

ESTRATEGIAS TECNOLÓGICAS PARA EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS DEL VALLE DE MEXICALI

TECHNOLOGICAL STRATEGIES FOR THE DEVELOPMENT OF COMPANIES IN THE MEXICALI VALLEY

Autores: Miguel Ángel Morales Almada¹

<https://orcid.org/0000-0003-1049-2232>

Verónica Noemí Sotelo Narváez²

<https://orcid.org/0000-0003-1928-3963>

Institución: ¹Universidad Autónoma de Baja California, México

²Universidad Continental, Huancayo Perú

Correo electrónico: moralesm88@uabc.edu.mx

vsotelo@continental.edu.pe

RESUMEN

El presente proyecto parte de la necesidad de conocer el grado de adopción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que se aplican en el desarrollo de negocios del valle de Mexicali, tomando en consideración que en la actualidad las empresas que utilizan estas tecnologías tienen más oportunidades de crecimiento y considerando que en dicha región son poco utilizadas, es necesario el desarrollo de un proyecto que permita conocer dichas tecnologías. A raíz de lo anterior, el presente proyecto busca trabajar un tema que pudiera dar un impulso en el desarrollo de proyectos de negocios a través del uso de las TIC, tema que en la actualidad ha tomado mucha relevancia debido sus múltiples aplicaciones y a su impacto en diferentes aspectos como lo son el económico, mediante la obtención de ingresos para el emprendedor y su familia, social a través de la generación de empleos en su comunidad y cultural ya que puede cambiar la forma de pensar acerca de las nuevas tecnologías como algo que solo es para las personas que cuentan con recursos. Si bien el desarrollo de empresas es una forma de impactar en la vida de una persona, no todas tienen las habilidades o herramientas necesarias para poder llevar a cabo un proyecto de negocios mediante el uso de las TIC. En este sentido, hay habilidades vinculadas a la adquisición de nuevos hábitos tales como la motivación propia, la tolerancia a la frustración, la creación de oportunidades, optimismo, perseverancia, liderazgo entre otras.

Palabras clave: Emprendimiento, Infraestructura, Liderazgo, Tecnologías de la Información y la Comunicación.

ABSTRACT

This project is based on the need to know the degree of adoption of Information and Communication Technologies (ICT) that are applied in the business development of the Mexicali valley, taking into consideration that currently the companies that use these Technologies have more opportunities for growth and considering that in this region they are little used, it is necessary to develop a project that allows us to learn about these technologies. As a result of the foregoing, this project seeks to work on an issue that could give a boost in the development of business projects through the use of ICT, a subject that currently has become very relevant due to its multiple applications and its impact on different aspects such as economic, by obtaining income for the entrepreneur and his family, social through the generation of jobs in his community and cultural since it can change the way of thinking about new technologies as something that only it is for people who have resources. Although business development is a way to impact a person's life, not everyone has the necessary skills or tools to carry out a business project through the use of ICT. In this sense, there are skills linked to the acquisition of new habits such as self-motivation, tolerance for frustration, creating opportunities, optimism, perseverance, leadership, among others.

Keywords: Entrepreneurship, Information and Communication Technologies, Infrastructure, Leadership.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación se llevó a cabo en el poblado Guadalupe Victoria (KM 43) que se encuentra ubicada en el valle de Mexicali, a 70 kilómetros de la Capital de Baja California, México, con objetivo de conocer el grado de adopción de las TIC por parte de los empresarios, fomentar su uso y conocer el nivel de liderazgo mostrado por los empresarios y su disposición para implementar las TIC para el desarrollo de su empresa. En un estudio realizado a 250 empresas del valle de Mexicali, por Morales, Alvarado y Pérez (2014) se encontró que la mayoría de las microempresas entrevistadas son poco innovadoras, tomando en cuenta que, si una empresa no apuesta por innovar no habrá crecimiento, actualmente las tendencias en innovación son diversas, tales como la inteligencia artificial, el internet de las cosas, computo en la nube, el comercio electrónico entre otras. La zona del valle de Mexicali es considerada una zona altamente emprendedora donde el desarrollo económico va en crecimiento, pero al mismo tiempo es considerada una zona donde las TIC se utilizan muy poco, se ha demostrado que el uso estas tecnologías traen beneficios tales como

aumento de la competitividad, nuevos nichos de mercado, mejoras en la eficiencia de prestación de servicios, mayor comunicación con los clientes, mejor control de las finanzas etc. Actualmente el emprendimiento de nuevos negocios es un tema que está tomando mucho auge por ser parte importante del desarrollo económico y social de una comunidad.

