



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

DIVISIÓN DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y MERCADOTECNIA

“Análisis de los factores que inciden en la implementación de las TIC en las MIPYMES de la ciudad de Chetumal Quintana Roo”

TESIS

Para obtener el grado de

LICENCIADA EN SISTEMAS COMERCIALES

PRESENTAN

Alumna: Socorro del Carmen Dzul López

Alumno: Pablo Alexander Rosales Esquivel



DIRECTOR DE TESIS

Mtra. Julia Isabel Matus Martínez



ASESORES

Dra. Juana Edith Navarrete Marneou

Dr. Edgar Alfonso Sansores Guerrero

Chetumal Quintana Roo, México, enero de 2022



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

DIVISIÓN DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y MERCADOTECNIA

Tesis elaborada bajo la supervisión del Comité de Tesis del programa de licenciatura y aprobada como requisito para obtener el grado de:

LICENCIADA EN SISTEMAS COMERCIALES

COMITÉ DE TESIS



Director: Mtra. Julia Isabel Matus Martínez

Asesor: Dra. Juana Edith Navarrete Marneou

Asesor: Dr. Edgar Alfonso Sansores Guerrero

Asesor: Dra. Mayra Josefa Barradas Viveros

Asesor: Mtra. Karen Judith Cervantes Collí



AGRADECIMIENTOS

Socorro del Carmen Dzul López

Agradezco a Dios por permitirme concluir esta etapa de mi vida después de diversas circunstancias que me hicieron más fuerte, por haberme permitido nacer en el seno de una familia amorosa que sin dudar me han brindado su apoyo.

Agradezco a mis padres, el Sr. Julián Dzul Nájera y la Sra. María del C. López Muñoz, por ser esa brújula que me ha guiado a lo largo de mi vida, por ser ese ejemplo de constancia y dedicación, muchas gracias por todos sus sacrificios y, sobre todo, por su amor incondicional.

Agradezco a mis hermanos por elección, el estar siempre ahí para mí, a pesar de todos los kilómetros de distancia que nos separan, gracias por ser mi lugar seguro y siempre impulsarme a seguir adelante.

A mi asesora de tesis, Mtra. Julia Isabel Matus Martínez, por haberme guiado a lo largo de este proceso, sobre todo por su apoyo, paciencia y esmero para obtener los mejores resultados en esta investigación.

A mis maestros, por ayudarme a formar mi propio criterio a través de todas sus enseñanzas, gracias por todo el conjunto de conocimientos que me transmitieron y los cuales me permitirán desempeñarme exitosamente a lo largo de mi vida.

A todas las personas que directa o indirectamente me brindaron su apoyo y motivación en la realización de esta investigación.

A todos ustedes, ¡muchas gracias!

“Para empezar un gran proyecto, hace falta valentía. Para terminar un gran proyecto, hace falta perseverancia”

Autor desconocido

Pablo Alexander Rosales Esquivel

En la suma de agradecimientos que se detallan en este trabajo de grado realizado en la Universidad de Quintana Roo retribuye el esfuerzo de distintas personas que, directa e indirectamente, participaron dando su opinión, corrigiendo o simplemente demostrando su apoyo.

Este trabajo nos ha permitido aprovechar la competencia y la experiencia de muchas personas que deseamos agradecer en este apartado.

Primeramente, agradezco a Dios, por permitirme llegar a este punto tan importante en mi vida profesional y por brindarme la fortaleza, la paciencia, la sabiduría y el entendimiento para alcanzar este logro tan significativo.

También agradezco a mi familia, particularmente a mi padre Eduardo Roberto Sauri Escalante, que siempre me apoyo incondicionalmente en cada etapa de mi carrera universitaria, dispuesto a ayudarme emocional, monetaria y físicamente en cada momento.

Un agradecimiento especial a mi tutora y directora de tesis Julia Isabel Matus Martínez, cuya educación, experiencia y apoyo me permitió alcanzar este logro, por su valiosa colaboración y acompañamiento en la realización de la misma, por sus importantes aportes y por su guía en todo este proceso.

También agradezco a todos los profesores que intervinieron en el desarrollo de este trabajo y que así permitieron que pudiera finiquitar esta investigación.

Esto no hubiera sido posible sin la colaboración y el respaldo que todos y cada uno de ustedes me brindaron, mi infinita gratitud y reconocimiento.

Contenido

Planteamiento del problema.....	9
Justificación.....	11
Objetivo General.....	14
Objetivos Específicos.....	14
Hipótesis.....	15
CAPITULO 1	16
“LAS TIC”	16
1.1 INTRODUCCIÓN.....	17
1.2 CONCEPTO DE INNOVACIÓN.....	17
1.3 CLASIFICACIÓN DE INNOVACIÓN.....	21
Innovación de proceso:	21
Innovación en Marketing:	22
Innovación en organización:	22
1.4 BENEFICIOS MÁS IMPORTANTES DE LA INNOVACIÓN.....	23
Mayor Retorno de la inversión	23
1.5 CONCEPTO DE LAS TIC.....	24
1.6 CLASIFICACIÓN DE LAS TIC.....	24
1.7 VENTAJAS	26
1.7 USO DE LAS TIC EN EMPRESAS	27
1.8 BARRERAS PARA LA ADOPCION DE LAS TIC	29
1.9 CONCLUSIÓN	29
Capítulo 2	31
“Las micro, pequeñas y medianas empresas”	31
2.1 INTRODUCCIÓN	32
2.2 CONCEPTO DE EMPRESAS	32
2.3 TIPOS DE EMPRESAS	34
2.4 MIPYMES EN MÉXICO	39
CAPITULO 3	42
“Metodología”	42
3.1 Introducción	43
3.2 Investigación Descriptiva:	44
3.3 Método	47

3.4 Definición del término Muestreo:	50
3.5 Definición del tamaño de la muestra	51
Fórmula:	51
3.6 Población objetivo	52
3.7 Conclusión	53
Capítulo 4	54
“Análisis de resultados”	54
4.1 Introducción	55
4.2 Resultados	55
4.3 Tablas de contingencia	70
4.4 Conclusión	75
Capítulo 5	76
“Conclusiones y Recomendaciones”	76
5.1 Conclusión	77
5.2 Recomendaciones	78
Bibliografía	80
Anexos	83

Índice de tablas		
Tabla 1	Conceptos de innovación de diferentes autores.	Pág. 14
Tabla 2	Áreas de uso de las Tics en las MIÝMES.	Pág. 22
Tabla 3	Clasificación de las empresas en México por tamaño.	Pág. 31
Tabla 4	Instrumentación de las variables.	Pág. 44
Tabla 5	Tabulación de las variables grado de estudio y termino TICS	Pág. 70
Tabla 5.1	Prueba Chi-cuadrada de independencia de variables	Pág. 70
Tabla 6	Tabulación de las variables edad y grado de dificultad en la implementación de las TICS.	Pág. 71
Tabla 6.1	Prueba Chi-cuadrada de independencia de variables	Pág. 71
Tabla 7	Tabulación de variables de grado de estudio y como se enteró de la existencia de las TICS.	Pág. 72
Tabla 7.1	Prueba Chi-cuadrada de independencia de variables	Pág.72
Tabla 8	Tabulación de la variable utilidad de las tecnologías durante la emergencia sanitaria y tiempo en que implementaron por última vez algún tipo de tecnología.	Pág.73
Tabla 8.1	Prueba Chi-cuadrada de independencia de variables	Pág.73

Índice de figuras		
Figura 1		Pág. 1
Figura 2		Pág. 22
Figura 3		Pág. 30
Figura 4	Puesto que ocupa en la empresa.	Pág.51
Figura 5	Grado de estudio.	Pág.52
Figura 6	El negocio cuenta con sucursales o expendios.	Pág.52
Figura 7	Tiempo de operación	Pág.53
Figura 8	Giro al que pertenece la empresa.	Pág.54
Figura 9	Número de personas que laboran en la empresa.	Pág. 56
Figura 10	Familiarización con el termino Tics.	Pág, 577
Figura 11	Descripción adecuada para definir la palabra Tics	Pág. 57
Figura 12	Tecnologías que conocen los empresarios	Pág. 58
Figura 13	¿Utiliza algunas de las tecnologías anteriores en su negocio?	Pág. 59
Figura 14	Tecnologías que los empresarios encuestados utilizan en sus empresas.	Pág. 60
Figura 15	principales razones por las que los empresarios decidieron utilizar las tecnologías.	Pág. 61
Figura 16	¿Qué tan fácil fue para las MIPYMES implementar las tecnologías en su negocio?	Pág.62
Figura 17	¿Cómo se enteraron de la existencia de las tecnologías que utilizan las empresas?	Pág.63
Figura 18	Gráfica 15. ¿Brindan las empresas capacitación a sus empleados sobre el	Pág.63

	uso de las tecnologías que implementan?	
Figura 19	16. Frecuencia con la que las empresas brindan capacitación a sus empleados.	Pág.64
Figura 20	¿Quién imparte la capacitación a los empleados?	Pág.64
Figura 21	¿Cuánto tiempo tiene usando las tecnologías en su negocio?	Pág.65
Figura 22	¿Hace cuánto tiempo implemento por última vez algún tipo de tecnología en su negocio (Software, aplicaciones, redes sociales, etc.)?	Pág.65
Figura 23	¿Considera que las tecnologías que utiliza le han sido útiles durante la crisis sanitaria?	Pág.66
Figura 24	¿Durante esta emergencia sanitaria que tan útiles le han resultado las tecnologías que usa?	Pág.66
Figura 25	¿Qué beneficios le han brindado las tecnologías durante la crisis sanitaria (Puede elegir varias opciones)?	Pág.67
Figura 26	23. De acuerdo a su experiencia con el uso de las tecnologías durante la crisis sanitaria, al término de esta, ¿Qué tan probable es que las siga usando?	Pág.67
Figura 27	¿Qué tan probable es que implemente el uso de las tecnologías en su negocio en el corto plazo?	Pág.68
Figura 28	¿Qué tipo de tecnología planea implementar?	Pág.69

Planteamiento del problema.

Actualmente el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), es un elemento esencial en la integración de las actividades básicas de operación, ya que su actividad económica requiere de sistemas que le permitan mantenerse en el mercado, estar a la vanguardia y desde luego, generar rendimiento acorde a los objetivos de la organización.

De igual forma las TIC se erigen como una de las fuentes de productividad más significativas para las economías de los países a nivel mundial debido a su aportación al crecimiento económico.

La capacidad innovadora de las MIPYMES puede variar de acuerdo con el sector económico en el que se encuentren, de igual forma en el seno de las organizaciones puede constituir una ventaja competitiva, ya que estas tendrían una ventaja única y sostenible respecto a sus competidores, dicha ventaja le permitiría obtener mejores resultados y, por lo tanto, tener una posición competitiva superior en el mercado.

Aragón (2003) sostiene que los principales factores o estrategias de los negocios para competir con éxito son: 1) Lograr una posición tecnológica, 2) Lograr avances en las áreas de innovación (investigación), 3) Eficiente uso de TIC (Tecnología), 4) Mejorar sus prácticas flexibles (Tipos de Organización y Métodos y Técnicas de Operación), 5) Mejorar su funcionamiento con base en departamentos (Tipos de Organización y Métodos y Técnicas de Operación), 6) Lograr avances en acuerdos con otras empresas (Tipos de Organización y Métodos y Técnicas de Operación), 7) Sistemas de RRHH (Remuneración, Formas de Empleo, Seguridad e Higiene), 8) Inversión en Formación (Capacitación).

Dada la importancia de la innovación para el éxito, una posible solución para que las MIPYMES desarrollen estas innovaciones y generen competitividad de modo sustentable, sería establecer lazos de cooperación, los cuales podrían ser mediante clústers, redes con el cliente y productor, redes basadas en recursos, aprendizajes

y producción, que impulsen de manera sectorial el uso e implementación de nuevas tecnologías.

De manera particular, Esselaar (2008) recalca que las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) son el sector que mejor puede aprovechar las oportunidades que genera el nuevo ambiente de los negocios, ya que se pueden beneficiar a las organizaciones.

Por otro lado, Rieck (2005) sostiene que el uso de las TIC permite mejorar sustancialmente toda actividad administrativa dentro de las empresas, y en especial en las MIPYMES; sin embargo, su uso es muy bajo y tiene una influencia diferente, ya que las herramientas que son útiles a un tipo de empresa no necesariamente pueden serlo para otra Lockett N. et al (2006), es por esto que sería necesario identificar qué herramientas son las adecuadas para cada sector.

Asimismo, Dibrell C. et al. (2008) Agrega que las TIC pueden fungir como herramienta de trabajo para que las MIPYMES puedan reforzar su ventaja competitiva poniendo especial atención en las habilidades y recursos que cada empresa posea.

Sin embargo, 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 la aplicación de la misma en las diferentes funciones empresariales y la adaptabilidad de la organización al uso de las nuevas TIC Dibrell C. et al (2008), con el objetivo de brindar mayor satisfacción a los clientes quienes representan la mejor rentabilidad que puede tener una organización.

La vinculación entre las TIC y el rendimiento es una realidad que se ve reflejada en el crecimiento de las organizaciones y en especial en las MIPYMES Powell T.C. y Micallef D. (1997). Pues el uso y aplicación de las TIC permiten mostrar a las organizaciones un entorno favorable a toda actividad que dentro de una planeación y una adecuada estrategia les genere un desarrollo apto para su actividad.

Como concluyen los autores Laud yThies (1997) Las TICS no solo aportan a un cambio, sino que además lo potencializan para de este modo, darle mayor

flexibilidad a la empresa permitiendo agilizar cambios tanto estructurales como culturales, permitiendo de esta manera, que la distribución de información en la organización sea más rápida y eficiente, por otra parte también mencionan que con la incorporación de las TICs dentro de las organizaciones provee un sistema de control y de planificación más integral, que ayuda al favorecimiento de un análisis global de los datos por parte de una persona en particular o la mayoría de los actores que conforman la organización.

El rol principal que juegan las TIC en las empresas que las utilizan es el mejoramiento de las condiciones laborales y del entorno que las rodea, de tal manera que las empresas al integrar las TIC en todas sus operaciones, puedan incrementar significativamente su nivel de rendimiento y competitividad.

En la ciudad de Chetumal Quintana Roo existen un gran número de MIPYMES, que se presume no han implementado el uso de las TIC en sus procesos como parte de su estrategia para la competitividad y la consecuente mejora de su rendimiento.

Más aún, se puede afirmar que no existen datos sobre la implementación de las TIC en la MIPYME a nivel local, por lo que se considera pertinente realizar un análisis que permita identificar los factores que influyen en la implementación de estas nuevas tecnologías en las MIPYMES del sector comercio de nuestra localidad y contribuir de esta forma, a propiciar la adopción de dichas tecnologías.

Justificación

Actualmente, las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), desempeñan un papel fundamental como generadoras de empleo, agentes de estabilización social y fuentes de innovación, contribuyendo a la disminución de la pobreza y al proceso general de desarrollo económico Pinto D. (2013).

Es importante recalcar que en México existían 5, 664,515 establecimientos, de los cuales, el 95.4% son de tamaño micro, seguidamente con un 3.6% se encuentran las pequeñas empresas, posteriormente se encuentra con un 0.8% las medianas empresas y por último con un 0.2% las grandes empresas, haciendo una sumatoria del 100% del total de los establecimientos en México. Al analizar estos números se puede apreciar la importancia de las microempresas en la economía del país. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014).

La importancia de las MIPYMES no reside únicamente en las características que afectan la economía del país, sino en las ventajas que tienen respecto a las grandes empresas, entre las que resaltan: más facilidad en la creación de empleos; mayor tendencia a la innovación; además de una mayor capacidad de adaptar sus productos y servicios a las necesidades y exigencias de los consumidores. Roth-Well P. et al. (2005)

Cabe mencionar que las TICs son fundamentales para mejorar la productividad de las empresas, la calidad, el control y facilitar la comunicación, entre otros beneficios. 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 tecnologías de información y comunicaciones (TIC) están impulsando grandes cambios en muchos sectores industriales, tecnologías como las: redes de transmisión de datos de alta velocidad, bodegas de datos, Internet, e-business, e-commerce y están rompiendo barreras tradicionales para hacer negocios y transformar la forma en que éstos operan. Pinto D. (2013).

Por otro lado, cuando se intenta observar qué sucede dentro de la empresa con la llegada de las TIC rápidamente se comienza a ver a la organización como una conjunción de procesos administrativos, productivos, comerciales, etc, la elección del enfoque de análisis resulta muy funcional para detectar el tipo de aportación que harán las TIC y su potencial para agilizar, abaratar o potenciar las actividades que lleva adelante la organización.

Una investigación realizada por Perinao F. y Suares D. (2006), mostró que un gran número de empresas al incorporar las TIC lograron agilizar y abaratar sus procesos operativos estándares, mientras que un número más reducido logró ir más allá, utilizando las TIC para mejorar su toma de decisiones. Finalmente, un tercer grupo claramente minoritario, también utilizaba estas tecnologías como medio para facilitar y potenciar sus actividades de aprendizaje e innovación.

