

Estrategias para la estabilidad económica de las MiPymes del sector textil confección prendas de vestir de la localidad de Kennedy a partir de tecnologías de información

Jennifer López Álvarez

Nancy Viviana García Mejía

Sandra Yineth Santana Puentes

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Administración de Empresas

Bogotá, D.C.

2021

Estrategias para la estabilidad económica de las MiPymes del sector textil confección prendas de vestir de la localidad de Kennedy a partir de tecnologías de información

Jennifer López Álvarez

Nancy Viviana García Mejía

Sandra Yineth Santana Puentes

Director

Jaime Manuel Mora Cruz

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Administración de Empresas

Bogotá, D.C.

2021

Agradecimientos

En primer lugar, les agradecemos a Dios y a nuestras familias quienes han sido los forjadores de nuestros principios, los cuales nos aportaron en el desarrollo de nuestra carrera.

Un agradecimiento especial a nuestros amigos por el respaldo y motivación a lo largo de nuestra etapa universitaria.

A nuestro tutor, Jaime Manuel Mora Cruz, por su apoyo y orientación en el desarrollo de nuestra investigación para alcanzar los resultados esperados. También a los docentes de la facultad de ciencias económicas y administrativas por guiarnos y aportar sus valiosos conocimientos.

Finalmente, a la Universitaria Agustiniana, por brindarnos todos los recursos y herramientas que fueron necesarios para llevar a cabo nuestro proceso formativo.

Resumen

Este trabajo tiene como propósito identificar las estrategias utilizadas por las MiPymes del sector textil confección prendas de vestir de la localidad de Kennedy a partir de las tecnologías de información para lograr la estabilidad económica durante la coyuntura de la pandemia. Por esta razón realizamos una investigación con enfoque mixto para ello, en primer lugar, se realizó un análisis cualitativo basándonos en información de artículos, libros, proyectos de grados, medios electrónicos. En segundo lugar se usó un enfoque cuantitativo con el objetivo de recopilar información a través de encuestas. Como resultado a esta investigación, las MiPymes durante esta coyuntura han encontrado como aliado estratégico a las TICs como herramienta digital que les brinda soluciones y les facilita la subsistencia, nuevos modelos de negocio, fortalecimiento de las estrategias actuales y la adquisición de nuevos clientes por medio de las redes de comunicación como el Facebook, WhatsApp, Instagram y pagina web teniendo en cuenta que son un fenómeno que cada vez gana más seguidores, permite personalizar la información que se publica en tiempo real y es de facilidad de acceso son un buen instrumento para darse a conocer, todo esto en pro de lograr la estabilidad económica. Y finalmente identificamos que la implementación de las TICs (Tecnologías de la información y comunicación) como estrategia fue valioso y significativo para seguir generando ingreso.

Palabras clave: MiPymes, TICS, Estrategias, Estabilidad, Economía, Manufactura, Pandemia.

Abstract

The purpose of this work is to identify the strategies used by MSMEs in the textile and clothing sector in the town of Kennedy based on information technologies to achieve economic stability during the pandemic. For this reason we conducted a research with a mixed approach for it, in the first place a qualitative analysis was carried out based on information from articles, books, degree projects, and electronic media. Secondly, we used a quantitative approach with the objective of collecting information through surveys. As a result of this research, MSMEs during this juncture have found as a strategic ally ICTs as a digital tool that provides solutions and facilitates their livelihood, new business models, strengthening of current strategies and the acquisition of new customers through communication networks such as Facebook, WhatsApp, Instagram and website considering that they are a phenomenon that increasingly gains more followers, allows customizing the information published in real time and is easily accessible are a good tool to make themselves known, all this in order to achieve economic stability. And finally we identified that the implementation of ICTs (Information and Communication Technologies) as a strategy was valuable and significant to continue generating income.

Key word: MiPymes, TICS, Strategies, Stability, Economy, Manufacturing, Pandemic.

Tabla de contenidos

Introducción	9
Problema de investigación	10
Planteamiento del problema	10
Pregunta de investigación.....	11
Objetivos	12
Objetivo general	12
Objetivos específicos.....	12
Justificación.....	13
Metodología de la investigación	14
Marco de referencia de la investigaciónAntecedentes investigativos (Estado del arte)	15
Marco conceptual	19
Estrategia	19
Economía.....	19
Pandemia	19
Tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC).	19
MiPymes.....	20
Localidad	20
Sector manufacturero.....	20
Kennedy.....	20
Marco teórico	21
Importancia de las TICS en las MiPymes.....	21
Ventajas de implementar las TICS en las MiPymes.....	23
Importancia del sector manufacturero	23
Marco histórico	25
Administración de empresas.....	25
Economía.....	25
MiPymes en Colombia	25
Manufactura en Colombia	26
Las TIC.....	26

Internet.....	26
Marco legal.....	28
Promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. MYPIMES.....	28
Importancia estratégica de los proyectos de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas.....	28
Transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas	29
Análisis pasó a paso e interpretación de los resultados.....	30
Pregunta 1 ¿Pertenece su empresa al sector textil?	32
Pregunta 2 ¿Cuánto tiempo lleva constituida su empresa?	33
Pregunta 3 ¿El segmento empresarial está clasificado en micro, pequeñas y medianas empresas, según esta clasificación a cuál corresponde?.....	33
Pregunta 4 ¿Su empresa implemento las tecnologías de información durante la coyuntura de la pandemia?.....	34
Pregunta 5 ¿Con cuál infraestructura tecnológica cuenta la empresa?.....	34
Pregunta 6 ¿Considera usted que es importante capacitar al trabajador sobre el manejo de las TICs para llevar a cabo, los procesos de ventas, compras, facturación, inventarios, disponibilidad de la información, atención al cliente?	35
Pregunta 7 ¿Cree que al aprovechar los recursos de las TICs en su empresa tiene una mayor cobertura de publicidad y facilita el crecimiento de la misma?	35
Pregunta 8 ¿Identificó que al incorporar las TICs en su empresa obtuvo un mejor posicionamiento en el mercado?	36
Pregunta 9 ¿Qué dificultad presento su empresa al implementar las TICs?	37
Pregunta 10 ¿Considera que tener implementadas las TICs en su empresa ha generado un impacto?	37
Pregunta 11 ¿Su empresa conoce los beneficios que tiene el uso de las TICs en tiempos de pandemia?.....	38
Pregunta 12 ¿Las TICs fueron una herramienta para sostener su empresa en el mercado durante la pandemia?.....	39
Pregunta 13 ¿Qué soluciones le ha brindado las TICs en su empresa durante la pandemia?	39
Pregunta 14 ¿Qué redes de comunicación implemento en su empresa en medio de la pandemia?	40
Pregunta 15 ¿Cree usted que las redes de comunicación implementadas en su empresa tienen un	

contenido agradable y completo?	40
Pregunta 16 ¿Se optimizaron los procesos internos de la empresa, respecto al control de información de forma digital, seguridad y protección de datos e inventarios?.....	41
Pregunta 17 ¿Sus productos se pueden adaptar a un formato digital?	41
Pregunta 18 ¿En las redes de comunicación seleccionadas en la pregunta anterior, que servicio tiene disponible?.....	42
Pregunta 19 ¿Cómo se efectúan las ventas en su empresa en medio de la pandemia?.....	42
Pregunta 20 ¿Adicional a las TICs, usted uso en su empresa otras estrategias para mantener su estabilidad y llegar a ser competitivos? Si, cuáles - No, Por qué.....	43
Pregunta 21 ¿Considera usted que, al estar ubicado en uno de los sectores más comerciales de la ciudad, le ha permitido sostenerse económicamente durante la pandemia? Si, por qué- No, por qué.	43
Análisis de las estrategias implementadas para la estabilidad económica de las MiPymes del sector textil confección prendas de vestir de la localidad de Kennedy a partir de tecnologías de información.....	45
La influencia de la implementación de las TICs en las MiPymes de la localidad de Kennedy en tiempos de pandemia	47
Conclusiones	48
Referencias	50
Anexos.....	52

Introducción

El presente trabajo de investigación se enfoca en las estrategias que tienen las MiPymes del sector textil confección prendas de vestir de la localidad de Kennedy una de las zonas más comerciales y frecuentadas de Bogotá, a partir de las TICs para mantener una estabilidad económica en tiempos de pandemia teniendo en cuenta que estas fueron una salida en muchas ocasiones al fracaso ya que tuvieron que responder de forma rápida a una crisis sanitaria, social y económica.

Las MiPymes, dadas sus características las cuales las hacen especialmente vulnerables a cualquier crisis económica pero que sin embargo son la columna vertebral para la economía de cualquier país es por ello que durante el desarrollo de esta investigación identificamos que la implementación de las TICs fue valioso y significativo para seguir generando ingresos

Así mismo, las MiPymes de la localidad de Kennedy han fortalecido su presencia en las redes de comunicación (Facebook, WhatsApp, Instagram y pagina web) y han desarrollado de manera relevante, cambios decisivos en el comercio teniendo en cuenta la coyuntura en el país.

Teniendo en cuenta lo anterior, se realiza un análisis sobre la importancia de la implementación de las TICs, con los resultados obtenidos por medio de una encuesta digital aplicada a la población objeto de estudio.

Problema de investigación

Planteamiento del problema

A partir del año 2020 el mundo está atravesando por una crisis de sanitaria debido al COVID 19, enfermedad infecciosa causada por un Coronavirus actualmente descubierto que ha generado desequilibrar la economía, por esta razón varias micro, pequeñas y medianas empresas o MiPymes se encuentran frente a una situación incierta con la cual tienen que enfrentarse a diferentes desafíos para lograr la supervivencia de sus negocios.

Ante el contexto nacional, la Encuesta de Desempeño Empresarial de ACOPI refleja que, durante el primer trimestre de este año, dos de cada tres MiPymes han visto afectados sus ventas e ingresos en un porcentaje superior al 50%, y más de la mitad de estas, estima que no podrá recuperarse de las pérdidas en menos de un año. Además, el 65% de Pymes y el 43% de Microempresas están considerado la posibilidad de cesar contratos en los siguientes tres meses, mientras que el 17% y 34%, respectivamente, no descarta la posibilidad de acogerse a la Ley de Insolvencia. (Acopi, 2020).

Por lo tanto, las Pymes han recurrido a retos de innovación y tecnologías de la información, teniendo en cuenta que la implementación de dichas herramientas permite lograr una mayor estabilidad económica, tal es el caso del sector manufacturero quienes ya habían mostrado avance en la apropiación de herramientas tecnológicas pasando de un 20% en 2015 a un 60% en 2017. (Industrial, 2021). Se observa que al recurrir a las estrategias tecnológicas se puede mantener una estabilidad económica.

A partir de la identificación de la situación problema y la observación realizada en el sector textil confección prendas de vestir en la localidad de Kennedy, que es la segunda localidad más grande de Bogotá y su economía abarca en un el 19% en industria, se identifican el uso de estrategia para la estabilidad económica a través de las TIC (Conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permiten la transmisión de información).

Adicional a ello se pretende indagar la transformación que ha dado las TIC en la Administración de empresas, como un reto para la lograr estabilidad económica en las MiPymes del sector manufacturero de la localidad de Kennedy.

Pregunta de investigación

¿Cómo las MiPymes del sector textil confección prendas de vestir de la localidad de Kennedy, han desarrollado estrategias a partir de las tecnologías de información para garantizar su estabilidad económica durante la coyuntura de la pandemia?

Objetivos

Objetivo general

Identificar las estrategias utilizadas por las MiPymes del sector textil confección prendas de vestir de la localidad de Kennedy a partir de las tecnologías de información para lograr la estabilidad económica durante la coyuntura de la pandemia.

Objetivos específicos

Diseñar un instrumento el cual va a permitir identificar las estrategias usadas por las MiPymes del sector textil confección prendas de vestir por medio de las TICs.

Analizar las estrategias empleadas por las MiPymes del sector textil confección prendas de vestir de la localidad de Kennedy durante la coyuntura de la pandemia.

Argumentar la influencia del uso de las tecnologías de la información en las MiPymes de la localidad de Kennedy y el impacto positivo para estabilidad económica.