Para Hetch (2010, p.1), no existe una definición concreta del emprendimiento, parte de afirmar que es la actividad profesional de los llamados emprendedores, y por lo tanto define al emprendedor de la siguiente manera: “Son personas extrañas, con inquietudes nunca entendidas, con obsesiones intolerables, e ideas irrealizables, personas que se aferran a una idea y no están satisfechos hasta realizarla”, para un emprendedor lo imposible no existe, a pesar de que su idea sea para la mayoría descabellada, reúnen los recursos y herramientas para llevarla a cabo y transformarla a una idea considerada innovadora. El hecho de querer implantar una cultura de emprendimiento significa el cambiar el modo de pensar, de hacer las cosas y minimizar la resistencia a dicho cambio, favorecer este proceso de cambio incluye a las dos partes al sistema, dicho de otra manera, se busca que al alcanzar los cambios esperados se puedan obtener más personas emprendedoras, (Zabala y Morales 2018, p.137).

Para Hidalgo (2015, p.46) “La cultura del emprendimiento es el entorno cultural que favorece el desarrollo de proyectos emprendedores, entendidos como procesos de fundación de actividades”. Según Bertrand (2016), toda empresa suele organizarse de algún modo de manera jerárquica cada empresa se puede decir que cuenta con jefes con diferentes estilos de liderazgo el cual tiene ciertas ventajas y desventajas. En los últimos años las empresas han evolucionado con el fin de adaptarse a las nuevas exigencias de los mercados y de sus clientes, es por ello que incorporan nuevas tecnologías que han obligado a comercializar sus productos de una forma distinta a la tradicional, “El comercio electrónico, es un concepto jurídico que presenta una serie de particularidades y dificultades” (Ríos, 2014, p.102). México cuenta con más de 51 millones de internautas de los cuales el 57 % realizan compras en línea y gastan en promedio \$3,500 pesos, los establecimientos que utilizan el comercio electrónico aumentan sus ventas hasta un 35 % como se puede ver sin duda para la micro y pequeña empresa contar con servicio de comercio electrónico aumenta sus posibilidades de lograr mayores ventas y con ello tener mayores utilidades, (AMIPCI 2014).

En cuanto al liderazgo de un empresario se puede determinar como un conjunto de habilidades que un individuo tiene para de esta manera poder influir en las demás personas, el estilo de liderazgo de un empresario influye directamente o indirectamente en la productividad laboral y hace que un empleado pueda estar motivado o desmotivado para realizar sus tareas, cada uno de estos estilos de liderazgo tiene ciertas consecuencias positivas o negativas para los trabajadores, el contar con un ambiente laboral positivo mejora la productividad. (Bertrand, 2016).

Dichas habilidades interaccionan y se determinan recíprocamente con el liderazgo definiendo la eficiencia y eficacia de la gestión. Para Cavelier (2017, p.01), ... “uno tiene que construir no para el cvy (cómo voy yo) sino el cvt (cómo vamos todos)”

No obstante, la práctica de estas habilidades muchas veces puede verse limitada por estados como el pesimismo la misma que interfiere en los objetivos y planes futuros de la organización.

La persona que ejerce el liderazgo asume un estilo que varía en función de su motivación, capacidad de poder u orientación. En líneas generales, el líder de acuerdo a Lee Lacocca (1990, citado por Gómez 2008) se caracteriza por mostrar una visión innovadora, una estrategia inteligente, soportada en conocimientos, interacción y trabajo en equipo, evidenciada en la sinergia entre los miembros del grupo, Comunicación clara, posibilitando el protagonismo de todas las personas, muestras de una interacción horizontal y la motivación a las personas claves de la red, reflejada en el refuerzo de acciones conducentes al logro de objetivos, considerándolas, comunicación y felicitaciones.

