

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA
CALIFORNIA**
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



**ANÁLISIS DEL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA
INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN USADAS POR LAS
MIPYMES DE MEXICALI, BAJA CALIFORNIA**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTA

ERIKA ZAVALA BAÑUELOS

Mexicali, B.C.

Diciembre del 2018

CONSTANCIA DE APROBACION

Director de la tesis:_____

Aprobado por los Integrantes del Sinodo:

1.- _____
Sinodal (grado académico y nombre completo)

2.- _____
Sinodal (grado académico y nombre completo)

Agradecimientos

Quiero agradecer a todas y cada una de las personas que hicieron posible la culminación de esta etapa de mi vida, especialmente a mi esposo e hijos que les robe el tiempo que correspondía estar con ellos para poder asistir a clases y hacer mis tareas, a mis compañeros de clase que hicieron de esta etapa una bonita experiencia que me permitió conocerlos, a mis maestros que cada uno sembró en mi un granito de su conocimiento. A la UABC que tanto me ha dado en todos los aspectos, a la Mtra. Mayda Gonzalez quien me convenció en más de una ocasión de no renunciar a la maestría en mis momentos difíciles y a las personas que me apoyaron con el cuidado de mis hijos cuando mi esposo no podía, de verdad lo agradezco de todo corazón, porque cada acción me llevo a cumplir mi sueño.

Tabla de Contenido

Introducción.....	7
Planteamiento del problema.....	8
Objetivos.....	8
Justificación.....	9
Capítulo 1: Marco teórico.....	9
1.1 Conceptos de Competitividad	10
1.2 Concepto de Mipymes.....	11
1.3 Conceptos de Tecnologías de la información y comunicación (TIC'S).....	15
Capítulo 2: Metodología	21
2.1 Descripción.....	21
2.2 Determinación de los sujetos de Investigación.....	21
Capítulo 3: Análisis de Resultados.....	22
3.1 Datos Generales de la empresa.....	22
3.2 Perfil del micro empresario.....	23
3.3 Uso de tecnologías de la información.....	24
Capítulo 4: Conclusiones.....	30
4.1 Conclusiones.....	30
Anexos.....	33
Referencias.....	36

Lista de Tablas

Tabla 1.- Clasificación de las Mipymes.....	11
Tabla 2.- Áreas de la empresa que se benefician con el uso de las TIC's.....	14

Anexos

Anexo 1.- Encuesta capacítate para hacer crecer tu empresa	33
--	----

Introducción

Con la presente investigación se pretende comprobar la importancia que tiene la utilización de Tecnologías de la información y comunicación (TIC'S) para el incremento en la competitividad de las mipymes garantizando una esperanza de vida mayor a la que actualmente se tiene y verificar también que el éxito del negocio depende de la utilización de estas tecnologías aprovechando los bajos costos que esto requiere, así como la facilidad de conexión a internet que hoy en día existe permitiendo que estas permanezcan en el mercado durante más tiempo. Los temas estudiados fueron en primer lugar las mipymes ya que son las principales generadoras de empleo en el país, seguidas de las tecnologías de la información y comunicación (TIC's), así como las características de los comerciantes que las utilizan, para conocer si su uso potencializa la competitividad de la empresa y posteriormente se muestra una breve historia de la ciudad de Mexicali como principales elementos del caso de estudio.

Planeamiento del problema

Según INEGI (2014) el promedio de vida de una mipyme es de 7.9 años poco más que el resto del país, las empresas en Mexicali pudieran aprovechar las ventajas que brindan las herramientas tecnológicas entre las que se encuentran las aplicaciones móviles, redes sociales, video llamadas etc.

El problema que se definió para la presente investigación surge de la necesidad de realizar un estudio que proporcione la información para conocer si el uso de las TIC'S es la clave para que las mipymes en Mexicali, Baja California sean más competitivas y frenar su alta mortandad ya que según el INEGI hasta el año 2014 el 65% de las empresas mueren en sus primeros 5 años. Las razones son diversas, la falta de capacitación, el desinterés en el uso de las tecnologías ya sea por desconocimiento o por miedo al cambio o a la mismas tecnologías pueden ser unas de ellas. Las alternativas de solución que pudieran tener estas empresas son la capacitación en las diferentes tecnologías que hoy en día existen para poder ampliar sus conocimientos, otra alternativa además de capacitar es dar a conocer los beneficios y ventajas de su utilización para poder tener un funcionamiento eficiente por más tiempo. Se contempla analizar las posibles variables en el perfil de los empresarios que tienen mayor impacto en la competitividad de a partir de la utilización de las TICS.

Esta investigación permitirá contar con una serie de recomendaciones que ayuden a la determinación de aquellos factores que pueden influir mayormente en la competitividad de las mipymes en relación al uso de las TIC

Objetivos

El objetivo principal de esta investigación es categorizar estrategias en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) que promuevan la competitividad de las mipymes en Mexicali, Baja California.

Se pretende con esta investigación encontrar una correlación directa en el aumento de la competitividad a partir de la implementación de cualquier tipo de tecnologías de la información y la comunicación, esto es reflejar el hecho de que el incremento de la competitividad se debe a la utilización de estas tecnologías y que

actualmente o no se están utilizando lo suficiente o las que las usan lo están haciendo en una forma inadecuada.

Los objetivos específicos de esta investigación son:

- 1.- Identificar el perfil de los microempresarios en Mexicali, Baja California.
- 2.- Identificar el grado de utilización de las TIC's por las mipymes en Mexicali, Baja California.
- 3.- Determinar las necesidades del uso de las TIC's por las mipymes en Mexicali, Baja California.
- 4.-Elaborar estrategias en el uso de las TIC's que potencialicen la competitividad de las mipymes en Mexicali, Baja California.

Justificación

Las tecnologías de información y comunicación en los últimos años han sido la base para el crecimiento de empresas en diversos sectores de la economía mundial, el presente estudio pretende obtener el grado en que las empresas de Mexicali utilizan la tecnología y así mismo obtener información con la que se puedan plantear cursos de acción para que la utilización de estas herramientas puedan ayudar al mejor aprovechamiento posible ya que según estudios realizados las empresas tienen muy poca posibilidades de supervivencia.

La investigación se llevara a cabo en la ciudad de Mexicali aplicando un instrumento de medición basado en una encuesta para medir el grado de implementación de las tecnologías así como el perfil de los empresarios y las necesidades de capacitación que estas tienen.

La presente investigación ayudara a determinar que hoy en día es muy importante que las mipymes se enrolen en la utilización de las TICS para poder eficientar sus procedimientos ya que sin ellos terminaran siendo parte de la estadísticas en las que solo sobreviven en sus primeros 5 años.