Justificación

A partir del año 2020 el mundo está atravesando por una crisis de sanitaria debido al COVID-19, enfermedad infecciosa causada por un Coronavirus actualmente descubierto que ha generado desequilibrar la economía, por esta razón varias micro, pequeñas y medianas empresas o MiPymes se encuentran frente a una situación incierta con la cual tienen que enfrentarse a diferentes desafíos para lograr la supervivencia de sus negocios y lograr un equilibrio económico, teniendo en cuenta estas situación muchas han optado por la implementación de actividades que permitan lograr este equilibrio una de ellas si no las más importante es la implementación de las tecnologías de la información como herramienta para llegar a los clientes de manera rápida y segura facilitando la comunicación teniendo en cuenta que por temas de aislamiento social como medida de prevención esto se ha vuelto algo complejo.

Para esta investigación se ha seleccionado uno de los nichos de mercado más afectados por esta recesión económica por la pandemia, como lo es la industria manufacturera quien bajó 35,8% en abril de 2020 en comparación con el mismo mes del 2019 en Colombia, dato bastante preocupante para este sector esto a nivel general.

Nos enfocaremos directamente en la localidad de Kennedy quien es la segunda localidad más poblada de la ciudad de Bogotá con el 15% de los habitantes.

Como información general encontramos que la localidad es de gran predominio residencial, 93,8% de los hogares es de uso exclusivo para vivienda y 6,2% son de uso comercial; sin embargo, es la localidad con la mayor cantidad de hogares dedicado al uso comercial en Bogotá, los que la convierte en un gran foco comercial importante.

Las actividades que más ocuparon personas residentes en Kennedy fueron: comercio, hoteles y restaurantes (29%), servicios sociales, comunales y personales (25%) e industria manufacturera (19%).

Metodología de la investigación

Este trabajo de investigación se tiene como referencia el método inductivo como lo menciona el autor (Bernal Torres, 2006).

Es un método basado en el razonamiento, el cual permite pasar de hechos particulares a los principios generales fundamentalmente consiste en estudiar u observar hechos o experiencias particulares con el fin de llegar a conclusiones que puedan inducir, o permitir derivar de ello los fundamentos de una teoría.

El enfoque de la investigación es mixto, en el cual se recolecta, analiza y vierte datos cuantitativos y cualitativos en una misma investigación a través de diferentes procedimientos basados en la medición del uso de estrategias por medio de las TICs, para lograr una estabilidad económica en las MiPymes de la localidad de Kennedy.

La técnica que se utilizó en el enfoque cuantitativo con el propósito de recoger la información fue por medio de una encuesta realizada a las MiPymes de Kennedy del sector textil confección prendas de vestir, la cantidad de empresas ubicadas y activas en esta localidad fue validada en un informe de la alcaldía mayor de Bogotá del plan de desarrollo distrital 2020-2024. Obteniendo este dato se aplicó la fórmula para cálculo de la muestra poblaciones finitas teniendo como resultado el total de empresas a encuestar.

Para ello se manipuló una base de datos descargada de la página de la cámara de comercio de Bogotá la cual facilitó información detallada para él envió vía email y proceder con el respectivo análisis.

Para cumplir el primer objetivo el instrumento diseñado fue una encuesta en la cual se plantearon las posibles estrategias utilizadas por las MiPymes a través de las TICs, aplicadas a las empresas del sector textil confección prendas de vestir.

Para el desarrollo del segundo objetivo realizamos un análisis sobre las estrategias empleadas por medio de las TICs de las MiPymes del sector textil confección prendas de vestir de la localidad de Kennedy durante la coyuntura de la pandemia frente a los resultados arrojados por la encuesta y finalmente para alcanzar el tercer objetivo se argumentó sobre influencia del uso de las tecnologías de la información en las MiPymes de la localidad de Kennedy tuvo un impacto positivo en la estabilidad económica.

Marco de referencia de la investigación

Antecedentes investigativos (Estado del arte)

En este marco se desarrolla una revisión literaria de diferentes investigaciones acerca de los beneficios que obtienen las micro, pequeñas y medianas del sector textil confección prendas de vestir sector manufacturero a través de la implementación las TIC como herramienta para lograr la estabilidad económica. En estos tiempos tan complicados para la economía y la supervivencia en los cuales se han visto obligadas a reinventarse y tomar acciones para contrarrestar la situación económica a causa de la crisis.

La investigación titulada “Capítulo 11: La economía de micro, pequeñas y medianas empresas en tiempos del Covid 19” afirmó que la situación actual por la que atraviesa el mundo y específicamente Colombia con ocasión del Covid 19 es grave, pero también por la bola de nieve que venía presentando el país en materia de estructura empresarial bajo el reflejo de que más del 95% de la actividad económica depende de las MiPymes, empresas que aunque facilitan el empleo del 80 % de la población aproximadamente, presentan dificultades frente a riesgos financieros de liquidez, de mercado, crediticios, que parten de la falta de un proceso de planeación exhaustivo que permita la mitigación, reducción o traslado de los riesgos en mención, facilitando, más que atendiendo las contingencias como actualmente se realiza, es decir, apagando incendios; se proyectar la firma hacia nuevas estructuras que faciliten la ampliación del espectro de la demanda inicial y la visión hacia nuevos horizontes productivos y de mercado.” (Corporación Universitaria, 2020). Para complementar lo anterior debemos resaltar de la revista:

El e-commerce y las MiPymes en tiempos de Covid-19” resalta que realidad a la que estábamos acostumbrados a dado un giro de 360° grados, la emergencia mundial generada por el Covid-19 ha marcado un punto de inflexión y un desafío para la humanidad; la manera de educarse, de trabajar, de entretenerse, y, sobre todo de comunicarse ha cambiado. En tal sentido, una de las alteraciones más grandes que se ha observado, es la forma en que se hacen negocios. Ahora, estar conectado cobra más relevancia que nunca, avanzar hacia la digitalización es imperante. La globalización y los avances vertiginosos de la tecnología han provocado que los mercados se comporten, cada vez, de una manera diferente (Rodríguez, 2020, pp.100-101)

A continuación, se identifica una teoría que habla sobre la importancia de las redes sociales fundamentos y evolución:

“La teoría de redes sociales” La teoría de redes es deudora de diferentes corrientes de pensamiento y teorías: antropológica, psicológica, sociológica y también matemática.

Para Wellman el estructuralismo de las redes sociales es diferente de otros estructuralismos, ya que se focaliza sobre las relaciones sociales concretas entre actores sociales específicos y porque pone de relieve el intercambio que lo aproxima más, según él, a los input-output económicos y a la física cuántica que al estructuralismo de Levi-Strauss. (Lozares, 1996)

Wellman establece cinco principios generales que han de guiar el trabajo analítico estructural de las redes sociales en una gran variedad de áreas sustantivas:

1. Las relaciones sociales estructuradas son una fuente más poderosa de explicación sociológica que los atributos personales de los miembros de un sistema. Wellman hace un desarrollo exhaustivo sobre las diferencias entre el análisis atributivo y el relacional que ya se ha comentado.
2. Las normas emergen de la localización de las relaciones sociales en los sistemas estructurados.
3. Las estructuras sociales determinan la operación de las relaciones diádicas o relaciones a pares.
4. El mundo está compuesto de redes, no de grupos.
5. Los métodos estructurales complementan y suplen los métodos individualistas. (Lozares, 1996)

Para nadie es un secreto que la llegada del internet ya desde hace varios años ha generado un antes y un después porque gracias a este se abrió paso a una nueva forma de comunicación ya que este permite la interacción de personas que no necesariamente deben estar ubicados en el mismo lugar teniendo como beneficios la eliminación de fronteras culturales e idiomas.

Por otro lado, la investigación:

“Marketing Digital como oportunidad de digitalización de las PYMES en Colombia en tiempo del COVID – 19”. Donde se afirma que el 28% del PIB, depende de las Pymes, por lo tanto, es importante que estas tengan presencia en internet y sigan siendo vigentes y sobrevivir en esta crisis. Sin embargo, esta crisis ha permitido acelerar un crecimiento en relación al comercio en línea, el cual es aprovechado por aquellos negocios que cuentan con una fuerte presencia en internet y han logrado una buena reputación online. El Marketing Digital se ha convertido en una herramienta efectiva para las grandes, medianas y pequeñas empresas, con el fin de obtener crecimiento en mercado globalizado. En Colombia y en el mundo, la manera de hacer compras toma otro tono, camino a una era digital, de este modo las empresas reconocen a los dispositivos móviles como un medio de crear vínculos con clientes potenciales. Para este fin, en este artículo se expone la situación de las Pymes en Colombia en medio de la coyuntura

y como el Marketing puede ser un beneficio para el comercio tanto físico como digital. (Sastoque, 2020, pp. 40).

Podría afirmarse que la era tecnológica está en su punto más alto, durante la última década, el internet y sus herramientas se han expandido a una velocidad mayor todo ha cambiado la forma de llegar a los clientes ahora es más fácil, la adquisición de bienes o servicios es más viable y más en estos tiempos en donde estamos llamados a cumplir unos protocolos de bioseguridad, pero gracias a esto muchos procesos no se han detenido contamos con herramientas que facilitan nuestra vida y sobre todo permiten que la economía a nivel mundial a pesar de sus bajones se mantenga estable tal es el caso de las MiPymes.

Muchos sectores se han visto afectados por la perturbación de la actividad económica normal y de la vida causada por la pandemia de COVID-19 en todo el mundo.

Tal es el caso de, muchas empresas manufactureras que dependen de los insumos intermedios importados de los países afectados por la enfermedad, se han visto afectadas. Así como las empresas que dependen de las ventas en estos mercados para alcanzar sus objetivos financieros. La desaceleración de la actividad económica y las restricciones de transporte en los países afectados probablemente repercutirá en la producción y la rentabilidad de determinadas empresas mundiales, en particular en el sector manufacturero y en las materias primas utilizadas en la fabricación (Díaz, 2020).

Centrándonos ya directamente en nuestra segmentación encontramos en este ensayo una situación importante:

“Causas y efectos de la pandemia en la economía Colombiana” menciona En Bogotá el sector más golpeado por la propagación y contagio de casos de COVID 19 es el sector de Kennedy, sector comercialmente conocido por ser el mayor proveedor de alimentos para la ciudad de Bogotá y alrededores, aunque se han iniciado los protocolos de seguridad e higiene para evitar ser infectado la población aún no es consciente del uso racional de tapabocas y guantes, y el adecuado lavado de manos, de acuerdo a lo indicado por el Gobierno Nacional ya que esto reduce hasta un 50% la posibilidad del contagio. Aun así, es muy difícil controlar la circulación en la central de abastos, sitio donde se asume ha sido el mayor foco de propagación por la afluencia de personas. (Rodríguez, 2020).

Como lo mencionábamos anteriormente Kennedy fue una de las zonas más afectadas teniendo en cuenta que es una de las localidades más grandes de Bogotá y que cuenta con un sector comercial

bastante amplio y con algunas de sus actividades principales distribuidas así: comercio, hoteles y restaurantes (29%), servicios sociales, comunales y personales (25%) e industria manufacturera (19%). Las cuales presentaron una disminución porcentual en comparación al año inmediatamente anterior.

Marco conceptual

En el marco conceptual que se presenta a continuación se exponen los términos más relevantes relacionados con nuestro tema de investigación, para lo cual hemos definido algunos autores y fuentes de información que nos permitirán identificar conceptos importantes que aportarán en el desarrollo de nuestro trabajo de investigación

Estrategia

La estrategia es la creación de una posición única y valiosa que involucra un conjunto diferente de actividades. (Porter, 2011).

Una estrategia “es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar”. También se identifica como “el arte de crear y proyectar planes para alcanzar una meta concreta” (Castrillón, 2015).

Economía

El estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los diferentes individuos (Nordhaus, 2003)

Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de economía", define la economía como: "La recta y prudente administración de los bienes y recursos"

Los economistas Benjamín Perles y Charles Sullivan, autores del libro "Economía para todos", proporcionan la siguiente definición de economía: "Estudio de los actos humanos en los asuntos ordinarios de la vida. Explica cómo logra el hombre sus ingresos y cómo los invierte"

Pandemia

Se llama pandemia a la propagación mundial de una nueva enfermedad (Organización Mundial de Salud, 2010)

Tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC).