En esta línea, de acuerdo Ireland y Hitt 2005, Crossan et. al 2008, y Sarfraz 2017, (citados por López-Lemus, De la Garza y Zavala 2018, pp. 01), se dice que la persona con capacidad de anticipación, pensamiento estratégico y flexibilidad y ajuste para relacionarse y trabajar con otros con el objetivo de generar cambios en prospectiva, al interior de la organización, evidencia características del liderazgo estratégico. Los líderes poseedores de estas características, gestionan su liderazgo desde una perspectiva holística, teniendo en cuenta la interacción entre la organización y los grupos de interés, posibilitando estrategias integrativas.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para lograr este trabajo se realizó una investigación documental y posteriormente un estudio de campo. El enfoque metodológico que se utilizó fue cuantitativo en donde se buscó coordinar y analizar los objetivos generales y específicos que se propusieron

al inicio de la investigación, se eligió este enfoque ya que se consideró que era el más adecuado puesto que permitió conocer la realidad de la situación actual de las empresas del valle de Mexicali de una manera más objetiva e imparcial. El nivel de investigación de este trabajo fue exploratorio y descriptivo puesto que sólo se describe en el documento lo encontrado al aplicar los instrumentos de recolección de información. Se tomó en cuenta a los micro y pequeños empresarios que se encuentran en el poblado Guadalupe Victoria. Para recolectar los datos se utilizaron dos instrumentos, el primero consiste en un pequeño cuestionario que antes de ser aplicado se le realizó una prueba de confianza dando como resultado satisfactorio con Alfa de Cronbach de 0.860 y el segundo instrumento fue Test Abreviado de Orientación vital. Para conocer el estilo de liderazgo con una fiabilidad del 0.700, para el procesamiento y análisis de los datos se vació los resultados de los instrumentos en una hoja de cálculo de Excel para de ahí posteriormente exportarla al software estadístico SPSS versión 22, en donde se realizó una estadística descriptiva e inferencial.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Primeramente, hablaremos sobre el cómo están conformadas las empresas que fueron encuestadas esto es el porcentaje de hombres y mujeres empresarias, el tamaño de la empresa y el sector al que pertenecen. En la figura 1 se puede ver que no hay mucha diferencia entre el número de empresarios del sexo femenino y masculino uno de los motivos es que muchas mujeres se ven obligadas a empezar un negocio como apoyo al ingreso familiar y en ciertas ocasiones este negocio empieza a madurar con el paso del tiempo.

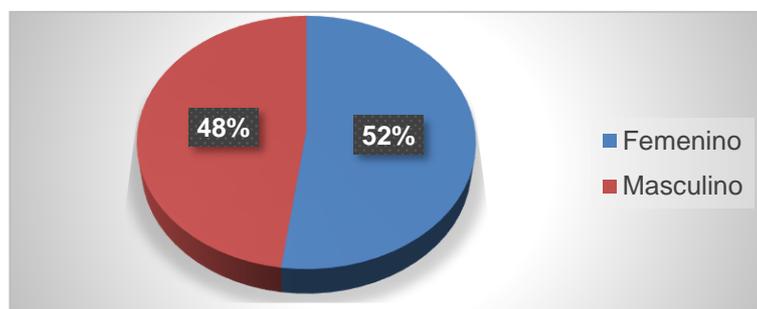


Figura 1: Sexo del dueño de la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

Según los censos económicos (INEGI, 2019) hechos en México, las mujeres emprendedoras son propietarias de casi un 37 % del total de los establecimientos del sector de la micro pequeña y mediana empresa.

Respecto al giro de las empresas encontramos que el 60 % de las empresas pertenecen al sector comercio, seguidas con un 36 % al sector servicio y solo un 4 % pertenece al sector Industria como podemos ver en la figura 2, casi una tercera parte de las empresas establecidas en el poblado le pertenecen al sector comercio.