Capítulo 1

Marco Teórico

1.1 Conceptos de Competitividad

Entre las definiciones existentes se destaca la definición dada por Michael Porter: “Capacidad de competir en los mercados mundiales con una estrategia mundial” Porter (2001). En el mismo sentido Barrera (2006) cita a Ivancevich (1997), quien definen la competitividad como el grado en el cual una nación u organización puede, bajo condiciones libres y justas de mercado, producir bienes y servicios que satisfacen los requerimientos de los mercados internacionales mientras que simultáneamente mantienen o expanden las utilidades netas de sus ciudadanos ó empleados y propietarios

Los diferentes enfoques sobre este concepto pueden ser clasificados, siguiendo a diferentes autores como Iturrioz (2008) quien cita a Obschatko y Ferraz (1993), los cuales sostienen tres grandes grupos. En el primero se define la competitividad revelada, aquella que es vista como un desempeño. La participación de las exportaciones de la empresa o conjunto de empresas (industria) en el comercio internacional aparece como su indicador más inmediato. En la segunda familia de conceptos, es vista como eficiencia y es denominada competitividad potencial. Lo que se busca de alguna manera es traducir la competitividad a través de la relación insumo-producto practicada por las empresas, esto es, la capacidad de la empresa de convertir insumos en productos con el máximo rendimiento. Se establecen indicadores comparativos de costos y precios, coeficientes técnicos (de insumo-producto u otros) o productividad de los factores. Dentro de la escuela de la regulación Iturrioz, (2008), sostiene que según estudios realizados por la OCDE se define la competitividad como la expresión de una propiedad global (macro y micro económica) específica de cada economía nacional.

Michael Porter analiza la obtención de la ventaja competitiva por medio de la información tecnológica, y argumenta que ésta conduce a disminuir el tiempo y los costos de obtención, tratamiento y transmisión de la información en todas las actividades creadoras de valor.

El enfoque sistémico de la competitividad, distingue cuatro niveles de análisis, distintos pero interrelacionados entre sí, cuyo fin es examinar la competitividad: el nivel 'meta', el nivel 'macro', el nivel 'meso' y el nivel 'micro'. A nivel micro, se identifican factores que condicionan el comportamiento de la empresa, como la productividad, los costos, los esquemas de organización, la innovación con tecnologías limpias, la gestión empresarial, el tamaño de empresa, las prácticas culturales en el campo, tipo de tecnologías, conciencia ambiental de la empresa, diversificación y control de calidad de los productos, avance en esquemas de comercialización y distancias entre fuentes de materias primas, empresa y mercados. Rojas, Patricia (1999) quien cita a Esser(1996)

Las ventajas competitivas se crean a partir de la diferenciación del producto y de la reducción de costos; aquí la tecnología, la capacidad de innovación y los factores especializados son vitales. Rojas, Patricia (1999)

Las organizaciones que no sean capaces de mantener un desarrollo dinámico y no estén en condiciones de llevar a cabo las acciones necesarias para reforzar su competitividad, estarán en peligro de quedar fuera del mercado, tal como ha ocurrido en el pasado con las empresas poco competitivas. La diferencia está en que ahora, los acontecimientos suceden con mayor rapidez. Por lo que el tiempo y la rapidez constituyen factores claves en la adaptación de las mipymes, tanto ahora como en el futuro.

1.2 Concepto de Mipymes

Empecemos por saber que es una PYME; La Pequeña y Mediana empresa (conocida también por su acrónimo PYME o pyme), es una micro, pequeña o mediana empresa que como unidad económica es operada por una persona

natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización jurídica o gestión empresarial y desarrolla cualquier tipo de actividad ya sea de producción, comercialización o prestación de servicios (Filion, 2011). En Diccionario ABC encontramos otra definición de PYME que es son empresas que se caracterizan principalmente por contar con un nivel de recursos y posibilidades mucho más reducidas que los de las grandes empresas. El término se aplica además a las empresas que generan hasta determinada cantidad de dinero o ganancias anuales, por lo cual todas aquellas que no sobrepasen el límite o parámetro establecido dejarían de ser consideradas como tales.

Por su parte el Banco de México nos dice que existen diferentes criterios para la identificación de una PYME. El criterio oficial en México se basa en las ventas, el número de empleados y el sector económico al que pertenece la empresa. Nuño de León (2012) nos define pequeña empresa en partes separadas por un lado dice que empresa es la unidad económico-social que tiene como finalidad la obtención de un beneficio o utilidad, tanto para él y su organización como para la sociedad en la que está inmersa, donde se coordinan el capital, recursos naturales, el trabajo y la dirección para satisfacer las necesidades del mercado. Por otro lado, dice que el tamaño pequeño de la empresa, conocido como su dimensión o magnitud, está determinado en función de la cantidad total de personal de la organización y el nivel de ventas anuales.

A continuación, mostramos la tabla 1 del 30 de junio de 2009 se publica en el Diario Oficial de la Federación la siguiente clasificación de las Mipymes:

Tamaño	Sector	Número de trabajadores	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)x10% + (ventas anuales) x90%				

Fuente: Diario oficial de la Federación

Si queremos hacer una compilación de todas estas definiciones tenemos que Mipyme es una unidad económica que desarrolla cualquier tipo de actividad empresarial operada por una persona natural o jurídica con un nivel de recursos reducidos y un rango establecido tanto de trabajadores como de ventas, pero además con una vida promedio de 5 años.

Según INEGI, Las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES), constituyen la columna vertebral de la economía nacional por los acuerdos comerciales que ha tenido México en los últimos años y asimismo por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son MIPYMES que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país. Por la importancia de las MIPYMES, es importante instrumentar acciones para mejorar el entorno económico y apoyar directamente a las empresas, con el propósito de crear las condiciones que contribuyan a su establecimiento, crecimiento y consolidación.

Según la revista Entrepreneur los hábitos de consumo en línea están incrementando. En promedio, 7 de cada 10 internautas mexicanos realizaron una compra digital nos dice a además que en la actualidad existen diferentes casos de

éxito que han logrado sobresalir en el mundo digital, los cuales se presentan a continuación:

1. Clip: la revolución del pago móvil. El plus de Clip es la movilidad: acepta pagos con cualquier tarjeta de crédito o débito al instante y tu smartphone o tableta se convierte en una terminal bancaria (sin necesidad de enfrentar las complicaciones de obtener una terminal bancaria tradicional).
2. Pet N'Go, una tienda en línea para mascotas. Un plus que encuentras en Pet N'Go es la amplia oferta (al día de hoy, ya encuentras productos farmacéuticos y alimentos de origen natural)
3. Uniko está encaminada a renovar el sistema de mesa de regalos de boda. El plus es la flexibilidad que ofrece: las parejas pueden decidir quedarse con los regalos o cambiarlos por dinero en efectivo.

Desde la perspectiva del presente caso de estudio se analizara la efectividad que tiene la el uso de TIC's como un detonante generador de ventas para las mipymes dada la factibilidad de acceso a estas y sus costos bajos. Enrique Presburger Cherem, director general de Factor Exprés, aliada financiera dedicada al factoraje a Pymes, indica que hay tres factores que limitan a este tipo de empresas el financiero, los valores agregados intangibles y el desarrollo tecnológico e informático, el cual es muy importante para una mipyme tener un control de sus clientes en una base de datos más para conocer su comportamiento y les ayude a tomar decisiones en función de sus necesidades (Problemas Estructurales de las Pymes, 2016) .

Dado que la mira central estará puesta en que el uso y aprovechamiento de las TIC's ayuda a mejorar la competitividad de las mipymes, comenzaremos a hablar un poco de ellas así como mostrar algunas de sus definiciones, las tecnologías de la información y comunicación (TIC'S) tienen un verdadero impacto en la vida diaria y los cambios que estas hacen en ella, son enormes ya que son acelerados debido a su fácil acceso.