No obstante, debemos recordar que la capacidad innovadora de las MIPYMES puede variar de acuerdo con el sector en el cual ellas se insertan, dependiendo de los procesos de aprendizaje y de la organización de sus flujos de información.

Por su parte Rovere y Hansenclever (2002, pág. 7) indican que la adopción de las TIC al interior de las empresas es resultado de la adopción de dichas tecnologías por parte de los clientes, así como de la posibilidad de conquistar nuevos clientes que esto representa, pues las TIC confieren a la empresa una imagen positiva proyectando a la vez una mejor posición competitiva ante los ojos del consumidor.

Los mismos autores señalan que los propietarios-administradores de las empresas son conscientes de los posibles beneficios de las TIC para el desempeño competitivo, sin embargo, la mayoría no tiene conocimiento suficiente de estas tecnologías para evaluar los auténticos beneficios de su adopción, lo cual conlleva un proceso de aprendizaje acumulativo cuya complejidad es determinante en esta adopción. (pág. 12)

La innovación constituye también un modo de sobrevivir en los mercados y de hacer crecer las MIPYMES, es por eso que se considera de suma relevancia la realización de este estudio, puesto que las MIPYMES, son una pieza clave para nuestra economía que al adoptar elementos tecnológicos innovadores ya sea en sus procesos, en el diseño o producción de sus productos finales, o en la manera de brindar algún servicio estos serán capaces de elevar su competitividad ante las grandes cadenas globales y por lo tanto extender su esperanza de vida. (pág. 13)

Cabe resaltar que las causas de la falta de la competitividad de las empresas en Latinoamérica según un estudio realizado por Aragón, A. y Sánchez, G. (2003) son

las siguientes: elevada inestabilidad macroeconómica, carencia de recursos financieros, las dificultades de accesos al crédito; las deficiencias en el capital humano que se reflejan en el lento crecimiento de la educación y la falta de acceso a la infraestructura adecuada (tecnología).

Así mismo, las MIPYMES están expuestas a un ambiente competitivo caracterizado por la entrada de nuevos competidores internacionales; en este sentido, la utilización de las TIC permitirá en las MIPYMES hacer frente a la globalización de los mercados, ya que, si se desea incrementar el nivel de rendimiento de las empresas, mucho dependerá de la actualización tecnológica que tengan las organizaciones y de la implementación que tengan en las TIC como estrategia empresarial, tal como lo mencionan los autores Aragón, A. y Sánchez, G. (2003).

Es importante mencionar que los estudios relativos a la implementación de las TIC, se han llevado a cabo principalmente en países de América del Norte, sin embargo, se pudo observar que son muy escasas las investigaciones realizadas sobre el tema a nivel nacional y más aún a nivel local.

En conclusión, se considera que la realización de este trabajo de investigación en la ciudad de Chetumal Q.ROO es relevante pues permitirá dar a conocer los factores que pueden limitar o impulsar la implementación de las TIC al interior de las MIPYMES del sector comercio, información que permita impulsar su competitividad, crecimiento y elevar su esperanza de vida.

Objetivo General

Analizar los factores que influyen en la implementación de las TIC (Tecnologías de información y comunicación), en las operaciones de las MIPYMES afiliadas a la CANACO SERVYTUR Chetumal.

Objetivos Específicos

- Identificar los factores que impulsan a los empresarios (MIPYMES) afiliados a la CANACO del estado de Quintana Roo, para implementar el uso de las TIC.

- Identificar las principales limitantes que los empresarios (MIPYMES) que forman parte de la CANACO SERVYTUR Chetumal, para no adoptar estas nuevas tecnologías.
- Determinar el nivel de capacitación de los empleados en relación con el uso de las TIC, en aquellos establecimientos (MIPYMES) afiliados a la CANACO del estado de Quintana Roo, que sí las implementan.

Hipótesis

H1. Las MIPYMES de Chetumal, Quintana Roo suelen adoptar las TIC como medio de supervivencia ante la llegada de las empresas transnacionales a los distintos mercados de Chetumal Quintana Roo.

H2. Las MIPYMES de Chetumal, Quintana Roo adoptan el uso de las TIC para brindar una mejor experiencia y un servicio o producto de calidad para sus consumidores.

H3. Las MIPYMES de Chetumal, Quintana, Roo son muy arraigadas a sus costumbres, situación que limita el implementar o experimentar nuevas tecnologías como las TIC.

H4. Las MIPYMES de Chetumal, Quintana Roo no utilizan las TIC, debido a que desconocen su existencia total o parcialmente, situación que limita la implementación de estas.

CAPITULO 1

“LAS TIC”

1.1 INTRODUCCIÓN

En este capítulo se abordará la conceptualización de la innovación, así como el de las TIC, con el objetivo de brindarle a los futuros lectores una noción más amplia sobre el tema abordado siendo de vital importancia para la comprensión del trabajo de investigación.

Por tal motivo, este capítulo estará dividido en secciones: la primera, se encontrará en concepto de innovación, utilizando las referencias de varios autores, que han aportado a su conceptualización desde sus diferentes perspectivas.

El segundo apartado, se hablará sobre la clasificación de la innovación y en el tercero para dar una continuidad al apartado anterior mencionaremos los tipos de innovación para poder comprender mejor el tema de innovación.

En el quinto apartado hablaremos sobre la conceptualización de las TIC para comenzar adentrarnos al tema de investigación y para su comprensión absoluta en los siguientes apartados se mencionarán su clasificación, así como las ventajas de su implementación en las empresas, para que de esta manera se pueda comprender mejor porque su importancia en las organizaciones.

Finalmente, se abordarán las conclusiones de este capítulo, el cual enfatizará la importancia de las TIC en las empresas y las ventajas de su implementación.

1.2 CONCEPTO DE INNOVACIÓN

El concepto de innovación ha ido evolucionado a través del tiempo, y se ha ido descubriendo la relación que este tiene con el desarrollo de una entidad, por ello resulta interesante estudiarlo.

El término innovar etimológicamente proviene del latín innovare, que quiere decir cambiar o alterar las cosas introduciendo novedades Medina S. (1994).

A continuación, en el cuadro 1, se realizan algunas definiciones del concepto “Innovación realizados por autores relevantes”:

Tabla 1: “Conceptos de Innovación de diferentes autores”

Autor:	Concepto:
<p>Schumpeter J. (1934)</p>	<p>Según su definición clásica, la innovación abarcaría los cinco casos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> — La introducción en el mercado de un nuevo bien, es decir, un bien con el cual los consumidores aún no están familiarizados, o de una nueva clase de bienes. — La introducción de un nuevo método de producción, es decir, un método aún no experimentado en la rama de la industria afectada, que requiere fundamentarse en un nuevo descubrimiento científico. — La apertura de un nuevo mercado en un país, tanto si el mercado ya existía en otro país como si no existía. — La conquista de una nueva fuente de suministro de materias primas o de productos semielaborados, nuevamente sin tener en cuenta si esta fuente ya existe, o bien ha de ser creada de nuevo. — La implantación de una nueva estructura en un mercado, como, por ejemplo, la creación de una posición de monopolio.
<p>Según Gee, S. (1981)</p>	<p>Es el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil y es aceptado comercialmente”.</p>

<p>Según Pavón J., y Goodman R. (1981)</p>	<p>Innovación “es el conjunto de actividades inscritas en un determinado periodo de tiempo y lugar que conducen a la introducción con éxito en el mercado, por primera vez, de una idea en forma de nuevos o mejores productos, servicios o técnicas de gestión y organización”.</p>
<p>Según Nelson, R.R. (1982)</p>	<p>Innovación “es un cambio que requiere un considerable grado de imaginación y constituye una rotura relativamente profunda con la forma establecida de hacer las cosas y con ello crea fundamentalmente nueva capacidad”.</p>
<p>Según Machado, F (1997)</p>	<p>La innovación tecnológica es el acto frecuentemente repetido de aplicar cambios técnicos nuevos a la empresa, para lograr beneficios mayores, crecimientos, sostenibilidad y competitividad.</p>
<p>Según Perrin, B. (1995)</p>	<p>La innovación puede definirse como formas nuevas de hacer las cosas mejor o de manera diferente, muchas veces por medio de saltos cuánticos, en oposición a ganancias incrementales.</p>
<p>Según manual de Oslo (2006)</p>	<p>Una innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar del trabajo o las relaciones exteriores.</p>

Una innovación puede ser definida de una manera más restrictiva como la introducción de uno o más tipos de innovaciones, por ejemplo: innovaciones de producto y de proceso.

Fuente: Elaboración propia

La innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores; el medio por el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. Es la acción de dotar a los recursos con una nueva capacidad de producir riqueza. La innovación crea un 'recurso'. No existe tal cosa hasta que el hombre encuentra la aplicación de algo natural y entonces lo dota de valor económico Drucker P. (1985, págs. 25-26).

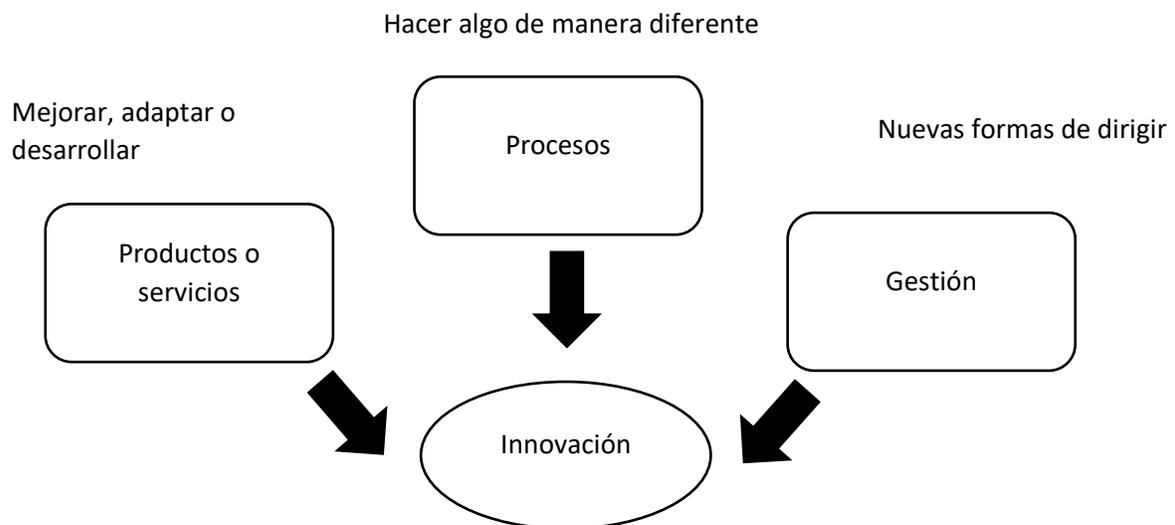


Figura 1: Elaboración propia con información de Drucker P. (1985)

De acuerdo con Cotec (1998, pág. 40), la innovación es un proceso complejo que lleva las ideas al mercado en forma de nuevos o mejorados productos o servicios. Este proceso está compuesto por dos partes no necesariamente secuenciales y con frecuentes caminos de ida y vuelta entre ellas.

Una está especializada en el conocimiento y la otra se dedica fundamentalmente a su aplicación para convertirlo en un proceso, un producto o un servicio que incorpore nuevas ventajas para el mercado”.

Por otro lado, para llegar al término innovación en un sentido general, se tuvo en cuenta diferentes casos de cambio para ser considerados como tal. Estos son: la introducción en el mercado de un nuevo bien o una nueva clase de bienes; el uso de una nueva fuente de materias primas (ambas innovaciones en producto); la incorporación de un nuevo método de producción no experimentado en determinado sector o una nueva manera de tratar comercialmente un nuevo producto (innovación de proceso), o la llamada innovación de mercado que consiste en la apertura de un nuevo mercado en un país o la implantación de una nueva estructura de mercado Schumpeter J. (1935).

1.3 CLASIFICACIÓN DE INNOVACIÓN

El nuevo documento Manual de Oslo (2006) define cuatro tipos de innovación, que abarcan una amplia gama de cambios en las actividades de las empresas, que van desde lo tecnológico hasta los procesos de producción, marketing o la creación de productos.

Innovación de producto

Aporta un bien o servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características técnicas o en cuanto a su uso u otras funcionalidades, la mejora se logra con conocimiento o tecnología, con mejoras en materiales, en componentes, o con informática integrada. Para considerarlo innovador un producto debe presentar características y rendimientos diferenciados de los productos existentes en la empresa, incluyendo las mejoras en plazos o en servicio.

Innovación de proceso:

Concepto aplicado tanto a los sectores de producción como a los de distribución. Se logra mediante cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas informáticos empleados, que tengan por objeto la disminución de los costes unitarios de producción o distribución, la mejorar la calidad, o la producción o distribución de productos nuevos o sensiblemente mejorados.

Las innovaciones de proceso incluyen también las nuevas o sensiblemente mejoradas técnicas, equipos y programas informáticos utilizados en las actividades

auxiliares de apoyo tales como compras, contabilidad o mantenimiento. La introducción de una nueva, o sensiblemente mejorada, tecnología de la información y la comunicación (TIC) es una innovación de proceso si está destinada a mejorar la eficiencia y/o la calidad de una actividad de apoyo básico.

Innovación en Marketing:

Consiste en utilizar un método de comercialización no utilizado antes en la empresa que puede consistir en cambios significativos en diseño, envasado, posicionamiento, promoción o tarificación, siempre con el objetivo de aumentar las ventas. La variación en el método tiene que suponer una ruptura fundamental con lo realizado anteriormente.

Los cambios de posicionamiento pueden consistir en la creación de nuevos canales de venta como el desarrollo de franquicias, la venta directa, las modificaciones en la forma de exhibir el producto o la venta de licencias de uso.

Los cambios en promoción suponen la modificación en la comunicación utilizando nuevos soportes, sustitución del logo, los sistemas de fidelización y la personalización de la relación con el cliente.

La tarificación hace referencia a sistemas de variación de precios en función de la demanda o de las opciones ofrecidas.

Innovación en organización:

Cambios en las prácticas y procedimientos de la empresa, modificaciones en el lugar de trabajo, en las relaciones exteriores como aplicación de decisiones estratégicas con el propósito de mejorar los resultados mejorando la productividad o reduciendo los costes de transacción internos para los clientes y proveedores.

La actualización en la gestión del conocimiento también entra en este tipo de innovación, al igual que la introducción de sistemas de gestión de las operaciones de producción, de suministro y de gestión de la calidad.

Igualmente se consideran innovaciones en organización las variaciones en las relaciones con clientes y proveedores, incluyendo centros de investigación y la integración de proveedores o de inicio de subcontratación de actividades.

La innovación se concreta mediante nuevos programas informáticos y nuevos modos de recopilación y distribución de la información entre divisiones. Al contrario, la norma escrita nueva no implica innovación, para ello se requiere su transposición a programas y rutinas de proceso de información automatizados.

Las actividades de innovación pueden ser de tres clases: Conseguidas, en curso o desechadas antes de su implantación. Todas las empresas que desarrollan actividades de innovación durante el período estudiado se consideran como “empresas con actividades innovadoras”, tanto si la actividad ha desembocado o no en la introducción de una innovación.

1.4 BENEFICIOS MÁS IMPORTANTES DE LA INNOVACIÓN

Mayor Retorno de la inversión

Innovar significa generar ideas que se puedan convertir tanto el valor para los clientes como en resultados para la empresa. La innovación no está limitada a generar un producto o servicio nuevo. La innovación va más allá del producto o servicio integrando todo el modelo de negocio, la cadena de valor y las relaciones con terceros.

Cobrar Precios Premium

Las compañías innovadoras generan un valor de marca muy elevado. Todos conocemos a Apple y el trabajo que hizo Steve Jobs con esta compañía. ¿Por qué crees que la gente cada año paga cientos de dólares por un iPhone? ¿Es tan bueno el iPhone realmente para pagar tanto por él? La gente realmente está pagando por una marca más que por un teléfono. El solo hecho de ser Apple, la gente lo relaciona con innovación, calidad. Apple sabe esto y por eso puede cobrar un precio Premium por sus productos y servicios.

Obtener Mejores Aliados Estratégicos

Una compañía innovadora genera ideas y conceptos que gustan en el mercado. Los clientes quieren consumir las ideas de las empresas innovadoras. Esto no solamente genera mayor retorno de la inversión, sino que despierta el interés de otros actores en el mercado. Proveedores, distribuidores, incluso competidores van a querer trabajar con compañías innovadoras tratando de crear relaciones de negocio convenientes a largo plazo.

Obtener Mejor Talento Humano

Todos queremos trabajar en compañías innovadoras. ¿Quién no quiere trabajar en Google, Apple, Uber, Facebook, Samsung? Profesionales quieren trabajar en estos tipos de compañías porque no solamente son reconocidas. Las personas ven en las compañías innovadoras un espacio creativo donde podrán desarrollar sus ideas y crecer profesionalmente.