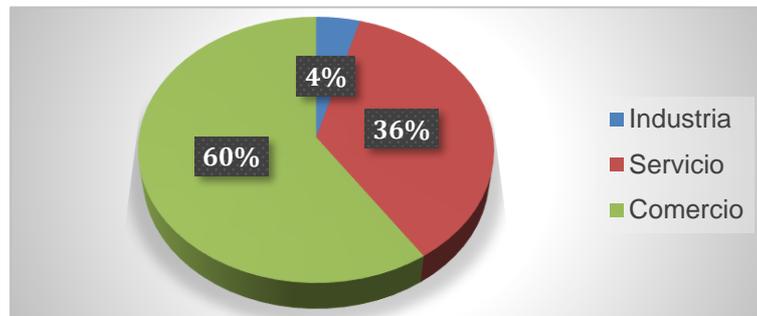


Figura 2: Giro de la empresa.
Fuente: Elaboración propia.

Según los censos económicos (INEGI, 2019), la distribución de las unidades económicas en México esta distribuida de la siguiente manera aproximadamente un: 12 % corresponde al sector industrial, un 39 % al sector servicio y el 47 % al sector comercio, como podemos ver en ambos casos el sector comercio es el sector que cuenta con más unidades económicas.

Sobre el tiempo de permanencia de la empresa encontramos lo siguiente el 52 % de las empresas tienen menos de 5 años establecidas, el 41% tienen entre 5 y 10 años y un 7 % solamente rebasa los 10 años de ser establecida, tal y como se muestra en la figura 3.

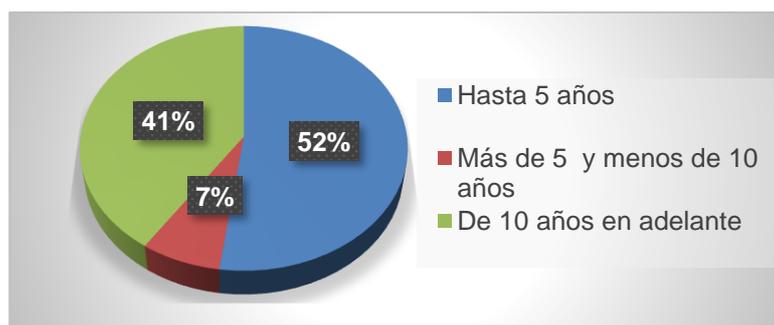


Figura 3: Permanencia de la empresa.
Fuente: Elaboración propia.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL (2020), las Micro, pequeñas y medianas empresas representan alrededor del 99 % del total de las empresas y emplean a un 61 % de los trabajadores, aunque su productividad es relativamente baja. En la figura 4 se muestra que el 87 % de las empresas entrevistadas tienen de 1 a 10 empleados, por lo que podemos observar que

prácticamente 9 de cada 10 empresas en el poblado Guadalupe Victoria son microempresas.

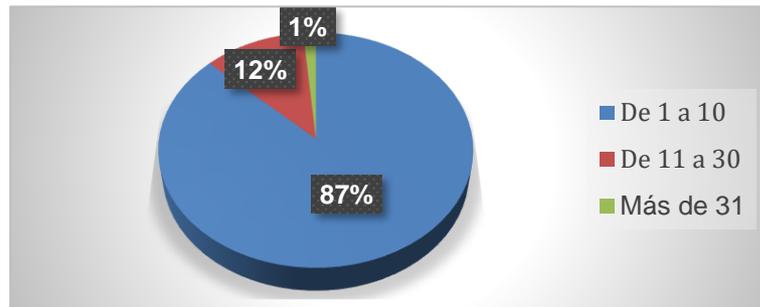


Figura 4: Número de empleados en la empresa.
Fuente: Elaboración propia.

Para conocer el grado de infraestructura tecnológica con que cuentan las empresas del valle de Mexicali se les hizo algunas preguntas en donde veremos las más relevantes. Se les preguntó a los empresarios si contaban con alguna herramienta tecnológica dentro de su negocio encontrando que 7 de cada 10 empresarios cuentan con acceso a internet y un celular para manejar su negocio como se puede ver en la figura 5.