1.3 Conceptos de Tecnologías de la información y comunicación (TIC'S)

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) pueden contribuir a tener avances significativos en muchos sectores, sin embargo, la evolución y adopción de las mismas planteará diferentes desafíos, ya que su empleo requiere nuevas habilidades y destrezas, por lo que todos los actores de estos espacios tendrán en algún momento que capacitarse en su uso, con todo lo que esto implica (Osorio, 2016).

En la siguiente tabla se muestra que áreas de la empresa se pueden verse beneficiadas con el uso de las TIC's:

Área de la empresa:	Tareas Tecnológicas:	Beneficios:
Clientes	Gestión de pedidos, Facturación, Control de clientes, Historial de pedidos, Información sobre productos disponibles, Localización de clientes potenciales	Más canales de comunicación, Menores costos de transacción, Ampliar horario de atención, Mayor gestión, Reducción de costos de factoraje, Compartir información, Interacción constante, Estado de las operaciones en tiempo real, Mejor gestión de inventarios.
Entre areas	Comunicación entre áreas, Seguimiento del ciclo de producción, Área de diseño, Planeación de producción, Control de inventarios, Gestión de mantenimiento de maquinaria y equipo, Reportes del personal, Control de calidad, Contabilidad, Nómina.	Mayor fluidez de información, Contacto permanente, Reducir costos de transacción, Mayor uso de la base de conocimientos, Estado de las operaciones en tiempo real.
Proveedores	Gestión de pedidos, Facturación Control de proveedores, Historial de pedidos, Información sobre productos disponibles, Localización de nuevos proveedores.	Más canales de comunicación, Menores costos de transacción, Horario de atención, Mayor gestión, Reducción de costos de factoraje, Compartir información, Interacción constante, Estado de las operaciones en tiempo real Mejor gestión de inventarios.
Sector Financiero	Postulación a créditos, Transferencias, Manejo de capital	Localizar mejores formas de financiamiento

Fuente: Casalet y González (2004).

Belloch, Consuelo (2012) define las TIC's como Tecnologías para el almacenamiento, recuperación, proceso y comunicación de la información,

además agrega que existen múltiples instrumentos electrónicos que se encuadran dentro del concepto de TIC, la televisión, el teléfono, el video y la computadora como los medios más representativos de la sociedad actual, que nos permiten utilizar diferentes aplicaciones informáticas (presentaciones, aplicaciones multimedia, programas) y más específicamente las redes de comunicación, en concreto el Internet.

Según la revista “saber más” un smartphone o también llamado teléfono inteligente es un término comercial para denominar a un teléfono móvil que ofrece más funciones que un teléfono móvil común. La característica más importante de los teléfonos inteligentes es que permiten la instalación de programas para incrementar el procesamiento de datos y la conectividad. El término "Inteligente" hace referencia a cualquier interfaz, como un teclado QWERTY en miniatura, una pantalla táctil, o simplemente el sistema operativo móvil que posee, diferenciando su uso mediante una exclusiva disposición de los menús, teclas, atajos, etc. El correo electrónico parece ser una característica indispensable encontrada en todos los modelos existentes. Casi todos los teléfonos inteligentes también permiten al usuario instalar programas adicionales, Algunos ejemplos de teléfonos denominados inteligentes son: Motorola, Nokia, BlackBerry, Samsung, iPhone y todos los que tienen el sistema operativo Android y Windows phone 8.

Ya sea a través de un correo electrónico (e-mail), video conferencia, llamadas a través de mensajería instantáneas (Messenger, whats up, skype, etc.) el internet se ha convertido en una herramienta indispensable para cualquier empresa ya sea para vender como para promocionar lo cual es un medio muy efectivo dado su facilidad de utilización pero sobre todo los costos bajos que esto implica. Actualmente existe la publicidad por internet que si lo comparamos con los medios comunes o antiguos se puede decir que es más efectivo ya que el alcance que se tiene es ideal para las mipymes por el bajo costo que esto implica. (Carrera, 2012)

Según la AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet) (Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet, 2016) para 2015 existen en México alrededor de 65 millones de internautas donde los teléfonos o Smartphone son los

dispositivos más comunes para el acceso a internet, el tiempo promedio de que dedicamos a este es de 7 horas 14 minutos, el lugar de acceso destaca el hogar con un 87% seguido de los dispositivos móviles con un 52% y el acceso a las redes sociales sigue siendo la principal actividad online siendo Facebook la red social líder en México seguida de WhatsApp.

En el mes de septiembre de 2017 la revista Forbes sacó un artículo donde dice que existen varias herramientas y aplicaciones totalmente gratuitas que pueden ayudar a mejorar el funcionamiento de las mipymes por ejemplo en 2017 Google lanzó dos herramientas totalmente gratuitas que las ayudan en su estrategia de marketing digital: publicaciones en tiempo real y sitio web. Ambas herramientas se pueden utilizar a través de la página “Google Mi Negocio”, donde también se puede encontrar la opción de Medición y Mapa, con la cual el negocio aparecerá en Google Maps al momento de que alguien busque restaurantes, talleres o cualquier otro negocio y se puede compartir imágenes y productos, así como ver recomendaciones o comentarios.

Las redes sociales son los nuevos espacios virtuales en los que nos relacionamos y en los que construimos nuestra identidad” (Orihuela, 2008). Las redes sociales se definen como un punto, un lugar de encuentro, de reuniones de amigos o personas que tienen intereses comunes (Flores, 2008). El punto de vista de Flores quizás sea demasiado concreto y por sí sólo no termine de delimitar todos los rasgos de las redes sociales. Tras realizar un compendio de estas definiciones podríamos decir que las redes sociales, son medios sociales dinámicos, situados en espacios virtuales que sirven como lugar de encuentro para personas con intereses comunes o profesionales, en los que construimos nuestra identidad de manera participativa y en los que podemos desarrollar proyectos y dirigirlos al mercado global a través de la conversación. (Perez Rufí, 2011). El concepto de red social se remonta a una época muy anterior a internet e incluso a la aparición de los ordenadores personales. Hace referencia a una comunidad en la cual los individuos están conectados de alguna forma, a través de amigos, valores, relaciones de trabajo o ideas. Hoy en día el término red social también se refiere a

la plataforma web en la cual la gente se conecta entre sí. Es importante no confundir red social con comunidad virtual (Calvo, 2009)

Un estudio más reciente publicado en 2016 por El Economista, informaba que la penetración de redes sociales en México ya alcanzaba el 93% de los usuarios de internet en ese país. Durante 2017, la proyección es que 61 millones de mexicanos estén presentes en más de alguna de estas plataformas. Para 2021 esta cifra podría alcanzar el valor de las transacciones del comercio móvil en México durante junio de 2014 fue de 2,300 millones de pesos, establece un estudio de la Asociación Mexicana de Internet (Amipci). El valor del comercio electrónico vía teléfono inteligente es de 18% del total en México, por encima de 12% en Estados Unidos.

El tiempo promedio de conexión por persona es de 5 horas y 36 minutos, 26 minutos al día, según datos de Amipci. Según aporta el site Tulocalonline.com (2011), hoy en día muchísimas empresas utilizan Facebook para interactuar con sus clientes creando la página de su empresa, PYME o negocio. Una función muy interesante es la posibilidad de contratar espacios publicitarios para realizar marketing. Puede llegar a ser muy efectiva ya que es un tipo de publicidad segmentada, tú eliges la ubicación, edad e intereses del público hacia el que quieres realizar la publicidad y ésta aparecerá en la parte derecha de su perfil o perfiles que visite.

