



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**ESTRATEGIAS TECNOLOGICAS DE
INFORMACION Y COMUNICACIÓN
PARA LA OPTIMIZACION DE LA
PRODUCTIVIDAD EN LAS PEQUEÑAS
Y MEDIANAS EMPRESAS.**

Autor (a): Karen Perez Mayer

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego
Teléfono: (0241) 8714240 (master) – Fax: (0241) 8712394



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA CONTADURÍA PÚBLICA
CARRERA CONTADURÍA PÚBLICA

**ESTRATEGIAS TECNOLOGICAS DE
INFORMACION Y COMUNICACIÓN
PARA LA OPTIMIZACION DE LA
PRODUCTIVIDAD EN LAS PEQUEÑAS
Y MEDIANAS EMPRESAS.**

Trabajo de Grado para optar al Título de
Licenciado en Contaduría Pública

Autor (a): Karen Perez Mayer

Tutor (a): Nohelia Duran

San Diego, Agosto del 2018



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
COORDINACIÓN DE PASANTÍA Y TRABAJO DE GRADO

ACTA N° 00019-1-2018

San Diego, 14 de Julio del 2018.

Ciudadana

Karen Pérez Mayer

C.I. 16.452.091

Cumplo con informarle que la Comisión de Trabajo de Grado de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad José Antonio Páez, acordó aprobar el Proyecto de Trabajo de Grado, presentado por usted titulado: **"Estrategias tecnológicas de información y comunicación para la optimización de la productividad en las pequeñas y medianas empresas"**, como requisito para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública.

Sin otro particular, se suscribe de usted,

Atentamente,

Dra. Belkys Suárez Montoya
Decana de la Facultad de Ciencias Sociales

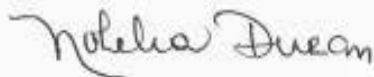


"Se Aprueba Proyecto (Anexo I.) sin revisión Metodológica".

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Nohelia Duran, portador(a) de la cédula de identidad N° 7.135.386, en mi carácter de tutor del trabajo de grado presentado por el(la) ciudadano(a) Karen Pérez Mayer, portador(a) de la cédula de identidad N° 16.452.091, titulado **ESTRATEGIAS TECNOLÓGICAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**, presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En San Diego, a los Treinta (30) días del mes de Julio del año dos mil dieciocho (2018).



Nohelia Duran
C.I. 7.135.386

AGRADECIMIENTOS

Primeramente a Dios por ser mi guía y mi luz en todo momento, a mis padres Jorge y Alzbeta por haber forjado la persona que soy y ser mis pilares en todo momento, a mi Gullo que sé que desde el cielo me cuidas, daría todo porque estuvieras en este momento conmigo. A mi Gulla, mi abuela Bertha, mis tías en especial mi tía Zdenka, a mis hermanas Rebeca y Rebelix. A mis amistades Miguel y Tibismar. A José por siempre apoyarme y estar allí. Todos mis compañeros de clases en especial a esos que se convirtieron en grandes amigos en tan poco tiempo, Juan Hernández, Mafer Casadiego, Luis Aguayo, Patricia (Luis), Kendry y Kieudyth, , Gean Flores, Maria Alejandra, Luis Cadenas, Eduardo y todos los de mi Promoción 38.

Agradezco a mis profesores por todas sus enseñanzas y sus consejos. Y a todas aquellas personas que siempre estuvieron a mi lado en las buenas y en las malas apoyándome.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	viii
INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I: EL PROBLEMA	
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA.....	7
1.3 OBJETIVOS.....	7
1.3.1 General.....	7
1.3.2 Específicos.....	7
1.4 JUSTIFICACION.....	8
CAPITULO II: MARCO TEORICO	
2.1 ANTECEDENTES.....	10
2.2 BASES TEORICAS.....	12
2.3 DEFINICION DE TERMINOS BASICOS.....	14
CAPITULO III: MARCO METODOLOGICO	
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
3.2 FASES METODOLÓGICAS.....	17
3.2.1 Fase I.....	17
3.2.2 Fase II.....	19
3.2.3 Fase III.....	20
CAPITULO IV: RESULTADOS.....	23
CAPITULO V: PROPUESTA.....	35
5.1 PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA.....	36
5.2 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	36
5.2.1 Objetivo General de la Propuesta.....	36
5.2.2 Objetivos Específicos.....	36
5.3 JUSTIFICACION DE LA PROPUESTA.....	36
5.4 FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA.....	37
5.4.1 Factibilidad Económica.....	37
5.4.2 Factibilidad Operativa.....	37
5.4.3 Factibilidad Humana.....	38
5.5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	38
CONCLUSIONES.....	43
RECOMENDACIONES.....	45
REFERENCIAS.....	47

ÍNDICE DE GRAFICOS

CONTENIDO

N°1	Conocimiento de las TICs.....	23
N°2	Influencia de las TICs en las empresas.....	24
N°3	Sitio Web.....	25
N°4	Sistema Administrativo-Contable.....	26
N°5	Internet para la banca electrónica y otros servicios financieros...	27
N°6	Órdenes de compra a través de internet.....	28
N°7	Ordenes de productos a través de internet.....	29
N°8	Detalles de facturación por internet a sus clientes.....	30
N°9	Adecuada publicidad a su empresa.....	31
N°10	Como las TICs pueden mejorar financiera y productivamente su empresa.....	32

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO

N°1	Conocimiento de las TICs.....	23
N°2	Influencia de las TICs en las empresas.....	24
N°3	Sitio Web.....	25
N°4	Sistema Administrativo-Contable.....	26
N°5	Internet para la banca electrónica y otros servicios financieros...	27
N°6	Órdenes de compra a través de internet.....	28
N°7	Ordenes de productos a través de internet.....	29
N°8	Detalles de facturación por internet a sus clientes.....	30
N°9	Adecuada publicidad a su empresa.....	31
N°10	Como las TICs pueden mejorar financiera y productivamente su empresa.....	32
N°11	Matriz DOFA.....	33



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA CONTADURÍA PÚBLICA
CARRERA CONTADURÍA PÚBLICA**

**ESTRATEGIAS TECNOLOGICAS DE INFORMACION Y
COMUNICACIÓN PARA LA OPTIMIZACION DE LA
PRODUCTIVIDAD EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS.**

Autor: Karen Pérez Mayer

Tutor: Nohelia Duran

Agosto, 2018

RESUMEN INFORMATIVO

Las Pequeñas y Medianas empresas PYMES necesitan incorporar tecnología a sus estrategias de negocio para ser más productivas y aumentar su grado de eficiencia. Las PYMES constituyen cerca del 50% de los ingresos de un País, lo que las sitúa en una posición de considerable y de trascendencia, ya que logrando su modernización, se logra la evolución del país en general. Existen diversos obstáculos que impiden el desarrollo de proyectos de tecnología en las empresas, entre los que destacan la resistencia al cambio y la mala definición de los requerimientos. Las PYMES presentan necesidades que las hacen recurrir al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), por ser las que proveen ayudas tecnológicas. El presente trabajo busca como objetivo dar a conocer un panorama general del papel que juegan las TIC dentro de las PYMES y ver su impacto; y se desarrolla siguiendo los lineamientos de una investigación de campo, apoyado en la revisión bibliográfica y documental, tomando como población empleados de diversas empresas y como muestra el personal de los departamentos relacionados, basado en una encuesta de preguntas cerradas.

Palabras Clave: Estrategias, Productividad, TIC, Pymes.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se realizó con el fin de estudiar las estrategias tecnológicas de información y comunicación como influencia en la optimización de la productividad de la Pequeña y Mediana Empresa, al respecto es importante señalar que la pequeña y mediana empresa en cualquier país del mundo representa una parte indispensable para motorizar la economía, generar empleo y asegurar los bienes y servicios que se requieren, tanto por la sociedad en general como por las empresas más grandes.

La información se ha convertido en el eje promotor de cambios sociales, económicos y culturales. El auge de las telecomunicaciones ha producido una transformación de las tecnologías de la información. El desarrollo tecnológico (Internet, comunicaciones móviles, banda ancha, satélites, microondas, etc.) está produciendo cambios significativos en la estructura económica y social, y en el conjunto de las relaciones sociales y de la comunicación, cuyo impacto ha afectado a todos los sectores de la economía y de la sociedad.