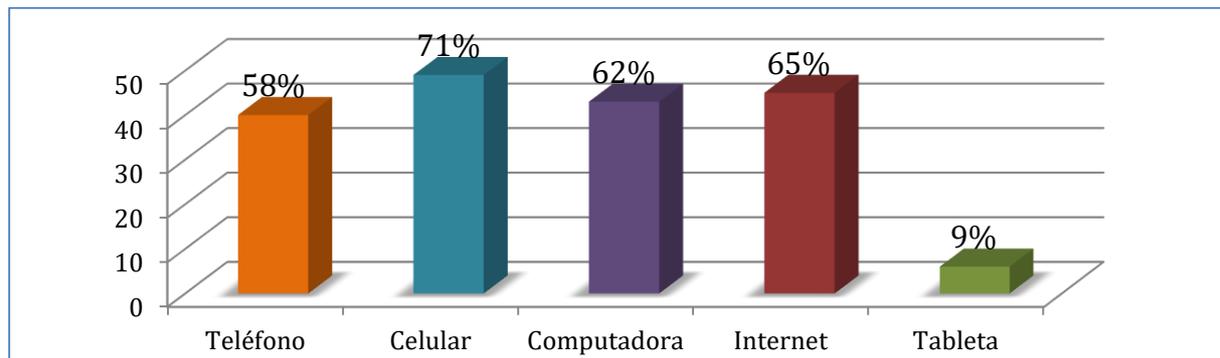


Figura 5: Herramientas tecnológicas en la empresa.
Fuente: Elaboración propia.

Según los resultados de los Censos Económicos, (INEGI, 2019), el porcentaje del uso de equipo de computo tomando en cuenta el tamaño de las empresas es la siguiente: 10 % micro, 78 % pequeñas y 97 % las medianas respecto al uso del internet prácticamente es similar, se puede notar que en el valle de Mexicali los porcentajes son un poco menor a la media nacional.

También se les pregunto qué medios electrónicos utiliza para ofrecer sus productos y/o servicios encontrando que la gran mayoría prefiere utilizar las redes sociales tal y como se muestra en la figura 6.

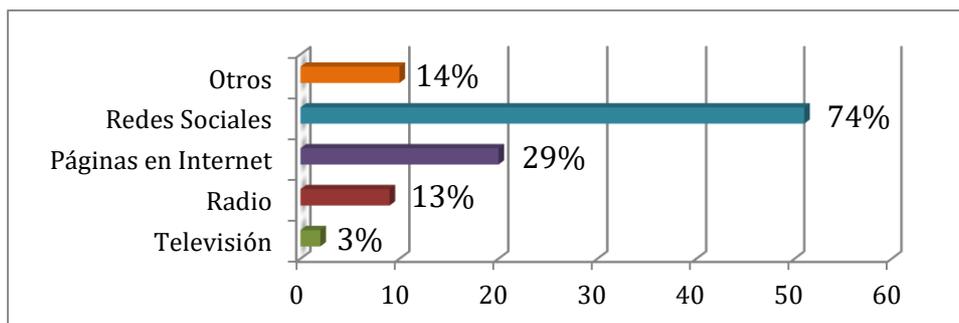


Figura 6: Uso de medios electrónicos para ofrecer productos y/o servicios.
Fuente: Elaboración propia.

Sobre la forma de llevar el control de los gastos, ventas, clientes y proveedores, se encontró lo siguiente que el 43 % de los empresarios siguen utilizando un cuaderno para llevar sus controles tal y como se muestra en la figura 7.

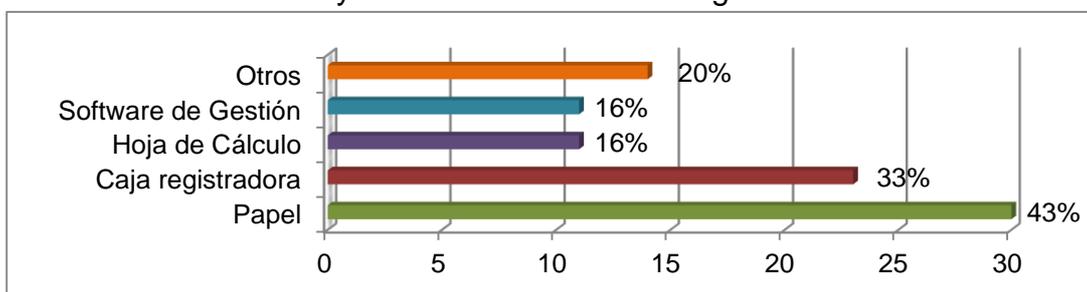


Figura 7: Control de gastos, ventas, clientes y proveedores.
Fuente: Elaboración propia.