Facebook es una red social generalista que permite definir y publicar el perfil de usuario, incorporando sus datos socio demográficos, estudios, intereses y aficiones, también permite que las empresas y otro tipo de organizaciones puedan tener sus propias páginas de fans (fanpages) con características y nuevas funciones (Gomez, Alvaro, Otero, Carlos, 2013). La página permite anunciar la empresa y es el lugar donde los clientes pueden obtener información sobre los productos y servicios. También pueden ver lo que se promociona en la sección de noticias, es decir, en la lista de historias que se actualiza constantemente en Facebook. Es una forma gratuita, fácil de configurar y ayuda a que las personas encuentren la empresa en Facebook y en internet. (El marketin en facebook comienza con una pagina, 2016).

Según la revista Forbes (febrero 2016) las redes sociales encabezan la lista de los contenidos que más consultan en la red los mexicanos, con 19.8%, seguido de tareas, información académica y educativa, con 17.4%; información y artículos sobre temas variados, con 11.6%, mientras que las noticias en general y cuestiones de trabajo, con 10.6 y 6.8%, respectivamente.

Al día de hoy muchas pequeñas empresas carecen todavía de página web propia, y han decidido seguir sin tenerla, pero eso no significa que no van a tener presencia en internet por lo que han decidido crearse una página de fans para su empresa y desde ahí informar a sus clientes. Ya que esta es fácil de crear por cualquier persona y es visible para todos los usuarios de Facebook (Merodio, Juan 2010). Cuando se encuentran realmente satisfechos de la relación con una empresa, algunos de los clientes pueden llegar a actuar como prescriptores de los productos y servicios de la empresa entre su grupo de amigos y conocidos. Es lo que se conoce como marketing viral, situación caracterizada por el hecho de que los propios clientes contribuyen a dar a conocer los productos y servicios de la empresa. (Gomez, Alvaro, Otero, Carlos, 2013)

El comercio electrónico de las empresas se puede definir según naciones Unidas (OECD 2000) como “redes de ordenadores que permiten la compra o venta de bienes o servicios entre empresas. El bien o servicio que solicita en el mercado electrónico iniciándose así la transacción, pero la entrega, facturación y pago pueden completarse por medios electrónico o por medios tradicionales”.

Ante la emergencia de estos nuevos mercados electrónicos y el escepticismo sobre las ventajas generadas por el efecto burbuja, muchas empresas se preguntan cuál es el verdadero valor del comercio electrónico entre empresas y si realmente les resulta rentable invertir en este campo, o mejor dicho, cuanto conviene invertir y en que procesos de su empresas (compras, ventas, marketing, atención al cliente, facturación, cobros o información interna-intranets). (García del Poyo Rafael, Gil Rabadan Juan, Menno Juan Antonio, Somelo Ignacio, 2011).

De acuerdo con la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) el e-commerce aumentó 42 por ciento en 2013, dato que refleja ventas por 121.6 millones de

pesos. Cabe mencionar que uno de los contras que se le encuentra al comercio electrónico es la desconfianza que tienen los usuarios al proporcionar datos personales en un sitio de Internet.

Una vez analizados los conceptos de competitividad, mipymes, internet, redes sociales, Facebook y tecnologías de la Información y comunicación comencemos a analizar la localidad de la que se trata esta investigación.

Según el INEGI, en Mexicali, Baja California existen 34,818 empresas, de las cuales el 68.8% son del sector servicios, de dentro de este dato el 34.90% corresponden a comercio al menudeo

Según el INEGI en la encuesta intercensal de 2015, Baja California aporta al PIB nacional el 2.8% siendo el comercio la actividad que más aporta al PIB estatal. Con una población 3,315,766 habitantes que representa el 2.8% del total del país.

En la ciudad de Mexicali existen 3 cámaras de comercio que agrupan a diferentes unidades económicas, la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA), Cámara Nacional de Comercio (CANACO) y Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo en Pequeño de Mexicali, B.C.

Actualmente el Gobierno del Estado de Baja California a través de la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO) brinda capacitación en diversos temas principalmente en temas fiscales así como también brinda apoyos a emprendedores y mipymes a través del programa MODERNIZATIC donde el principal tema es el desarrollo y fortalecimiento de capacidades empresariales por medio de capacitación de negocios y consultorías así como con el apoyo de un teléfono inteligente con plan de datos (limitados a 6 meses), soluciones para cobro con tarjeta, software para facturación electrónica y venta de tiempo aire.

Capítulo 2

Metodología

2.1 Descripción

Se buscó información bibliográfica referente a conceptos de mipymes, competitividad y tecnologías de la información, se realizaron 385 encuestas a mipymes de Mexicali, Baja California, en los meses de abril y mayo de 2018, dichas encuestas fueron aplicadas por parte de alumnos de la Facultad de ciencias administrativas de la UABC, se elaboró base de datos con la información recabada y una vez procesada la información, se analizaron los datos obtenidos en el programa estadístico SPSS para determinar cuál es el grado de utilización de TICS con el que cuentan actualmente este tipo de empresas. Cabe mencionar que este estudio forma parte de una investigación que se está realizando para un cuerpo académico Adopción de las TIC'S, Gestión Administrativa y Mercadotecnia para la Competitividad de las Organizaciones de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Autónoma de Baja California.

La encuesta está conformada por 52 preguntas, las cuales contienen los datos generales del establecimiento, datos generales del empresario, uso de tecnologías de la información, y algunas preguntas de percepción así como preguntas de en que le gustaría capacitarse, etc.

2.2 Determinación de los sujetos de investigación

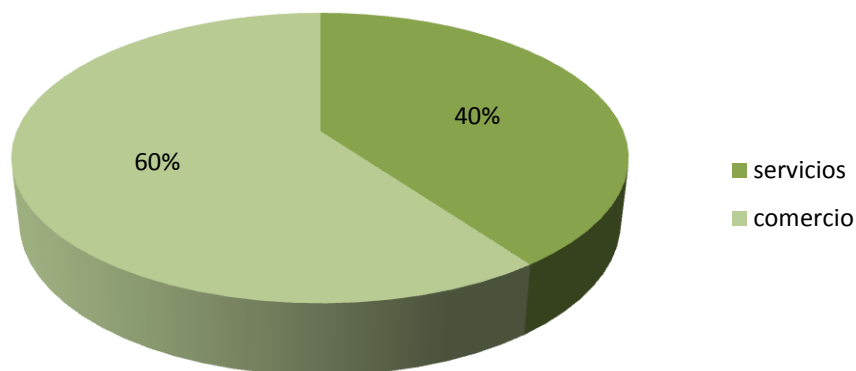
Los sujetos de investigación son empresarios y/o gerentes de las mipymes del sector comercio y servicios de la ciudad de Mexicali, Baja California.