1.5 CONCEPTO DE LAS TIC

Thompson y Strickland (2004) definen las tecnologías de información y comunicación, como 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.

Las TIC, según Gill E. (2002) constituyen un conjunto de aplicaciones, sistemas, herramientas, técnicas y metodologías asociadas a la digitalización de señales analógicas, sonidos, textos e imágenes, manejables en tiempo real.

1.6 CLASIFICACIÓN DE LAS TIC

Para empezar se puede partir de una clasificación de las TIC según su orientación funcional, en la revisión de la literatura realizada se evidenció la escasez de clasificaciones adecuadas para entender los procesos de adopción e

implementación en el ámbito empresarial, hallándose una clasificación que podría llamarse de base tecnológica, en la que Aguilera C. y Riascos E. (2009), proponen la existencia de tres grupos las TIC basadas en audio, las TIC basadas en audio y video, y por último las basadas en datos.

Por su parte López N. et al. (2010) proponen una clasificación para el caso específico de aplicaciones en internet que podemos observar en la figura dos, no obstante, como se verá a continuación las categorías planteadas pueden extenderse a las TIC empresariales en general, estas pueden agruparse de la siguiente manera:

Orientadas a la información: En este grupo de TIC se encuentran tecnologías para el almacenamiento y procesamiento de datos, estas son principalmente empleadas para distribuir y proporcionar información a los diferentes procesos de la organización López N. et al. (2010); Estas extienden los procesos de memoria de la compañía, entendidos como la consolidación de bases de datos con información histórica, información actualizada y no duplicada, con lo que además ayudan a optimizar costos de mantenimiento de información y capacidad de archivo.

Adicionalmente este grupo de tecnologías permite la generación automática de informes y búsquedas avanzadas, con lo cual se liberan recursos orientados a labores operativas que pueden enfocarse a procesos estratégicos, lo que potencia aún más su impacto en los procesos de toma decisiones.

Orientadas a la comunicación: Este grupo está compuesto por tecnologías que reducen los costos de la comunicación y facilitan la transmisión de información entre las diferentes áreas de la compañía, y posibilitan así mismo su intercambio con los grupos de interés externos; también facilitan la colaboración y el acercamiento de los involucrados en el proceso comunicativo López N. et al. (2010) Estableciendo una comunicación de doble vía; además, ayudan a alinear a la organización con sus objetivos estratégicos, la conformación de redes de trabajo y al intercambio de ideas y conocimiento.

Orientadas a los flujos de trabajo: Aquí se encuentran tecnologías que posibilitan la integración de las diferentes capacidades empresariales para la obtención de resultados y la automatización de procesos López N. et al. (2010), estas ayudan a superar las divisiones funcionales de las compañías y aceleran la incorporación de un modelo de gestión por procesos.

Estas herramientas ayudan a activar, en el momento adecuado, las capacidades de la empresa para obtener resultados, por lo cual también contribuyen a la optimización en el uso de los recursos.

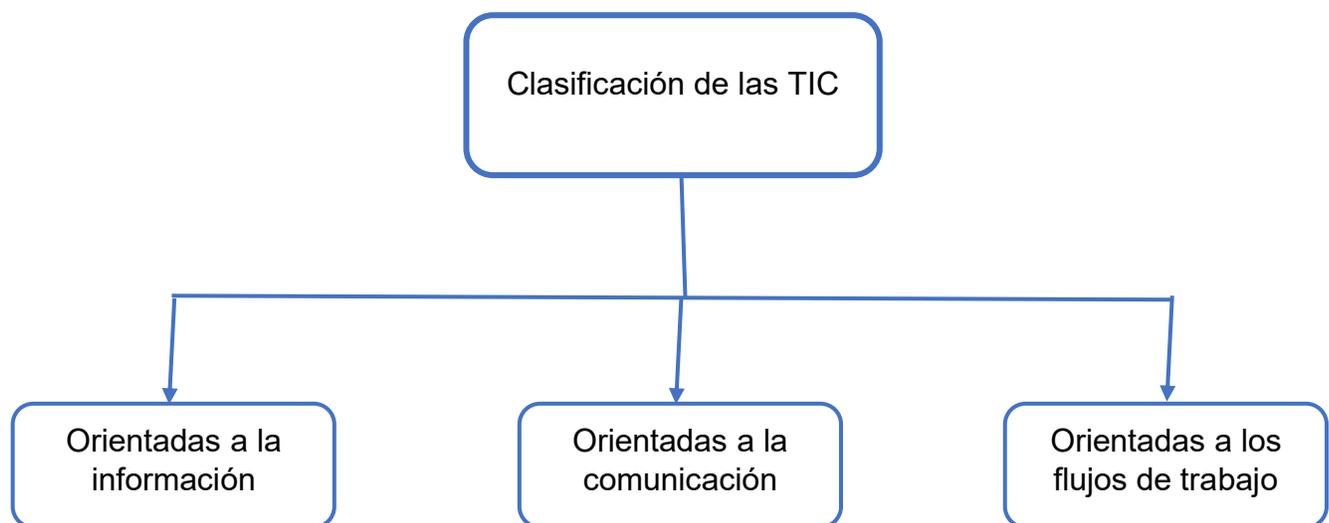


Figura 2. Elaboración propia con información de López N. et al. (2010).

1.7 VENTAJAS

Perinao F. y Suares D. (2006) señalan que las vías por las cuales las TIC ayudan a mejorar el desempeño en las empresas son cuatro: automatización, accesibilidad a la información, costos de transacción y procesos de aprendizaje.

Automatización: Influye sobre los procesos rutinarios. El aumento más que proporcional en la eficiencia respondería a la relación que surge a partir de la posibilidad de disminuir el trabajo humano directo, al tiempo que se generan registros.

Accesibilidad a la información: La posibilidad de acceder a información relevante y precisa con un costo bajo y en tiempo real permite tomar decisiones con la ayuda de una gran variedad de datos.

Costos de transacción: La información se puede transmitir de manera instantánea y a bajo costo, reduciendo los costos de coordinación tanto al interior como al exterior de la empresa.

Procesos de aprendizaje: Los ambientes virtuales y modelos de simulación facilitan el aprendizaje y reducen los costos.

Las ventajas potenciales que ofrecen las TIC a las organizaciones que las implementan son bastantes y de gran importancia para el crecimiento y supervivencia de las empresas, especialmente de las MIPYMES, y su implementación generalmente afecta a todas las áreas funcionales de la organización, permitiendo una mayor agilidad en la generación, acceso y distribución de la información, así como una mayor coordinación en la toma de decisiones, mejora en la conexión y asistencia a clientes y proveedores.

1.7 USO DE LAS TIC EN EMPRESAS

La información presentada en la tabla 2 refleja como las TIC pueden ser utilizadas para optimizar todas las áreas funcionales y operativas de las MIPYMES y de este modo, obtener beneficios que le permitan abatir costos y optimizar las operaciones.

Tabla 2. Áreas de uso de las TIC en las MIPYMES

Articulación de la empresa con	Tareas digitalizables:	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 áreas o departamentos	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 la 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
Gobierno	Ventanilla única Programas de apoyo Asesorías Regulaciones sobre el sector Impuestos Información sobre trámites	Ventanas de oportunidades Atención más rápida Información sobre trámites

Fuente: Elaboración propia con información de Casalet M. y González L. (2004).

1.8 BARRERAS PARA LA ADOPCION DE LAS TIC

Ríos M. et al. (2009) Han señalado las siguientes barreras para el uso de TIC por parte de las empresas:

1. Costos de las TIC y tiempos de implementación elevados que derivan en proyectos poco rentables.
2. Esquemas de financiamiento inexistente o inadecuado.
3. Resultados obtenidos inferiores a los esperados y poco predecibles.
4. Rápido nivel de obsolescencia de las TIC que deriva en la necesidad de inversiones continuas que pierden valor rápidamente.
5. Tecnología poco flexible e inadecuada para las necesidades de la empresa.
6. Proceso de integración con otras soluciones complicado, lento y costoso.
7. Mayor necesidad de especialización contra mayor dificultad para encontrar y mantener gente especializada.
8. Resistencia al cambio que resulta en un uso deficiente y poco intensivo de las TIC.
9. Adopción de tecnología por moda más que por necesidad del negocio.
10. Falta de impulso a los proyectos de TIC por parte de la dirección general.
11. Infraestructura actual insuficiente para dar apoyo al uso de nuevas aplicaciones.
12. Dificultad para justificar el presupuesto de TIC ante la dirección general.

1.9 CONCLUSIÓN

El uso de las tecnologías de información (TIC) en las MIPYMES cobra vital importancia si consideramos que hoy en día representan un elemento fundamental para incrementar la competitividad de tales empresas. Dichas tecnologías mejoran el desempeño de la empresa por medio de la automatización, el acceso a

información, menores costos de transacción e incorporación de procesos de aprendizaje. Dentro de las limitaciones que encuentran las MIPYME para el uso de las TIC se encuentran la cultura prevaleciente que no visualiza el impacto de sus beneficios. Se considera que la inversión es muy elevada y que los beneficios se obtendrán en el largo plazo.

Capítulo 2

“Las micro, pequeñas y medianas empresas”

2.1 INTRODUCCIÓN

En este capítulo se abordará la conceptualización de MIPYMES (micro, pequeña y mediana empresa), con el objetivo de brindar una noción más amplia a los futuros lectores, enfatizando en la variabilidad que se puede encontrar en dicho concepto, con el fin de comprender el tema abordado en la investigación.

Por tanto, este capítulo se divide en las siguientes secciones: La primera, se encuentra el concepto de empresa, utilizando varios autores, que han aportado a su conceptualización desde su perspectiva, siendo de vital importancia para la comprensión del trabajo de investigación. De igual forma se abordarán los tipos de empresa que existen como un complemento para su comprensión.

Posteriormente abarcaremos el tema de las MIPYMES en México, seguido del estado de Quintana Roo, con el cual se pretende brindar al lector un conocimiento más amplio sobre la existencia de estas empresas en el país.

Finalmente, se abordarán las conclusiones de este capítulo, la cual enfatiza la importancia de las MIPYMES, siendo grandes promotoras de la economía mexicana

2.2 CONCEPTO DE EMPRESAS

Para Chiavenato I. (1993), autor del libro "Iniciación de la organización y técnica comercial", la empresa es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos.

Según Pallares et al. (2005), autores del libro "Hacer Empresa: Un Reto", la empresa se la puede considerar como "un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado".

Para Ribeiro L. (2001), autor del libro "Generar Beneficios", una empresa es "solo una conversación, un diálogo que existe y se perpetúa a través del lenguaje usado por quienes la componen". Este concepto se apoya en la afirmación de Echeverría R. (2003), autor del libro "Ontología del Lenguaje", donde menciona que las

organizaciones son fenómenos lingüísticos "unidades construidas a partir de conversaciones específicas que están basadas en la capacidad de los seres humanos para efectuar compromisos mutuos cuando se comunican entre sí.

Por tanto, una empresa es una red estable de conversaciones. Si se quiere comprender una empresa, se debe examinar las conversaciones que la constituyeron en el pasado y las que la constituyen en la actualidad".

La empresa refiere a una organización o institución, que se dedica a la producción o prestación de bienes o servicios que son demandados por los consumidores; obteniendo de esta actividad un rédito económico, es decir, una ganancia. Para el correcto desempeño de la producción estas se basan en planificaciones previamente definidas, estrategias determinadas por el equipo de trabajo. Raffino M. (2018).

2.3 TIPOS DE EMPRESAS

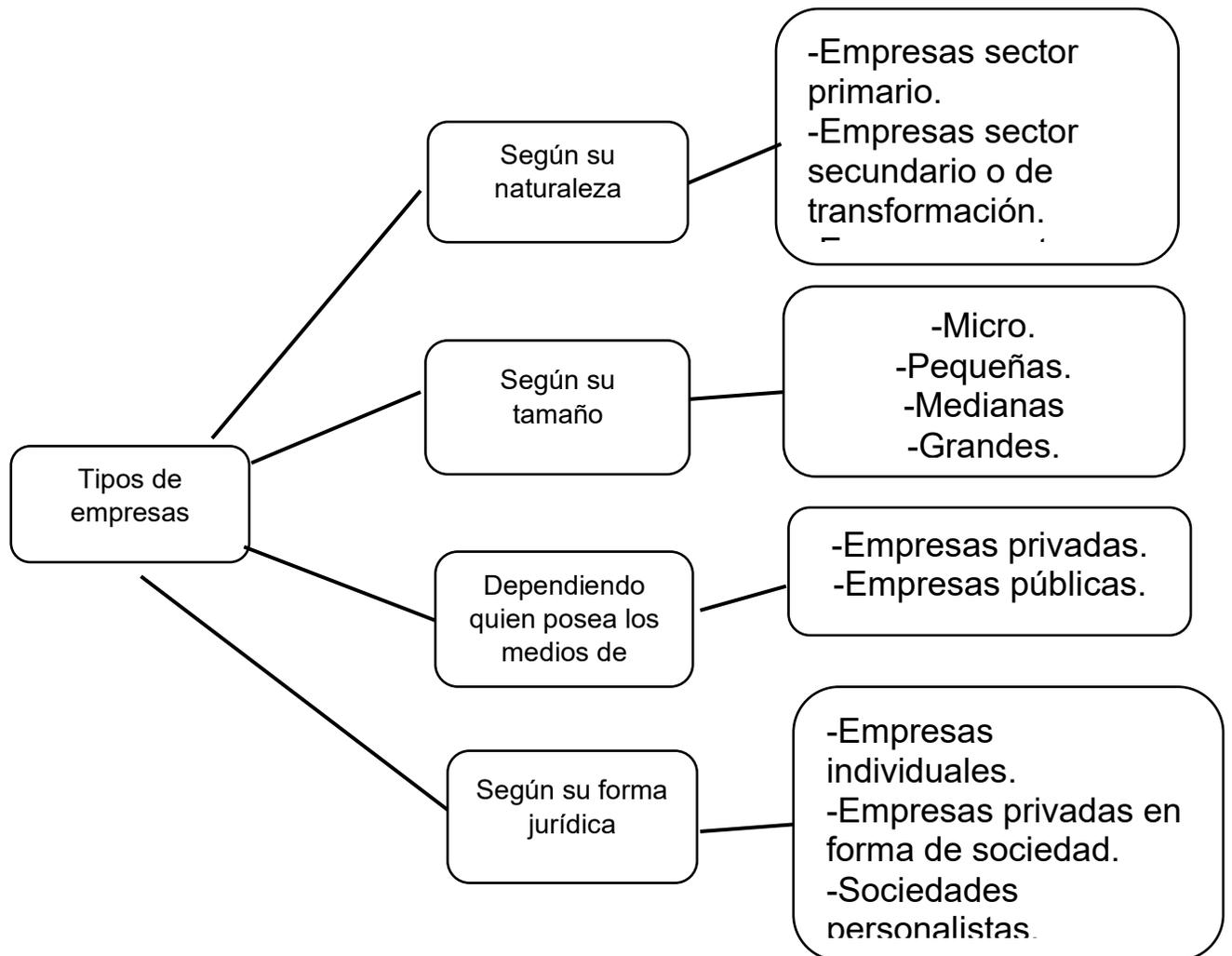


Figura 3: Elaboración Propia con información del libro “Organización de la producción” del autor Velascos J. (2017).

2.3.1 Según la naturaleza de la actividad económica que desarrolla se dividen en:

Empresas del sector primario: como las agrícolas, ganaderas y pesqueras. Estas tratan de situar los recursos de la naturaleza en disposición de ser utilizados. De este tipo de empresas se excluyen las mineras.

Empresas del sector secundario o transformadores: desarrollar una actividad productiva en sentido estricto, es decir existe una transformación de inputs en outputs. Agrupa a las empresas en mineras, industriales y de construcción.

· Empresas del sector terciario, constituye el colectivo más heterogéneo, comprende actividades tan diversas como: lavanderías, tintorerías, peluquerías, reparaciones, empresas de transporte, empresas de comunicaciones, empresas comerciales, empresas de hostelería, turismo y espectáculos, financieras, información y medios de comunicación social, asesoramiento y de asistencia especializada y profesional, empresas hospitalarias y de servicios sanitarios, enseñanza etc.

2.3.2 Según su dimensión o tamaño: se distingue tradicionalmente entre empresas grandes, medianas y pequeñas. Esta clasificación se puede hacer en función de los recursos propios, el número de empleados, el volumen de ventas, etc.

Tabla 3. Clasificación de las empresas en México por tamaño

Tamaño/ Sector	Industrial	Comercio	Servicios
Micro	1 a 10	1 a 10	1 a 10
Pequeña	11 a 50	11 a 30	11 a 50
Mediana	51 a 250	31 a 100	51 a 100
Grande	251 a más	101 a más	101 a más

Fuente: elaboración propia con información de Diario Oficial de la Federación (2006).