Son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios; que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, video e imágenes. (MinTIC, 2020).

MiPymes

Se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana (Pública, 2000)

Localidad

Cualidad de las cosas que las sitúa en lugar fijo (Real Academia Española, 2020)

Sector manufacturero

Se conoce como sector manufacturero a las actividades que se dedican exclusivamente a transformar la materia prima a bienes de consumo. Estos se categorizan en dos clases de bienes:

- Bienes intermedios: se utilizan como insumos para la producción de otros bienes, pasando a través de distribuidores que se encargan de aproximar el producto a sus diversos públicos de destino.
- Bienes finales: se consideran productos terminados así que no sufre una modificación para llegar al cliente final, por lo que no pasa por más intermediarios ya que está listo para su comercialización directa. (Centro Virtual de Negocios, 2019).

Kennedy

La localidad de Kennedy (08) se ubica al sur occidente de la ciudad; limita al norte con la localidad de Fontibón (09), de por medio con la AC 13 y el río Fucha; al oriente con la localidad de Puente Aranda (16), de por medio con la AK 68 (Avenida del Congreso Eucarístico); al sur con las localidades de Tunjuelito (06) y Bosa (07), de por medio con la Autopista Sur y río Tunjuelito; por el occidente con el municipio de Mosquera, de por medio con río Bogotá. (Galindo, 2013).

Marco teórico

En el marco conceptual que se presenta a continuación se desarrollan algunas teorías, que permiten abordar el problema de investigación y sustentarlo teóricamente. Se basa en estrategias para la estabilidad económica de las pequeñas empresas manufactureras de la localidad de Kennedy a partir de tecnologías de información., para ello se han seleccionado unas fuentes de información, que permiten identificar cuáles son los conceptos y teorías más relevantes bajo los cuales se estructura este trabajo de investigación. Estrategias para la estabilidad económica

Para esto podríamos basarnos en la teoría de la modernización, donde se evidencia la importancia de la modernización el cual se refiere a una gavilla de procesos acumulativos que se refuerzan mutuamente: a la formación de capital y a la movilización de recursos; al desarrollo de las fuerzas productivas y el incremento de la productividad del trabajo; a la implantación de poderes políticos centralizados y al desarrollo de identidades nacionales; a la difusión de los derechos de participación política, de las formas de vida urbana y de la educación formal; a la secularización de los valores y normas; etc. (Hernández Pag 112-113, 2008)

Por otra parte, en la concepción de Smith, el desarrollo o el progreso económico aparece caracterizado como un proceso endógeno, circular y acumulativo de cambio y transformación estructural que resulta de las relaciones de interdependencia existentes entre el proceso de acumulación de capital, la expansión de los mercados y el crecimiento de la producción, de la productividad y del empleo. En este proceso, el crecimiento del producto y de la riqueza social está determinado por la dinámica de la productividad y por el aumento del empleo de trabajadores productivos, el cual, a su vez, está determinado por la acumulación de capital. Por su parte, la dinámica de la productividad está determinada por la acumulación de capital y la progresiva extensión de la división del trabajo, la cuales refiere a la organización de los procesos particulares de producción y, lo que es fundamental y significativo, a la estructura del sector industrial (Ricoy Carlos Pag.11-13, 2005).

Importancia de las TICS en las MiPymes

¿Dónde quedan las TICS? Si bien es cierta la multiplicación de las ciencias en disciplinas es un rasgo de la escena intelectual con el que estamos familiarizados. Popper se dio a la tarea de resolver

si la relación entre estos dos problemas era posible sobre la base de la unidad del método, más conocida como la falsación y así saber si todas las ciencias, más allá de sus dominios especiales, podrían conectarse a partir de este método.

Creando de esta manera una relación estrecha entre ambos aspectos, TICS y Teorías de la ciencia, que como consecuencia generarían un impacto entre esta nueva forma de organización social y la actividad científica, en particular sobre las instituciones científicas que la sustentan. En la conferencia Networld+Interop celebrada en Tokio a finales de julio de 1994, el director ejecutivo de la Internet Society, Anthony-Michael Rukowski, vinculó dos ideas popperianas (la de una sociedad abierta y la de la falsación) al actual funcionamiento de internet, afirmando que: “Así como internet es tecnológicamente una matriz virtual que permitiría conectar un máximo de 4.000 millones de ordenadores, cada uno de los cuales podría tener 64.000 puertos, es también una matriz que enlaza 20 a 30 millones de personas que, directa o indirectamente, utilizan esos ordenadores y procesos. Es una capacidad impresionante que permite la creación de miles de archivos y el enlace, casi instantáneo, de grupos de trabajo, grupos de discusión y audiencias de todo tipo. Esa capacidad trasciende las diferencias horarias por zonas en el planeta, las fronteras nacionales e institucionales y, en un futuro próximo, incluso las lenguas. (Galvis Diego Pag. 78-80, 2006)

Para Wellman el estructuralismo de las redes sociales es diferente de otros estructuralismos, ya que se focaliza sobre las relaciones sociales concretas entre actores sociales específicos y porque pone de relieve el intercambio que lo aproxima más, según él, a los input-output económicos y a la física cuántica que al estructuralismo de Levi-Strauss. (Lozares, 1996)

Wellman establece cinco principios generales que han de guiar el trabajo analítico estructural de las redes sociales en una gran variedad de áreas sustantivas:

Las relaciones sociales estructuradas son una fuente más poderosa de explicación sociológica que los atributos personales de los miembros de un sistema. Wellman hace un desarrollo exhaustivo sobre las diferencias entre el análisis atributivo y el relacional que ya se ha comentado.

Las normas emergen de la localización de las relaciones sociales en los sistemas estructurados.

Las estructuras sociales determinan la operación de las relaciones diádicas o relaciones a pares.

El mundo está compuesto de redes, no de grupos.

Los métodos estructurales complementan y suplen los métodos individualistas. (Lozares, 1996).

Complementando encontramos los medios electrónicos en la teoría de sistemas:

Uno de los principales cambios que han ido produciendo las TICs es la posibilidad de actuar a distancia, generando una gran cantidad de formas de presencias ausentes por decirlo de algún modo, que permiten la posibilidad de participar en diferentes tareas al mismo tiempo. Esto no significa, directamente, que la comunicación entre personas mediada por el dispositivo tecnológico vaya a sustituir al contacto cara a cara. No obstante, algunos estudios empíricos. Nie, Sunshine Hillygus, y Erbring muestran que, en el caso de los usuarios de internet (especialmente aquellos que la utilizan por varias horas), en general, más tiempo en internet equivale a estar menos tiempo con otras personas sea en el ámbito doméstico, que en el laboral y más tiempo solos. De esta manera, los autores citados concluyen que contra aquellas hipótesis que sostienen que internet y otras TICs permiten reducir el tiempo de todas las actividades, para proveernos de tiempo libre adicional el tiempo utilizado para una actividad no puede ser usado para otra.

Retornando sobre la unidad comunicativa tal como la concibe Luhmann, puede observarse que algunas TICS trabajan separando temporalmente el acto de comunicar y el entendimiento, como lo hace la escritura, mientras que otras, al igual que la oralidad, funcionan en la casi simultaneidad de estas dos selecciones, más allá de que muchas operen con un medio escrito como los diferentes sistemas de mensajería instantánea. (Instituto de Investigaciones Gino, 2011, pp. 3-6).

Ventajas de implementar las TICS en las MiPymes

Teorías sobre tecnologías, implementación e innovación, el desarrollo tecnológico siempre se ha visto como aquellas acciones que facilitan y mejoran las condiciones de vida del ser humano y la satisfacción de necesidades básicas, como es el caso de los hidroeléctricas, refrigeradores, teléfonos, vehículos, televisión, entre otros. Con respecto al tema de la innovación en la Pymes para generar ventaja competitiva e implementar de nuevas tecnologías que permitan diseñar procesos de calidad, Joseph Schumpeter también estudió el papel de la innovación en la generación de riqueza y en la competitividad para Schumpeter. (Castrillón, 2015).

Importancia del sector manufacturero

La teoría de las restricciones tiene como fundamento la teoría de sistemas, cuyo punto de partida es la consideración de que los sistemas son teleológicos; es decir, que tienen un objetivo o propósito. De acuerdo con Goldratt, la meta de cualquier sistema industrial, comercial o de servicios es “ganar dinero en el presente, como también garantizar su continuidad en el futuro”

Las empresas manufactureras convierten la materia prima en productos terminados y por lo general utilizan cuatro cuentas las cuales las conforman: almacén de materiales directos, suministros de fábrica, producción en proceso y almacén de artículos terminados. Las características se sintetizan a reunir tres elementos, invierte en maquinaria, dimensiones de materia prima. Se clasifican en dos que son bienes de consumo final y producción. manufactureras (Productos) -Productos físicos, durables. -Pueden ser no producidos, almacenados, transportados - Escaso o nulo contacto: cliente con sistema de producción. Tiempo de respuesta: horas, días, semanas. Grandes instalaciones: mercados regionales, nacionales, internacionales. -Calidad más fácil de medir. (Vargas, 2012).

Marco histórico

En el transcurso del desarrollo de las estrategias para la estabilidad económica de las MiPymes del sector textil confección prendas de vestir de la localidad de Kennedy a partir de tecnologías de información. Han ocurrido diferentes acontecimientos importantes que han generado un cambio en su historia, por ende, se realiza un desarrollo lógico frente a como se ha venido evolucionando por medio de una serie de acontecimientos históricos considerados importantes debido a su relación con la temática central de la investigación.

Administración de empresas

La Administración se inició al mismo tiempo que el hombre, surgió en la época primitiva. Se mostraron fenómenos administrativos en la forma de organizar, recolectar alimentos, la caza, construcción de pirámides. Se presentó en las épocas de la antigüedad, edad media, moderna y contemporánea.

Según la Academia de Administración de los Estados Unidos, la ciencia de la administración de empresas comúnmente incluye el estudio de cuatro áreas básicas: teoría organizacional (TO), administración estratégica (AE), comportamiento organizacional (CO), y dirección de recursos humanos (DRH). (Arteaga, 2016).

Economía

A finales del siglo XVIII la economía se empieza a considerar como una ciencia, se dice que desde la publicación del libro de Adam Smith, la riqueza de las naciones. La publicación de este libro se ha llegado a calificar como el verdadero nacimiento de la economía como una disciplina científica independiente, ya que hasta entonces se englobaba dentro de la filosofía.

Las personas necesitan alimentarse, vestirse, recibir una educación; para ello tienen unos recursos o ingresos que siempre son insuficientes a la hora de conseguir todos los bienes y servicios que desean para satisfacer sus necesidades. (Mochón Morcillo, 2006).

MiPymes en Colombia

La ley marco en la que se suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas en Colombia es la Ley 590 del 10 de julio de 2000, conocida como ley MiPymes. Fue creada principalmente con el objeto de “Inducir el establecimiento de mejores condiciones del

entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas”, como un reconocimiento al papel fundamental de las instituciones en el desarrollo empresarial. Las micro, pequeñas y medianas empresas son definidas de acuerdo con el número de personas empleadas y sus activos totales. (Gómez, Martínez, & Arzuza B., 2006).

Manufactura en Colombia

A finales del siglo XIX y comienzos del XX, período durante el cual campesinos y colonos se beneficiaron de la repartición de tierras públicas. En los lugares donde el número de nuevos propietarios fue más grande, también lo fue la demanda de bienes y servicios y, por consiguiente, surgieron con más fuerza la manufactura y las industrias de bienes de consumo. (Urrutia, 2008)

Las TIC

Comenzaron con la llamada sociedad de la información y han tenido un papel decisivo en el cambio del dinamismo social, cultural y económico. De hecho, se las consideran como un resonante auténtico de la revolución de las comunicaciones y de la información, al ir más allá del lenguaje oral, que representa la denominada cultura auditiva, centrada prioritariamente en los hechos de la vida cotidiana del aquí y del ahora; la escritura que, mediante signos gráficos, se puede transcribir lo que se habla y conservarse en el tiempo; la imprenta, que es el medio para expandir el conocimiento que posibilita la creciente alfabetización general que repercute en lo social, cultural, político y económico, y hasta de las nuevas tecnologías, que lograron la reproducción y expansión del sonido e imagen a través de múltiples medios como la radio, la televisión, el video, el computador, etc. (Ávila Díaz, 2013).