Capítulo 3

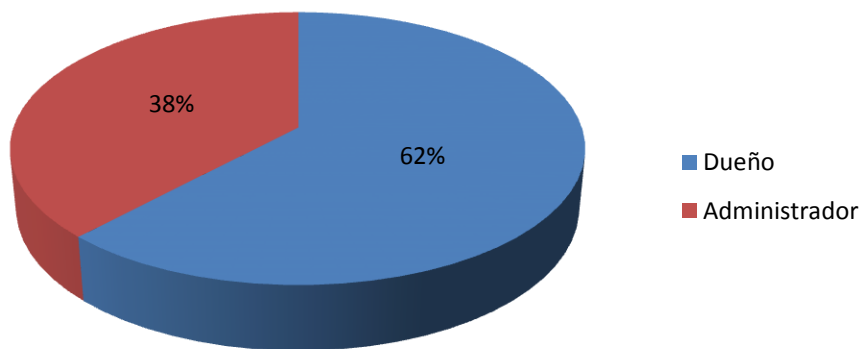
Análisis de resultados

3.1 Datos generales de la empresa

En la primer parte de la encuesta se hicieron preguntas para conocer datos generales de las empresas, donde los resultados arrojaron lo siguientes: del total de las empresas encuestadas el 60% se trata de empresas de comercio mientras que el 40% se dedica a servicios.



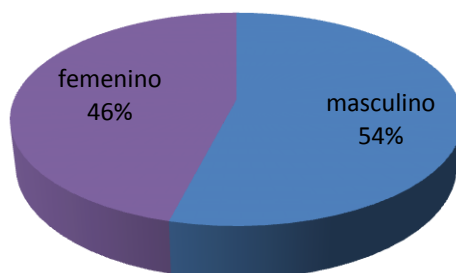
Estas empresas son administradas principalmente por los dueños representando un 62% mientras que en el resto lo hace un administrador.



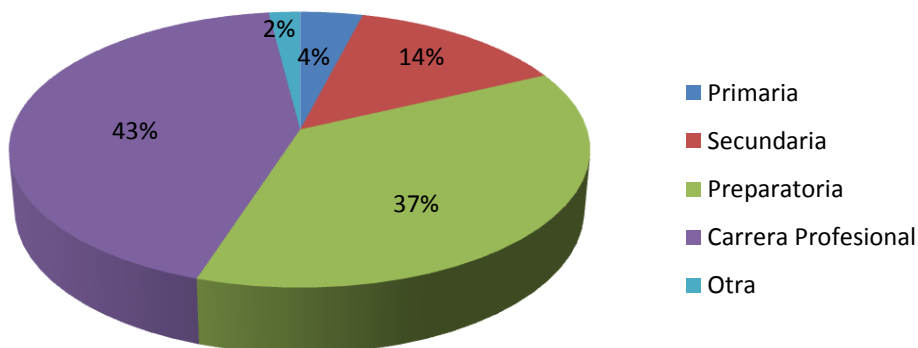
3.2 Perfil del micro empresario

En la segunda parte de la encuesta se hicieron preguntas de sobre el perfil de los microempresarios cuyos resultados indican que el 54% de ellos son hombres. En cuanto al estado civil de los empresarios un 66% son casados así como el 28% son solteros y el resto corresponde a divorciados y unión libre.

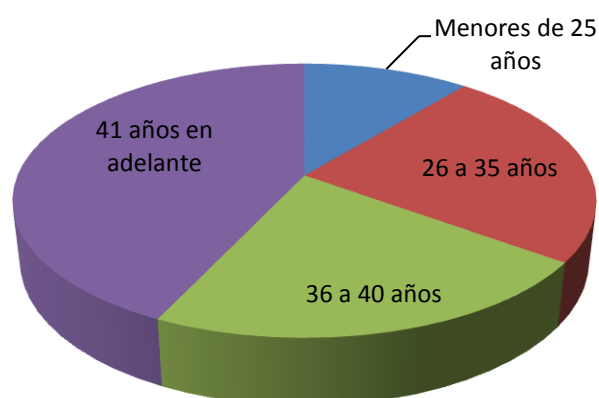
Sexo de los microempresarios?



En cuanto al nivel de estudios con los que cuentan los microempresarios los resultados fueron los siguientes; 43 % cuentan con una carrera profesional, seguido del 37 % que cuenta con preparatoria, mientras de un 14% corresponde a secundaria y el resto de 6% cuentan con primaria o algún otro grado de escolaridad.



Referente a la edad con las que cuentan los empresarios se puede observar que el 11 % son menores a 25 años, mientras que el 24% son de entre 26 a 35 años. El 22 % de 36 a 40 años así como el 43% con de 41 años en adelante.

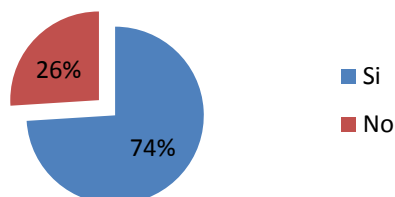


3.3 Uso de tecnologías de la información

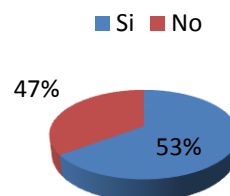
En la tercer parte se hicieron cuestionamientos referentes al uso de tecnologías de la información y comunicación a lo que los resultados de la encuesta arrojaron lo siguiente:

El 74 % de los encuestados cuenta con correo electrónico de los cuales el 47 % lo utiliza para el negocio.

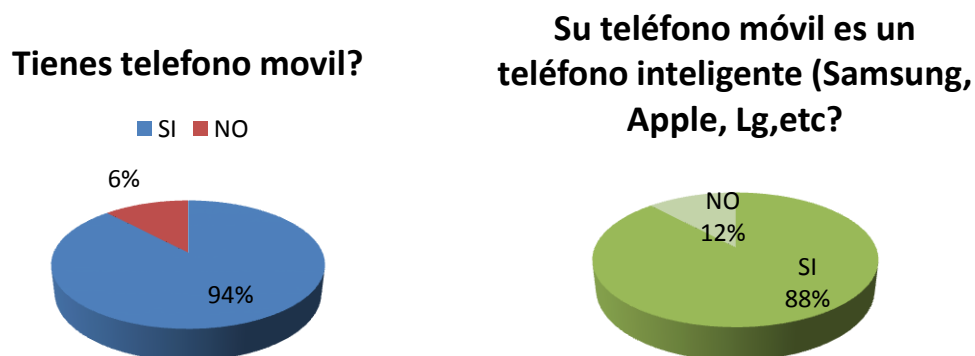
Cuenta con correo electrónico?



Utiliza el correo electrónico para su negocio?

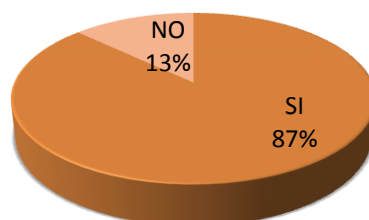


El 94% cuentan con un teléfono móvil. De los cuales el 88 % son teléfonos inteligentes.



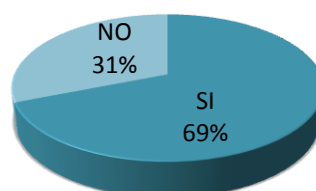
El 87% de los encuestados respondió que si utiliza aplicaciones móviles como whatsapp, spotify, playstore etc, mientras que el 13% niega utilizarlas.

Utiliza aplicaciones móviles(Whatsapp, Spotify, playstore?)