Hoy en día, los progresos en las denominadas tecnologías de la información, que abarcan los equipos y aplicaciones informáticas y las telecomunicaciones, están teniendo un gran efecto. De hecho, se dice que estamos en un nuevo tipo de sociedad llamada Sociedad de la información o Sociedad de Conocimiento, que viene a reemplazar a los dos modelos socioeconómicos precedentes, la sociedad agraria y la sociedad industrial.

Es prácticamente imposible imaginar un entorno empresarial sin acceso a Internet o sin correo electrónico. Los sistemas de comunicación y almacenamiento de datos, junto con los ordenadores tradicionales, se han convertido en una parte fundamental de la empresa y es impensable que una compañía pueda obtener el nivel de eficacia que se está consiguiendo en la actualidad gracias a las comunicaciones.

Sin tecnología de la comunicación volveríamos a vivir el entorno empresarial de hace 30 años. Al resaltar la importancia que tienen las nuevas tecnologías en la

comunicación de las organizaciones a través de una gerencia que pueda hacer buen uso de ellas, para expandir información y conocimiento al talento, que hace posible la implementación de la calidad total y lograr convertir las empresas comunes en organizaciones inteligentes. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación han transformado nuestra manera de trabajar y gestionar recursos. Las TIC son un elemento clave para hacer que nuestro trabajo sea más productivo: agilizando las comunicaciones, sustentando el trabajo en equipo, gestionando las existencias, realizando análisis financieros, y promocionando nuestros productos en el mercado. Las TIC permiten a las empresas producir más cantidad, más rápido, de mejor calidad, y en menos tiempo. Nos permiten ser competitivos en el mercado, y disponer de tiempo libre para nuestra familia.

La clave de una organización moderna es generar y administrar conocimientos y facilitar el aprendizaje preferente a través del manejo electrónico; por lo tanto las tecnologías de información pueden almacenar y diseminar conocimientos útiles para una empresa.

La tecnología facilita a la gerencia implementar una comunicación y coordinación en línea, necesaria para inducir en las empresas flexibilidad y adaptabilidad. Las tecnologías de información se han convertido en un componente integral de procesos empresariales, productos y servicios que ayudan a una empresa a obtener una ventaja competitiva en el mercado global.

Las TIC facilitan el trabajo de presentar el producto a los clientes y conseguir ventas de muchas maneras distintas, a saber: El correo electrónico nos permite enviar todo tipo de información y comunicados a clientes, enviarles un catálogo de productos, una felicitación de navidad o un boletín de noticias, sin prácticamente ningún costo. Las TIC lo hacen posible. Una página web donde exponer productos permite que los clientes interesados encuentren productos fácilmente en Internet y contacten. También permite transmitir al mundo la filosofía de la empresa.

Las TIC también permiten mejorar la gestión financiera (en la contabilidad, la banca electrónica o la facturación electrónica), la logística y la distribución (en el seguimiento

de flotas, la gestión de almacén, el comercio electrónico), los recursos humanos (en la formación a distancia e-learning, la gestión del conocimiento, el seguimiento personalizado), la producción y los procesos (gestión de compras, órdenes de producción, gestión de recursos).

Aunque el uso de la Tecnologías de la Información y la Comunicación es un factor clave en la productividad, su uso no está generalizado entre las medianas empresas y las PYMES. Las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) necesitan incorporar tecnología a sus estrategias de negocio para poder ser más productivas y aumentar su grado de eficiencia. Las PYMES presentan diferentes necesidades que las hacen recurrir al uso de las TIC, en general, estas necesidades buscan la mejora de algunos de los procesos de la empresa. Es un hecho que las PYMES necesitan incorporar tecnología a sus estrategias de negocio para poder ser más productivas y aumentar su grado de eficiencia.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

El mundo en los últimos años ha observado la transformación en todos los ámbitos, el desarrollo de nuevas tecnologías, las nuevas herramientas han facilitado el quehacer humano y estas han sido el resultado muchas veces de la evolución del conocimiento generado por las organizaciones.

Después de la revolución industrial y del crecimiento del parque industrial en el siglo XX, los mercados se transformaron de tal manera que hicieron tanto a consumidores como organizaciones más inteligentes, en cuanto a los requerimientos de los primeros para satisfacer sus necesidades como de los segundos para suplirlos.

Considerar que los clientes o consumidores eran manejables, dejó de ser una premisa de las grandes organizaciones, por eso se invirtió más en el desarrollo y la investigación, surgiendo la denominada era del conocimiento. Esta realidad también transformó la economía y a los países que entendieron que debían apoyar el desarrollo de sus empresas tanto públicas como privadas. Específicamente impulsando las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes).

Las PYMES venezolanas según Páez T. (2013):

Refleja que estas se caracterizan por poseer una estructura familiar, y su composición de aproximadamente el 50% de las empresas del país está integrada por miembros cercanos a la familia del accionista principal. En orden decreciente, el cónyuge, hermano y cuñados e hijos, conforman la estructura accionaría de la empresa. (p.16)

Esta realidad dada en un principio, también fue participe en el desarrollo y crecimiento de la pequeña empresa y de la microempresa influyendo en la caída de las 500 grandes empresas en EEUU en los últimos 20 años, en especial a fines de los años 70 donde los EEUU deciden adoptar el modelo neoliberal. Las grandes empresas americanas pierden vigencia e influencia en el espacio internacional disminuyendo su capacidad competitiva, al agotarse el modelo fordista y taylorista, adoptando nuevos paradigmas filosóficos tales como el modelo japonés de calidad total.

Es así como Japón rompe los paradigmas de la empresa y domina al mundo nuevamente de la mano de su producción y de la estrategia de tercerizar su producción de empresa trasnacionales a un conjunto de Pymes subcontratistas, que le dan el desarrollo, auge y surgimiento a nivel mundial de las mismas.

Esta alianza busca crear modelos de negocios exclusivos y su concienciación, demostrando su rentabilidad y beneficios para el desarrollo de la sociedad, contribuyendo a la identificación y priorización de oportunidades de negocios, creando un marco institucional adecuado a las culturas de cada país; para ello esos modelos de negocios van desde su financiamiento hasta su puesta en funcionamiento.

En Venezuela por su parte las Pymes como son conocidas han presentado similar crecimiento a otras partes de Latinoamérica, paradójicamente a pesar de la situación del país, ya que cada día mayor cantidad de personas se ven en la necesidad de obtener fuentes que mitiguen el desempleo.

En Venezuela, la mayoría de las Pymes están enfocadas en tres sectores: de servicios, comercio y manufactura, pero últimamente a causa de la situación política del país, han venido reduciéndose, la mayoría de las Pymes producen para el consumo interno. Existe poca innovación de tecnologías, lo cual hace que tengan poca

competencia en el mercado mundial y la única manera de exportar, son como proveedoras de productos intermedios para grandes empresas que ya están exportando.

Por otra parte, se observa que las Pymes tienden a tener poca planificación, esta realidad hace que estas organizaciones muchas veces funcionen bajo criterios patriarcales, limitando la potencialidad y la capacidad de crecimiento, el status que no se rompe con facilidad y su desarrollo organizacional también se limita a estructuras acéfalas, donde los accionistas ocupan cargos importantes superiores descuidando las funciones operativas a un segundo plano. Por lo que su acceso al sistema financiero es realmente difícil; y aquellas que están dentro del sistema no usan completamente las bondades o beneficios que este podría aportarles.

Según el estudio de Páez (2013) el uso de la Internet y las tecnologías de la información siguen siendo limitados, para estas empresas, muchas veces por falta de confianza, lo que las hace más lentas al momento de responder a los cambios constantes de la economía y de los demás factores que la afectan.

Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación suele definirse como la transformación de los datos de la compañía en conocimiento para obtener una ventaja competitiva. Desde un punto de vista más pragmático, y asociándolo directamente a las tecnologías de la información, podemos definirlo como el conjunto de metodologías, aplicaciones y tecnologías que permiten reunir, depurar y transformar datos de los sistemas transaccionales e información desestructurada (interna y externa a la compañía) en información estructurada, para su explotación directa o para su análisis y conversión en conocimiento soporte a la toma de decisiones sobre el negocio. Sin embargo, cabe mencionar que existen obstáculos o barreras que intervienen en la adquisición e implantación de tecnologías de información dentro de las PYMES.

Hay que tener en cuenta que la resistencia al cambio es la barrera más influyente y la causante de que muchas pequeñas y medianas empresas estén rezagadas en lo referente a tecnología. Esta resistencia al cambio incluye diferentes aspectos, tales como: el temor al uso de alguna tecnología por parte de los trabajadores, los errores en el uso de la nueva tecnología, el cambio de cultura y comportamiento (dejar viejas prácticas para incorporar nuevas) y la escasa participación de los usuarios finales en el levantamiento de los requerimientos, diseño y desarrollo de las aplicaciones.