Internet

Se remonta al temprano desarrollo de las redes de comunicación. La idea de una red de computadoras diseñada para permitir la comunicación general entre usuarios de varias computadoras se ha desarrollado en un gran número de pasos. La unión de todos estos desarrollos culminó con la red de redes que conocemos como internet. Esto incluía tanto desarrollos tecnológicos como la fusión de la infraestructura de la red ya existente y los sistemas de telecomunicaciones. Las más antiguas versiones de estas ideas aparecieron a finales de los años 50. Implementaciones prácticas de estos conceptos empezaron a finales de los 60 y a lo largo de los 70. En la década de 1980, tecnologías que reconoceríamos como las bases de la moderna Internet,

empezaron a expandirse por todo el mundo. En los 90 se introdujo la World Wide Web, que se hizo común. (Licklider, 2002).

Marco legal

El marco legal provee las bases sobre las cuales las instituciones edifican y establecen la eficiencia y naturaleza de la participación política, las cuales crean provisiones regulatorias y leyes que se interrelacionan unas a otras. Su base principal es la constitución política como el más grande reglamento que se completa con la legislación hecha por parlamentarios o legisladores, las cuales contienen leyes, códigos, legislaciones, obligaciones y decretos estableciendo la forma en que se llevara a cabo las labores, derechos y responsabilidades. En este marco se describe el desarrollo y los requisitos para pertenecer al grupo de MiPymes.

Promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. MYPIMES

Como se señaló anteriormente, las MiPymes son las microempresas, pequeñas y medianas empresas que se clasifican dependiendo de la cantidad de trabajadores y activos que tienen. Según la ley 905 2004 tiene por objeto, estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, MiPymes.

Para todos los efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a los siguientes parámetros:

1. Microempresa: planta de personal no superior a los diez 10 trabajadores; activos totales por valor inferior a quinientos unos 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
2. Pequeña empresa: planta de personal entre once 11 y cincuenta 50 trabajadores; activos totales por valor entre quinientos unos 501 y menos de cinco mil uno 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
3. Mediana empresa: planta de personal entre cincuenta y uno 51 y doscientos 200 trabajadores; activos totales por valor entre cinco mil uno 5.001 y quince mil 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes. (Colombia, 2004).

Importancia estratégica de los proyectos de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas

La política CONPES (Consejo nacional de política económica y social) 3621 de 2009 está orientada a proporcionar a las MiPymes herramientas que les permitan mejorar sus condiciones productivas, de competitividad y de acceso a mercados, a través de tres programas:

- Fondo colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.
- Mejoramiento de las capacidades institucionales locales y públicas de apoyo a las MiPymes de Colombia.
- Proyecto asistencia técnica al comercio en Colombia.

El plan estratégico del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, le ha dado una prioridad destacada a los programas de apoyo a las MiPymes buscando lograr resultados positivos en temas como: mayor oferta de recursos para suplir requerimientos financieros de las MiPymes; facilitación de la modernización y adecuación de transferencia tecnológica y expansión de los procesos productivos; fomento del desarrollo del mercado de servicios no financieros; promoción del uso de TICs y fomento del emprendimiento y articulación productiva, entre otros. (Social, 2009).

Transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas

La política CONPES (Consejo Nacional de Política Económica y Social) 3484 de 2007, cuenta con las estrategias de política para la transformación productiva y la mejora sostenible de la productividad y competitividad de las Microempresas y de las Pymes .Se busca que estas empresas se constituyan en una fuente creciente de generación de ingresos y empleo de calidad, y que logren insertarse y posicionarse en los mercados nacionales e internacionales.

Las Microempresas y las Pymes son actores estratégicos en el crecimiento de la economía, la transformación del aparato productivo nacional, y el mejoramiento de la posición competitiva del país. Además, estos segmentos empresariales contribuyen a reducir la pobreza y la inequidad, al ser alternativas de generación de empleo, ingresos y activos para un gran número de personas. Por su importancia, el presente documento propone la implementación de una política pública de apoyo específica para el fortalecimiento de ese tipo de empresas.

Análisis pasó a paso e interpretación de los resultados

Para la presente investigación se implementó como herramienta principal la encuesta a través de un formulario virtual, con la cual se obtuvo la información requerida en la muestra seleccionada, con el resultado de las preguntas se identificó las estrategias para la estabilidad económica de las MiPymes empresas del sector textil confección prendas de vestir de la localidad de Kennedy a partir de tecnologías de información.

El método inductivo, permitió alcanzar los objetivos propuestos en la investigación, el lugar seleccionado para llevar a cabo la siguiente investigación es en la localidad de Kennedy, Bogotá, Colombia, esta investigación se llevó a cabo en un tiempo de 3 meses a partir de la aprobación para reunir la información más asertiva para suplir las necesidades de la misma.

El enfoque de la investigación es mixto, en el cual se recolecta, analiza y vierte datos cuantitativos y cualitativos en una misma investigación a través de diferentes procedimientos basados en la medición del uso de estrategias por medio de las TICs Para lograr una estabilidad económica en las MiPymes de la localidad de Kennedy.

Como se nombró, en el trabajo de campo se extrajo información de un segmento de la población seleccionada para entender el problema de investigación a través de la encuesta teniendo en cuenta que le permite al investigador analizar la opinión de la población.

El instrumento fue realizado por medio de un formulario digital teniendo en cuenta la coyuntura actual debido a la pandemia y en cumplimiento de las disposiciones de la ley 1581 de 2012 y del decreto reglamentario 1377 de 2013 que desarrollan el derecho de habeas data, para seleccionar la cantidad de encuestas a emplear, utilizamos la ecuación estadística muestra poblaciones finitas. La encuesta está compuesta por 21 preguntas la cual fue aplicada de manera digital.

En la localidad de Kennedy están registradas a noviembre de 2019, 28.299 establecimientos con la siguiente clasificación según su tamaño:

Localidad	Microempresas	Pequeñas	Medianas	Grandes empresas	Total
Kennedy	26.855	1.176	208	60	28.299

Figura 1. Cálculos SDP-DICE. (2019). Registro mercantil CCB (2020)



Figura 2. Cálculos observatorio de desarrollo económico de Bogotá. Cámara de comercio de Bogotá (2019)

Del total de las empresas textiles de confección de prendas de vestir son 146 unidades registradas durante el 2019.

Obteniendo este dato se aplicó la fórmula para cálculo de la muestra poblaciones finitas teniendo como resultado el total de empresas a encuestar.

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

Dónde:

- n: es el tamaño de la muestra.
- z: es el nivel de confianza.
- e: es la presión o el error.
- p: es la variabilidad positiva.
- q: es la variabilidad negativa.
- N: es la muestra de la población.

Desarrollo:

- n: ?
- z: 90%-1,645

- e: 10%-0,1%
- p: 0.50
- q: 0.50
- N: 146 empresas textiles de Kennedy
- $n = \frac{1.645^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 146}{0,1^2 (146-1) + 1.645^2 \times 0.50 \times 0.50}$

$$n = \frac{1.645^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 146}{0,1^2 (146-1) + 1.645^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

n= 46 MiPymes encuestadas.

La muestra se definió por el resultado obtenido en la fórmula población finita de una ecuación estadística, con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10%, cantidad de encuestas a emplear son 46, las cuales se llevaron a cabo entre el 29 de abril al 01 mayo del presente año.

La encuesta está distribuida en tres partes las cuales sirven para conocer e identificar la apreciación que tienen las MiPymes frente a la implementación de las TICs en pandemia.

1. Se identificó el perfil de la empresa.
2. Se determinó la importancia de la implementación de las TICs.
3. Se concluyó el impacto de las TICs.

Pregunta 1 ¿Pertenece su empresa al sector textil?

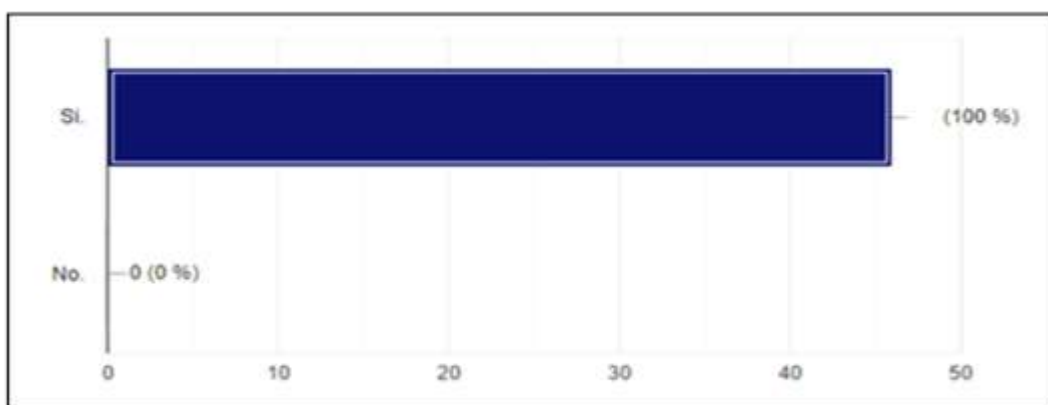


Figura 3. ¿Pertenece su empresa al sector textil? Autoría propia.

Análisis: De los datos recogidos El 100% de las empresas pertenecen al sector textil- confección prendas de vestir.

Pregunta 2 ¿Cuánto tiempo lleva constituida su empresa?

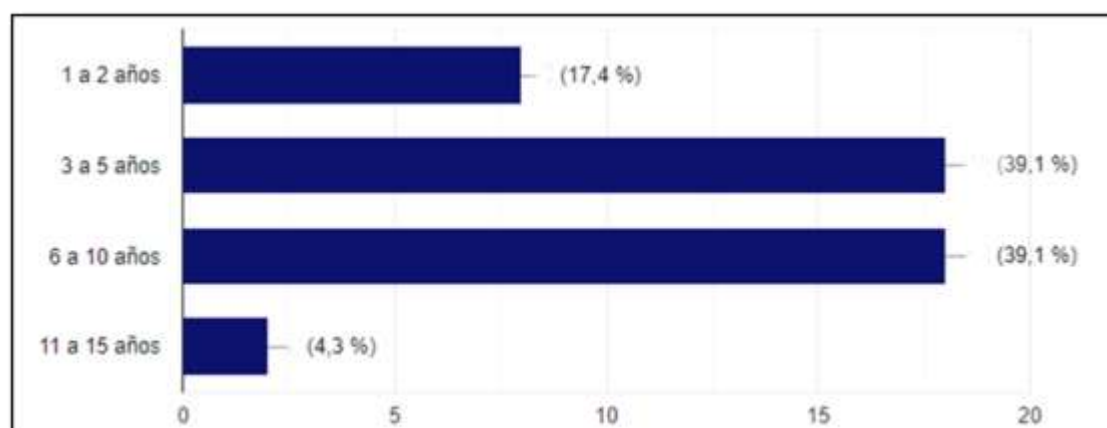


Figura 4. ¿Cuánto tiempo lleva constituida su empresa? Autoría propia.

Análisis: De los datos recogidos del 100% de la población encuestada el 78,2% de las empresas tienen de 3 a 10 años en el sector textil- confección prendas de vestir.

Pregunta 3 ¿El segmento empresarial está clasificado en micro, pequeñas y medianas empresas, según esta clasificación a cuál corresponde?



Figura 5. ¿El segmento empresarial está clasificado en micro, pequeñas y medianas empresas, según esta clasificación a cuál corresponde? Autoría propia.

Análisis: Teniendo en cuenta la clasificación de las MiPymes se encontró del 100% de las empresas el 50% son Microempresas (Planta no superior a 10 trabajadores).

Pregunta 4 ¿Su empresa implemento las tecnologías de información durante la coyuntura de la pandemia?