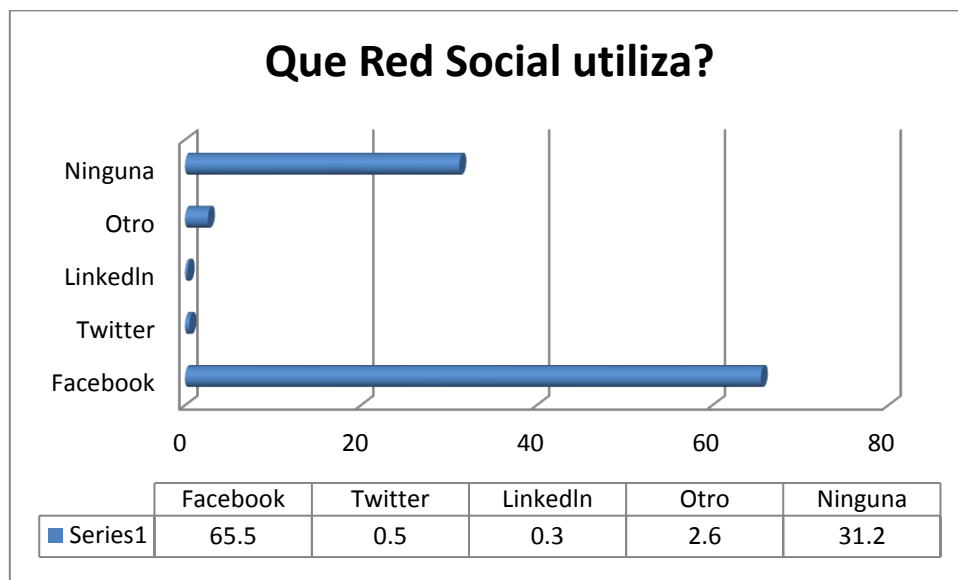


El 69% utiliza las redes sociales para el negocio, el 31% asegura que no utiliza ningún tipo de red social.

Utiliza redes sociales para su negocio?



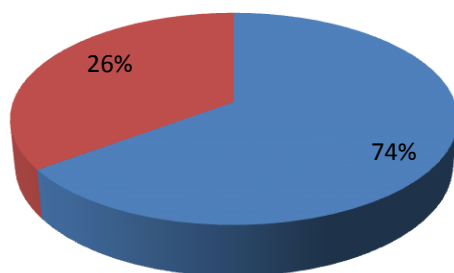
Siendo facebook la más utilizada con un 65.5%, pero lo que llama la atención es que el 31% no utiliza aprovecha los beneficios de ninguna red social para su negocio.



El 74% de los encuestados cuenta con computadora, de los cuales solo el 60% la utiliza como herramienta para su proceso de negocios mientras que el 40% la utiliza para fines distintos a los de su negocio.

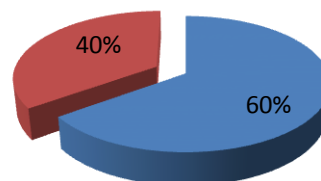
Tiene computadora?

■ Si ■ No



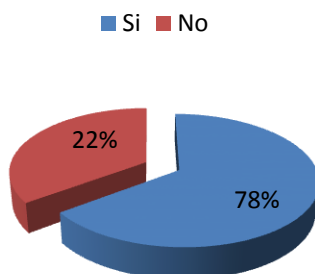
En su empresa hace uso de la computadora como herramienta para su proceso de negocios?

■ Si ■ No



Únicamente en 22 % de los encuestados dijeron contar con página web mientras que el 78% restante dice no tenerla.

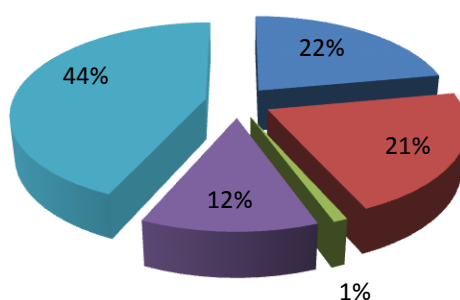
La empresa cuenta con pagina Web?



Word y excel son software más utilizado con un 22% y 21% respectivamente. Mientras que el 44 % asegura no utilizar ningún tipo de software.

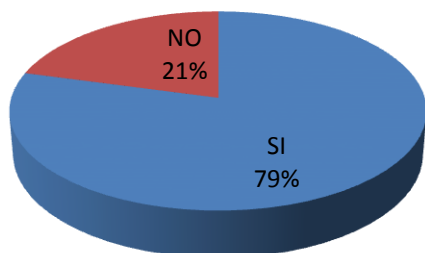
De la siguiente paquetería mencione cual utiliza:

■ Word ■ Excel ■ Access ■ Software Especializado ■ Ninguno



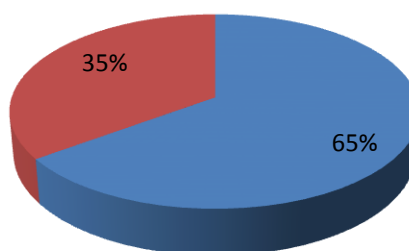
El 79% aseguran contar con servicio de internet y el 21% dice no tener este servicio. De los cuales el 65% lo utiliza para el negocio mientras que el 35% no lo utiliza para este fin.

Cuenta con servicio de internet?



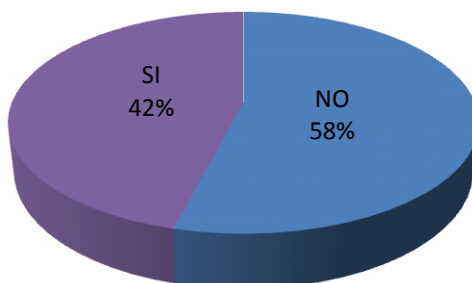
Utiliza el internet para su negocio?

■ Si ■ No



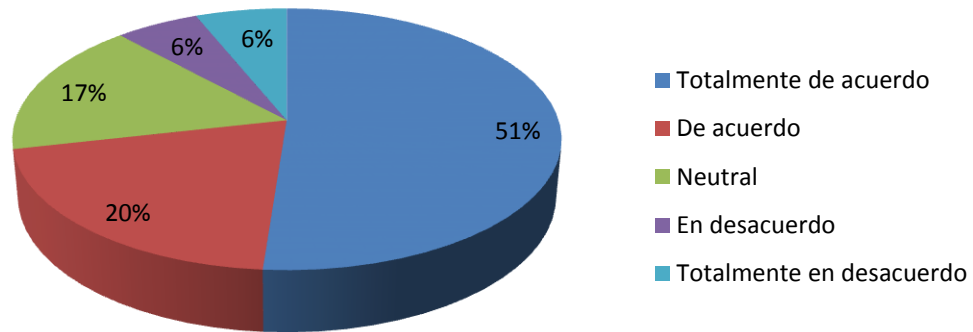
El 58% de los encuestados dice que no cuenta con una terminal bancaria disponible para las ventas que no son en efectivo mientras que el 42% restante si cuentan con una de ellas.

Cuenta con una terminal bancaria?



Se le pregunto a los empresarios si estaban dispuestos a invertir en tecnología para mejorar la competitividad de su negocio y el 51 % aseguro estar totalmente de acuerdo, el 20% asegura que está de acuerdo. El 17 % se dijo estar neutral así como el 6% dijo estar totalmente en desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente.

Esta dispuesto a invertir en tecnologia para mejorar la competitividad de su negocio?