La segunda barrera es la mala definición de los requerimientos de la aplicación que se quiere implementar, ya sea específica o estándar. Esta barrera incluye: la falta de compromiso de los involucrados (gerencia, clientes y/o proveedores), la escasa coordinación entre los niveles jerárquicos de la empresa y la falta de experiencia en el desarrollo e implementación de proyectos de esta índole.

1.2 Formulación del problema

De toda esta problemática planteada surge la siguiente interrogante: ¿Cómo las estrategias Tecnológicas de la Información y Comunicación podrían ayudar a la optimización de la producción en las Pymes?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Proponer estrategias Tecnológicas de la información y la Comunicación sobre la productividad en las Pequeñas y Medianas Empresas.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar los obstáculos que existen en la incorporación de Tecnologías de Información a las Pequeñas y Medianas Empresas.
- Determinar la importancia de las tecnologías de información dentro de las Pequeñas y Medianas Empresas.

- Diseñar estrategias tecnológicas para la optimización de la productividad en las pequeñas y medianas empresas.

1.4 Justificación de la investigación

Uno de los factores con el que tiene que enfrentarse la organización es con el cambio, algo que se da a diario ¿cómo conservar el equilibrio? ¿Cómo adaptarse mientras todo va cambiando?, esta realidad afecta a todas las empresas sin distinción entre grandes o pequeñas, su supervivencia y sustentabilidad depende de que tanto estas se adapten a los movimiento generados de las acciones locales y externas.

Esta realidad afecta a las Pymes también, especialmente cuando la toma de decisiones, la planificación y el proceso de comunicación son indispensables para alcanzar sus objetivos, si bien es cierto las Pymes en muchos casos carecen de visiones formales y estructuradas en un orden gerencial no es menos cierto que requieren del desarrollo organizacional para estructurar y coordinar sus actividades.

Los elementos de la competitividad de una empresa, están íntimamente relacionados con las actividades que ella realiza, su expectativa de crecimiento, la rentabilidad esperada, su capacidad para obtener y utilizar nuevas tecnologías, el equilibrio financiero, las formas de organización, la calidad de los recursos humanos, el entorno económico – social y el comportamiento del mercado.

Son diversos los factores que afectan este tipo de empresas, que muchas veces por su tamaño no pueden financiar un desarrollo tecnológico a la par del mercado, ya que esta inversión es mucho más grande cuando se evalúa la relación beneficios-costos.

La utilidad del presente trabajo será buscar el enlace entre las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), en aspectos como procesos, cambios, toma de decisiones, fortalecimiento del conocimiento y las posibilidades, como su aplicación

puede apoyar la organización y como esta se ve afectada de manera positiva o negativa por su desarrollo tecnológico y su costo de oportunidad.

Por otra parte servirá para mostrarles a los pequeños y medianos empresarios la importancia que tiene utilizar las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), y como estos pueden transformar sus procesos gerenciales, organizacionales y productivos de manera que se hagan más competitivos, eficientes sin desmejorar la calidad.

Para las Pymes, es de vital importancia entender que el manejo de una estructura, un clima, procesos de manera integrada con el potencial de sus recursos humano, le dará prestigio y reconocimiento antes sus clientes, proveedores y demás grupos de interés.

Si las Pymes logran alcanzar un nivel óptimo de desarrollo haciéndose más efectivas, esto redundará sin duda alguna en la salud laboral de sus empleados, disminuirá la rotación y garantizará un plan de carrera de acuerdo a sus competencias, lo que tendrá un impacto en la sociedad. Al igual que optimizara los tiempos de respuesta para procesos internos y externos, lo que conlleva a una mayor rentabilidad.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Actualmente no existen muchas literaturas que expongan la relación entre las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), y el impacto en el desarrollo de la productividad de las Pymes, sino investigaciones que tienen relación con el tema en cuestión.

La mayoría de los artículos encontrados, evidencian antecedentes que demuestran como las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), contribuye a incrementar la productividad de las empresas, ya que por este mecanismo se puede adquirir mayores beneficios la estructura productiva de las empresas.

Para los efectos de esta investigación se reseñan a continuación, algunos trabajos de investigación que se relacionan con el estudio que se realiza:

Ruiz y Trinidad (2017), en su investigación titulada **“Efecto de las tecnologías de información y comunicación (tic) en la competitividad internacional de las pymes”** Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en International Business en la UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA. Su objetivo general es evaluar la relación entre el efecto de las tecnologías de información y comunicación con la competitividad internacional de las PYMES agroexportadoras, a través de una investigación de campo. Esta investigación se relaciona con la actual investigación ya que proporciono una visión acerca de la competitividad internacional entre las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICS) y las PYMES.

Otaegui y Milla (2017), desarrollaron una investigación titulada **“Correlación entre las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICS) y la gestión del conocimiento en las PYMES de la industria del calzado en Lima**

Metropolitana” Tesis de postgrado, Para optar el Grado Académico de Magíster en UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS. Su objetivo general es relación que existe entre el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones con la gestión del conocimiento de las PYMES de la industria del calzado a través de una investigación científica. Esta investigación apporto al presente trabajo de grado una visión acerca de la importancia entre las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICS) y la gestión del conocimiento en las PYMES de la industria en general.

Editorial Autores de Argentina (2015), realizaron una investigación que lleva por título **“El impacto de las TIC en la economía y la sociedad”** Opiniones de expertos y testimonios sectoriales. Su objetivo general es analizar el impacto de la innovación en las PYMES, a través de una investigación documental. Este trabajo está relacionado con la investigación aquí planteada, ya que aborda el impacto de las TIC no solo en la economía y en la parte productiva sino también a la sociedad a través de un material educativo que incluye contenidos de estadística, los cuales son adecuados. Interesa, en sobremanera, apreciar el diseño de las estrategias que promueven la investigación, la lectura comprensiva, el análisis.

González (2015), desarrollo una investigación titulada **“TIC, Pymes y Entorno: Evaluación de la eficacia del constructo “Capacidad de Absorción” de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en Pymes manufactureras venezolanas, semejanzas y diferencias según nivel de complejidad tecnológica”** Tesis doctoral. Su objetivo general es el análisis de la capacidad de absorción de las tecnologías de información y comunicación en las PYMES, a través de una investigación teórica. Este trabajo se relaciona con la investigación en curso, ya que propone un material de instrucción para la enseñanza de las TIC, a través de enunciados claros, objetivos de aprendizaje precisos y una estructura de trabajo que aborda, paso a paso, las actividades, así como una descripción detallada, apoyado por ejemplos e ilustraciones, entre otros.

Jijena-Infante (2015), en su trabajo de investigación titulado “**TIC, Co-Innovación y Productividad de las Pequeñas y Medianas Empresas en Chile**” Tesis para Optar al Grado de Doctor en Sociedad de la Información y el Conocimiento. Su objetivo general es analizar las relaciones de complementariedad entre las tecnologías de la información y comunicación, la cualificación del capital humano y las formas de gestión en la organización del trabajo, tal que provoquen incrementos de productividad en las pequeñas y medianas empresas a través de una investigación descriptiva. Este trabajo se relaciona con la investigación planteada, ya que muestra cómo debe estructurarse un modelo de Innovación y Productividad de las Pequeñas y Medianas Empresas, desde la perspectiva del procesamiento de la información, a través de estrategias, lo cual resulta un aporte importante.

2.2 Bases teóricas

Arias (2013:107) afirma que: “Las bases teóricas implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema planteado”.

2.2.1 Tecnologías de la Información y Comunicación

Son aquellos dispositivos, herramientas, equipos y componentes electrónicos, capaces de manipular información que soportan el desarrollo y crecimiento económico de cualquier organización. Cabe destacar que en ambientes tan complejos como los que deben enfrentar hoy en día las organizaciones, sólo aquellos que utilicen todos los medios a su alcance, y aprendan a aprovechar las oportunidades del mercado visualizando siempre las amenazas, podrán lograr el objetivo de ser exitosas.

2.2.2 Herramientas de las Tecnologías de la Información y Comunicación

Accesibilidad a la información. Los datos son la fuente principal de este concepto. Lo primero que debe garantizar este tipo de Herramientas técnicas será el acceso de los usuarios a los datos con independencia de la procedencia de estos.