Se le preguntó al empresario si consideraban que el uso de las TIC era un gasto que no iba a ser reflejado en sus ganancias 4 de cada 10 estuvieron total o parcialmente de acuerdo como se muestra en la figura 8.

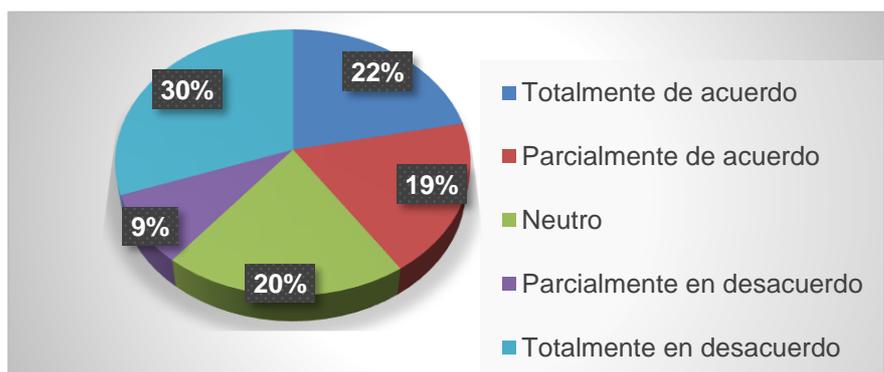


Figura 8: Uso de las TIC en la empresa.
Fuente: Elaboración propia.

Se realizaron preguntas para conocer el grado de pesimismo de los empresarios en donde 7 de cada 10 empresarios creen que les puede suceder algo malo al momento de efectuar cambios en su empresa como se mira en la figura 9.

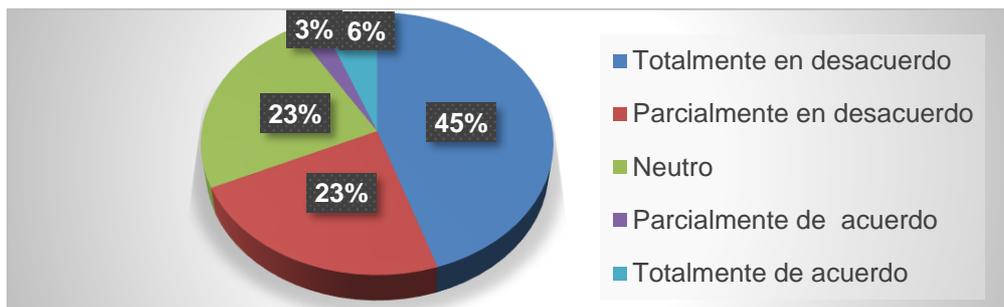


Figura 9: Pesimismo del empresario
Fuente: Elaboración propia

Al respecto, Alatrasta (2020) en su artículo de investigación señala que todo buen líder debería poseer características opuestas al pesimismo, por cuanto en todo proceso de liderazgo se afrontan situaciones difíciles y un buen líder debe tener la capacidad de afrontar las mismas desde una perspectiva optimista.

Sobre el tipo de liderazgo en los empresarios encontramos que el 60 % cuenta con un liderazgo integrado esto es que el empresario se caracteriza por dar apoyo a sus trabajadores, los orienta a realizar una tarea determinada provocando un cambio de actitud en sus trabajadores como se ve en la figura 10.

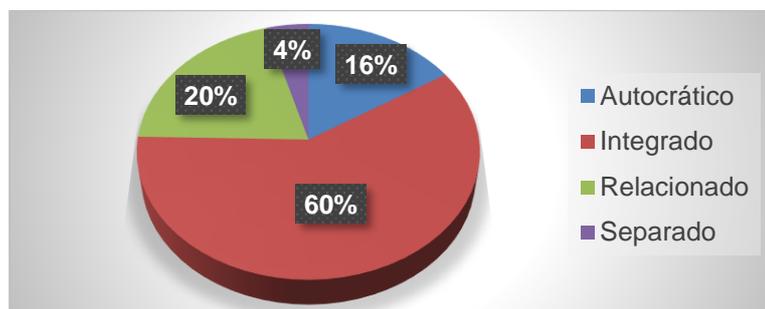


Figura 10: Estilo de liderazgo.
Fuente: Elaboración propia

Este resultado se soporta en el estudio de Reyes (2011) quien concluye que el modelo integrativo de liderazgo posibilita la comprensión de todas las dimensiones posibles del grupo, hecho que conlleva a dimensionar desde diferentes esferas.