2.3.3 Dependiendo de quién posea los medios de producción o el capital de la empresa se dividen:

2.3.3.1 Empresas Privadas. Cuyo capital es propiedad de particulares, bien personas individuales o bien jurídicas según regula el derecho empresarial.

2.3.3.2 Empresas Públicas. Cuyo capital es propiedad total del estado o siendo parcial su influencia en el sistema directivo es importante

2.3.4 Según su forma jurídica: se distingue entre:

2.3.4.1 Empresas Individuales

En las empresas individuales existe un único propietario. El Código de Comercio lo denomina Empresario o comerciante individual. Se caracteriza porque asume todas las decisiones y tiene una responsabilidad ilimitada o lo que es lo mismo responde con todos sus bienes presentes y futuros frente a terceros.

La empresa individual tiene una serie de ventajas, derivadas de sus características; el empresario tiene autonomía para regir como quiera su negocio, y recibe la totalidad del beneficio. Además, son empresas que gozan de una gran flexibilidad, es decir, se adaptan con facilidad a todos los cambios impuestos por el empresario individual.

Presenta también una serie de dificultades:

- El empresario sufre una gran concentración de riesgos, ya que todos sus bienes están afectos a la empresa.
- Son entidades muy dependientes del talante de su fundador, por lo que muchas veces no le sobreviven. Así, requiere que se den en una sola persona física: conocimientos, patrimonio y aceptación del riesgo.
- Tiene dificultades para obtener financiación, y en consecuencia para crecer y aprovechar oportunidades rentables de inversión. Y ello debido a que los recursos financieros son aportados por el empresario o se obtienen en el mercado financiero. Pero este empresario en la mayoría de los casos tiene unas posibilidades económicas limitadas y por tanto la garantía que puede ofrecer este tipo de empresas es escasa. Por tanto, sus posibilidades de emprender ambiciosos proyectos de inversión son también limitadas.

2.3.4.2 Empresas privadas en forma de sociedad

La insuficiencia, a veces, de medios económicos para acometer una empresa, la responsabilidad universal que para el empresario proclama el artículo 1.911 del Código Civil en el sentido de que el deudor responde del cumplimiento de sus obligaciones con todos sus bienes presentes y futuros, ha hecho que el empresario social sea el más frecuente, máxime en las sociedades capitalistas en las que la

responsabilidad de los socios queda limitada a los términos de su aportación pero no con sus bienes personales.

Una sociedad mercantil surge cuando dos o más personas se obligan a poner en común dinero, bienes o industria para obtener lucro mediante actividades mercantiles. Por tanto, en principio se requieren dos o más personas para el contrato de sociedad.

Para la constitución de las sociedades se deben seguir una serie de requisitos como por ejemplo que un notario refrende la escritura de constitución e inscribir a la sociedad en el Registro Mercantil. Una vez constituida la sociedad mercantil, la compañía tendrá personalidad jurídica en todos sus actos y contratos. Vamos a analizar a continuación los rasgos más destacados de algunas formas societarias.

2.3.4.3 Sociedades personalistas

- La Sociedad Colectiva, tiene carácter personalista (en cuanto que tiene en cuenta la personalidad del socio, es decir, selecciona a los socios, así la entrada de un nuevo socio o la transmisión de tal condición, requiere el consentimiento de todos los socios) se funda en base a vínculos de mutua confianza personal entre los asociados.

El capital de la sociedad está formado por las aportaciones de los socios. Estas aportaciones pueden consistir en dinero, bienes o trabajo (industria). El número mínimo de socios para fundarla es de dos.

2.3.4.4 Sociedades mixtas

- La Sociedad Comanditaria, es también de carácter personalista, aunque en grado inferior a la colectiva. Se diferencia de esta en que al lado de unos socios colectivos (responsables con todo su patrimonio) existen otros denominados comanditarios, en los que su responsabilidad se limita a su aportación.

Al ser mayor la responsabilidad de los socios colectivos sobre ellos recaen las principales funciones gestoras de la sociedad. El número mínimo para fundarla es de dos por lo que debe existir como mínimo un socio comanditario y otro colectivo.

Existe también una variedad de Sociedad Comanditaria en donde el capital comanditario está dividido y representado por acciones. La responsabilidad de los socios colectivos es ilimitada y la de los comanditarios se limita a su aportación. Debe existir al menos un socio colectivo.

La gestión de este tipo de sociedad puede corresponder a los socios colectivos o a los comanditarios, si algún socio comanditario es el administrador de la sociedad mientras tanto responderá ilimitadamente pasando en ese período a ser un socio colectivo.

2.3.4.5 Sociedades capitalistas

La Sociedad de Responsabilidad Limitada, se caracteriza por tener su capital dividido en participaciones iguales acumulables (que no pueden llamarse acciones). Los socios no responderán personalmente de las deudas sociales (se limita su responsabilidad a su aportación). Capital mínimo para fundarla 3.000 euros, que debe estar suscrito y desembolsado en el momento fundacional.

Tiene carácter tanto personalista como capitalista, aunque tradicionalmente se la ha considerado como capitalista. Así demuestra su carácter personalista en cuanto a la transmisión de las participaciones. Cabe la posibilidad de fundar una sociedad limitada con un solo socio a tenor de la Duodécima Directiva

Comunitaria de 21 de diciembre de 1989 (Directiva 89/667). En nuestro derecho en el tema de las sociedades capitalistas unipersonales hay que recordar que la Resolución de 21 de junio de 1990 admite esas sociedades.

La Sociedad Anónima es el prototipo de la sociedad capitalista y es la constitución clásica de las grandes empresas. Son sociedades capitalistas, no interesa la identidad del socio. El capital de la sociedad suscrito totalmente en el momento de su fundación y desembolsado al menos en un 25%, está dividido en porciones, fácilmente transferibles de un socio a otro y que acreditan su condición de socio.

La sociedad por acciones no sólo limita el riesgo de los accionistas a la pérdida del valor de su inversión, sino que permite repartir el riesgo del negocio entre un elevado número de socios.

2.3.4.6 Las sociedades de participación

Son entidades alternativas que han surgido frente a las anteriores, especialmente frente a las capitalistas, para superar algunos problemas y dar una respuesta más social de creación de empleo, de mayor participación del socio y para fomentar el desarrollo económico y social de áreas locales y regionales.

Suele existir una oposición entre los intereses de los capitalistas y sus trabajadores, para intentar reducir esta van apareciendo nuevas formas de empresa. Lo que se intenta es limitar el poder de los propietarios de los medios de producción, así como fomentar la motivación mediante la participación de los trabajadores en las decisiones que les afectan, y proporcionarles unas mejores relaciones laborales al disminuir el conflicto.

2.4 MIPYMES EN MÉXICO

En México, limitantes como la capacidad de modernización, innovación de productos e inversión en tecnologías y estrategias, además de debilidades como la falta de asesoría empresarial, deficiente administración, talento no calificado, desconocimiento de mercados y sistemas de calidad, son algunas de las áreas en las que se debe trabajar en las MIPYMES y exigen una modificación del marco jurídico institucional.

A pesar de las áreas de oportunidad uno de los obstáculos más grandes sigue siendo el acceso al financiamiento para sacar adelante sus ideas de negocio o de innovación de producto. Aunque es posible precisar aspectos como:

- la falta de conocimiento en la nueva cultura de desarrollo organizacional;
- falta de claridad de cómo llevar sus producto o servicios al consumidor final;
- incapacidad para fortalecer el área comercial y de ventas de la compañía;
- no conocer si el personal que tienen actualmente es el adecuado en un proceso de crecimiento, y
- resistencia al cambio.

Sin embargo, aún estamos muy lejos de esta situación. Si bien existen diferentes programas que apoyan a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME), así como a la actividad emprendedora, los efectos de estos no permean a toda la comunidad empresarial de forma equitativa.

De acuerdo con cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la esperanza de vida promedio de una empresa recién creada en México es de 7.8 años, por lo que es poco probable que llegue a consolidarse en el mercado nacional.

Si bien la esperanza de vida depende de diversos factores (marca, calidad de los productos y servicios, cuestiones administrativas, ventas y planeación), debemos reconocer que las MIPYME y los emprendedores se enfrentan a un mercado adverso, pues desde el inicio de sus operaciones deben competir con grandes empresas que cuentan con una mayor solidez financiera, así como una compleja estructura tecnológica (características que poseen las compañías extranjeras y las grandes empresas, principalmente) Valdés D. y Sánchez S. (2012).

2.6 MIPYMES EN QUINTANA ROO

En el Estado de Quintana Roo hay 2 mil 700 micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), según la Encuesta Nacional Sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

La información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía indica que los sectores con mayor número de pequeñas y medianas empresas son el de servicios turísticos con 906 unidades y alimentos, bebidas, tabaco y confitería con 724 unidades, para participar con el 60% del total.

En la lista le siguen: otros con 349, servicios de apoyo a los negocios 271 y servicios logísticos 241.

Las MIPYMES del Estado de Quintana Roo les dan empleo a 56 mil 400 personas, de las cuales 21 mil 600 se emplean en el sector turismo y 13 mil 800 en la industria de alimentos, bebidas, tabaco y confitería.

Estadísticas oficiales indican que las ventas totales de las MIPYMES quintanarroenses ascienden a 28 mil 244 millones de pesos.

Lo que llama la atención, es que a pesar de ser MIPYMES están modernizadas en las formas de pago, por ejemplo, del total 2 mil 82 reciben tarjeta de crédito como forma de pago, mientras que mil 955 por transferencia electrónica. UNION (2016).

2.6 CONCLUSIÓN

Como se planteó en este capítulo, las MIPYMES tanto en el mundo como en México son de suma importancia para la economía, ya que son uno de los principales motores para la derrama económica y los principales contribuyentes para el producto interno bruto (PIB) de cada uno de los países en el mundo, es por eso que el estudio de estas es de suma importancia puesto que estas son la gran mayoría de las empresas en el país de México, es igual relevante mencionar que son los que tienen mayor índice a irse a la quiebra, ya que están en constante cambio los mercados. Estas pequeñas empresas suelen quedarse atrás en la implementación de las nuevas tecnologías al no contar con un presupuesto amplio como una empresa grande, sin embargo cuando estas adoptan las tecnologías adecuadas logran sobre salir delante la competencia que existe en el mismo mercado, es por esto que llegamos a la conclusión de que las MIPYMES son muy importante para cualquier economía, sin embargo estas siguen enfrentado algunos obstáculos sobre los cuales deben estar trabajando para poder subsistir en el mercado en el que se encuentren.

CAPITULO 3

“Metodología”

3.1 Introducción

En este capítulo, se abordará el tema de la metodología, que será aplicada en el estudio de las MIPYMES que hoy en día se encuentran afiliados a la CANACO del estado de Quintana Roo que han implementado el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en el desarrollo de sus actividades en el Estado.

Es importante mencionar que la elección de la metodología adecuada para la realización de esta investigación es de suma importancia, pues con esta los investigadores se acercan a su objeto de estudio ante una problemática o situación que desea analizar, por consiguiente, el investigador podrá hacer uso de herramientas cuantitativas y cualitativas para la recolección de los datos e información pertinentes para el logro de los objetivos de la investigación.

En la primera etapa del desarrollo de este trabajo, se llevó a cabo una investigación de tipo exploratoria, que permitió la recopilación de información secundaria mediante una revisión de tipo bibliográfica de fuentes confiables extraídas de las diferentes bases a las que se obtuvo acceso por medio de la biblioteca digital de la UQROO. Con base en dicha revisión se obtuvieron las referencias necesarias para plantear las hipótesis del trabajo, así como para desarrollar el marco teórico del mismo.

En una segunda etapa, se recabarán datos primarios de tipo cuantitativo por medio de la aplicación de una encuesta VIRTUAL que será difundida mediante un link de acceso a la encuesta en la página oficial de Facebook de la CANACO, dicha encuesta estará dirigida a todas aquellas empresas que se encuentren afiliadas a CAMARA NACIONAL DE COMERCIA DE NUESTRA CIUDAD CAPITAL y podrá ser respondida por los distintos gerentes o dueños de las MIPYMES, todo esto para la obtención de datos sobre el uso de las tecnologías de la comunicación (TIC).

El cuestionario será redactado como resultado de la revisión teórica del tema y posteriormente se someterá a revisión de expertos para verificar la redacción de los ítems.

3.2 Investigación Descriptiva:

Cabe resaltar que para el análisis de los datos de esta investigación se utilizará la técnica de investigación descriptiva gracias a lo cual podremos identificar cuáles son los puntos más relevantes de estudio. Ha de entenderse que los estudios descriptivos “buscan especificar las propiedades, las características y los aspectos importantes del fenómeno que se somete a análisis. Gómez M. (2006).

Por su parte Gutiérrez H. (1991), señala que es la presentación de hechos o eventos por medio de lenguaje, de método tal que leer o escuchar las expresiones verbales se pueden evocar el evento representado o figurado.

De igual manera los autores citados, sostienen que los estudios descriptivos se enfocan en recabar datos que muestren cómo se manifiesta un hecho, contexto, evento, fenómeno o situación.

De la misma manera, refieren que la descripción puede ser más o menos profunda, y en cualquiera de los casos se basa en la recolección de datos sobre éste y su contexto, en relación específica con las investigaciones de variable cualitativa, como es el presente caso.

Cabe mencionar que esta investigación se realiza cuando la experiencia y la exploración previa indican que no existen descripciones precisas del evento en estudio, o que las descripciones existentes son insuficientes o han quedado obsoletas debido a un flujo distinto de información.

La importancia de la investigación descriptiva radica, entre otras cosas, en que ella, junto con la investigación exploratoria constituye la base y el punto de partida para los tipos de investigación de mayor profundidad.

3.2.1 Pasos para llevar a cabo una Investigación Descriptiva:

En la investigación descriptiva los pasos a seguir están determinados por los procesos metodológicos o fases de la espiral holística, más que por el paso a través

de los diferentes estudios, dado que se trata de una investigación de los primeros niveles. Las fases de la investigación descriptiva se enuncian a continuación:

-Determinar el enunciado holopráxico:

El primer paso, como en todo tipo de investigación, comprende la fase exploratoria y consiste en determinar el tema y determinar el enunciado holopráxico, es decir, que se desea investigar, acerca de cuál característica, en quien y dentro de cual contexto.

- Desarrollar la justificación y plantear los objetivos:

Este paso comprende la fase descriptiva del proceso metodológico, es decir, la descripción de las necesidades que originaron el estudio (justificación), y los objetivos a lograr con la investigación. La justificación es una investigación descriptiva está orientada a señalar las necesidades de llevar a cabo la investigación en los términos planteados.

- Desarrollar el sintagma gnoseológico:

El proceso de desarrollo del sintagma gnoseológico, como ya es sabido, se trabaja desde la fase exploratoria de delimitación del tema; sin embargo, una vez delimitado éste, se profundiza e intensifica la revisión documental. Comprende las fases comparativas, analíticas y explicativas del proceso metodológico.

- Revisar la factibilidad de la investigación:

Comprende la fase predictiva o la prognosis del proceso metodológico. Después de haber realizado una profunda revisión bibliográfica, el investigador está en condiciones de revisar y reformular si es necesario su enunciado holopráxico. La lectura y el análisis sintagmático le da criterios para saber si los términos utilizados para denominar los eventos a describir son los más apropiados, si resulta convincente el contexto escogido, y, sobre todo, el holotipo de investigación (descriptiva) es pertinente.

- Precisar los lineamientos metodológicos:

Comprende la fase proyectiva del proceso metodológico y envuelve la especificación de líneas de acción, técnicas y procedimientos para la recolección de datos, de modo tal que se pueda lograr la descripción del evento.

- Recoger los datos:

Comprende la fase interactiva del proceso metodológico. Consiste en poner en marcha el diseño de investigación y llevar a cabo los procedimientos. En esta fase se aplican los instrumentos a las unidades de estudio a fin de recolectar la información necesaria para lograr la descripción. Para ello es importante precisar las estrategias de aproximación a las unidades de estudio.

- Analizar, integrar y precisar los resultados:

Corresponde a la fase confirmatoria del proceso metodológico. Los resultados deben organizarse e integrarse en un todo coherente que proporcione a la investigación una visión completa y clara del evento, situación o caso estudiado.

En la investigación descriptiva los resultados se organizan, clasifican, se categorizan y se integran a fin de presentar una imagen detallada del evento. Cuando se tienen datos numéricos se pueden utilizar, la estadística descriptiva (media, moda, mediana, porcentajes, frecuencias, medidas de dispersión, etc.), aunque en este caso los números no bastan, estos deben ir acompañados de sus respectivos significados.

- Evaluar el proceso:

Corresponde a la fase evaluativa del proceso metodológico. Integra la detección de los alcances del proceso investigativo, a partir de lo ocurrido durante la recolección de datos, integrar inquietudes, alcances, consecuencias, aspectos no resueltos y posibles líneas de acción para investigaciones futuras (recomendaciones). Involucra además la presentación escrita del estudio y la divulgación oral de los resultados, ya sea a través de defensa, presentación o ponencia.