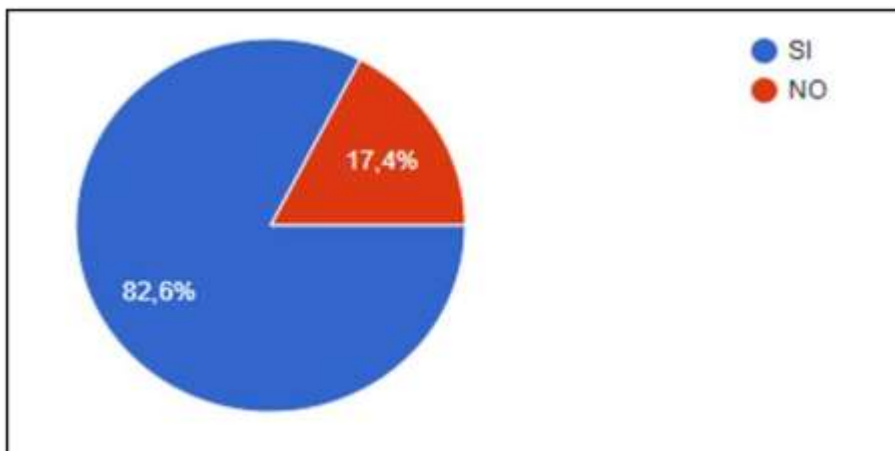


Figura 6. ¿Su empresa implemento las tecnologías de información durante la coyuntura de la pandemia? Autoría propia.

Análisis: Se encontró que el 82,6% de estas empresas implementaron las TICs durante la pandemia como posible estrategia para sostenerse económicamente.

Pregunta 5 ¿Con cuál infraestructura tecnológica cuenta la empresa?

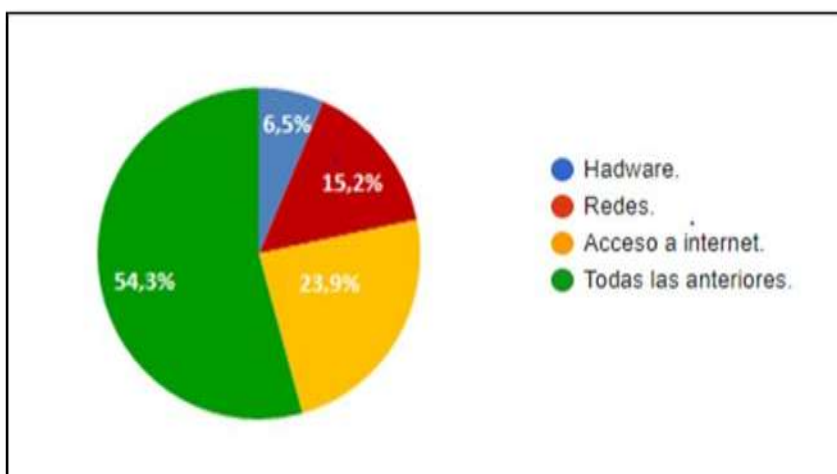


Figura 7. ¿Con cuál infraestructura tecnológica cuenta la empresa? Autoría propia.

Análisis: Teniendo en cuenta las infraestructuras mencionadas el 54,3% cuentan con internet, redes y hardware instalado como herramientas para llegar al cliente y facilitar la comunicación de manera indirecta.

Pregunta 6 ¿Considera usted que es importante capacitar al trabajador sobre el manejo de las TICs para llevar a cabo, los procesos de ventas, compras, facturación, inventarios, disponibilidad de la información, atención al cliente?

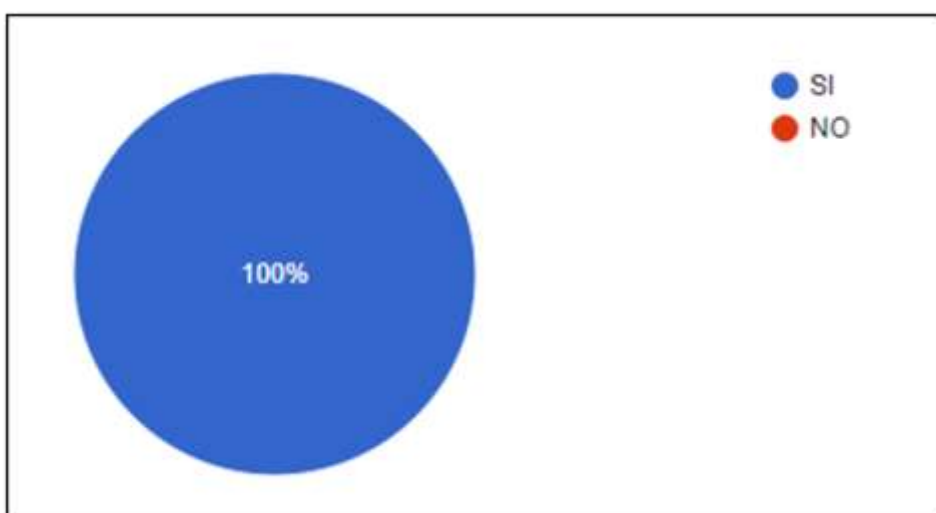


Figura 8. ¿Considera usted que es importante capacitar al trabajador sobre el manejo de las TICs para llevar a cabo, los procesos de ventas, compras, facturación, inventarios, disponibilidad de la información, atención al cliente? Autoría propia.

Análisis: El 100% de las empresas encuestadas consideran importante capacitar al personal en el uso de las TICs ya que es fundamental para el desarrollo efectivo de sus actividades diarias.

Pregunta 7 ¿Cree que al aprovechar los recursos de las TICs en su empresa tiene una mayor cobertura de publicidad y facilita el crecimiento de la misma?

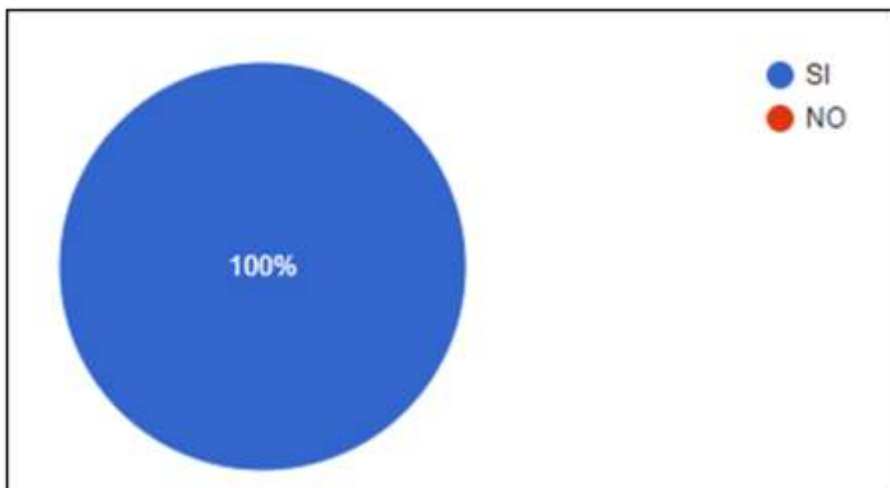


Figura 9. ¿Cree que al aprovechar los recursos de las TICs en su empresa tiene una mayor cobertura de publicidad y facilita el crecimiento de la misma? Autoría propia.

Análisis: El 100% de las empresas encuestadas que pertenecen al sector textil- confección prendas de vestir afirman que la implementación de las TICs facilita la publicidad y crecimiento en el mercado.

Pregunta 8 ¿Identificó que al incorporar las TICs en su empresa obtuvo un mejor posicionamiento en el mercado?

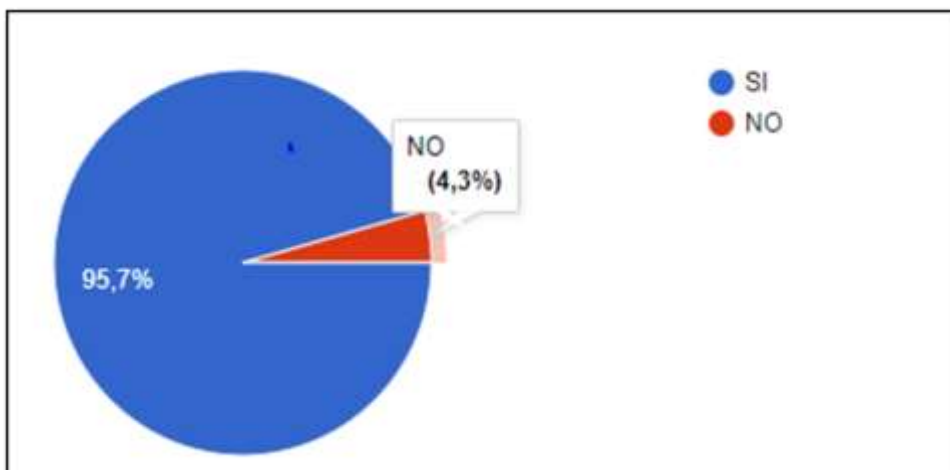


Figura 10. ¿Identificó que al incorporar las TICs en su empresa obtuvo un mejor posicionamiento en el mercado? Autoría propia.

Análisis: Del 100% de las empresas encuestadas el 95,7% que pertenecen al sector textil-confección prendas de vestir afirman que si logran un mejor posicionamiento en el mercado a través de las TICs.

Pregunta 9 ¿Qué dificultad presento su empresa al implementar las TICs?

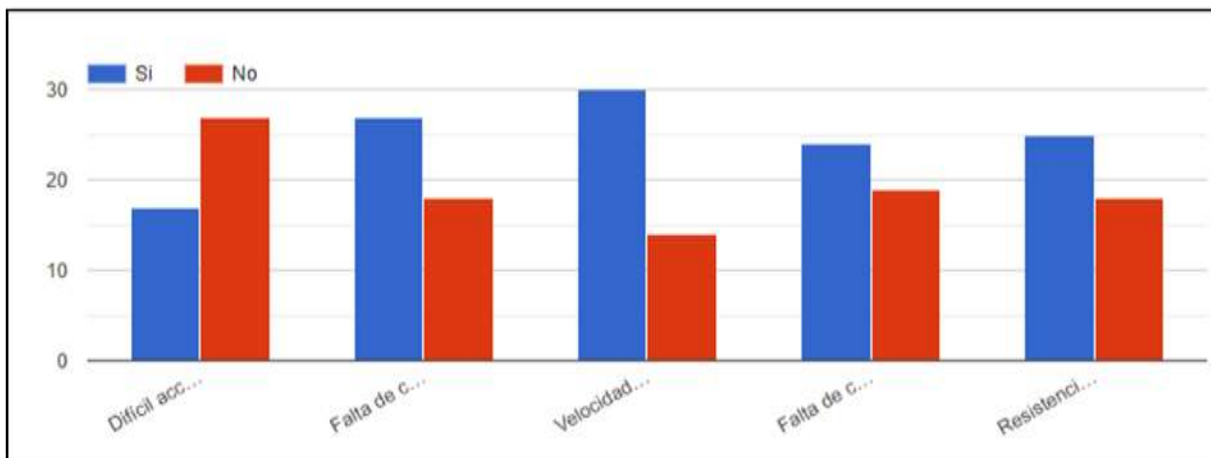


Figura 11. ¿Qué dificultad presento su empresa al implementar las TICs? Autoría propia.

Análisis: Del 100% de las empresas encuestadas se evidencia que la dificultad más seleccionada a la hora de implementar las TICs es la velocidad en las redes y la falta de conocimiento, teniendo en cuenta que se ha implementado el teletrabajo esto genera que se genere un colapso en las redes.

Pregunta 10 ¿Considera que tener implementadas las TICs en su empresa ha generado un impacto?