Por otro lado, Pautt (2011), a la luz de sus hallazgos, plantea que, al interior de una organización el liderazgo y la dirección se determinan el uno al otro, agrega que el liderazgo es importante para centrarse y dirigir a las personas hacia el logro de fines y objetivos con sentido de pertenencia, compromiso, entusiasmo y por libre albedrío, constituyendo el liderazgo un valor agregado para quienes dirigen las organizaciones. Sobre la efectividad de liderazgo encontramos que solo un 3 % tiene una efectividad de liderazgo alto, el 74 % moderado y el 23 % deficiente tal y como se muestra en la figura 11.

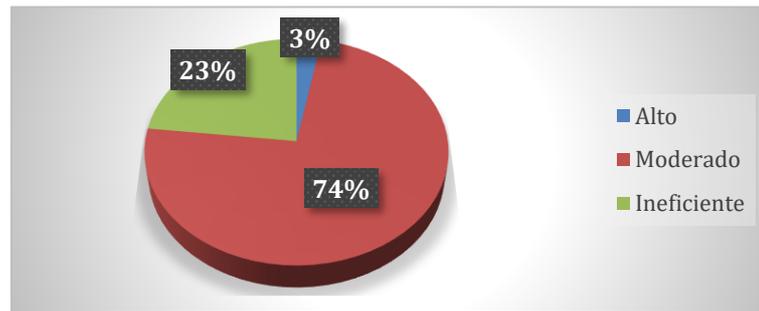


Figura 11: Efectividad de liderazgo.

Fuente: Elaboración propia.

Este resultado se refuerza con el estudio de Pedraja-Reyes, Rodríguez-Ponce E. y Rodríguez-Ponce J. (2006) quienes concluyen que el estilo de liderazgo se constituye en determinante estructural de la eficacia en una organización y, que liderazgo - eficacia y efectividad, debería ser visto desde una aproximación sistémica.

CONCLUSIONES

Este trabajo nos ayudo a conocer la situación actual encuaneto a infraestructura tecnologica con la que cuentan las microempresas del valle de Mexicali, como están constituidas y que tipo de liderazgo que tienen los empresarios de la zona, una vez conociendo esta informacion podremos elaborar estrategias para apoyar a los empresarios e impulsar a fortalecer los proyectos de negocios a través del uso de las TIC en la región.

Sobre la conformación de las empresas, encontramos que no hay diferencia prácticamente sobre el género del empresario, la mayoría de las empresas tienen menos de 5 años que abrieron por lo que son empresas jóvenes y casi en su totalidad son microempresas.

La progresión tecnológica que debe seguir una empresa es la siguiente: en la primera etapa la empresa cuenta con un sistema de comunicación básica (Telefonía), en la segunda etapa la empresa debe contar una computadora y software básico (Hoja de Cálculo) en la etapa tres las empresas ya cuentan con un sistema de comunicaciones avanzado tales como acceso a internet, página Web, Comercio electrónico entre otros y finalmente en la etapa cuatro la empresa tiene un sistema de TIC avanzado en donde ya cuenta con software de gestión, bases de datos, sistemas de inventarios ERP entre otros, encontrando que la gran mayoría de las empresas están apenas en la etapa uno.