3.3 Método

En este apartado, se presentan las dos líneas que se pretenden analizar en la siguiente investigación. La primera, es comprender los factores que influyen en los empresarios para la implementación de las Tic's y la segunda es el tipo de tecnología que aplican en sus empresas; con esto pretendemos analizar los aspectos teóricos en la praxis.

Como se ha expuesto con anterioridad, esta investigación ha sido diseñada con la intención de analizar a las MIPYMES de la ciudad de Chetumal, Quintana Roo en específico las que se encuentran registradas en la CANACO SERVYTUR Chetumal.

Para la recolección de información, se utilizaron fuentes primarias y secundarias, principalmente se aplicó una encuesta, la cual consta de 33 reactivos y está dividida en dos secciones, la primera está constituida con preguntas para obtener información general acerca de las empresas. En la segunda sección, se formularon preguntas para determinar la percepción y aceptación de las tecnologías por parte de los empresarios.

La información obtenida de los reactivos presentados en la escala de Likert, serán analizados mediante la técnica estadística que nos arroja el programa Forms donde fue desarrollada la encuesta.

Las preguntas se diseñaron a partir de instrumentación de las siguientes variables:

Tabla 4. Instrumentación de las variables.

Variable	Indicador	Pregunta
Nivel de estudios	Grado académico	¿Cuál es su último grado de estudios?
Cambio cultural	Edad	Edad
Situación de la empresa	Tiempo de operación Giro Clasificación de la empresa	Con respecto al tiempo de operación, ¿En qué rango se encuentra su empresa? ¿Cuál es el giro al que pertenece su empresa? Número de personas que laboran en la empresa
Tics	Definición	De los siguientes términos, ¿Cuál consideras que es la descripción más adecuada para definir la palabra Tics?
Tics	Uso	De las siguientes tecnologías, ¿Cuál usa en su negocio? ¿Cuánto tiempo tiene usando tecnologías en su negocio? De acuerdo con su experiencia con el uso de las tecnologías durante la

		<p>crisis sanitaria, al término de esta ¿Qué tan probable es que las siga usando?</p> <p>¿Qué necesitaría para decidir usar las tecnologías en su negocio?</p>
Tics	Percepción de las tics	<p>¿Cuáles son las razones por la que no usas las tecnologías?</p> <p>¿Cuáles son las principales razones por las que decidió utilizarlas?</p>
Tics	Capacitación	<p>¿Brinda usted capacitación a sus empleados sobre el uso de las tecnologías que implementa?</p> <p>¿Con qué frecuencia les brinda capacitación a sus empleados?</p> <p>¿Quién imparte la capacitación a los empleados?</p>
Tics	Utilidad	<p>¿Consideras que las tecnologías que utiliza le han sido útiles durante la crisis sanitaria?</p>

		<p>¿Durante esta emergencia sanitaria que tan útiles le han resultado las tecnologías que usa?</p> <p>¿Qué beneficios le han brindado las tecnologías durante la crisis sanitaria?</p>
Tics	Implementación	<p>¿Qué tan probable es que implemente el uso de las tecnologías en su negocio en el corto plazo?</p> <p>¿Qué tipo de tecnología planea implementar?</p> <p>Si decidiera implementar alguna tecnología en su negocio, ¿Qué tipo de tecnología implementaría?</p>

Fuente: Elaboración propia.

De esta forma se pretende analizar a profundidad, la percepción que los empresarios tienen de las tics, y los factores que influyen en la implementación de las tecnologías en las MIPYMES.

3.4 Definición del término Muestreo:

El muestreo según Guerrero (2000), es la selección de una parte de la población que sea capaz de representarla de forma adecuada; es decir que mientras más

representativa sea la muestra de la realidad, más exactos serán los datos que se obtengan.

3.5 Definición del tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra que se presentara a continuación fue desarrollado con datos obtenidos de la CANACO SERVYTUR Chetumal (Cámara Nacional de Comercio).

Del mismo modo es importante recalcar que con esta muestra podremos tener un número estimado de la población objeto de estudio y poder lanzar la encuesta en la página oficial de Facebook de la CANACO SERVYTUR Chetumal para seguir con la siguiente fase de la investigación.

El número de empresas afiliadas a la CANACO SERVYTUR Chetumal son de 1850 MIPYMES y con este dato es que se trabajara para la obtención de la población objetivo, del mismo modo es importante mencionar que en general, cuando se realiza un muestreo se debe tomar en cuenta el nivel de confianza, que para efectos de nuestra investigación será del 96% de eficacia, de igual forma se debe tomar en cuenta el margen de error en la proporción de la población que se requiere la cual será del 5%. Lo anterior, debido a que estos factores se encuentran en la fórmula que se muestra a continuación

Fórmula:

$$n = \frac{z^2 (N) (p) (q)}{(e^2) (N-1) + z^2 (p) (q)}$$

z o a: nivel de confianza

N: universo o población

P: probabilidad a favor

Q: Probabilidad en contra

E: error de estimación

n: tamaño de la muestra

$$n: \frac{(1.96)^2 (1850)(0.5)(0.5)}{(0.06)^2 (1850 - 1) + (0.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n: \frac{(3.841) (462.5)}{(0.0036) (1849) + (0.2304)}$$

$$n: \frac{1776.74}{(6.6564) + (0.2304)}$$

$$n: \frac{1776.74}{6.8868}$$

$$n: 257.992100$$

n: 258

De este modo se pudo determinar que el tamaño de muestra original, sería de 258, es decir, que necesitaremos que ese número de MIPYMES que conforman la CANACO SERVYTUR Chetumal, respondan de manera precisa para que se pueda seguir con el siguiente paso de la investigación la cual es la recolección de la información.

Cabe mencionar que debido a la crisis sanitaria "Covid-19", por la que atraviesa no solo nuestra ciudad capital, sino todo el país, se tuvo que reducir el tamaño de nuestra muestra a 15 microempresas registradas ante la CANACO SERVYTUR Chetumal, las cuales siguen representando a nuestra población de estudio.

3.6 Población objetivo

La población objeto de estudio para esta investigación esta integrada por 15 MIPYMES registradas en la CANACO SERVYTUR Chetumal. Las empresas fueron encuestadas en el mes de enero y febrero del año 2021.

3.7 Conclusión

En este capítulo se abordó el tema en relación a la metodología a aplicar en esta investigación, haciendo énfasis en la importancia de definir el método a aplicar, y de esta manera poder establecer los pasos que se deben seguir para poder obtener como resultado la información requerida para dar respuesta al tema de investigación.

Es importante recalcar que el objeto de estudio para esta investigación, abarca a las MIPYMES registradas en la Canaco Chetumal, analizando los factores que influyen en la implementación de las tecnologías (Tics) en dichas empresas, y la percepción que tienen de las mismas.

Cabe mencionar que se realizarán encuestas de manera virtual, que nos brinden información relevante para comprender como perciben los empresarios las Tics y los factores que influyen en su implementación, según su perspectiva, grado de estudio y aprendizaje.

Dicha información, será analizada en base a criterios estadísticos, los cuales serán de gran importancia para el sustento de esta investigación, siendo datos tomados directos de los empresarios y su perspectiva en relación al tema de investigación.

Capítulo 4

“Análisis de resultados”

4.1 Introducción

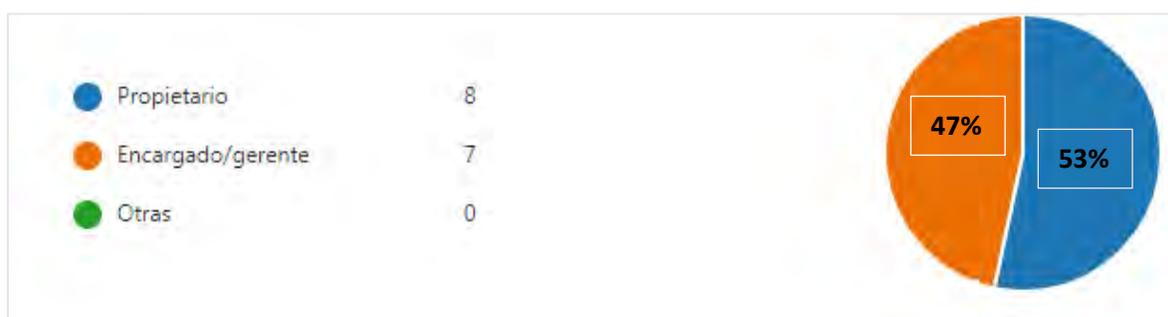
En este capítulo se lleva a cabo el análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante el instrumento mencionado con anterioridad (encuesta), realizada a las MYPIMES registradas ante la CANACO SERVYTUR Chetumal.

La encuesta aplicada fue desarrollada con indicadores estratégicos, con la finalidad de obtener resultados contundentes, que nos permitan profundizar su análisis para posteriormente poder comprobar o no las hipótesis planteadas.

4.2 Resultados

En este apartado se presenta el análisis y la interpretación de cada variable manifestada en las encuestas aplicadas a las MIPYMES registradas en la CANACO SERVYTUR Chetumal Quintana Roo. Cabe mencionar que es de suma importancia el correcto análisis de cada variable, con la finalidad de entender las perspectivas de cada empresario y de esta manera identificar los factores que influyen en la implementación de las tecnologías en sus empresas.

Figura 4. Puesto que ocupa en la empresa

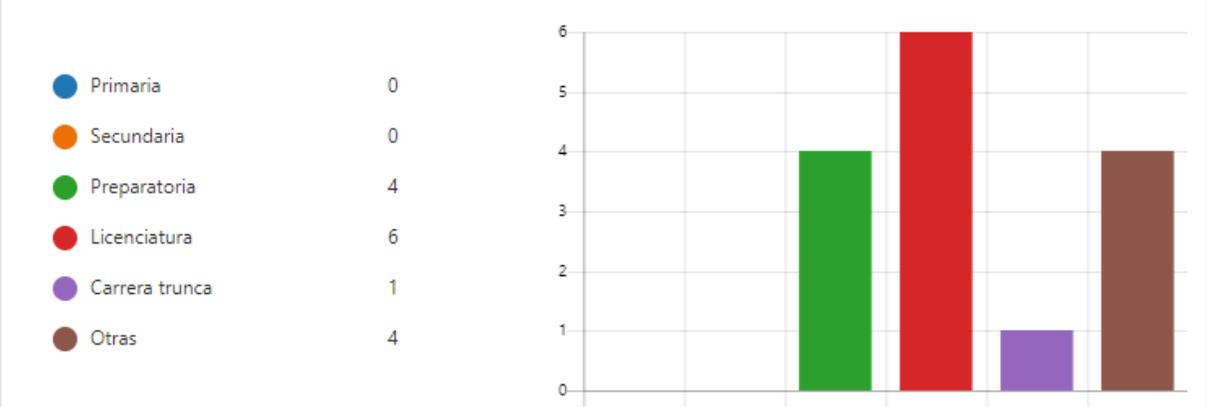


Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

En esta figura se puede observar que del total de las MIPYMES registradas en la CANACO SERVYTUR Chetumal y las cuales fueron encuestadas el 53% manifestó que eran propietarios del negocio y el 43% mencionaron que eran encargados o gerentes, por lo que podemos concluir que las respuestas dadas serán lo más

apegadas a la realidad ya que son ellos los que toman las decisiones en las empresas.

Figura 5. Grado de estudio



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms.

En la figura anterior se puede observar que del total de los encuestados el 40% tiene como último grado de estudios la Licenciatura, el 27% cuenta con preparatoria, el 6.6 % tiene carrera trunca y el otro 2% cuenta con maestría; por lo que podemos observar el total de los encuestados cuenta con un buen nivel académico.

Figura 6. El negocio cuenta con sucursales o expendios

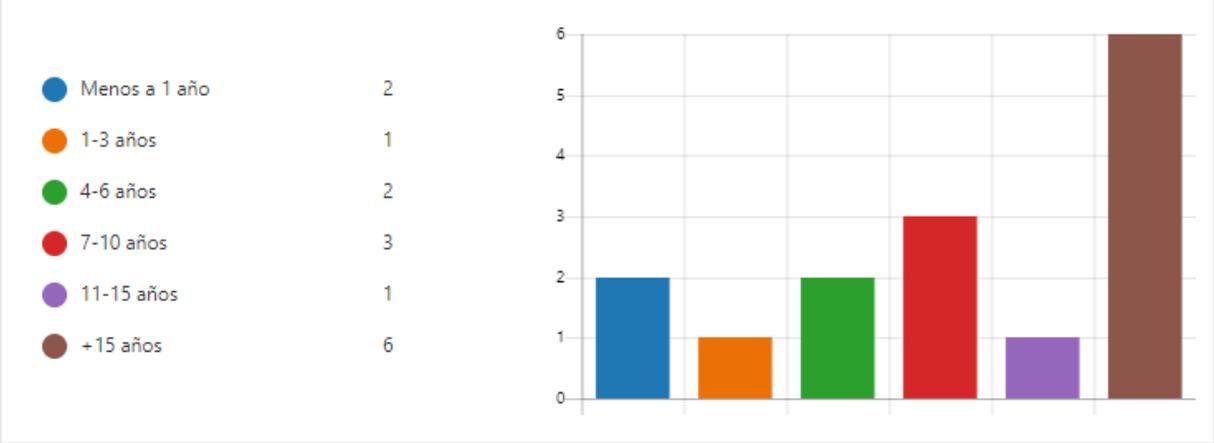


Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

En la figura anterior se puede observar que el 80% del total de la población no cuenta con sucursales de su negocio y tan solo el 20% cuenta con alguna sucursal, suponemos que esto se debe a que las empresas encuestadas son

MIPYMES que prefieren concentrar el total de su capital financiero y humano al desarrollo de una sola empresa matriz.

Figura 7. Tiempo de operación

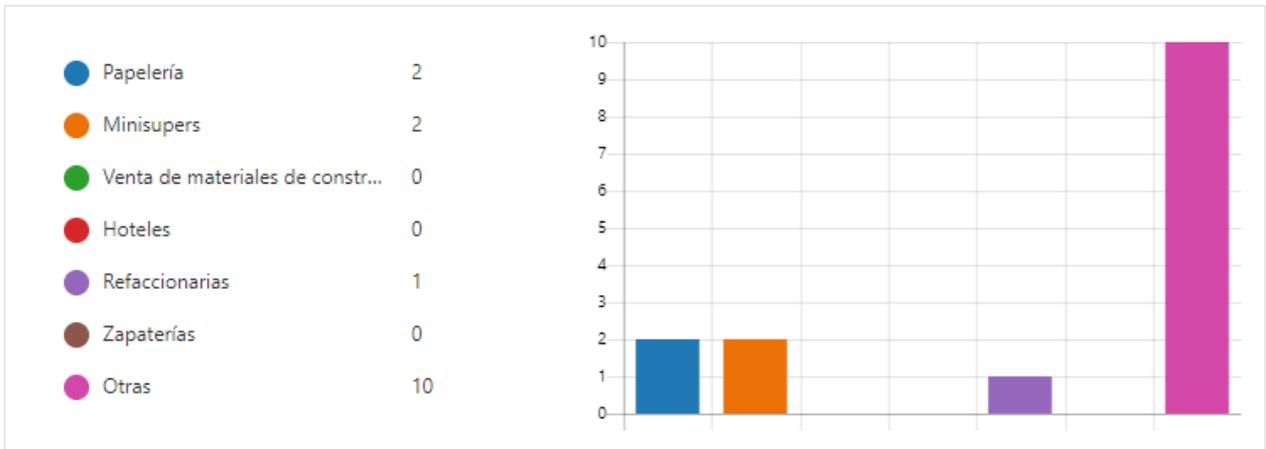


Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms.

En esta figura, se ve representado el tiempo que tienen operando las MIPYMES encuestadas afiliadas a la CANACO SERVYTUR Chetumal, se puede observar que del total de la población el 40% es decir, 6 empresas cuentan con más de 15 años operando, el 20% es decir, 3 empresas llevan en el mercado un promedio de 7 a 10 años, 6.6% del total llevan laborando de 1 a 3 años y de 11 a 15 años, por último, se observa que el 13.33 % llevan operando entre 4 a 6 años y menos de 1 año.

Esto nos indica (sin haber analizado las variables), que más de la mitad de las empresas encuestadas, llevan lo suficiente operando como para ver escuchado por lo menos una vez en su existencia laboral sobre las Tics.

Figura 8. Giro al que pertenece la empresa



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms.

Mediante esta figura se puede observar el giro de las MIPYMES encuestadas, del total de la población, 2 pertenecen a papelerías, 2 empresas a minisúper, 1 a refaccionarias y 10 marcaron otras, dentro de las cuales están restaurantes, bienes raíces, servicios de fotografía, seguros financieros, venta de artículos de oficina y escuelas de manejo.