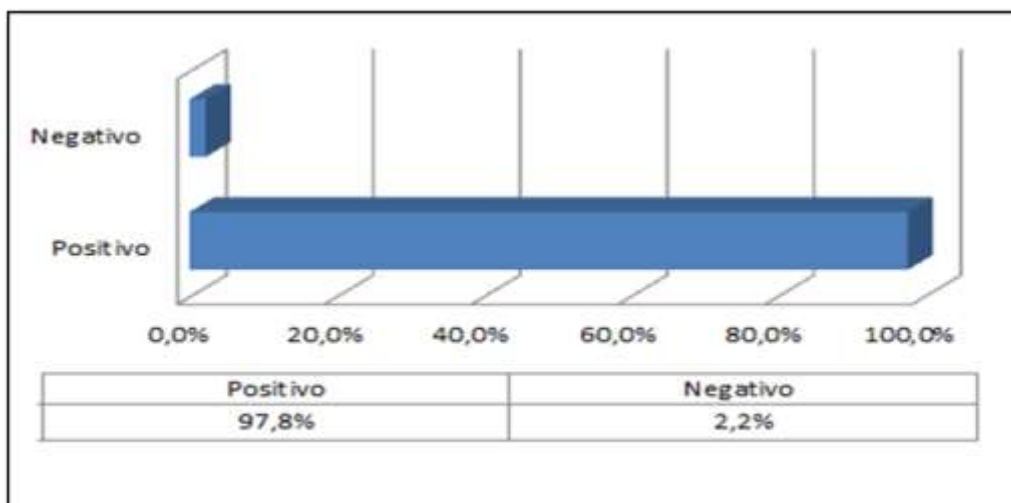


Figura 12. ¿Considera que tener implementadas las TICs en su empresa ha generado un impacto? Autoría propia.

Análisis: Del 100% de las empresas encuestadas, el 97,8% afirman que la implementación de las TICs les ha generado un impacto positivo.

Pregunta 11 ¿Su empresa conoce los beneficios que tiene el uso de las TICs en tiempos de pandemia?

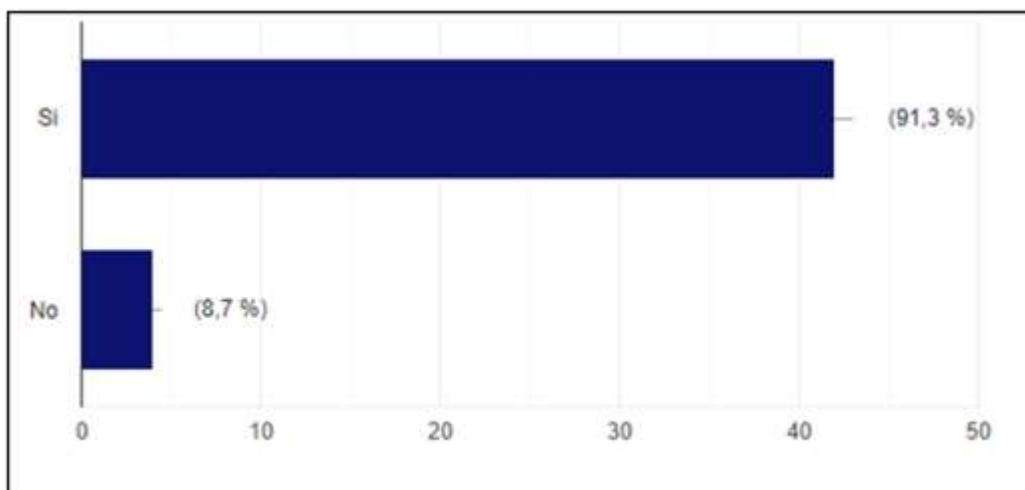


Figura 13. ¿Su empresa conoce los beneficios que tiene el uso de las TICs en tiempos de pandemia? Autoría propia.

Análisis: Del 100% de las empresas encuestadas del 91,3% de las empresas encuestas afirman conocer los beneficios que obtienen al usar las TICs.

Pregunta 12 ¿Las TICs fueron una herramienta para sostener su empresa en el mercado durante la pandemia?

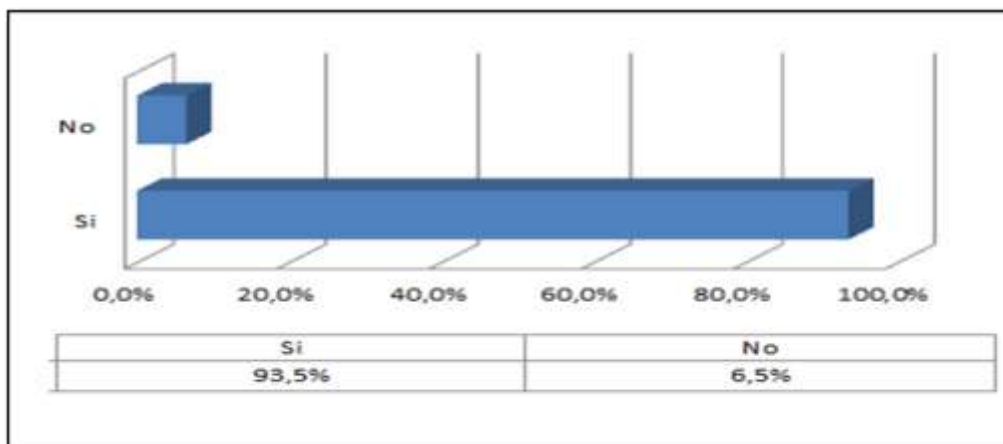


Figura 14. ¿Las TICs fueron una herramienta para sostener su empresa en el mercado durante la pandemia? Autoría propia.

Análisis: Del 100% de las empresas encuestadas el 93,5% consideran que las TICs son una herramienta fundamental para mantenerse estables en el mercado en tiempos de pandemia.

Pregunta 13 ¿Qué soluciones le ha brindado las TICs en su empresa durante la pandemia?

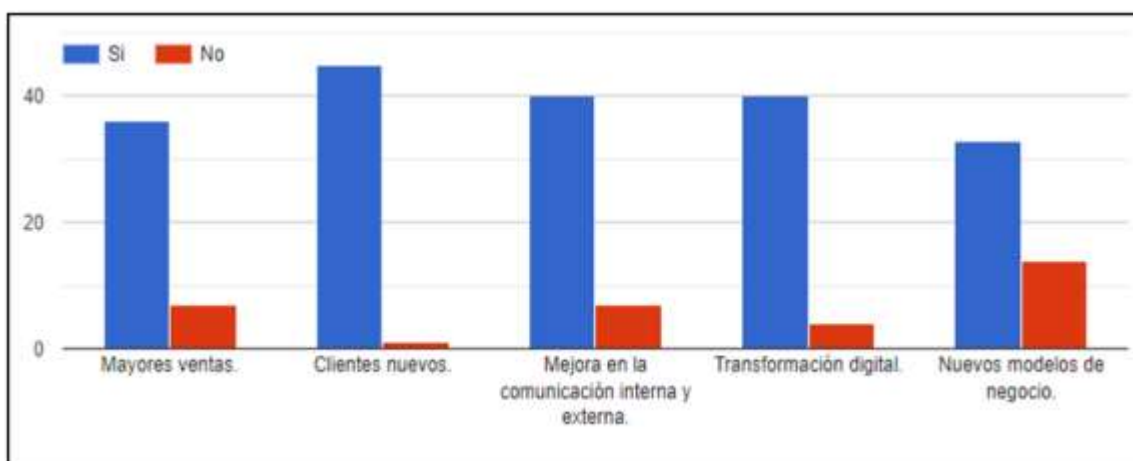


Figura 15. ¿Qué soluciones le ha brindado las TICs en su empresa durante la pandemia? Autoría propia.

Análisis: Del 100% de las empresas encuestadas se deduce que las soluciones con mayor importancia generadas por las TICs en las empresas son: la adquisición de nuevos clientes, mejora

de la comunicación y la transformación digital, estos son algunos beneficios obtenidos debido a la implementación de las mismas.

Pregunta 14 ¿Qué redes de comunicación implemento en su empresa en medio de la pandemia?

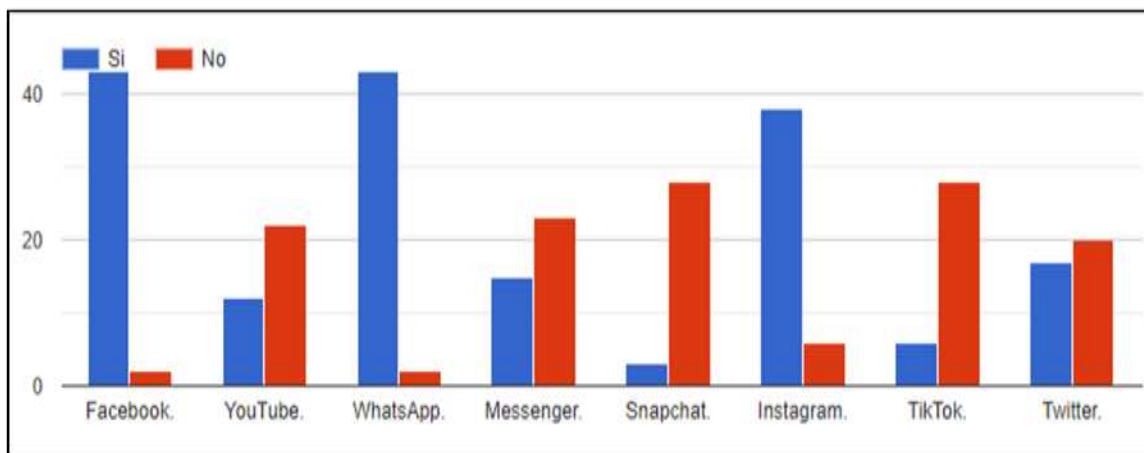


Figura 16. ¿Qué redes de comunicación implemento en su empresa en medio de la pandemia?

Autoría propia.

Análisis: Del 100% de las empresas encuestadas resaltan que las redes de comunicación que más se implementaron fueron Facebook, WhatsApp e Instagram, esto teniendo en cuenta que son de fácil acceso.

Pregunta 15 ¿Cree usted que las redes de comunicación implementadas en su empresa tienen un contenido agradable y completo?

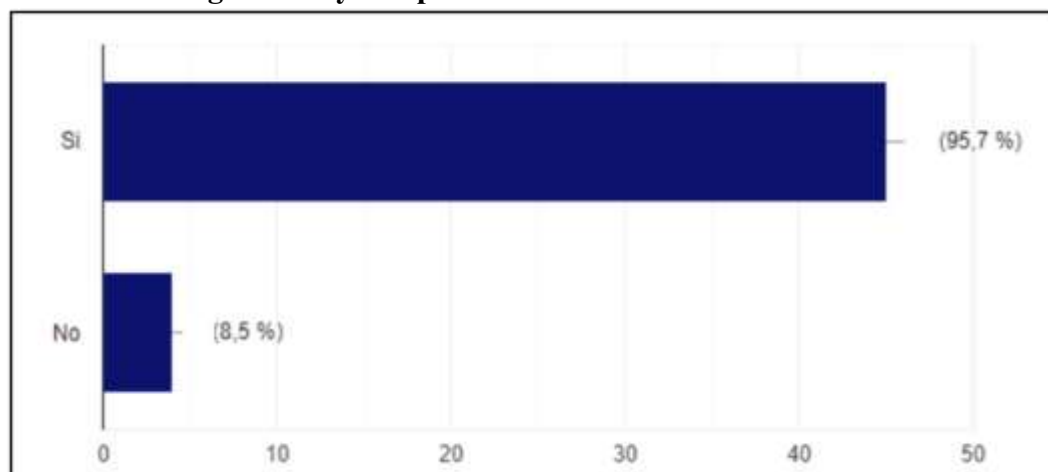


Figura 17. ¿Cree usted que las redes de comunicación implementadas en su empresa tienen un contenido agradable y completo? Autoría propia.

Análisis: Del 100% de las empresas encuestadas el 95,7% consideran que las redes de comunicación implementadas si cuentan con un contenido agradable y completo para los clientes.

Pregunta 16 ¿Se optimizaron los procesos internos de la empresa, respecto al control de información de forma digital, seguridad y protección de datos e inventarios?