Apoyo en la toma de decisiones. Se busca ir más allá en la presentación de la información, de manera que los usuarios tengan acceso a plataformas y herramientas de análisis que les permitan seleccionar y manipular sólo aquellos datos que les interesen.

Orientación al usuario final. Se busca independencia entre los conocimientos técnicos de los usuarios y su capacidad para utilizar estas herramientas.

2.2.3 Barreras entre Tecnologías de la Información y Comunicación y las PYMES

Las barreras entre Tecnologías de la Información y Comunicación y las PYMES son la resistencia al cambio, definición de requerimientos, hardware y software, dependencia de los proveedores de tecnología.

2.2.4 Las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas)

La empresa es una unidad económica de producción y decisión que, mediante la organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo), persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos prestando servicios en el mercado.

Las pequeñas y medianas empresas cuentan con las siguientes características:

- Recursos humanos, de capital, técnicos y financieros.
- Realizan actividades económicas referentes a la producción, distribución de bienes y servicios que satisfacen necesidades humanas.
- Combinan factores de producción a través de los procesos de trabajo, de las relaciones técnicas y sociales de la producción.
- Planean sus actividades de acuerdo a los objetivos que desean alcanzar.

- Son una organización social muy importante que forma parte del ambiente económico y social de un país.
- Son un instrumento muy importante del proceso de crecimiento y desarrollo económico y social.
- Para sobrevivir debe de competir con otras empresas, lo que exige: modernización, racionalización y programación.
- El modelo de desarrollo empresarial se reposa sobre las nociones de riesgo, beneficio y mercado.
- Es el lugar donde se desarrollan y combinan el capital y el trabajo, mediante la administración, coordinación e integración que es una función de la organización.
- La competencia y la evolución industrial promueven el funcionamiento eficiente de la empresa.
- Se encuentran influenciadas por todo lo que sucede en el medio ambiente natural, social, económico y político, al mismo tiempo que su actividad repercuten la propia dinámica social.

2.2.5 La productividad en las PYMES

Para. (Porter 2013):

La productividad de la economía se mide por el valor de los bienes y servicios producidos por unidad de capital humano, capital físico y recursos naturales. La productividad depende del valor de los bienes y servicios producidos medido a precios de mercado y la eficiencia con los cuales pueden producirse. Por tanto, la verdadera competitividad la mide la productividad (p.31)

2.3 Definición de términos básicos

Estrategia Empresarial: conjunto de acciones que alinean las metas y objetivos de una organización.

Tecnología: ciencia aplicada a la resolución de problemas concretos.

Información: conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje.

Comunicación: actividad consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas.

Productividad: relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción.

Pyme: empresa con características distintivas, y tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o regiones. Las pymes son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El Marco Metodológico proporciona una información detallada de cómo se realizó el desarrollo de la investigación. El marco metodológico es la instancia referida a los métodos, las diversas reglas, registros, técnicas, y protocolos con lo cual una teoría y su método calculan las magnitudes de lo real; es decir, el fin esencial es definir los aspectos relacionados con la metodología e identificar el tipo y diseño de la investigación, la población y su muestra, los métodos e instrumentos que se van a emplear para la recolección de datos para obtener información importante, analizarlos y posteriormente presentar estos datos.

En el Marco Metodológico de la presente investigación, es necesario situar detalladamente el conjunto de métodos, técnicas y protocolos instrumentales que se emplearon en el proceso de recolección de datos requeridos.

3.1 Tipo y diseño de la investigación

El diseño de investigación es de campo porque el fin de la investigación conlleva a la recolección de datos de la realidad para su posterior análisis, ya que se realizó a través de la recopilación de información sobre los cambios y su efecto sobre las pequeñas y medianas empresas, generado de la incorporación de los beneficios que da el uso de la tecnología de información y comunicación.

Según Arias, F. (2013), define:

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes.(p.31)

Por lo tanto, este estudio se enmarcó en una investigación de campo, ya que los datos fueron extraídos en forma directa de la realidad, a través del uso de instrumentos para recolectar la información como la encuesta y la observación.

Esta estuvo orientada hacia un tipo de estudio descriptivo, ya que, se trata de describir los aspectos fundamentales que pudieran influir en el desarrollo productivo de las pequeñas y medianas empresas, producto de la incorporación, uso y aplicación de las tecnologías de información y comunicación.

Una investigación descriptiva es la que detalla e identifica los procedimientos establecidos, así como también los pasos y características necesarias para realizar la investigación.

3.2 Fases metodológicas

3.2.1 Fase I: Identificar los obstáculos que existen en la incorporación de tecnologías de información a las Pequeñas y Medianas Empresas.

Para analizar la situación actual se necesitó de las técnicas y recolección de datos, ya que las mismas son la variedad de métodos que se utilizan a fin de recopilar los datos sobre una situación existente, estas son las distintas formas de obtener información. La técnica de recolección de datos que se utilizó en la presente investigación es la encuesta, la encuesta trata de requerir información a un grupo socialmente significativo de personas, acerca de un problema en estudio, extrayendo las conclusiones que correspondan con los datos recolectados.

Por lo cual se aplicó una encuesta en el presente estudio de investigación conformada por diez preguntas de dos opciones Sí y No.

La población de una investigación está constituida por el conjunto de seres en los cuales se va estudiar la variable o evento, y que, además, se comporten como características comunes, los criterios de inclusión, en ese sentido la población de estudio estuvo conformada por las pequeñas y medianas empresas.

Para la selección de una muestra es beneficioso asumir el criterio de muestreo el cual es aquella porción que representa a toda la población es decir donde la muestra está representada por toda la investigación a desarrollar, en este caso la muestra del estudio estuvo conformada por cuatro (4) empresas.

A pesar del cúmulo de oportunidades y beneficios potenciales que representan los procesos de adopción de TIC para las PYMES, las evidencias muestran un bajo porcentaje que optan por su incorporación con tendencias además poco alentadoras, pues esta parece ser una situación que está lejos de ser superada.

Es considerado que una de las causas para la limitada adopción de las TIC por parte de las PYMES, tiene que ver con la falta de dinamismo entre estas y los proveedores de productos y servicios del sector TIC. Argumenta que ese sector no ha ofertado bienes y servicios a la medida de las PYMES debido a que en el pasado la demanda proveniente de estas ha sido baja. Sin embargo, su demanda es baja en parte debido a que las TIC disponibles en el mercado son demasiado complejas y onerosas. El resultado es un círculo vicioso con suministros limitados y escasa demanda que en definitiva excluye a las PYMES de los beneficios que aportan las TIC.

Otros factores que también han contribuido a limitar la oferta y la demanda de productos y servicios TIC para las PYMES son: por el lado de la oferta, la pobre infraestructura de telecomunicaciones existente en muchos de los países en vías de desarrollo, que resulta en acceso limitado y mayores costos; aunado al hecho de que en términos generales no es común encontrar productos o servicios específicamente dirigidos a empresas PYMES, por lo que se hace normalmente es tratar de adaptar productos para grandes empresas a las necesidades de las PYMES.

Por el lado de la demanda destaca la limitada alfabetización en TIC por parte de los propietarios de las PYMES, que obstaculiza su capacidad para elegir la tecnología más adecuada y entender los beneficios concretos que puede aportar a sus negocios; la baja capacidad del personal para comprender y manejar apropiadamente estas tecnologías, o; la falta de opciones de financiamiento que limita la capacidad de las PYMES para costear la adquisición de TIC.

Al final, los beneficios de la inversión en TIC no se perciben como suficientes para justificar los costos definidos para identificar los mejores artículos y / o servicio, la búsqueda de personal para su gestión, llevar a la empresa hasta la curva de aprendizaje, y la obtención de recursos financieros.

3.2.2 Fase II: Determinar la importancia de las tecnologías de información dentro de las Pequeñas y Medianas Empresas.

Después de haber obtenido los datos mediante el uso de instrumentos y técnicas seleccionadas, se comenzó a hacer un análisis de la situación que se presenta. Para esta fase se trabajó con una matriz DOFA, la cual es considerada un análisis de vulnerabilidad, y las siglas DOFA significan las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, que determinan que la empresa está capacitada para el desarrollo de las actividades.

Los puntos débiles de las PYMES se han relacionado sobre todo con la limitada capacidad para acceder y administrar información, ineficiencias en las gestiones internas y desventajas causadas por la pequeña escala de sus actividades comerciales, además de la falta de recursos humanos calificados y acceso a financiación, por lo que estas empresas con frecuencia procuran colaborar para desarrollar nuevas actividades y productos, compartiendo sistemas informáticos con otras empresas para evitar grandes inversiones e intentando lograr una economía de escala.