Figura 9. Número de personas que laboran en la empresa



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

En la figura anterior se puede observar que, del total de las encuestas, el 93% pertenece a la clasificación de microempresas con un rango de 1 a 10 empleados y el 07% pertenece a la clasificación de pequeñas empresas con un rango de 11 a 50 empleados, esta clasificación se realizó con información del Diario Oficial de la

Federación. De igual forma las empresas cumplen con las características de nuestro objeto de estudio ya que están dentro del rango de las MIPYMES.

Figura 10. Familiarización con el termino Tics



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

Se puede observar en la figura anterior que del total de los encuestados el 60% de los empresarios están familiarizados con el termino Tics, tan solo el 13% están muy familiarizado con el termino, el 07% se encuentra neutral con el termino, lo que nos hace pensar que en algún momento de su vida han escuchado el termino, solo el 27% del total de los empresarios encuestados están poco familiarizados con el termino y un 13% están nada familiarizados con este término.

Figura 11. Descripción adecuada para definir la palabra Tics



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

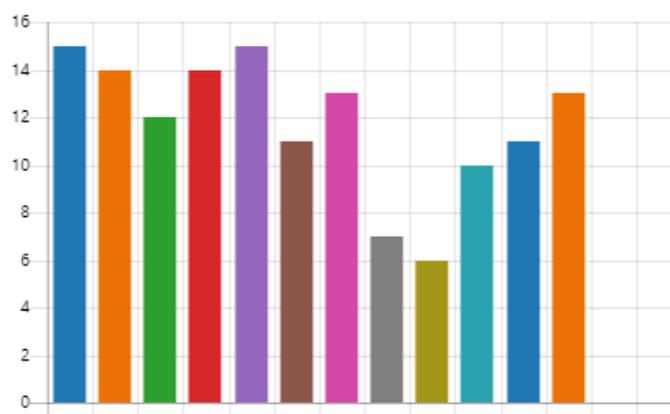
En esta figura se puede observar que, del total de las empresas encuestadas, las cuales están registradas ante la CANACO SERVYTUR Chetumal, el 53.33% de los

empresarios respondió que son dispositivos o herramientas electrónicas, capaces de manipular información que coadyuvan al desarrollo y crecimiento económico de cualquier organización, siendo el termino que mejor define la palabra Tics. El 26.66% respondieron que es el uso de internet en la operación de una empresa o negocios como medio para su desarrollo y crecimiento. Por ultimo el 20% respondió que son equipos electrónicos usados en negocios u organizaciones como medio para su desarrollo y crecimiento.

Podemos analizar que, del total de nuestra muestra, un porcentaje relevante, es decir más del 50% conoce el verdadero significado del termino Tics, ya que como se observa en la gráfica seleccionaron la definición que mejor define al termino.

Figura12. Tecnologías que conocen los empresarios

● Correo electrónico	15
● Páginas web	14
● Servidor de internet	12
● Whatsapp	14
● Facebook	15
● Software de facturación electr...	11
● Terminales bancarias	13
● Software de contabilidad	7
● Software de inventarios	6
● Dropbox, Google Drive o similar	10
● Antivirus	11
● Banca online	13
● Ninguna	0
● Otras	0

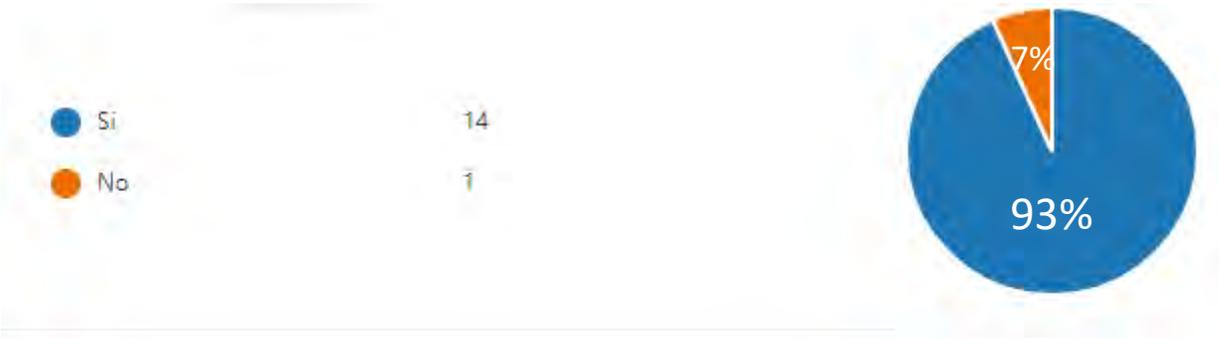


Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms.

En la figura se puede observar que los empresarios encuestados conocen una gran variedad de Tics, entre las tecnologías más conocidas por las empresas está el correo electrónico y Facebook, de ahí le siguen páginas web y WhatsApp. De igual forma se puede observar que las tecnologías menos conocidas por los empresarios

están los softwares de contabilidad e inventarios, los antivirus, y sorprendentemente no todos los empresarios conocen los softwares de facturación electrónica, a pesar de que en la actualidad la facturación es un requisito fundamental.

Figura 13. ¿Utiliza algunas de las tecnologías anteriores en su negocio?

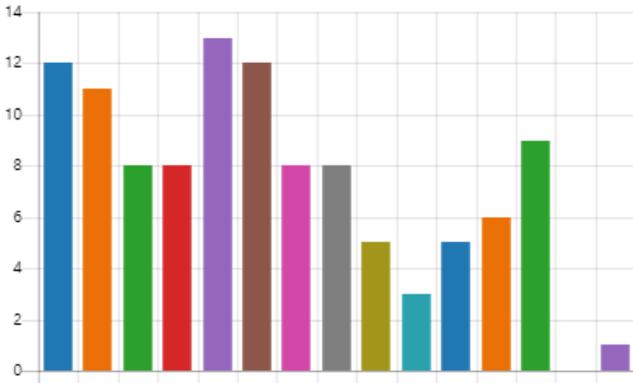


Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

En esta figura se puede observar que, del total de las empresas encuestadas, el 93% de las empresas si utilizan por lo menos alguna de las tecnologías y tan solo el 7% esta obsoleta ya, ya que no utiliza ninguna de las tecnologías en su empresa.

Figura 14. Tecnologías que los empresarios encuestados utilizan en sus empresas.

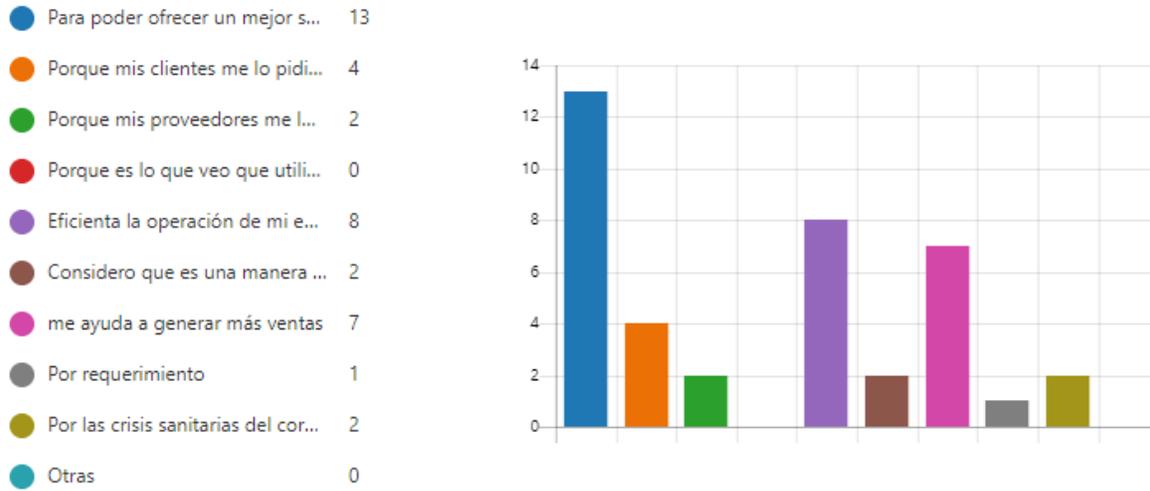
● Correo electrónico	12
● Páginas web	11
● Google mi negocio GPS	8
● Servidor de internet	8
● Whatsapp	13
● Facebook	12
● Software de facturación electr...	8
● Terminales bancarias	8
● Software de contabilidad	5
● Software de inventarios	3
● Dropbox, Google Drive o simil...	5
● Antivirus	6
● Banca online	9
● Ninguna	0
● Otras	1



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

En esta figura se puede observar que las tecnologías más utilizadas por las Mipymes encuestadas, las cuales están registradas ante la CANACO SERVYTUR Chetumal, se encuentran WhatsApp, seguida del correo electrónico y Facebook. De igual forma se observa que las tecnologías menos utilizadas por estas MIPYMES son los software de inventarios y de contabilidad, esto a pesar de que en la actualidad existen ciertos regímenes con los que deberían sentirse obligados a implementarlos.

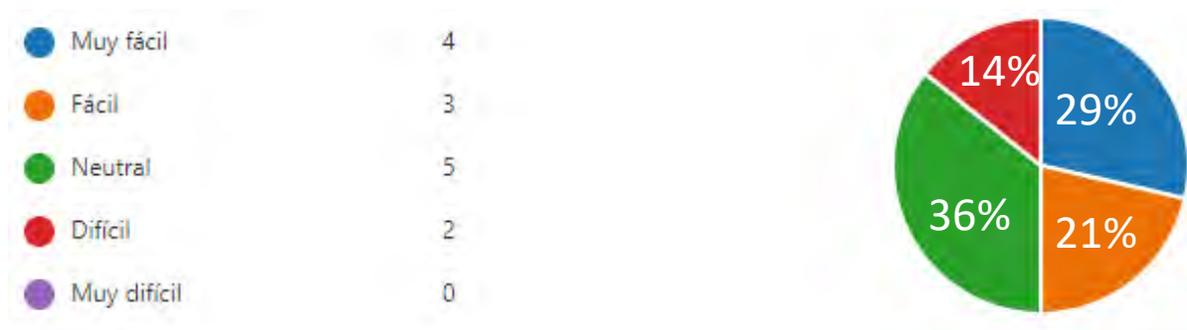
Figura 15 principales razones por las que los empresarios decidieron utilizar las tecnologías.



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

Analizando la figura anterior, se puede observar que para las MIPYMES encuestadas, una de las principales razones por las que decidieron implementar las tecnologías en sus respectivas empresas, era para poder ofrecer un mejor servicio a sus clientes, seguida de poder eficientar la operación de sus empresas. De igual forma podemos analizar que tan solo una de las MIPYMES encuestadas se vio forzada a utilizarlas por algún requerimiento gubernamental, cabe mencionar que ante la actual crisis sanitaria del Coronavirus por la que atraviesa nuestra Ciudad, dos de las MIPYMES tuvieron que adaptarse e implementar alguna de las tecnologías.

Figura16. ¿Qué tan fácil fue para las MIPYMES implementar las tecnologías en su negocio?



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

Se puede observar que del total de las MIPYMES encuestadas al 36% estuvo neutral al momento de implementar las tecnologías en sus empresas, para 29% fue muy fácil la implementación de las tecnologías por lo que no tuvieron mayor problema, al 21% de las empresas encuestadas se les hizo fácil aplicar las tecnologías y tan solo al 14% se les hizo difícil implementar las tecnologías en sus empresas.

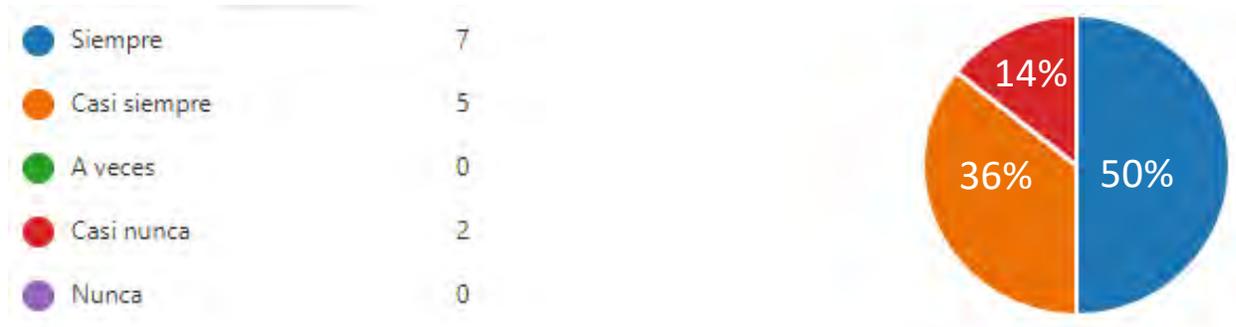
Figura 17. ¿Cómo se enteraron de la existencia de las tecnologías que utilizan las empresas?



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

En la figura anterior se puede observar que del total de las MIPYMES encuestadas el 71% conoció de la existencia de las tics durante su formación académica, como ya fue analizamos con anterioridad, nuestros encuestados cuentan con un buen nivel en cuanto a formación académica. Tan solo el 7% manifestó conocer de la existencia de las tics por un proveedor, así como por la solicitud de algún cliente.

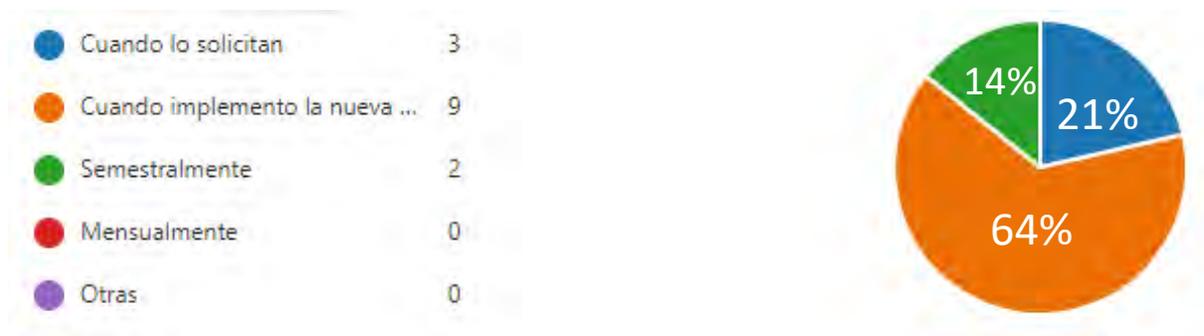
Figura 18. ¿Brindan las empresas capacitación a sus empleados sobre el uso de las tecnologías que implementan?



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

Analizando la figura anterior se puede observar que el 50% de las MIPYMES encuestadas siempre brindan capacitación a sus empleados sobre las tecnologías que van implementando, podemos asumir, que gracias a esta práctica pueden efficientar el uso de las mismas, el 36% casi siempre brinda capacitación a sus empleados y tan solos el 14% casi nunca les brindan capacitación a sus empleados sobre el uso de las tecnologías.

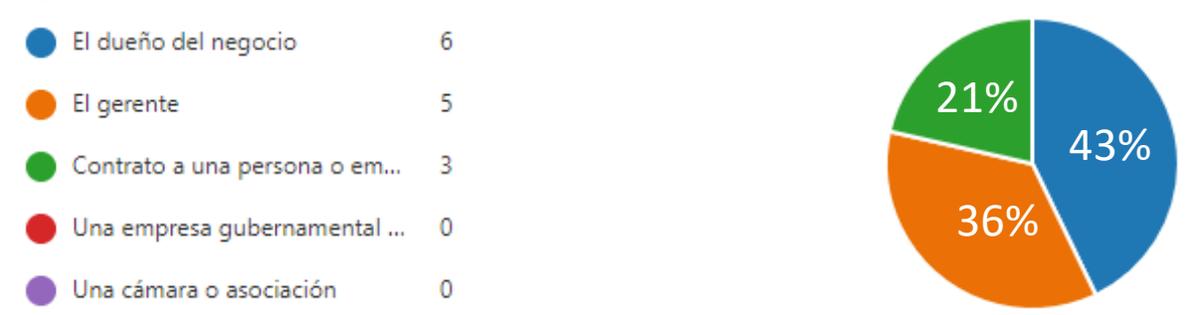
Figura19. Frecuencia con la que las empresas brindan capacitación a sus empleados.



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

En la figura anterior se puede observar que del total de las MIPYMES encuestadas, el 64% capacita a sus empleados cuando implementan alguna tecnología por primera vez al negocio, asumimos que este porcentaje de MIPYMES considera que es suficiente con una capacitación para efficientar el uso de la nueva tecnología en el negocio, el 21% de las empresas ofrecen la capacitación cuando los empleados la solicitan y tan solo el 14% capacitan a sus empleados semestralmente.

Figura 20. ¿Quién imparte la capacitación a los empleados?

