Siempre | Casi siempre |
| 5 | Siempre | Algunas veces | Siempre | Siempre | Siempre | Siempre | Algunas veces |
| 6 | Nunca | Rara vez | Algunas veces | Nunca | Rara vez | Nunca | Rara vez |
| 7 | Algunas veces | Siempre | Siempre | Algunas veces | Casi siempre | Siempre | Siempre |
| 8 | Algunas veces | Algunas veces | Siempre | Nunca | Siempre | Algunas veces | Casi siempre |
| 9 | Casi siempre | Algunas veces | Casi siempre | Casi siempre | Algunas veces | Casi siempre | Algunas veces |
| 10 | Algunas veces | Rara vez | Siempre | Rara vez | Siempre | Rara vez | Nunca |
| 11 | Rara vez | Rara vez | Casi siempre | Nunca | Nunca | Algunas veces | Nunca |

Ubicación geográfica del lugar de estudio.

Blvrd Lázaro Cárdenas 2200, El Porvenir, 21220 Mexicali, B.C