Capítulo 4

Conclusiones

4.1 Conclusiones

No se puede determinar si el uso de las tecnologías es en realidad beneficioso ya que estas no se utilizan en su totalidad o no son utilizadas tal cual se debería utilizar para el negocio, en algunos de los casos desconocen los beneficios y los resultados que esto pudiera otorgar. De acuerdo a las respuestas que nos dieron los empresarios encuestados se puede concluir lo siguiente:

Datos generales de la microempresa:

- En la ciudad de Mexicali, existe un porcentaje mayor de mipymes dedicadas al comercio que al sector de servicios, las cuales son administradas en su mayoría por los dueños de los establecimientos.
- Antigüedad de la empresa

Sobre el perfil de los microempresarios:

- Sobre el perfil de los empresarios se encontró que prácticamente es el mismo porcentaje de hombres que de mujeres los dueños de estas empresas.
- La mayoría de los empresarios son casados representándose con un 66% del total, mientras que el 28% son solteros.
- La edad de los empresarios está entre 26 y 45 representando un 63% a lo cual se puede decir que es la edad más común o adecuada para tener una mipyme a cargo.
- Los grados de escolaridad la licenciatura y preparatoria representan el 80% de la escolaridad de los empresarios.

Sobre el uso de las TICS

- Aun cuando la mayoría de los empresarios tienen correo electrónico (74%) únicamente el 47% lo utiliza para cuestiones del negocio, es decir de que

no lo están aprovechando aun cuando lo tienen o no conocen en que puede ser beneficioso para su negocio.

- La gran mayoría (94%) tiene un teléfono lo que significa que casi el todo el mundo está en posibilidades de comunicación.
- 88% de los teléfonos que utiliza la gente son teléfonos inteligentes, lo que permite que se puedan tener muchas aplicaciones o herramientas disponibles en cualquier momento.
- Facebook es la red social más utilizada por los microempresarios por ser las más accesible y fácil para utilizar.
- El 74% de los encuestados cuenta con una computadora pero únicamente el 60% la utiliza para el negocio. lo cual indica que es una gran herramienta que está siendo desaprovechada.
- 22% de los empresarios cuenta con una página web, lo que permite a un sector muy pequeño, gozar de los beneficios que esto conlleva.

La razón principal para que los micro empresarios no adopten las tecnologías de información es el desconocimiento de los beneficios que estas brindan a la empresa pero también puede decirse que es la falta de interés una de las principales causas para que los micro empresarios no las vean como una opción. Esto se deriva de la ignorancia de lo que la tecnología puede hacer para su empresa ya que estas pueden ayudar a la reducción de costos, mejor manejo de la información ya sea de sus clientes, proveedores etc, se mejora la eficiencia en las operaciones reduciendo el tiempo de respuesta ya que se reemplazan los procesos manuales, amplía la cobertura puesto que se facilita la accesibilidad a nuevos clientes y nuevos mercados.

Actualmente existen varias empresas encargadas de dar capacitación a empresarios que estén interesados en utilizar las tecnologías de información como herramienta para potencializar las ventas, desafortunadamente por los costos que ello implica, algunas de las veces los empresarios lo miran como un gasto y no como una inversión a corto y mediano plazo.

Los puntos débiles de las mipymes se relacionan sobre todo con la poca capacidad de acceder a la información, los recursos que se necesitan además de la falta de recurso humano capacitado. Con los resultados obtenidos de la encuesta se puede observar la gran necesidad que existe de que las mipymes utilicen las TIC's que actualmente están al alcance de los microempresarios, solo hay que convencerlos y animarlos a que quieran utilizarlas y mostrarles los beneficios que sería utilizar al menos alguna de ellas.

Uno de los objetivos específicos del presente trabajo es elaborar estrategias en el uso de las TIC's que potencialicen la competitividad de las mipymes en Mexicali, Baja California. Dar a conocer a los microempresarios interesados en el tema las distintas herramientas existentes para que ellos puedan ver cuales opciones pueden ser las más viables de utilizar en sus negocios ya sea por conectividad, facilidad de uso o factibilidad en el costo. Esto sería posible si se capacitara a un grupo de prestadores de servicio quienes a su vez serían los encargados tanto de convocar como de brindar pláticas a los micro empresarios sobre las diferentes aplicaciones así como los aparatos que se pudieran utilizar en los negocios (terminales, computadoras, tabletas, teléfonos inteligentes, etc.) La evaluación de los resultados de dichos prácticas sería señalar casos de éxito tanto en el aprendizaje como en la utilización de dichos aparatos.

Anexo 1



Universidad Autónoma de Baja California

Cuerpo Académico UABC-CA-239 Investigación en la
Adopción de las TIC'S y la Competitividad de las MIPYMES



CAPACÍTATE PARA HACER CRECER TU EMPRESA

Folio: _____

Fecha de aplicación: _____

El objetivo de esta encuesta es identificar las necesidades de capacitación del micro empresarios para ofertarles cursos de acuerdo a sus necesidades, toda la información es confidencial y es únicamente para uso académico.

Datos generales del establecimiento:	
1. Nombre del establecimiento: _____	
2. A que se dedica la empresa: _____	
3. Giro: Servicio _____	No. Empleados: 0-10 _____ 11-50 _____ 51-100 _____
Giro: Comercio _____	No. Empleados: 0-10 _____ 11-30 _____ 31-100 _____
4. Antigüedad de la empresa _____	5. Laboran personas de su familia en el negocio: SI __ NO _ 6. Cuantas: _____
7. ¿Qué porcentaje de ingreso del negocio va destinado a la familia? 0% __ 10-30% __ 31-50% __ 51-70% __ más de 70% __	
8. ¿Quién se encarga de administrar el negocio? _____	
9. ¿Ha recibido capacitación sobre el uso de las TIC's? SI __ NO __	10. ¿Qué tipo de capacitación? _____

Datos generales del Empresario:	
11. Sexo: Masculino __ Femenino __	12. Estado civil: Soltero __ Casado __ Divorciado __
13. Nivel de estudios: Primaria __ Secundaria __ Preparatoria __ Carrera Profesional __ Otro _____	
14. Edad: Menor De 25 años __ 26 a 35 años __ 36 a 40 años __ 41 a 45 años __ + de 45 años __	

Tecnologías de la Información:	
15. ¿Cuenta con correo electrónico? SI __ NO __	16. ¿Utiliza el correo electrónico para su negocio? SI __ NO __
17. ¿Tiene teléfono móvil? SI __ NO __	18. ¿Su teléfono móvil es un teléfono inteligente (Samsung, Apple, LG, etc.)? SI __ NO __
19. ¿Utiliza aplicaciones móviles (WhatsApp, Spotify, playstore)? SI __ NO __	20. ¿Utiliza redes sociales para su negocio? SI __ NO __
21. ¿Qué Red Social utiliza? Facebook __ Twitter __ Youtube __ LinkedIn __ Otro: _____	
22. ¿Tiene computadora?: SI __ NO __	23. ¿En su empresa hace uso de la computadora como herramienta para su