En función de tales consideraciones, y teniendo en cuenta las afirmaciones ya mencionadas respecto al rol de las PYMES como motores del crecimiento económico, las TIC pueden jugar un papel muy importante al contribuir con estas en la creación de oportunidades de negocios y a combatir las presiones de los competidores.

3.2.3 Fase III: Diseñar estrategias tecnológicas para la optimización de la productividad en las pequeñas y medianas empresas.

En el contexto de una economía digital e interconectada globalmente, donde el cambio constante y por ende la incertidumbre está a la orden del día, el poder de las TIC para la actividad empresarial es cada vez mayor. Las nociones tradicionales de la producción de bienes y la generación de servicios, así como del intercambio comercial, han venido cambiando radicalmente de tal manera que tales actividades se realizan con cada vez mayor intensidad a través de los servicios que ofrece internet y las otras herramientas del paradigma digital.

En este sentido, han adquirido un significativo protagonismo las TIC como impulsores del crecimiento de las economías nacionales al mejorar la eficiencia y la eficacia de las actividades de las empresas y la expansión de los mercados. Sobre la base de esta realidad, es que debe prestarse atención adecuada y estratégica a las nuevas oportunidades que brindan, que no se limitan solamente a las grandes empresas y corporaciones. Una realidad patente de las nuevas economías regionales, sobre todo en aquellas menos avanzadas, es que la mayor parte de las actividades empresariales son realizadas por, Pequeñas y Medianas Empresas.

Esto ha aumentado el número total de PYMES en el país, y por tanto el empleo y el ingreso per cápita. Consecuentemente, aumenta el consumo, que a su vez abrirá nuevas oportunidades de mercado que harán que se creen más PYMES. Al contrario de las grandes corporaciones multinacionales, el crecimiento de PYMES beneficia directamente a la región, debido a que la mayoría de estas últimas son negocios domésticos.

Estudios recientes han demostrado que cada vez es mayor el número de empresas pequeñas que incorporan computadores y otro tipo de tecnologías digitales, básicamente para el desarrollo de actividades y tareas individuales. Asimismo, poco a poco estos equipos están comenzando a ser conectados entre sí, ofreciendo como nunca antes la oportunidad a un gran número de pequeñas compañías la oportunidad de usar

las capacidades que ofrecen la computación y comunicación para ayudar a coordinar sus acciones.

La disminución en los costos de comunicación en las TIC sirven para fomentar mayor coordinación entre empresas y el aumento de la cantidad de operaciones entre estas, a la vez que contribuye al surgimiento de organizaciones más flexibles y adaptables a los rápidos cambios del mercado, a través de la constitución de equipos descentralizados en redes, en un contexto donde existe la impresión generalizada de que este tipo de alianzas son un factor crítico fundamental en los procesos de negocios de hoy, interconectados globalmente.

En este sentido, las principales razones para adoptar las TIC son, entre otras, las siguientes:

- Mejorar el acceso a la información.
- Mejorar la gestión administrativa interna.
- Mejorar la gestión del producto y el control de calidad.
- Aumentar la productividad por medio del mejoramiento de la gestión interna según la enumeración precedente.
- Facilitar la colaboración con otras empresas y buscar economías de escala.
- Lograr nuevas oportunidades comerciales.

Finalmente en esta fase se propondrán los lineamientos en el contexto de una economía digital e interconectada globalmente, donde el cambio constante y por ende la incertidumbre está a la orden del día, el poder de las TIC para la actividad empresarial es cada vez mayor. Las nociones tradicionales de la producción de bienes y la generación de servicios, así como del intercambio comercial, han venido cambiando radicalmente de tal manera que tales actividades se realizan con cada vez mayor intensidad a través de los servicios que ofrece internet y las otras herramientas del paradigma digital.

Y como su uso apropiado podrá ayudar a reducir costos al mejorar sus procesos internos; al permitir el estar constantemente adaptando, mejorando y modificando sus productos o creando nuevos mediante una mejor, más eficaz y personalizada comunicación con sus clientes; y corregir para mejorar la promoción y distribución de tales productos mediante el uso de internet.

Se diseñaron las estrategias gerenciales las cuales se elaboraron basándonos en los resultados obtenidos y darle una solución a la problemática existentes por los altos riesgos del departamento para así optimizar el proceso. La propuesta presentada en esta fase se estructurará de la siguiente manera:

Presentación de la propuesta.

Objetivos de la propuesta.

Justificación de la propuesta.

Factibilidad de la propuesta.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

Para el desarrollo de la Fase I. Diagnóstico de la situación actual de las pequeñas y medianas empresas con respecto a las tecnologías de información y comunicación.

1.- ¿Conoce usted las Tecnologías de Información y Comunicación?

Cuadro nro. 1. Conocimiento de las TICs

EMPRESAS	OPCIONES	FRECUENCIA	%
4	Si	2	50%
	No	2	50%
	Total	4	100%

Fuente: Pérez (2018)



Gráfico nro. 1. Conocimiento de las TICs

Fuente: Pérez (2018)

Análisis: del grupo de empresas encuestadas solo el cincuenta por ciento (50%) tiene conocimiento sobre las TICs y el cincuenta por ciento (50%) restante no son aplicadas a las mismas. Las TICs se refirieren a la utilización de múltiples medios tecnológicos o informáticos para almacenar, procesar y difundir todo tipo de información.

2.- ¿Sabe usted cómo influyen las TICs en las empresas?

Cuadro nro. 2. Influencia de las TICs en las empresas

EMPRESAS	OPCIONES	FRECUENCIA	%
4	Si	0	0%
	No	4	100%
	Total	4	100%

Fuente: Pérez (2018)



Gráfico nro. 2. Influencia de las TICs en las empresas
Fuente: Pérez (2018)

Análisis: el cien por ciento (100%) no conoce la influencia pueden tener las TICs en sus empresas. Las TICs son consideradas como una ventaja para las empresas ya que generan beneficios mejorando la productividad y mano de obra entre otros, además de la optimización en el servicio al cliente. Por todo esto las TICs influyen positivamente en el valor de las relaciones de la empresa comercial con sus proveedores y clientes.

3.- ¿La empresa posee un sitio web?

Cuadro nro. 3. Sitio Web

EMPRESAS	OPCIONES	FRECUENCIA	%
4	Si	1	25%
	No	3	75%
	Total	4	100%

Fuente: Pérez (2018)



Gráfico nro. 3. Sitio Web

Fuente: Pérez (2018)

Análisis: el veinticinco por ciento (25%) posee un sitio web y el setenta y cinco por ciento (75%) restante no posee. La presencia en línea es vital para una empresa pues es un campo muy competitivo, donde las empresas que ya cuentan con un sitio web están abarcando mercados potenciales. Está más que demostrado que la incorporación de un sitio web de un negocio se relaciona positivamente con el éxito del mismo y el incremento de las ventas, por lo que su relevancia es máxima hoy en día.

4.- ¿La empresa cuenta con un sistema administrativo – contable?

Cuadro nro. 4. Sistema administrativo – contable

EMPRESAS	OPCIONES	FRECUENCIA	%
4	Si	2	50%
	No	2	50%
	Total	4	100%

Fuente: Pérez (2018)



Gráfico nro. 4. La empresa cuenta con un sistema administrativo – contable

Fuente: Pérez (2018)

Análisis: Tener un buen sistema de contabilidad en una empresa que sea eficiente y funcional además de ser un activo intangible, indiscutiblemente lo convierte en una fuente de información importante para conocer de la situación económica y financiera para las organizaciones, en este caso solo el cincuenta por ciento (50%) cuenta con uno y el cincuenta por ciento (50%) restante no posee un sistema administrativo contable.

5.- ¿La empresa utiliza el internet para la banca electrónica y otros servicios financieros?

Cuadro nro. 5. Internet para la banca electrónica y otros servicios financieros

EMPRESAS	OPCIONES	FRECUENCIA	%
4	Si	4	100%
	No	0	0%
	Total	4	100%

Fuente: Pérez (2018)



Gráfico nro. 5. Internet para la banca electrónica y otros servicios financieros

Fuente: Pérez (2018)

Análisis: el cien por ciento (100%) utiliza el internet para la banca electrónica y otros servicios. La banca electrónica permite a los usuarios realizar la mayor parte de sus transacciones bancarias desde la comodidad de su empresa o de viaje desde un teléfono celular. La banca en línea es un servicio popular ofrecido por casi todos los bancos e instituciones financieras. Los bancos ofrecen una variedad de servicios. En línea típica permite al usuario comprobar los saldos, transferir fondos entre cuentas, pagar facturas y cambiar información personal. Algunos bancos también permiten que el cliente pueda abrir y cerrar cuentas en línea, comprar acciones y controles de orden.