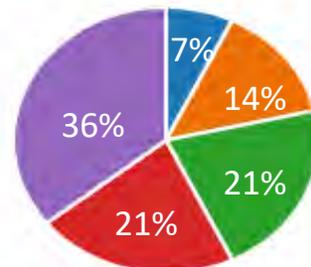


Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

Analizando la figura anterior se puede observar que del cien por ciento de las MIPYMES encuestadas, en el 43% es el dueño de la empresa quien brinda las capacitaciones a sus empleados en cuanto al uso de las tecnologías, en el 36% es el gerente quien ofrece las capacitaciones y tan solo en el 21% la empresa contrata a una persona o empresa externa para brindarle las capacitaciones a sus empleados.

Figura 21. ¿Cuánto tiempo tiene usando las tecnologías en su negocio?

Menos de 3 meses	1
Menos de un año	2
De 1 a 3 años	3
De 3 a 5 años	3
Más de 5 años	5

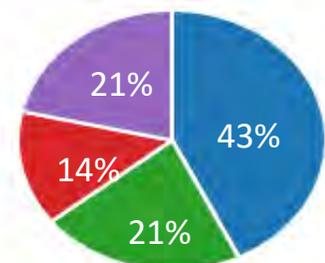


Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

Después de analizar la gráfica anterior, se puede observar que, del total de los encuestados, el 36% de las MIPYMES lleva más de 5 años implementando las tecnologías en sus negocios, el 21% lleva usándolas de 3 a 5 años, el 14% ha implementado las tecnologías por menos de un año, el 21% tiene de 1 a 3 años implementándolas y tan solo el 7% de las empresas encuestadas llevan menos de 3 meses aplicando las tecnologías.

Figura 22. ¿Hace cuánto tiempo implemento por última vez algún tipo de tecnología en su negocio (Software, aplicaciones, redes sociales, etc.)?

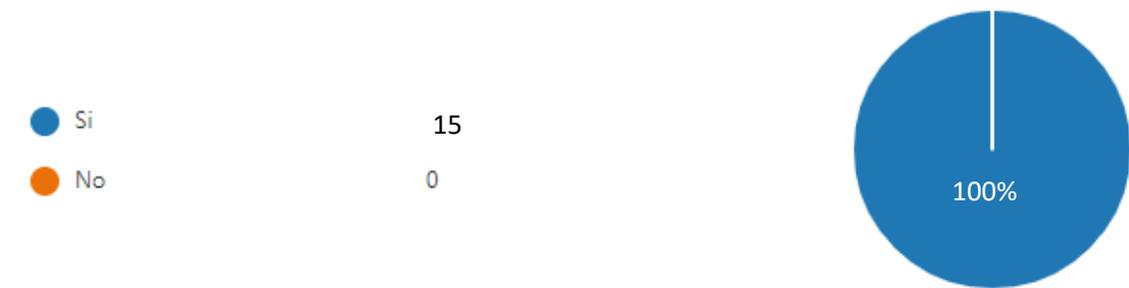
El último mes	6
Hace tres meses	0
Hace seis meses	3
Hace un año	2
Más de un año	3



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

En esta figura se puede observar que del total de las MIPYMES encuestadas la mayoría, es decir un 43% son más recurrentes usando las tecnologías, ya que por lo menos han implementado una en el último mes, el 21% tiene seis meses que implemento alguna tecnología en su negocio, el 14% tiene aproximadamente un año de haber implementado alguna y, por último, el 21% lleva más de un año de que implemento algún tipo de tecnología en su negocio.

Figura 23. ¿Considera que las tecnologías que utiliza le han sido útiles durante la crisis sanitaria?



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

Se puede observar que al 100% de las MIPYMES encuestadas les resultaron muy útiles las tecnologías durante la actual crisis sanitaria por la que atraviesa nuestra Ciudad, ya que de alguna manera les permitieron seguir ofreciendo sus productos o servicios.

Figura 24. ¿Durante esta emergencia sanitaria que tan útiles le han resultado las tecnologías que usa?



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

En la figura anterior se pudo observar que del total de las MIPYMES encuestadas al 79% de alguna manera le fue muy útil implementar las tecnologías durante la crisis sanitaria, al 14% mencionaron que les fueron útiles las tecnologías y tan solo el 14% tomo una postura neutral en cuanto a la implementación de las tecnologías durante la actual emergencia sanitaria por Covid-19.

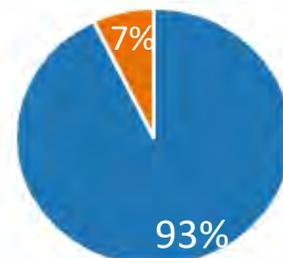
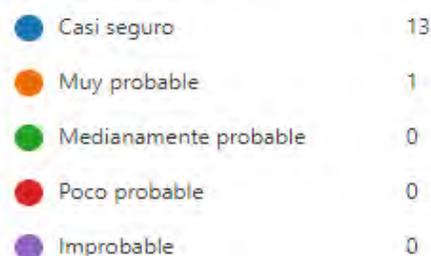
Figura 25. ¿Qué beneficios le han brindado las tecnologías durante la crisis sanitaria (Puede elegir varias opciones)?



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

Después de analizar la figura anterior se puede observar que, del total de los encuestados, al 42.85% las tecnologías le fueron útiles ya que les permitieron seguir atendiendo a sus clientes de manera segura durante esta crisis sanitaria, al 35.1% se beneficiaron de las tecnologías ya que les permitieron seguir recibiendo pedidos a pesar de que el negocio se encontraba cerrado, debido a la normalidad que el gobierno implemento ante el aumento de casos positivos por COVID- 19, y al 21.42% les resultaron útiles las tecnologías ya que pudieron mantener contacto con sus proveedores y poder realizar sus pedidos.

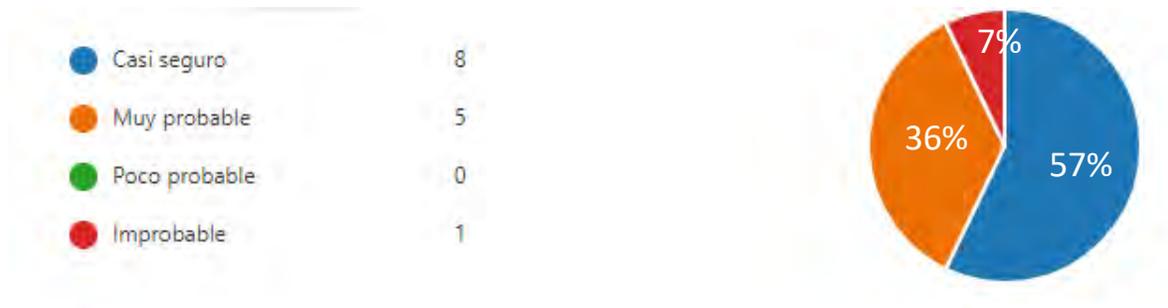
Figura 26. De acuerdo a su experiencia con el uso de las tecnologías durante la crisis sanitaria, al término de esta, ¿Qué tan probable es que las siga usando?



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

En la figura anterior se puede observar que del total de los encuestados y de los cuales implementaron las tecnologías durante la crisis sanitaria, el 93% menciona que es casi seguro que continúen utilizándolas al término de la misma (crisis sanitaria), ya que de alguna manera se beneficiaron con el uso de las Tics, y tan solo el 7% menciona que es muy probable que las continúen implementando en sus empresas. podemos observar que los empresarios son consientes de la gran utilidad y de lo mucho que se beneficiaron con las tecnologías durante esta crisis sanitaria.

Figura 27. ¿Qué tan probable es que implemente el uso de las tecnologías en su negocio en el corto plazo?



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

En la figura anterior se puede observar que de las empresas encuestadas y cuyas aquellas no han implementado las tecnologías en su empresa, el 57% menciona que es casi seguro que las implementen en el corto plazo, el 36 % menciona que es muy probable que implementen las tecnologías, esto refleja que del 100% de las MIPYMES encuestadas el 93% esta considerando implementar las tecnologías en un periodo cercano.

Figura 28. ¿Qué tipo de tecnología planea implementar?



Fuente: Elaboración propia por medio de Microsoft Forms

En la figura anterior se puede observar, que del total de los encuestados el 44% de las MIPYMES considera implementar alguna pagina web para su negocio, el 28% menciona que implementaría un software, y el 28 % restante considera implementar una aplicación en su empresa.

4.3 Tablas de contingencia

Para complementar el análisis de los datos obtenidos en las encuestas realizadas a la CANACO SERVYTUR Chetumal, se realizaron las tablas de contingencia a través del programa SPSS, cuyo procedimiento es utilizado para elaborar una tabla de clasificación de dos o más variables.

Estas tablas arrojan el índice estadístico llamado “Chi- cuadrada”, el cual nos permite medir el grado de independencia de una variable.

Tabla 5. Tabulación de las variables grado de estudio y termino TICS

¿Cuál es su último grado de estudios? ¿Qué tan familiarizado está con el termino TICS? tabulación cruzada

			¿Qué tan familiarizado está con el termino TICS?					Total
			Familiarizado	Muy familiarizado	Nada familiarizado	Neutral	Poco familiarizado	
¿Cuál es su último grado de estudios?	Carrera trunca	Recuento % dentro de ¿Cuál es su último grado de estudios?	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 100.0%	1 100.0%
	Licenciatura	Recuento % dentro de ¿Cuál es su último grado de estudios?	3 50.0%	1 16.7%	0 0.0%	0 0.0%	2 33.3%	6 100.0%
	Maestría	Recuento % dentro de ¿Cuál es su último grado de estudios?	3 75.0%	1 25.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 100.0%
	Preparatoria	Recuento % dentro de ¿Cuál es su último grado de estudios?	0 0.0%	0 0.0%	2 50.0%	1 25.0%	1 25.0%	4 100.0%
Total	Recuento % dentro de ¿Cuál es su último grado de estudios?	6 40.0%	2 13.3%	2 13.3%	1 6.7%	4 26.7%	15 100.0%	

Fuente: Elaboración propia por medio de análisis estadísticos utilizando SPSS.

Como podemos observar en la tabla anterior, del total de nuestra muestra, hubo 6 que están familiarizadas con el termino TICS, 2 muy familiarizados, 2 nada

familiarizados y 4 poco familiarizados. La tasa de familiarizados fue mayor, de los cuales 3 son de Licenciatura y 3 de maestría.

Tabla 5.1 Prueba Chi-cuadrada de independencia de variables

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	15.938 ^a	12	.194
Razón de verosimilitud	18.152	12	.111
N de casos válidos	15		

Fuente: Resultado del análisis “Crosstabs” para una tabla de contingencia de 2 variables (2 x 2) análisis estadísticos utilizando SPSS.

En la tabla anterior se pueden observar tres índices, el de la columna uno el “valor”, en la columna 2 los “grados de libertad”, pero el índice más importante es el de la columna 3 “sig. Asintótica” que en estadística es conocido como “valor p”.

En esta prueba el valor P es mayor a .05 (15.938), con lo que concluimos que la prueba “Chi-cuadrada” no fue significativa y, por lo tanto, las variables si son independientes.

Tabla 6. Tabulación de las variables edad y grado de dificultad en la implementación de las TICS.

Edad*¿Qué tan facil fue para usted implementar las tecnologías en su negocio? tabulación cruzada							
Recuento							
		¿Qué tan facil fue para usted implementar las tecnologías en su negocio?					Total
			Difícil	Fácil	Muy fácil	Neutral	
Edad	25 a 29 años	0	0	1	1	0	2
	30 a 34 años	0	0	0	1	0	1
	35 a 39 años	0	1	0	1	2	4
	40 a 44 años	1	0	0	0	3	4
	50 y mas	0	1	1	1	0	3
	63 años	0	0	1	0	0	1
Total		1	2	3	4	5	15

Fuente: Elaboración propia por medio de análisis estadísticos utilizando SPSS.

La tabla anterior se puede observar que la edad influye en que tanto es para los encuetados implementar las tecnologías en sus negocios, en el rango de edad de los 25 a los 40 años se puede percibir que el índice de dificultad permanece entre lo muy fácil, fácil y neutral. Después de los 40 años los índices de dificultad predominan entre difícil y muy difícil.

Tabla 6.1 Prueba Chi-cuadrada de independencia de variables

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	15.938 ^a	12	.194
Razón de verosimilitud	18.152	12	.111
N de casos válidos	15		

Fuente: Resultado del análisis “Crosstabs” para una tabla de contingencia de 2 variables (2 x 2) análisis estadísticos utilizando SPSS.

En la tabla anterior se pueden observar que el valor P es mayor a .05 (15.938), con lo que concluimos que la prueba “Chi-cuadrada” no fue significativa y, por lo tanto, las variables si son independientes.

Tabla 7. Tabulación de variables de grado de estudio y como se enteró de la existencia de las TICS.

Recuento		¿Cómo se enteró de la existencia de las tecnologías que utiliza en su negocio?						Total
			Buscando	En mi formación académica	Investigación propia	Los clientes me lo solicitaron	Por un proveedor	
¿Cuál es su último grado de estudios?	Carrera trunca	0	0	1	0	0	0	1
	Licenciatura	0	0	4	0	1	1	6
	Maestría	0	0	4	0	0	0	4
	Preparatoria	1	1	1	1	0	0	4
Total		1	1	10	1	1	1	15

Fuente: Elaboración propia por medio de análisis estadísticos utilizando SPSS.

En la tabla anterior se puede observar que, del total de nuestra muestra, la taza predominante indica que los empresarios conocieron las TICS al largo de su formación académica. Esto podría indicar que para las MIPYMES cuyos dueños no tienen una formación académica, podrían no conocer este termino y por ende seria la razón por la cual no las implementan en sus empresas.

Tabla 7.1 Prueba Chi-cuadrada de independencia de variables

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	13.125 ^a	15	.593
Razón de verosimilitud	13.689	15	.549
N de casos válidos	15		

Fuente: Resultado del análisis “Crosstabs” para una tabla de contingencia de 2 variables (2 x 2) análisis estadísticos utilizando SPSS.

En la tabla anterior se pueden observar que el valor P es mayor a .05 (13.125), con lo que concluimos que la prueba “Chi-cuadrada” no fue significativa y, por lo tanto, las variables si son independientes.

Tabla 8. Tabulación de la variable utilidad de las tecnologías durante la emergencia sanitaria y tiempo en que implementaron por última vez algún tipo de tecnología.

¿Durante esta emergencia sanitaria que tan útiles le han resultado las tecnologías que usa? ¿Hace cuánto tiempo implemento por última vez algún tipo de tecnología en su negocio (Software, aplicaciones, redes sociales, etc)? tabulación cruzada

Recuento

		¿Hace cuánto tiempo implemento por última vez algún tipo de tecnología en su negocio (Software, aplicaciones, redes sociales, etc)?				Total
		El último mes	Hace seis meses	Hace un año	Más de un año	
¿Durante esta emergencia sanitaria que tan útiles le han resultado las tecnologías que usa?	Muy útil	1	0	0	0	1
	Neutral	0	5	3	1	11
	Útil	0	0	0	1	1
		0	1	0	0	2
Total		1	6	3	2	15

Fuente: Elaboración propia por medio de análisis estadísticos utilizando SPSS.

En la tabla anterior se puede observar que para las MIPYMES encuestadas las tecnologías fueron muy útiles para poder contrarrestar los efectos de la emergencia sanitaria por COVID- 19, ya que el 43% las implemento en el último mes para poder seguir brindando sus servicios u ofreciendo sus productos a sus clientes.

Tabla 8.1 Prueba Chi-cuadrada de independencia de variables

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	23.523 ^a	12	.024
Razón de verosimilitud	13.717	12	.319
N de casos válidos	15		

Fuente: Resultado del análisis “Crosstabs” para una tabla de contingencia de 2 variables (2 x 2) análisis estadísticos utilizando SPSS.

En la tabla anterior se pueden observar que el valor P es mayor a .05 (23.523), con lo que concluimos que la prueba “Chi-cuadrada” no fue significativa y, por lo tanto, las variables si son independientes.

4.4 Conclusión

Al término de este capítulo y después de haber analizado las encuestas realizadas a las MIPYMES registradas en la CANACO SERVYTUR Chetumal, se ha encontrado que la información obtenida fue lo más verídica y cercana a la realidad, ya que un gran porcentaje de las encuestas, fueron realizadas por los dueños de las empresas, quienes son los que mejor conocen la situación de las mismas.

De igual forma analizamos que un gran porcentaje de los encuestados mencionan conocer el término correcto de la palabra TIC, esto debido a que su formación académica se encuentra en un nivel superior (Licenciatura, Maestría).

Por otra parte, la MIPYMES encuestadas manifestaron que las TIC más utilizadas era el correo electrónico, Google mi negocio GPS, Whatsapp, Facebook, terminales bancarias y software de facturación; de las cuales para muchas empresas las TIC fueron de gran utilidad para poder seguir desempeñando sus actividades durante esta emergencia sanitaria, evitando una mayor afectación en sus negocios

A pesar de que los empresarios tienen la noción de la utilidad y beneficios que le brindan las TIC en su mayoría no eran aplicadas en su totalidad; muchas de las empresas se sienten confiados, ya que su participación en el mercado es mayor a los 15 años, pero se pudo observar que en los últimos meses aumento la implementación de las tecnologías, para poder adaptarse ante las nuevas exigencias del mercado.