_____ proceso de negocios? : SI _____ NO _____	
24. Para cada uno de los siguientes equipos indique aproximadamente con cuantos equipos cuenta: Computadora: _____ Servidores: _____ Tablet: _____ Teléfono Móvil: _____ Tel Fijos: _____	
25. La empresa cuenta con página Web?: SI _____ NO _____ _____	26. ¿Cuáles son los principales servicios ofrecidos por su página Web?
27. De la siguiente paquetería mencione cual utiliza: Word: _____ Excel: _____ Access: _____ Software Especializado: _____ Ninguno: _____	
28. ¿Cuánto Invierte mensualmente en telefonía móvil?: _____	
29. ¿Cuenta con servicio de internet? SI _____ NO _____ _____	30. ¿Utiliza el internet para su negocio?: SI _____ NO _____
31. Si su respuesta es NO indique la razón: _____ No me interesa _____ No se usarlo o para que sirve _____ No tengo tiempo _____ Es muy caro el servicio _____ No hay internet en la zona	32. ¿Cuáles son las prioridades para la adquisición de las Tecnologías de la Información? _____ Actualizar equipos de cómputo _____ Mejoramiento en la calidad de almacenamiento _____ Mejorar los proyectos _____ Automatizar los servicios
33. ¿Cómo califica este servicio de internet? Excelente _____ Bueno _____ Regular _____ Pésimo _____ Malo _____	
34. ¿Cuenta con terminal bancaria? SI _____ NO _____	35. ¿Ha perdido alguna venta por no contar con una terminal bancaria? SI _____ NO _____
36. ¿Con cuál de las siguientes herramientas de apoyo cuenta actualmente para manejar financieramente su empresa? Banca Electrónica _____ Programas contables _____ Programa financiero _____ Facturación Electrónica _____	
37. ¿Su empresa realiza compras a proveedores a través de la Web? SI _____ NO _____	
38. ¿Con cuál de los siguientes medios realiza estrategia de marketing? Redes Sociales _____ Blog's _____ Boletines electrónicos _____ Contacto a través de llamadas telefónicas _____ Radio _____ Prensa _____ Boletín impreso _____	

	1	2	3	4	5
39. Considera usted que el uso de tecnologías como: computadoras, teléfonos inteligentes, redes sociales y demás, le son útiles para vender u ofrecer sus productos o servicios.					
40. Considera que estas tecnologías permiten tener una relación cercana con los clientes.					
41. Considera que el uso de las TIC's le permite promocionarse fuera de su localidad.					
42. Tiene interés por contar con una página de internet para atraer más clientes.					
43. Ha considerado alguna innovación o cambio que le permita mejorar los procesos de sus negocios					
44. Conoce las necesidades de sus clientes.					
45. Conoce a sus principales competidores y sus fortalezas					

46. Esta dispuesto a invertir en tecnología para mejorar la competitividad de su negocio.					
47. Tiene interés en capacitarse en el uso de las tecnologías (correo, celular y demás) para que sean más eficientes en su trabajo.					

Responder lo siguiente donde:

1=Totalmente de acuerdo, 2= De acuerdo, 3=Neutral, 4=En desacuerdo 5=Totalmente desacuerdo

Cursos de Capacitación:

48 .Marque 5 cursos de capacitación y actualización que le gustaría o requiere para su negocio, indique los 5 prioritarios en orden de importancia, donde 1 es el de **MAYOR importancia** y 5 es el de **MENOR importancia**

1	Cómo calcular costos de mis productos y/o servicios	
2	Cómo elegir a mis Proveedores	
3	Asesoría en el pago de impuestos	
4	Asesoría para llevar el control de mi contabilidad	
5	Asesoría en los trámites para el registro de la empresa ¿Me conviene? ¿Qué beneficios tengo	
6	Donde puedo obtener recursos para comprar equipo y/o mejorar las instalaciones de mi negocio	
7	Qué hago para promocionar y hacer que más personas conozcan mi negocio, atraer clientes y aumentar las ventas	
8	Como hacer una encuestas en línea y agenda electrónica.	
9	Usó de aplicaciones de teléfonos celulares (sin costo)	
10	Como usar las herramientas de Excel para mi negocio	
11	Uso de Redes sociales, para atraer más clientes y mejorar el servicio.	
12	Como usar el correo electrónico para estar en contacto con los cliente	
	Otro: ____ ¿Cuál?: _____	

49. ¿Qué día de la semana le es más conveniente recibir la capacitación? Lunes __ Martes __ Miércoles __ Jueves __ Viernes __ Sábado __ Domingo __	50. ¿Qué horario le es más conveniente? Matutino ____ Vespertino ____
51. ¿Le gustaría recibir información respecto a los cursos de capacitación? SI ____ NO ____	52. Si su respuesta fue SI por favor proporcione sus datos de contacto para enviarle la información: Teléfono: _____ Teléfono celular: _____ Correo: _____ Red social: _____

Nombre del Encuestador:

Firma del encuestador:

Referencias

- Anzola Rojas, Servulo (2010) “Administración de pequeñas empresas”
- Carrera, Filipe (2012) “Redes Sociales y Networking”
- Calvo Muñoz, Monste y Rojas Llamas, Carolina (2009) “Networking”
- Fillion, Lois Jacques (2011) “Administración de PYMES”
- Gómez Vieites, Álvaro y Otero Barros, Carlos (2013) “Redes Sociales en la Empresa”
- Merodio, Juan (2010) “Marketing en redes sociales”
- Nuño de León, Pierina del Refugio (2012) “Administración de Pequeñas empresas”
- Russell, J Thomas y Lane, W. Ronald (2001) “Publicidad”
- Casalet, M. y González, L. (2004). “Las tecnologías de la información en las pequeñas y medianas empresas mexicanas. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales”
- Sosa Pulido, Demetrio (2014) Manual de administración para MIPYMES
- Osorio, Maricela(2016) Las tecnologías de información y comunicación.
- Iturrioz del Campo, Javier (2008) REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos Volumen 94
- Rojas, Patricia (1999) ¿Qué es la competitividad?
- Belloch, Consuelo (2012) Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el aprendizaje. Material docente [on-line]. Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación. Universidad de Valencia. <http://www.uv.es/bellochc/pedagogia/EVA1.pdf>
- Definición de Pyme (agosto 2016) Disponible en: <http://www.definicionabc.com/economia/pyme.php>
- Pymes eslabón fundamental para el crecimiento de México (agosto 2016) Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html> (agosto 2016)
- Como hacer publicidad en internet (agosto 2016) Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/160/16007005.pdf>
- Estudio sobre los hábitos de los usuarios en internet en México 2016, Disponible en: https://www.amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf
- Análisis económico de la publicidad y su impacto sobre los consumidores , Disponible en: <http://www.protectora.org.ar/publicidad/analisis-economico-de-la-publicidad-y-su-impacto-sobre-los-consumidores/410/>(fecha de consulta agosto 2016)

- El Marketing en Facebook comienza con una página (agosto 2016)
Disponible en: <https://www.facebook.com/business/products/pages>
- Google lanza herramientas gratuitas para PyMes, Disponible en :
<https://www.forbes.com.mx/google-lanza-herramientas-gratuitas-para-pymes> (fecha de consulta junio 2018)
- 8 beneficios que una fan page de facebook aporta a tu negocio, Disponible en : <http://www.uncommunitymanager.es/motivos-facebook-empresas/> (Consulta marzo 2018)
- Qué son las TICS o Tecnologías de la Información y la Comunicación? Disponible en : <http://tugimnasiacerebral.com/herramientas-de-estudio/que-son-las-tics-tic-o-tecnologias-de-la-informacion-y-la-comunicacion> (Consulta junio 2018)
- 3 casos de éxito en negocios, Disponible en :
<https://www.entrepreneur.com/article/285812> (Consulta junio 2018)
- ¿Qué es un smartphone? Disponible en:
<https://www.sabermas.umich.mx/index.php/secciones/tecnologia/116-smartphone> (agosto 2018)