6.- ¿La empresa recibe órdenes de compra a través de internet?

Cuadro nro. 6. Órdenes de compra a través de internet

EMPRESAS	OPCIONES	FRECUENCIA	%
4	Si	0	0%
	No	4	100%
	Total	4	100%

Fuente: Pérez (2018)



Gráfico nro. 6. La empresa recibe órdenes de compra a través de internet

Fuente: Pérez (2018)

Análisis: el cien por ciento (100%) de las empresas encuestadas no recibe órdenes de compra a través de internet. La orden de compra es un documento que emite el comprador para pedir mercaderías al vendedor; indica cantidad, detalle, precio, condiciones de pago y forma de entrega. El correcto almacenamiento y administración de la información es lo que lleva a las compañías a tener mayores niveles de interacción con los clientes, partiendo de la base que los usuarios van a preferir siempre a las empresas que entiendan sus preferencias, así no exista el acompañamiento físico de por medio durante el proceso de compra, en este caso ninguna de las empresa maneja las órdenes de compra a través de internet.

7.- ¿La empresa ordena productos a través de internet?

Cuadro nro. 7. Órdenes de producto a través de internet

EMPRESAS	OPCIONES	FRECUENCIA	%
4	Si	2	50%
	No	2	50%
	Total	4	100%

Fuente: Pérez (2018)



Grafico nro. 7. La empresa ordena productos a través de internet

Fuente: Pérez (2018)

Análisis: toda empresa por pequeña o grande que sea necesita comprar múltiples y variados productos, muchas tiendas físicas que ahora cuentan con tiendas online, tienen ofertas exclusivas en Internet con precios que muy difícilmente podría ver en un establecimiento físico, eso le da la pauta para decir que es una gran ventaja comprar en Internet. El cincuenta por ciento (50%) de las empresas realizan sus compras de materias primas y diversos productos a través de internet, el cincuenta por ciento (50%) restante no.

8.- ¿Provee la empresa detalles de facturación por internet a sus clientes?

Cuadro nro. 8. Detalles de facturación por internet a sus clientes

EMPRESAS	OPCIONES	FRECUENCIA	%
4	Si	0	0%
	No	4	100%
	Total	4	100%

Fuente: Pérez (2018)



Gráfico nro. 8. Provee la empresa detalles de facturación por internet a sus clientes

Fuente: Pérez (2018)

Análisis: el cien por ciento (100%) de las empresas encuestadas no realizan detalles de facturación vía internet. La factura electrónica tiene los mismos efectos legales que una factura en papel. La factura electrónica recoge exactamente la misma información que una tradicional sobre las transacciones comerciales entre dos o más partes. Las principales ventajas de la factura electrónica son el ahorro de costes, la mejora en la eficiencia de creación de facturas y la reducción del tiempo de gestión de las mismas. Como se observa ninguna de las empresas provee a sus clientes de facturación por internet.

9.- ¿Realiza una adecuada publicidad a su empresa?

Cuadro nro. 9. Adecuada publicidad a su empresa

EMPRESAS	OPCIONES	FRECUENCIA	%
4	Si	0	0%
	No	4	100%
	Total	4	100%

Fuente: Pérez (2018)



Gráfico nro. 9. Realiza una adecuada publicidad a su empresa

Fuente: Pérez (2018)

Análisis: la publicidad ha dejado de ser opcional para una empresa o negocio, ha pasado a ser un elemento indispensable a la hora de competir y adentrarse en un mercado. Toda pequeña y media empresa necesita de una buena estrategia de publicidad para posicionarse en el mercado. Estas estrategias se centran en buscar ideas para vender los productos o servicios. La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance, que intenta aumentar el consumo de un producto o servicio. El cien por ciento (100%) de las empresas encuestadas no realiza una adecuada publicidad.

10.- ¿Sabe cómo las TICs pueden mejorar financiera y productivamente su empresa?

Cuadro nro. 10. Cómo las TICs pueden mejorar financiera y productivamente su empresa

EMPRESAS	OPCIONES	FRECUENCIA	%
4	Si	0	0%
	No	4	100%
	Total	4	100%

Fuente: Pérez (2018)



Gráfico nro.10. Sabe cómo las TICs pueden mejorar financiera y productivamente su empresa
Fuente: Pérez (2018)

Análisis: el cien por ciento (100%) de las empresas encuestadas no sabe de qué forma las TICs pueden mejorar financiera y productivamente su empresa, estamos inmersos en un proceso de transformación digital y, para que se concrete, tiene que llevar consigo un cambio de mentalidad que alcance a todos los sectores de la sociedad, desde los ciudadanos a la administración, las relaciones laborales y, por supuesto, la economía. Todo esto traería ventajas ya que se generarían nuevos modelos de negocio y en la relación con el cliente, automatización de servicios y procesos internos y externos, ahorro en los costes, entre otros.

Con relación a la Fase II. Determinar la importancia de las tecnologías de información dentro de las Pequeñas y Medianas Empresas.

Cuadro nro. 11. Matriz DOFA

Debilidades	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de formación de los empleados en las nuevas tecnologías. 2. Dificultades económicas por el coste de la inversión en la tecnología y la constante renovación que se requiere para las PYMES. 3. No hacer buen uso de las herramientas tecnológicas. 4. Falta de compromiso de algún personal administrativo para capacitarse en el uso y manejo de las TICs. 5. Miedo a la innovación y crecimiento financiero y empresarial. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Calidad total del producto. 2. Recursos Humanos bien capacitados. 3. Innovación en tecnología. 4. Misión, visión, valores y metas por definir. 5. Las transferencias pueden ser realizadas por el personal que gestiona o emite los pagos. Esta función corresponde al departamento de administración.
Fortalezas	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Disponibilidad y alto sentido de pertenencia del personal administrativo de la empresa. 2. Capacidad cognitiva ante las nuevas tecnologías. 3. Cultura Organizacional. 4. Fácil acceso a internet. 5. Buena receptividad ante los cambios. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingreso de nuevos competidores al sector. 2. Barreras comerciales crecientes. 3. Peligros de seguridad por el acceso no autorizado a los ordenadores de las empresas debido a su conexión a internet. 4. Problemas técnicos, límite en el ancho de banda, programas de perfeccionamiento, etc. 5. Las transferencias pueden ser devueltas o descontadas por el banco, lo que implicaría realizar un reclamo y realizar otro pago.

Fuente: Pérez (2018)

Analisis DOFA: las debilidades y oportunidades son factores externos que la empresa no controla, caso contrario a las fortalezas y amenazas que están presentes dentro de la organización, siendo indispensables dentro de todos los procesos ya que disminuirán el impacto de dichos factores externos. Dicho esto, podemos definir como análisis que la falta de formación de los empleados en las nuevas tecnologías estarían a cargo del departamento de Recursos Humanos quienes poseen niveles de capacitación que permiten adiestrar al personal de la empresa. A su vez, la cultura organizacional determina la buena definición de la misión, visión y valores de la empresa. Por otro lado, el no hacer un buen uso de las herramientas tecnológicas, podría generar que las transferencias fuesen devueltas o descontadas por los entes bancarios, lo que implicaría la realización de reclamos y hasta realizar otros pagos. Por último, la capacidad cognitiva ante las nuevas tecnologías, permiten la disminución de problemas técnicos, disminuye el límite del ancho de banda y perfecciona el buen uso de los programas.

CAPITULO V

PROPUESTA

El avance de las TICs en las PYMES, está modificando profundamente la vida económica de los países y en algunos casos revolucionando ya el modelo de negocio de algunos sectores de la producción o de servicios. En este sentido está muy claro que las empresas, grandes o pequeñas, no podrán ignorar el uso de la tecnología si quieren expandir o solamente mantener su mercado.

1.1 Presentación de la propuesta.

La inclusión de las TICs en las PYMES está generando profundos cambios culturales que incluyen las formas de acceso a la información por parte de diversos sectores. No obstante, la velocidad de expansión y democratización de la información, el crecimiento potencial a través de las redes telemáticas hacen necesario considerar el uso integral de la tecnología como un elemento a tener en cuenta en la capacitación actual y futura en la formación.