Sabemos que en las organizaciones los líderes son las personas que hacen que las cosas sucedan, es un catalizador a interior de una empresa que encausa a los trabajadores hacia lograr un objetivo determinado y cambio en su mentalidad, en este

estudio podemos concluir que muy pocos empresarios tienen una efectividad alta de liderazgo frente a sus subordinados predominando la moderada, que los empresarios son cautos con sus tomas de decisiones pues tienen cierto temor al fracaso sin embargo procuran dar apoyo a sus trabajadores y orientarlos en todo momento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALATRISTA, G. (2020). Importancia del liderazgo en los equipos de trabajo. *Gestión en el Tercer Milenio*. Vol. 23, No. 46. pp. 89-98. Disponible en: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/19157>. Visitado: 3 de marzo de 2022.
- ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET, AMIPCI (2014). Tasa de Crecimiento del Internet en México. Disponible en <https://www.amipci.org.mx/es/noticiasx/2178-comercio-electronico-con-tasas-de-crecimiento-del-42>. Visitado el 1 de febrero de 2021.
- BERTRAND, R. (2016). Cinco tipos de liderazgo empresarial. Disponible en <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/los-5-tiposliderazgo-empresarial-bertrand-regader>. Visitado el 1 de febrero de 2021.
- CENSOS ECONÓMICOS, INEGI (2019). Micro, pequeña, mediana y gran empresa: estratificación de los establecimientos. Censos Económicos 2019 / Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México INEGI 2019. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bviniegi/productos/nueva_estruc/702825198657.pdf Visitado: 7 de mayo de 2022.
- COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (CEPAL, 2021). MIPYMES en América Latina Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf Visitado: 7 de mayo de 2022.
- GÓMEZ, R. (2008). El liderazgo empresarial para la innovación tecnológica en las micro, pequeñas y medianas empresas. *Revista Pensamiento y gestión*. No. 24. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n24/n24a07.pdf> Visitado: 7 de mayo de 2022.
- HECHT, R. (2010). La importancia del Emprendedurismo en el futuro Económico de México. Disponible en: <http://www.informador.com.mx/jalisco/2010/197702/6/la-importancia-del-emprendedurismo-en-el-futuro-economico-de-mexico.htm>. Visitado el 1 de febrero de 2021.

- HIDALGO, L. (2015). La cultura del emprendimiento y su formación. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador. Disponible en: <file:///Users/mmoralesalmada/Downloads/DialnetLaCulturaDelEmprendimientoYSuFormacion-5599803.pdf>. Visitado el 1 de febrero de 2021.
- LÓPEZ-LEMUS, de la GARZA y ZAVALA (2018). El liderazgo estratégico, la negociación y su influencia sobre la percepción del prestigio en pequeñas empresas. *Innovar*. Vol.3 0, No. 75.
- PAUTT, G. (2011). Liderazgo y Dirección: dos conceptos distintos con resultados diferentes. *Revista Facultad de Ciencias económicas: Investigación y Reflexión*. Vol.19, No 1. Versión impresa ISSN 0121-6805.
- PEDRAJA-REYES, RODRÍGUEZ-PONCE, E. y RODRÍGUEZ-PONCE, J. (2006). Liderazgo y Decisiones estratégicas: una perspectiva integradora. *Interciencia*. Vol. 31, No. 8. versión impresa ISSN 0378-1844.
- MORALES, M., ALVARADO, A. y PÉREZ, Á. (2014). Innovación y Tecnología en las Microempresas del Valle de Mexicali. XI Congreso Nacional y IV Congreso Internacional del COLPARMEX. Universidad Autónoma de Puebla México.
- RAMÍREZ, M. (09 de octubre de 2017). La Andi en alianza con la Conferencia Episcopal de Colombia lanza una campaña de liderazgo positivo que busca hacer pensar a la juventud y a sus líderes. La República. Disponible en: <https://www.larepublica.co/empresas/hay-un-nivel-alto-de-pesimismo-y-en-esos-los-lideres-son-muy-importantes-2556855>. Visitado: 7 de mayo de 2022.
- REYES, Jacome y LARA (2011). Liderazgo integral en las organizaciones. *Avances en Psicología Latinoamericana*. Bogotá. Vol. 29, No. 1, pp. 172.
- RIOS, A. (2014). Análisis y perspectivas del comercio electrónico en México. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*. Vol. 11, No. 3, p. 97-121, Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
- ZAVALA, J. y MORALES, M. (2010). La nueva cultura del emprendimiento como parte del desarrollo profesional en los estudiantes de la EINGV. *Revista de Investigación Administración Contemporánea*, Ciudad de México, Vol. X, No. 33, p.137-160.