De igual forma para poder complementar nuestro análisis, se implementaron las tablas de contingencia o tablas cruzadas, con la que pretendíamos medir el grado de independencia de nuestras variables, después de analizar diversas variables, se pudo observar que la "Chí-cuadrada" de nuestras variables analizadas eran independientes.

Capítulo 5

“Conclusiones y Recomendaciones”

5.1 Conclusión

Como se ha presentado en este trabajo de investigación, existen diversas definiciones sobre el término TIC; autores como Thompson y Strickland, la definen como aquellos dispositivos, herramientas o equipos, capaces de poder manipular información que permite soportar el crecimiento de las organizaciones.

Considerando lo anterior, de acuerdo a los resultados obtenidos a lo largo de esta investigación, se destaca que las MIPYMES registrados en la CANACO SERVYTUR Chetumal, cuentan con un nivel académico superior en su formación, por tanto su mayoría conoce el término TIC correctamente, con lo que rechazamos la cuarta hipótesis **“Las MIPYMES de Chetumal Quintana Roo, no utilizan las TIC debido a que desconocen su existencia en su totalidad o parcialmente, situación que limita la implementación de estas”**.

Por otra parte, los empresarios consideran que las tecnologías son de utilidad para sus empresas, sin embargo, en su mayoría no eran aplicadas, esto tiene relación a que tan longeva son, pues los dueños ya están arraigadas a su forma tradicional en el mercado, comprobando de esta manera la tercera hipótesis **“Las MIPYMES de Chetumal, Quintana Roo, son muy arraigadas a sus costumbres, situación que limita el implementar o experimentar nuevas tecnologías como las TIC”**, de igual forma se pudo analizar que muchos empresarios no utilizan las tecnologías ya que las consideran complicadas de utilizar, y esta dificultad va en aumento según la edad del empresario.

Sin embargo, muchos de los empresarios se tuvieron que adaptar, para poder permanecer en el mercado y mitigar los efectos ante la emergencia sanitaria por COVID- 19, debido a esto se vieron en la necesidad de implementar algunas de las tecnologías para poder seguir brindando sus servicios u ofreciendo sus productos al mercado, de igual forma fueron empleados para poder mantener contacto con sus proveedores.

5.2 Recomendaciones

En la actualidad, es importante comprender que la innovación es motor principal para el desarrollo económico de un país; es una idea creativa que se genera con el fin de mitigar una necesidad y esta relacionada con toda la empresa, por tanto, es de suma importancia sensibilizar a las MIPYMES de la importancia de salir sus zonas de confort y poder implementar tecnologías que les permitan brindar un mejor servicio al mercado.

En ocasiones se piensa que innovar en el uso de tecnologías (TIC), es solo factible para las grandes empresas o que se requiere de un gran presupuesto para ponerlos en práctica, las TIC son parte fundamental, incluso para los negocios más pequeños. Innovar en la utilización de las TIC, ayudaría a las MIPYMES a diferenciarse de sus competidores y romper con las prácticas tradicionales que los ayuden a impulsar su competitividad dentro del mercado.

El objetivo de esta investigación, es que las MIPYMES de la Ciudad de Chetumal, implementen las TIC para poder elevar su competitividad en el mercado; para este fin, a continuación, se brinda una lista de recomendaciones:

- Implementar una excelente atención al cliente, con la finalidad de crear relaciones de confianza y fidelidad, posicionando el negocio en la mente del consumidor, al momento de desear hacer una compra de algún producto que necesite urgentemente.
- Implementar las diferentes formas de pago, en la actualidad existen plataformas tecnológicas efectivas, accesibles y fáciles de usar, que permiten ofrecer alternativas a los clientes, facilitando el consumo, permitiendo el pago con tarjetas de crédito y débito o por transferencias bancarias.
- Para mantener una mejor y eficiente operabilidad en la empresa, implementar una plataforma que le permita controlar las operaciones de ventas, facilitando los ingresos, egresos o inventarios en tienda.

- Implementar lectores de código de barras, ya que les permitirá llevar un mejor control de las ventas y del inventario de las existencias en tienda.
- Implementar capacitaciones gratuitas a las MIPYMES de Chetumal, por parte del Instituto Municipal de Economía Social (IMES), que les permitan a los empresarios conocer en su totalidad las ventajas de la implementación de las TIC, con el objetivo de incentivar la reactivación económica de nuestra ciudad capital.
- Brindar asesorías gratuitas por parte de la CANACO SERVYTUR Chetumal a las MIPYMES que están dentro de sus registros.

Bibliografía

- Aguilera Castro, A. &. (2009). *Direccionamiento estratégico apoyado en las TIC*.
- Aragón, S. G. (2003). *Orientación estratégica, características de gestión y resultados: un estudio de las PYME españolas*. Madrid: ICE Tribuna de economía.
- Chiavenato, I. (1993). *iniciación a la organización y técnica comercial*.
- Cote. (1998). *el sistema españps de innovación:diagnosticos y recomendaciones*. Madrid.
- Dibrell C. et al., D. (2008). Fueling innovation through information technology in SMEs. *Journal of Small Business Management*, vol. 46(2),.
- DOF. (06 de junio de 2006). *Diario Oficial de la Federación* . Obtenido de dof.gob.mx/index.php?year=2006&month=06&day=06
- Drucker, P. (1985). *la inovacion y el empresario innovador*. En D. Peter. Edhasa.
- Drucker, P. F. (2000). *La gerencia de la sociedad futura*. Bogotá: Norma .E., G. (2002). *Identidad y nuevas tecnologías* .
- Echeverría, R. (2003). *Ontología del lenguaje*. Chile: Comunicación Noreste LTDA.
- Enciclopedia, d. C. (11 de 02 de 2018). *concepto de*. Obtenido de <https://concepto.de/empresa/#ixzz5XOwnxD6s>
- Esselaar, S. e. (2008). *ICT usage and its impact on profitability*.
- Fernando Peirano, D. S. (2005). *Las tic mejoran el desempeño de las PYMES. Somos capses de explicar como hacerlo*. Rosario, Argentina : centro de estudios sobre ciencia, desarrollo y educacion suerior .
- Fernando Perinao Y Diana Suares. (2006). *TICS Y EMPRESAS:PROPUESTAS CONCEPTUALES PARA LA GENERACION DE INDICADORES PARA LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN*. BUENOS AIRES ARGENTINA: *JOURNAL OF INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGY MANAGEMENT*.

- Hasenclever, R. L. (2010). *Innovacion, competitividad y adopcion de las tecnologias en informacon de la comunicacion en las pequeñas y medianas empresas: algunos estudios de casos sobre Brasil* . Rio de Janeiro, Brasil: instituto economico .
- INEGI. (2014). *Micro, pequeñas y medianas empresas. estratificacion de estableciminetos*. Mexico: censos economicos Mexico.
- J. F.Hair Jr. R. E. Anderson, R. T. (1999). *Analisis multivariado 5° edición* . Madrid: Prentice Hall Iberia .
- Jesús Amador Valdes Días de Villegas y Gil Armando Sánchez Soto, J. (2012). Variables que influyen en el éxito de las Mipymes en la región centro del Estado de Coahuila. *Revista de ciencias sociales de la universidad Iberoamericana* , 126-156.
- L., C. M. (2004). Las tecnologías de la información en las pequeñas y medianas empresas mexicanas. *Revista electronica de geografia y ciencias sociales*.
- Lockett N. et al. (2006). The use of hosted enterprise applications by SMEs: a dual market and user perspective. *Electronics Markets*, vol.
- López Nicolas G. Y Soto Acosta P., L. (2010). Analyzing ICT adption and use effects on knowledge creation:an emperical investigation in SMES. *International journal of information management*.
- Manual de Oslo. (2006). *Guia para la recogida e interpretación de datos para la innovación*. Madrid: Grupo TRAGSA.
- Medina Salgado, C. y. (1994). *"La innovación en las organizaciones modernas"*.
- Niebla, A. P. (11 de mayo de 2016). *Blogger.com*. Obtenido de <http://lasticpatricia.blogspot.com/2016/05/definicion-de-las-tics-segun-diversos.html>
- Pallares, Z. V. (2005). *Hacer Empresa: un reto*. Fondo Editorial Nueva Empresa.

- Pinto, D. E. (2013). *Desarrollo e implementación de las TICs en las PYMES de Boyacá- Colombia* . Boyacá, Colombia : Fir, FAEDPYME International Review.
- Powell T.C. y Micallef D., P. (1997). Information technology as competitive advantage: the role of human, business, and technology resources. *Strategic Management Journal*.
- Renata Lebre La Rovere y Lia Hansenclever. (2002). innovación, competitividad y adopción de tecnología de la información y de la comunicación en las pequeñas y medianas empresas: algunos estudios de caso sobre Brasil. Rio de Janeiro: Instituto de economia, Universidad Federal de Rio de Janeiro, Brasil.
- Ribeiro, L. (2001). Generar Beneficios. Empresa Activa.
- Rieck, T. L. (2005). Adoption of electronic government.
- Rios M. Toledo J. Campos O. Y Alejos A., R. (2009). Nivel de integración de las TICS en las MIPYMES: un analisis cualitativo. *Panorama administrativo Journal*.
- Roth-Well P. Sullivan S Y McLean R. (2005). *Practicing Organizational Development*. Milwaukee: Jossey-Bass.
- Schumpeter. (1935). Analisis del cambio economico . México: Victor L. Urquidi .
- Strickland, T. y. (2004). *Administración Estrategica* . México: MC Graw Hill.
- UNION. (2016 de julio de 2016). ¿Cuántas MIPYMES tiene Quintana Roo? . *El universal* .
- Velasco Sánchez, J. (2017). *Organización de la producción* . México: Piramide .

Anexos

*Encuesta para evaluar la implementación de las TICS por parte de las MIPYMES

El objetivo de la siguiente encuesta es determinar los factores que influyen en la adopción de las tecnologías, en las MIPYMES de nuestra Ciudad Capital.

Se agradece lea atentamente las preguntas y seleccione la opción que corresponda a la respuesta que usted considere se apegue más a su forma de pensar.

Los datos serán utilizados exclusivamente para investigación académica, respetando la confidencialidad de los mismos, por lo que le pedimos se sienta en confianza al momento de responder.

* Obligatorio

Información general

1. Nombre de la empresa *

2. Especifique el puesto que ocupa en la empresa *

Propietario

Encargado/gerente

Otras

3. Seleccione su género *

Femenino

Masculino

4. Edad *

5. ¿Cuál es su último grado de estudios? *

Primaria

Secundaria

Preparatoria

Licenciatura

Carrera trunca

6. ¿Su negocio cuenta con sucursales o expendios? *

Si

No

7. El lugar donde está su empresa es: *

Propio

Rentado

Se está pagando

8. Con respecto al tiempo de operación, ¿en qué rango se encuentra su empresa? *

- Menos a 1 año
- 1-3 años
- 4-6 años
- 7-10 años
- 11-15 años
- +15 años

9. ¿Cuál es el giro al que pertenece su empresa? *

- Papelería
- Minisupers
- Venta de materiales de construcción
- Hoteles
- Refaccionarias
- Zapaterías

10. Número de personas que laboran en su empresa *

- 1-10 empleados
- 11-30 empleados
- 31- 50 empleados
- 51-80 empleados
- +80 empleados

Uso de Tecnologías

11. ¿Qué tan familiarizado está con el termino TICS? *

- Muy familiarizado
- Familiarizado
- Neutral
- Poco familiarizado
- Nada familiarizado

12. De los siguientes términos, ¿Cuál considera que es la descripción más adecuada para definir la palabra TICS? *

- Son equipos electrónicos usados en negocios u organizaciones como medio para su desarrollo y crecimiento.
- Son dispositivos o herramientas electrónicas, capaces de manipular información que coadyuvan al desarrollo y crecimiento económico de cualquier organización.
- Es el uso de internet en la operación de una empresa o negocio como medio para su desarrollo y crecimiento.

13. De las siguientes tecnologías, ¿cuáles conoce? (Puede elegir tantas como conozca) *

- Correo electrónico
- Páginas web
- Servidor de internet
- Whatsapp
- Facebook
- Software de facturación electrónica
- Terminales bancarias
- Software de contabilidad
- Software de inventarios
- Dropbox, Google Drive o similar
- Antivirus
- Banca online
- Ninguna

14. ¿Utiliza algunas de las tecnologías anteriores en su negocio? *

- Si
- No

15. De las siguientes tecnologías, ¿Cuáles usa en su negocio? (Puede elegir tantas como use) *

- Correo electrónico
- Páginas web
- Google mi negocio GPS
- Servidor de internet
- Whatsapp
- Facebook
- Software de facturación electrónica
- Terminales bancarias
- Software de contabilidad
- Software de inventarios
- Dropbox, Google Drive o similares
- Antivirus
- Banca online

16. ¿Cuáles son las razones por las que no usa las tecnologías? (Puede elegir varias razones) *

- Son muy caras
- Considero que es muy arriesgado experimentar con nuevas cosas para mi negocio
- Me gusta hacer las cosas de la forma tradicional
- Si conozco las tecnologías pero no sé cómo usarlas en mi negocio
- Desconozco que tecnologías puedo usar en mi negocio
- Distrae a mis empleados de sus actividades

17. ¿Cuáles son las principales razones por las que decidió utilizarlas? (Puede elegir varias razones) *

- Para poder ofrecer un mejor servicio a mis clientes
- Porque mis clientes me lo pidieron
- Porque mis proveedores me lo pidieron
- Porque es lo que veo que utilizan las grandes empresas
- Eficiente la operación de mi empresa
- Considero que es una manera de abaratar mis costos
- me ayuda a generar más ventas
- Por requerimiento
- Por las crisis sanitarias del coronavirus

18. ¿Qué tan fácil fue para usted implementar las tecnologías en su negocio? *

- Muy fácil
- Fácil
- Neutral
- Difícil
- Muy difícil

19. ¿Cómo se enteró de la existencia de las tecnologías que utiliza en su negocio? *

- En mi formación académica
- Por exigencia del gobierno
- Por un proveedor
- Los clientes me lo solicitaron

20. ¿Brinda usted capacitación a sus empleados sobre el uso de las tecnologías que implementa? *

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

21. ¿Con qué frecuencia le brinda capacitación a sus empleados? *

- Cuando lo solicitan
- Cuando implemento la nueva tecnología
- Semestralmente
- Mensualmente
-
- Otras

22. ¿Quién imparte la capacitación a los empleados? *

- El dueño del negocio
- El gerente
- Contrato a una persona o empresa externa
- Una empresa gubernamental brinda la capacitación a mis empleados
- Una cámara o asociación

23. ¿Cuánto tiempo tiene usando tecnologías en su negocio? *

- Menos de 3 meses
- Menos de un año
- De 1 a 3 años
- De 3 a 5 años
- Más de 5 años

24. ¿Hace cuánto tiempo implemento por ultima vez algún tipo de tecnología en su negocio (Software, aplicaciones, redes sociales, etc)? *

- El último mes
- Hace tres meses
- Hace seis meses
- Hace un año
- Más de un año

25. En caso de no usar tecnologías, ¿Ha pensado implementarlas? *

- Si, estoy en proceso de hacerlo
- Si, en el futuro
- No

26. ¿Considera que las tecnologías que utiliza le han sido útiles durante la crisis sanitaria? *

Si

No

27. ¿Durante esta emergencia sanitaria que tan útiles le han resultado las tecnologías que usa? *

Muy útil

Útil

Neutral

Poco útil

Nada útil

28. ¿Qué beneficios le han brindado las tecnologías durante la crisis sanitaria (Puede elegir varias opciones). *

Hacer mis pedidos a proveedores

Seguir atendiendo a mis clientes de manera segura

Seguir recibiendo pedidos a pesar de que mi negocio está cerrado

Otras

29. De acuerdo a su experiencia con el uso de las tecnologías durante la crisis sanitaria, al término de esta ¿Qué tan probable es que las siga usando? *

Casi seguro

Muy probable

Medianamente probable

Poco probable

Improbable

30. ¿Qué necesitaría para decidir usar las tecnologías en su negocio? (Puede elegir varias opciones). *

- Apoyo monetario de alguna institución
- Capacitación
- Ganas
- Qué mis clientes me lo pidan
- Qué una organización gubernamental o cámara me lo pida.
-

31. ¿Qué tan probable es que implemente el uso de las tecnologías en su negocio en el corto plazo? *

- Casi seguro
- Muy probable
- Poco probable
- Improbable

32. ¿Qué tipo de tecnología planea implementar *

- Una aplicación
 - Una página web
 - Un software
 -
- Otras

33. Si decidiera implementar alguna tecnología en su negocio, ¿Qué tipo de tecnología implementaría? *

Una aplicación

Una página web

Una red social

Un software

Otras