Después de realizar los análisis de los datos obtenidos tras las herramientas de recolección de datos e instrumentos como fueron la revisión bibliográfica y documental, la encuesta de preguntas cerradas y la realización de la matriz DOFA se diseñaron las estrategias tecnológicas de información y comunicación que ayudaran a mejorar la gestión productiva, contable y financiera, para las cuales se desarrollaron varias actividades que cumplirán con los objetivos específicos propuestos, con la finalidad de darle solución al problema planteado.

1.2 Objetivos de la propuesta.

5.2.1 Objetivo General de la propuesta.

Estrategias tecnológicas de información y comunicación para la optimización de la productividad en las pequeñas y medianas empresas así como evaluar la relación entre el efecto de las Tecnologías de Información y Comunicación con la competitividad financiera de las PYMES. Se desarrolló la siguiente propuesta.

5.2.2. Objetivos Específicos

- Establecer los factores que afectan todo proceso de innovación tecnológica.
- Elaborar el procedimiento requerido para el proceso de adecuación de toda la estructura de la empresa.
- Implementar los elementos y herramientas que permitan la disminución del riesgo percibido en materia financiera.

5.3 Justificación de la propuesta.

El tema de investigación se seleccionó considerando la vigencia e importancia que tiene hoy en día la innovación en las PYMES. Se tomó como fundamento para el presente proyecto de investigación, que una de las principales tendencias en el siglo XXI corresponde a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICS) las cuales han influenciado en la mayoría de los ámbitos económicos, sociales y productivos.

Por lo anterior la relevancia de este proyecto radica en lo importante y trascendental que son para los nuevos procesos tecnológicos en las PYMES y el uso de las TICS como gestores de procesos de innovación que contribuyen en la creación y mejora de los procesos producción y aumento financiero.

En la actualidad, las TIC son un factor determinante tanto en la productividad como a nivel financiero, sea la empresa que sea y tenga el tamaño que tenga. Aunque se trate de una empresa muy pequeña, incluso si se trata de una sola persona, hay una

serie de servicios TIC básicos con los que cualquier empresa ha de contar. Estos servicios básicos son los mínimos para cualquier empresa, puesto que agilizan enormemente acciones comunes que todas las empresas realizan, y sirven como base para poder utilizar otros servicios más avanzados. Estos servicios TIC básicos agilizan el acceso a la información, la comunicación con los clientes y proveedores, la promoción de los servicios y la imagen de marca. Y a la vez, tienen un coste muy bajo. Una vez estos servicios básicos están instalados, las empresas deben analizar sus procesos de negocio, e integrar las tecnologías de la información y la comunicación que optimizan estos procesos para aumentar la productividad.

5.4 Factibilidad de la propuesta

5.4.1 Factibilidad Económica

En el estudio de la Factibilidad Económica, se determina el presupuesto de costos de los recursos técnicos, humanos y materiales para el de la propuesta. En este proyecto la inversión es mínima ya que la misma incluye una visión de mediano y largo plazo, una trayectoria de recursos generados por los servicios y/o aportados por instituciones involucradas en la operación en calidad de ejecutoras y/o de financiadoras.

5.4.2 Factibilidad Operativa

La propuesta es factible desde el punto de vista operativo ya que la mayoría de las empresas cuentan con los recursos económicos y humanos necesarios, esto implica que el mantenimiento de la infraestructura operacional desarrollada por el proyecto original, que se refiere al funcionamiento del servicio a través de sus elementos constitutivos, que incluyen el personal profesional externo, el modelo de entrega de servicios y, en el caso de proyectos TIC especialmente la plataforma tecnológica.

5.4.3 Factibilidad Humana

La propuesta es factible desde el punto humano ya que las empresas cuentan con personal que está dispuesto a colaborar y aprender lo necesario para el mejoramiento de la organización, que se refiere a la continuación de los cambios inducidos en las empresas beneficiarias o en su contexto sectorial o comunitario.

5.5 Desarrollo de la propuesta.

5.5.1 Establecer los factores que afectan todo proceso de innovación tecnológica.

En este proceso existen cuatro factores que afectan todo proceso de innovación tecnológica los cuales son:

Económicos: Costos de la innovación, rentabilidad esperada de la innovación, sistema de incentivos para la innovación, financiamiento, relación calidad/precio, recursos necesarios para identificar y utilizar fuentes externas de conocimiento científico y tecnológico. Es un elemento importante desde la fase de diseño de la operación. Muchas agencias no tienen acceso a recursos suficientes para asegurar la contrapartida del proyecto por lo cual necesitan contar con el financiamiento de otras entidades, que suelen ser gobiernos (locales o nacionales), asociaciones gremiales empresariales, empresas privadas u otras entidades financieras interesadas en la operación. El apoyo financiero puede también ocurrir en etapas finales del proyecto, por ejemplo para el financiamiento de su expansión, o como modalidad de apoyo a las empresas beneficiarias.

Actitudinales, Culturales y Educativos: Actitudes y creencias personales, actitud general hacia la innovación y en especial de los entes directamente afectados por ella, visión y política del país y la empresa en torno al desarrollo científico y tecnológico, apoyo explícito de la alta dirección a la innovación tecnológica, cultura de ciencia y

tecnología nacional y empresarial, conocimiento y experiencia en productos y procesos, nivel de formación y educación del personal involucrado en la innovación, capacitación Técnica del Personal, educación en ciencia y tecnología, acceso a información sobre tecnologías.

La presencia de instituciones públicas o privadas (gobiernos, asociaciones gremiales empresariales, entidades de fomento de la empresa, etc.) es aconsejable para aumentar la visibilidad de la iniciativa y para planear posiblemente el futuro de la operación, ya que pueden favorecer el acceso a recursos financieros, la organización de eventos de difusión o el establecimiento de políticas sectoriales que pueden impactar sobre los beneficiarios del proyecto.

Organizacionales: Estructura organizacional, dinamismo Empresarial y Administrativo, canales de comunicación, internos y externos, objetivos claros y planificación, capacitación y comunicación, gestión del conocimiento, compromisos de alta dirección, cultura organizacional y re-ingeniería.

Competitividad: Uso de la innovación por el resto de empresas competidoras, imagen que produce la innovación, influencia de la tecnología en el cambio de la forma de competir, apoyo publicitario, reputación de la empresa innovadora, cooperación con otras empresas, cooperación con centros de desarrollo tecnológico, demanda de bienes y servicios, singularidad de los productos, facilidad de utilización, atención a los clientes actuales y potenciales, implicándoles en el proceso de innovación.

5.5.2 Elaborar el procedimiento requerido para el proceso de adecuación de toda la estructura de la empresa.

La adopción de la tecnología es un proceso complejo que requiere no solamente inversión, sino también que la organización tenga la capacidad de realizar los cambios que exige el uso de la tecnología en las diferentes funciones empresariales. Efectivamente, algunas investigaciones concluyen que el tiempo hasta una total

integración con la empresa puede demandar años, especialmente en el caso de sistemas de planificación de recursos empresariales que impactan fuertemente la operatividad de la empresa. El proceso de adopción de la tecnología es aún más difícil para empresas de menor tamaño cuando ésta abarca un espectro importante de actividades empresariales.

No todas las PYMES tienen que llegar a niveles de sofisticación elevada en su inversión en TIC. Una hoja de cálculo desarrollada por un empleado de la empresa puede ser ampliamente suficiente para gestionar un inventario o la contabilidad de una pequeña empresa comercial. Sin embargo, para empresas de mayor tamaño, el uso de las TIC es una fuente notable de ahorro y de mejora de la rentabilidad del capital invertido.

Entre los procedimientos para esta adecuación se encuentran:

1. Evaluar los recursos de la empresa para invertir en su propia modernización.
2. Determinar las limitaciones de personal.
3. Tener una visión a corto plazo.
4. Capacitar a los dueños de las PYMES para analizar los datos con el fin de corregir procesos o estrategias empresariales.
5. Instruir sobre los temores ante el cambio, no solo de los directivos sino de los empleados de la empresa.
6. Crear las condiciones que permitan el cambio: por ejemplo la tecnificación de la empresa y sistemas de gestión que ayuden a la adopción de nuevos procesos y prácticas.
7. Mejorar el acceso a Internet o a instrumentos de soporte tecnológicos en general.
8. Determinar beneficios inmediatos del uso de la tecnología (principalmente, incrementos de ingresos/rentabilidad).