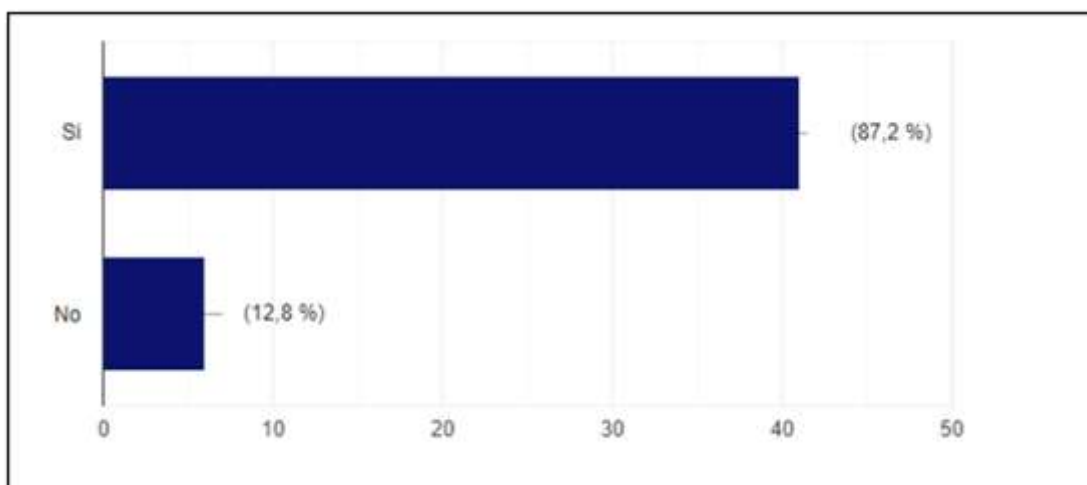


Figura 18. Se optimizaron los procesos internos de la empresa, respecto al control de información de forma digital, seguridad y protección de datos e inventarios. Autoría propia.

Análisis: Del 100% de las empresas encuestadas el 87,2% consideran que, una vez implementadas las TICs, si se optimizaron los procesos internos de la empresa, respecto al control de información de forma digital, seguridad y protección de datos e inventarios.

Pregunta 17 ¿Sus productos se pueden adaptar a un formato digital?

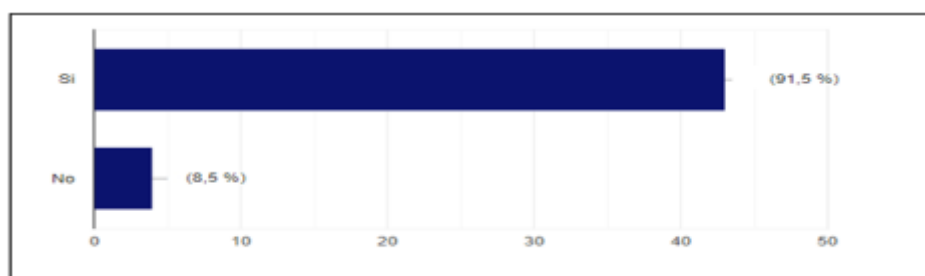


Figura 19. ¿Sus productos se pueden adaptar a un formato digital? Autoría propia.

Análisis: Del 100% de las empresas encuestadas el 91,5% confirman que sus productos si se pueden adaptar a un formato digital y de esta forma poder darlos a conocer a sus clientes.

Pregunta 18 ¿En las redes de comunicación seleccionadas en la pregunta anterior, que servicio tiene disponible?

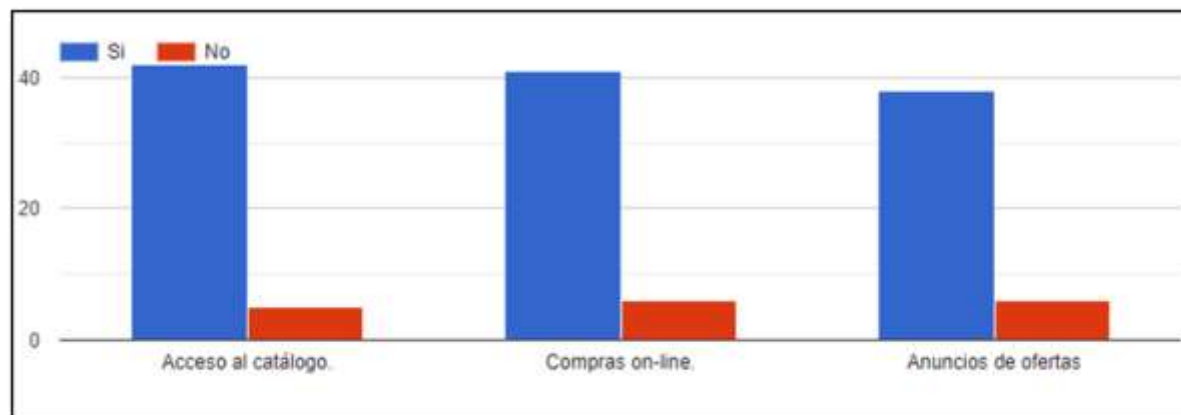


Figura 20. ¿En las redes de comunicación seleccionadas en la pregunta anterior, que servicio tiene disponible? Autoría propia.

Análisis: del 100% de las empresas encuestadas la mayoría mencionan que, si cuentan en las redes de comunicación con catálogos en línea, realizan compras on-line y presentan anuncios de ofertas, teniendo en cuenta que estos tiempos de coyuntura es la forma más asertiva de llegar al cliente.

Pregunta 19 ¿Cómo se efectúan las ventas en su empresa en medio de la pandemia?

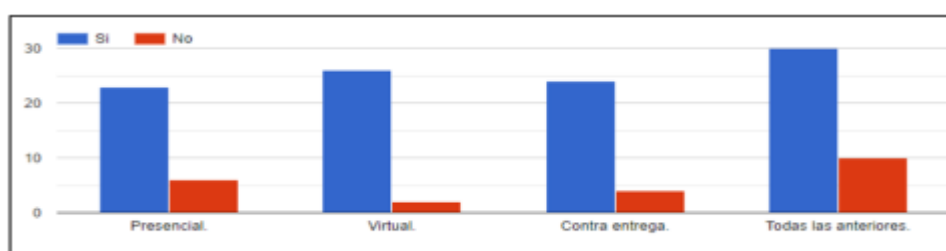


Figura 21. ¿Cómo se efectúan las ventas en su empresa en medio de la pandemia? Autoría propia.

Análisis: del 100% de las empresas encuestadas a nivel general realizan las ventas presenciales, virtuales y contra entrega para satisfacer los requerimientos de los clientes. Evidenciando un comportamiento equitativo.

Pregunta 20 ¿Adicional a las TICs, usted uso en su empresa otras estrategias para mantener su estabilidad y llegar a ser competitivos? Si, cuáles - No, Por qué

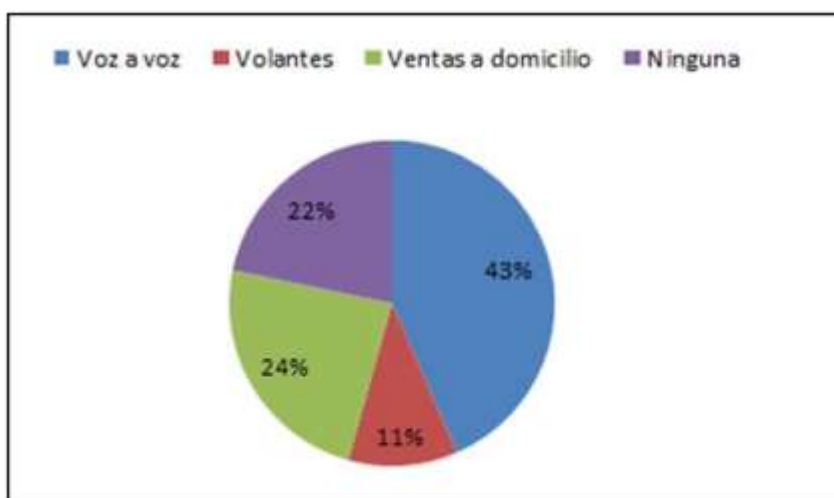


Figura 22. ¿Adicional a las TICs, usted uso en su empresa otras estrategias para mantener su estabilidad y llegar a ser competitivos? Si, cuáles - No, Por qué. Autoría propia.

Análisis: del 100% de las empresas encuestadas los comentarios más relevantes de otras estrategias implementadas durante la pandemia fueron por medio de la voz a voz con personas conocidas, distribución de volantes y la implementación de ventas a domicilio.

Pregunta 21 ¿Considera usted que, al estar ubicado en uno de los sectores más comerciales de la ciudad, le ha permitido sostenerse económicamente durante la pandemia? Si, por qué-No, por qué.

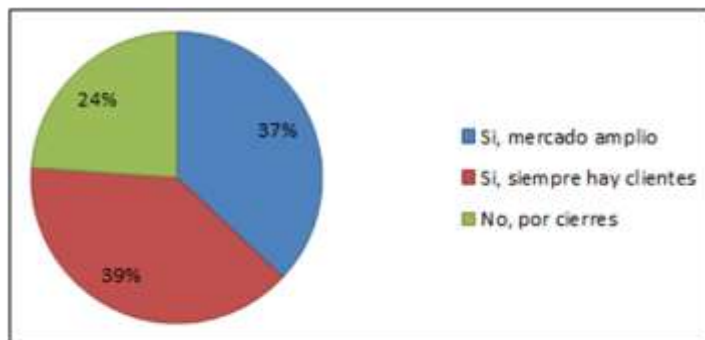


Figura 23. ¿Considera usted que, al estar ubicado en uno de los sectores más comerciales de la ciudad, le ha permitido sostenerse económicamente durante la pandemia? Si, por qué- No, por qué. Autoría propia.

Análisis: Del 100% de las empresas encuestadas el 76% afirman que el estar ubicados en el sector de Kennedy si les ha favorecido teniendo en cuenta que es un mercado amplio y por ende siempre hay clientes caso contrario el 24% de los encuestados manifiestan que se han visto igual afectados por temas de cierre.

Análisis de las estrategias implementadas para la estabilidad económica de las MiPymes del sector textil confección prendas de vestir de la localidad de Kennedy a partir de tecnologías de información

Las MiPymes, dadas sus características las cuales las hacen especialmente vulnerables a cualquier crisis económica, pero que sin embargo son la columna vertebral para la economía de un país, es por ello que durante el desarrollo de esta investigación identificamos que la implementación de las TICs (Tecnologías de la información y comunicación) como estrategia para mantener la estabilidad económica en las MiPymes fue valioso y significativo para seguir generando ingresos. Para nadie es un secreto que antes las TICs eran un “adicional” para aumentar la productividad y así generar ganancias, hoy se ha vuelto una “necesidad” para que las empresas subsistan en este caso específico las MiPymes quienes requieren herramientas digitales como apoyo al comercio electrónico, teletrabajo, marketing digital etc.

Las MiPymes del sector textil- confección prendas de vestir durante la coyuntura de la pandemia tuvo bajas en la producción y esto redujo las ventas, por esta razón muchas empresas se han tenido que reinventar para ser competitivos en estos tiempos de crisis es fundamental adaptarse al mercado.

Como resultado a esta investigación, las MiPymes de la localidad de Kennedy una de las zonas más comerciales de Bogotá, durante esta coyuntura han encontrado como aliado estratégico a las TICs como herramienta digital que les brinda soluciones y les facilita la subsistencia, nuevos modelos de negocio, fortalecimiento de las estrategias actuales y la adquisición de nuevos clientes por medio de las redes de comunicación como el Facebook, WhatsApp, Instagram y pagina web teniendo en cuenta que son un fenómeno que cada vez gana más seguidores, permite personalizar la información que se publica en tiempo real y es de facilidad de acceso son un buen instrumento para darse a conocer, todo esto en pro de lograr la estabilidad económica. Durante la implementación de las TICs en medio de la pandemia se presentaron varias dificultades, como el difícil acceso por falta de recursos, falta de conocimiento y la velocidad en redes por congestión. Es importante resaltar que las TICs son un instrumento clave para la realización de las actividades y permite que sean productivos siempre y cuando se desarrollan de la forma correcta, es por esto que los temas de capacitación laboral en tecnología son una exigencia que no se puede desconocer si se quiere sobrevivir ante los nuevos retos.

También se identificó que las empresas optaron por el uso de otras estrategias como complemento a las TICs, unas de las más mencionadas es la publicidad impresa la cual tiene un alto poder de recordación y mayor credibilidad, al igual que el marketing de experiencias el cual consiste en generar momentos memorables al cliente y a su vez un gran efecto por medio del “voz a voz” que es la forma de publicidad más tradicional y efectiva.