5.5.3 Implementar los elementos y herramientas que permitan la disminución del riesgo percibido en materia financiera.

Definir correctamente el modelo de negocio que surge del proyecto es un componente esencial de la estrategia de sostenibilidad del servicio o solución. Varios son los elementos que concurren que permiten la disminución del riesgo percibido en materia financiera:

Segmento de clientes: es esencial definir el (o los) segmento de mercado en el cual la organización irá a operar y sobre la cual basará su propuesta de valor en función de las necesidades de los clientes. ¿Quiénes son los clientes? ¿Hay que especializarse en un nicho de mercado o el producto/servicio es de demanda masiva?

Propuesta de valor: ¿Qué conjunto de servicios se estará ofreciendo a nuestro(s) segmento(s) de mercado? ¿Cuáles son las necesidades de los clientes que se está satisfaciendo? ¿Es un producto o servicio innovador? ¿Tiene un impacto positivo en los costos del cliente? Esto mejora su habilidad de acceder a nuevos mercados y el grado de usabilidad que tiene el sistema, es fácil de utilizar o requiere una fuerte inversión en la formación del personal.

Canales para la entrega del valor: ¿Cómo vender y entregar el servicio/producto a los clientes y cómo comunicarles la propuesta de valor? Los canales son puntos de contacto con la empresa para vender, entregar, comunicar, evaluar y asistir el cliente en la adquisición y uso del producto/servicio.

Relación con la clientela: ¿Qué clase de soporte/relación espera el cliente? ¿Cómo se integran en el modelo de servicio/negocio? ¿Cuál es el costo de este tipo de relación? ¿Qué estrategia se implementará para sumar nuevos clientes? De esta manera se fidelizará a los clientes y se pueden utilizar elementos de web para favorecer la relación con los clientes.

Flujo de ingresos: ¿Cuánto están dispuestos a pagar por el valor que se le entrega y cómo? El objeto de la venta también puede variar: una licencia de software, el arrendamiento de una plataforma, la comisión por el uso de un servicio, el modelo de suscripción, la publicidad o la venta de servicios de valor agregado.

Recursos esenciales: los recursos como el personal, equipamiento, tecnología, marca, financieros, etc., Son necesarios para desarrollar, mantener, actualizar, mejorar el producto/servicio

Actividades críticas: ¿Cuáles son las actividades necesarias para realizar la propuesta de valor? Ellas pueden incluir el desarrollo y la actualización de un software o de una plataforma, la asistencia técnica.

Alianzas cruciales: ¿Cuáles son los socios con quienes aliarse para realizar la propuesta de valor, comercializar los productos/servicios, externalizar algunas actividades o contribuir al financiamiento del emprendimiento?

Estructura de costos: El modelo de negocio puede basarse en la minimización de costos (automatización pronunciada, externalización de actividades no-estratégicas, estructura de personal reducida, etc.) o estar impulsado por el valor (personalización del servicio, calidad de insumos, diseño, etc.). En ambas configuraciones la estructura de costo incluye costos fijos y variables y economías de escala y de función.

Los puntos mencionados, son los ingredientes centrales a tener en cuenta en la disminución del riesgo en materia financiera, los cuales se pueden aplicar tanto a una empresa (u organización) como a un servicio específico.

CONCLUSIONES

Se concluye lo siguiente:

El avance de las TIC en América Latina, como en otras partes del mundo, está modificando profundamente la vida económica de los países y en algunos casos revolucionando ya el modelo de negocio de algunos sectores de la producción o de servicios. En este sentido está muy claro que las empresas, grandes o pequeñas, no pueden ignorar el uso de la tecnología si quieren expandir o solamente mantener su mercado.

Las PYMES al utilizar TIC reflejan una relación positiva y significativa en su rendimiento, ya que al tener un alto uso, incrementa el beneficio, teniendo suficiente infraestructura informática. De la misma manera, existen áreas de oportunidad para las PYMES en temas como redes, comercio electrónico y comunicación corporativa a través de la web.

El reto tecnológico y organizacional de las PYMES es que sus directivos deben asumir que en la actualidad se encuentran inmersos en un mercado en el cual es de vital importancia, vincular el uso de TIC con las actividades diarias de la empresa para responder a las cambiantes necesidades que presenta dicho mercado, lo cual le resultará en un aumento en su rendimiento económico. Finalmente, es importante reflexionar que el estudio de las TIC en las PYMES puede representar un impulso hacia su crecimiento.

Con los resultados obtenidos en este trabajo, será posible contribuir a fortalecer el conocimiento de la relación existente entre el uso de TIC y el rendimiento en las PYME.

Además, se concluye que existen cuatro factores que motivan a las PYMES a invertir en TIC:

- 1) Los ahorros en costos y la generación de beneficios percibidos
- 2) La presión externa de competidores, clientes o proveedores
- 3) La disposición organizacional.
- 4) La facilidad de uso.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones se realizan las siguientes recomendaciones:

La importancia de las TIC en el comercio para la rentabilidad financiera de las PYMES, aunque el comercio electrónico se ha extendido rápidamente en los últimos años, su potencial todavía es enorme, especialmente en el ámbito empresarial; tanto en empresas nuevas con innovadoras líneas de negocio como en los sectores tradicionales. Es un medio para reducir costos de las transacciones relacionadas con la producción y distribución de mercancías y servicios. Mejora la comunicación, permitiendo una mayor competitividad al disminuir precios, crear mercados mayores y más transparentes.

Enfocar los esfuerzos de la política en aumentar el uso de las nuevas tecnologías: disponer de un sector TIC fuerte dará soporte al crecimiento, aunque no es un requisito previo. Lo realmente fundamental, y por lo tanto objetivo final, es el uso generalizado de las TIC en todo el entramado económico para impulsar la mejora en la productividad y el crecimiento de la innovación. Para ello, las empresas deberán:

- Aumentar la competitividad y continuar con la reforma reguladora de la industria de las telecomunicaciones para mejorar el acceso a las TIC.
- Mejorar las condiciones de acceso a las infraestructuras de comunicación local es especialmente importante, que requerirá de políticas efectivas para romper monopolios y establecer marcos de trabajo interconectados. Tales políticas también ayudarán a mejorar el acceso a unos servicios de comunicación de alta velocidad.

- Garantizar la competitividad suficiente a menores costos, son importantes en este contexto; políticas efectivas de competitividad en las relaciones laborales, menores barreras al comercio internacional e incentivos a la inversión.
- Construir un clima de confianza en torno al uso de las TIC tanto para las empresas como para los consumidores que sirvan de guía para establecer marcos de trabajo flexibles, regulando la seguridad y privacidad, protegiendo al consumidor, de modo que aplicaciones TIC como Internet sean más seguras y dignas de confianza.

Por último, un siguiente paso debe orientarse a realizar un estudio de casos, para analizar y actualizar las opiniones de los principales directivos de PYMES, en relación a los factores que desalientan el uso de TIC así como también conocer los motivos por los cuales el uso de esas tecnologías no es intensivo a pesar de tener suficiente infraestructura.

REFERENCIAS

Arias, Fideas (2013). **El proyecto de Investigación: Introducción a la investigación científica**. 6ta Edición. Caracas. Editorial Episteme.

Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (2013). **El uso de las TICs en las PYMES y su Relación con el Rendimiento**. México, D.F. Sabido T., García D., Góngora G.

Universidad Abierta de Catalunya (2015). TIC, Pymes y Entorno: **Evaluación de la eficacia del constructo “Capacidad de Absorción” de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en Pymes manufactureras venezolanas, semejanzas y diferencias según nivel de complejidad tecnológica**. España. González M, Isabel.

Universidad de Antioquia (2015). **TIC, Co-Innovación y Productividad de las Pequeñas y Medianas Empresas en Chile**. Chile. Jijena, Roberto A.

Universidad José Antonio Páez. **Biblioteca Virtual**. Valencia. Venezuela.

Universidad Nacional Mayor de San Marcos (2017). **Correlación entre las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICS) y la gestión del conocimiento en las PYMES de la industria del calzado en Lima Metropolitana**. Perú. Otaegui, José L.

Universidad San Ignacio de Loyola (2017). **Efecto de las tecnologías de información y comunicación (tic) en la competitividad internacional de las pymes**. Lima-Perú. Betsy Ruiz - Yanet Trinidad

Opiniones de expertos y testimonios sectoriales (2015). **El impacto de las TIC en la economía y la sociedad**. Editorial: Autores de Argentina.

Páez, Tomas (2013). **Las PYMES venezolanas**. Caracas.

Porter (2013). **La productividad como factor de competitividad para las pymes**. Bogotá. Colombia.