La influencia de la implementación de las TICs en las MiPymes de la localidad de Kennedy en tiempos de pandemia

El uso de las TICs en las MiPymes del sector textil- confección prendas de vestir es fundamental porque permite construir experiencia y conocimiento, es un avance progresivo del desarrollo tecnológico teniendo en cuenta que las organizaciones han sufrido cambios que ha transformado la manera de trabajar y gestionar los recursos tangibles e intangibles de la empresa se ha convertido en un elemento clave para el desarrollo y resultado del trabajo, agiliza la comunicación entre las personas, las máquinas y la integración de ambos. Las redes sociales en estos tiempos de crisis se han convertido en la herramienta principal para la divulgación de todo tipo de contenido.

Durante el análisis de los resultados obtenidos por medios de las encuestas realizadas a las empresas encontramos que las TICs, fueron una salida en muchas ocasiones al fracaso ya que tuvieron que responder de forma rápida a una crisis sanitaria, social y económica, estas bien orientadas llevan a un resultado positivo en las personas y responde a las necesidades del contexto actual.

Las implementaciones se realizaron en gran parte a la infraestructura de telecomunicaciones por el obligatorio aislamiento social. Mientras que el mundo presencial se detiene de alguna manera, el digital se fortalece y permite, para gran parte de las empresas seguir realizando sus actividades con eficacia.

Conclusiones

Las tecnologías de la información dentro de las MiPymes juegan un papel significativo que permite una interacción eficiente con los clientes, mejora los procesos internos y permite alcanzar una estabilidad económica.

En el mundo actual, para las empresas el poder acceder a las TICs es una exigencia importante para hacer parte de una sociedad cada vez más sujeta a la tecnología que influyen de manera positiva por sus diferentes formas de innovar.

El uso de las TICs en las MiPymes es de gran importancia para aumentar competitividad e incorporar procesos de capacitación a los empleados.

Las TICs han cambiado la forma de trabajar y administrar los recursos en la empresa, para que el trabajo sea más productivo, acelera la comunicación con su entorno, sostiene el trabajo en equipo, ayuda a promocionar los productos y/o servicios teniendo en cuenta que en la actualidad la gran mayoría de empresas venden a través de Internet.

Las TICs están desarrollando una forma diferente de hacer negocios por esta razón es necesario que las MiPymes las implementen de lo contrario no permanecerán activas en el transcurso del tiempo.

El sector textil- confección prendas de vestir durante la coyuntura de la pandemia tuvo bajas en la producción y esto redujo las ventas, por esta razón muchas empresas se han tenido que reinventar para ser competitivos en estos tiempos de crisis es fundamental adaptarse al mercado mantener la estabilidad económica.

Dentro de las empresas las TICs son una estrategia competitiva en caso de presentarse una pandemia como es el caso del COVID 19, dado que esto nos obliga a tener un distanciamiento social y por ende debemos buscar la manera de comunicarnos y llegar al cliente y mantener estable la actividad económica de la empresa.

La herramienta utilizada en esta investigación, gracias a su fácil aplicación nos permitió identificar y analizar las estrategias implementadas por las MiPymes de la localidad de Kennedy.

Como resultado a esta investigación, las MiPymes de la localidad de Kennedy han encontrado como aliado estratégico a las TICS como herramienta digital que les brinda soluciones y les facilita la subsistencia y estabilidad económica.

Referencias

- Acopi. (2020). *Impacto del Covid-19 en las Mipymes colombianas*. Barranquilla. Arteaga, I. H. (2016). La ciencia de la administración de empresas. *Revista Científica Dominio de las ciencias*, 420-424.
- Ávila, W. (2013). Hacia una reflexión histórica de las Tics. *Hallazgo Vol.10*, 221-222.
- Bernal, 2. (2006). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Pontificia Universidad Javeriana, Colombia*, 10.
- Castrillón, M. (2015). Implementación de tecnologías como estrategia para fortalecer la productividad y competitividad de las pymes de la confección en Medellín. *Trilogía. Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 7(12), 105-119.
- Centro Virtual de Negocios. (29 de 01 de 2019). *Centro Virtual de Negocios S.A.S*. Obtenido de <https://www.cvn.com.co/sector-manufacturero/>
- Colombia, C. d. (2004). *Diario Oficial 3 de julio de 2021, Ley 905 de 2004*. Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html
- Corporación Universitaria Americana (2020). *Diagnóstico, estrategias e innovación empresarial: enfoques multidisciplinarios*. Medellín: Sello Editorial Universitario Americana©.
- Galindo, W. (2013). *Dinámica de la construcción por usos localidad Kennedy en los años 2002 y 2012*. Obtenido de <https://docplayer.es/27714371-Dinamica-de-la-construccion-por-usos-localidad-kennedy.html>
- Galvis D. (2006). Las Tics y las Teorías de la Ciencia según Karl Popper. *Revista de la Maestría en Comunicación Educativa*, 78-80.
- Gómez, L., Martínez, J., & Arzuza B. (2006). Política pública y creación de empresas. *Pensamiento & Gestión*, 7-8.
- Hernández (2008). Análisis crítico de las teorías del desarrollo. 112-113.
- Industrial, F. (2021). *Fierros industrial*. Obtenido de <https://fierrosindustrial.com/noticias/industria-manufacturera-avanza-en-tecnologia>
- Instituto de Investigaciones Gino Pag 3-6, 2. (2011). TICs y temporalidad desde la perspectiva de la teoría de sistemas. *Instituto de Investigaciones Gino Germani*, 3-6.
- Irma, R. (2020). *Covid-19 y sus posibles efectos en los negocios internacionales*. Montería.

- Licklider, J. (2002). Historia de Internet. *Boston, Estados Unidos*, 1-2.
- Lozares, C. (1996). *La teoría de redes sociales*. (Barcelona). Spain: Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Sociologia.
- MinTIC. (2020). *Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. Obtenido de <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/5755:Tecnolog-as-de-la-Comunicaciones-TIC>
- Mochón, F. (2006). *Principios de la economía, tercera edición*. Aravaca (Madrid): Ana Navarro.
- Nordhaus, S. (2003). *Economía*. Scotti Libros.
- Organizacion Mundial de Salud. (2010). *Organizacion Mundial de Salud*. Obtenido de https://www.who.int/csr/disease/swineflu/frequently_asked_questions/pandemic/es/
- Porter, M. (2011). ¿Qué es la estrategia? *Harvard Business Review*, 107.
- Pública, F. (2000). *Ley 590 de 2000*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>
- Real Academia Española. (2020). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/>
- Ricoy C. (2005). La teoría del crecimiento económico de Adam Smith. *Economía y Desarrollo*, 11-13.
- Rodríguez (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Espacios*, 100-101.
- Rodríguez, N. (2020). *Causas y efectos de la pandemia en la economía colombiana*. Bogotá.
- Sastoque (2020). Marketing Digital como oportunidad de digitalización de las Pymes en Colombia en tiempo del Covid – 19. *Revista científica anfibios*, 40.
- Social, C. (2009). *Importancia estratégica de los proyectos de apoyo a las micro*.
- Urrutia, M. (2008). Los eslabonamientos y la historia. *Desarrollo y sociedad*, 62-68.
- Vargas, J. (2012). *Dialnet*. Obtenido de <Users/Hartrodt/Downloads/Dialnet-TeoriaDeRestriccionesAplicadaAEmpresasManufacturer-6579705.pdf>

Anexos

Anexo 1. Encuesta.

En cumplimiento de las disposiciones de la ley 1581 de 2012 y del decreto reglamentario 1377 de 2013 que desarrollan el derecho de habeas data, solicitamos su autorización para que las estudiantes de la Universitaria Agustiniiana en calidad de responsable del tratamiento pueda recopilar, almacenar, archivar, copiar, analizar, usar y consultar los datos que se señalan a continuación.

Estos datos serán recolectados por las estudiantes con las siguientes finalidades, todas relacionados con actividades académicas:

Esta encuesta se realiza con el objetivo de identificar ¿Cómo las micro, pequeñas y medianas empresas del sector textil-confección prendas de vestir de la localidad de Kennedy han desarrollado estrategias a partir de las tecnologías de información (son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios; que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, video e imágenes) (MinTic, 2021) para garantizar su estabilidad económica durante la coyuntura de la pandemia?

Atentamente le solicitamos leer detenidamente las siguientes preguntas, marcar las casillas que considere convenientes. Le agradecemos de antemano su valiosa colaboración al responder.

1. ¿Pertenece su empresa al sector textil?

Si

No

2. ¿Cuánto tiempo lleva constituida su empresa?

- a) 1 a 2 años
- b) 3 a 5 años
- c) 6 a 10 años
- d) 11 a 15 años

3. ¿El segmento empresarial está clasificado en micro, pequeñas y medianas empresas, según esta clasificación a cuál corresponde?

a) Microempresa: Planta de personal no superior a los diez 10 trabajadores; activos totales por valor inferior a quinientos unos 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

b) Pequeña Empresa: Planta de personal entre once 11 y cincuenta 50 trabajadores; activos totales por valor entre quinientos uno 501 y menos de cinco mil 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

c) Mediana Empresa: Planta de personal entre cincuenta y uno 51 y doscientos 200 trabajadores; activos totales por valor entre cinco mil unos 5.001 y quince mil 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

4. ¿Su empresa implemento las tecnologías de información antes o durante de la coyuntura de la pandemia?

Si

No

5. ¿Con cuál infraestructura tecnológica cuenta la empresa?

Hardware.

Redes.

Acceso a internet.

Todas las anteriores.

6. Considera usted que es importante capacitar al trabajador sobre el manejo de las TICs para llevar acabo, los procesos de ventas, compras, facturación, inventarios, disponibilidad de la información, atención al cliente?

Si

No

7. Cree que al aprovechar los recursos de las TICs en su empresa tiene una mayor cobertura de publicidad y facilita el crecimiento de la misma?

Si

No

8. Identificó que al incorporar las TICs en su empresa obtuvo un mejor posicionamiento en el mercado?

Si

No

9. ¿Qué dificultad presento su empresa al implementar las Tics?

1. Dificil acceso a estas herramientas tecnológicas por falta de recursos.

2. Falta de conocimiento de las Tics.

3. Velocidad de redes.

4. Falta de contacto real.

5. Resistencia al cambio.

10. ¿Considera que tener implementadas las Tics en su empresa ha generado un impacto?

Positivo

Negativo

11. ¿Su empresa conoce los beneficios que tiene el uso de las TIC en tiempos de pandemia?

Si

No

12. ¿Las Tics fueron una herramienta para sostener su empresa en el mercado durante la pandemia?

Si

No

13. ¿Qué soluciones le ha brindado las Tics en su empresa durante la pandemia?

1. Mayores ventas.

2. Clientes nuevos.

3. Mejora en la comunicación interna y externa.

4. Transformación digital.

5. Nuevos modelos de negocio.

14. ¿Qué redes de comunicación implemento en su empresa en medio de la pandemia?

1. Facebook.

2. YouTube.

3. WhatsApp.

4. Messenger.

5. Snapchat.

6. Instagram.

7. TikTok.

8. Twitter.

9. LinkedIn.

10. Página web.

15. Cree usted que las redes de comunicación implementadas en su empresa tienen un contenido agradable y completo?

Si

No

16. Se optimizaron los procesos internos de la empresa, respecto al control de información de forma digital, seguridad y protección de datos e inventarios.

Si

No

17. ¿Sus productos se pueden adaptar a un formato digital?

Si

No

18. ¿En las redes de comunicación seleccionadas en la pregunta anterior, que servicio tiene disponible?

1. Acceso al catálogo.

2. Compras on-line.

3. Anuncios de ofertas

19. ¿Cómo se efectúan las ventas en su empresa en medio de la pandemia?

1. Presencial.

2. Virtual.

3. Contra entrega.

4. Todas las anteriores.

20. ¿Adicional a las Tics, usted uso en su empresa otras estrategias para mantener su estabilidad y llegar a ser competitivos?

Si, cuáles

No, Por qué

21. ¿Considera usted que, al estar ubicado en uno de los sectores más comerciales de la ciudad, le ha permitido sostenerse económicamente durante la pandemia?

Si, por qué

No, por qué

Correo electrónico.
