

La innovación en las comunicaciones en las Mipymes por medio de redes colaborativas y el uso de las Tic

Innovation in communications in Mipymes through collaborative networks and the use of Ict

César Augusto Silva Giraldo ¹

Yohanna Milena Rueda Mahecha ²

Angélica María Moreno Suárez ³

Corporación Universitaria Minuto de Dios

UNIMINUTO, Bucaramanga, Colombia

Resumen

El manuscrito muestra los desafíos que enfrentan las PYMES usando nuevos lenguajes organizacionales, usando redes colaborativas, tratando de comprender y analizar las interacciones de la comunidad, buscando redes y usando tecnología, usando el pensamiento creativo basado en la teoría del cambio, usando enfoques sociales tanto internos como externos.

¹ Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, Bucaramanga, Colombia. csilvagiral@uniminuto.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8023-853>

² Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, Bucaramanga, Colombia. csilvagiral@uniminuto.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0722-6593>

³ Centro de Investigación Científica, Empresarial y Tecnológica de Colombia – CEINCET, Bucaramanga, Colombia. csilvagiral@uniminuto.edu.co

el proceso de construcción de la competitividad de una organización a partir de los cambios sociales y culturales de los clientes externos. Para ello se ofrece el desarrollo de una estrategia de comunicación organizacional para las pequeñas, medianas y micro empresas.

Abstract

The manuscript shows the challenges faced by SMEs using new organizational languages, using collaborative networks, trying to understand and analyze community interactions, seeking networks and using technology, using creative thinking based on the theory of change, using social approaches both internal as external. the

process of building the competitiveness of an organization from the social and cultural changes of external customers. For this, the development of an organizational communication strategy for small, medium and micro companies is offered.

Palabras clave

Innovación, MIPYMES, Redes Colaborativas, Competitividad

Keywords

Innovation, MIPYMES, Collaborative Networks, Competitiveness

Introducción

La comunicación se convierte en el punto de partida para la gestión de la interacción humana al interior de los colectivos internos y externos que hacen parte del entorno en el cual se desarrollan los procesos y procedimientos organizacionales. De ahí que la gestión de la comunicación de una empresa u organización reúne diversos asuntos, para ello se debe tener presente las redes colaborativas y el uso de las TIC, como estrategia de competitividad organizacional.

Hay muchas razones que justifican el uso de las TIC (en adelante, TIC) en el entorno empresarial, particularmente en los procesos de comunicación organizacional, incluida la adquisición, distribución y uso de información resultante de la transformación de datos y el diálogo cotidiano. Aunque las TIC pueden utilizarse de muchas maneras, es importante considerar diversas herramientas de cooperación (tecnología de la información colaborativa), que permiten el intercambio de información necesaria en las relaciones interorganizacionales y la promoción de la cooperación comercial. El interés en este tipo de procesos se justifica porque una de las principales razones por las que las empresas no pueden adoptar y desarrollar procesos internos y cooperar con empresas, grupos y grupos

de interés (o partes interesadas) se debe a cuestiones relacionadas con el intercambio de información y conocimientos esenciales. Para desarrollo. El desafío es implementar el desarrollo de relaciones colaborativas.

Las organizaciones entienden que la información es uno de los recursos estratégicos necesarios para mantenerse competitivas. Esta justificación de la preocupación por la correcta gestión de los sistemas de información (en adelante, SI) constituye un requisito básico (Aguila et al., 2000; Alvarez, 2005; Iglesias et al., 2005; Pereira y Chaparro, 2005; entre otros). Los sistemas de información se pueden definir como “el conjunto de componentes interconectados que capturan, procesa, almacenan y difunden información y conocimiento, y apoyan y controlan adecuadamente los sistemas operativos y de toma de decisiones”, ayudando a los gerentes a resolver problemas organizacionales. El alcance del diseño de sistemas de información puede cumplir con los siguientes objetivos: 1) Proporcionar y apoyar los objetivos y estrategias del negocio. 2) proporcionar a todos los niveles de la organización la información necesaria para el desempeño de funciones o tareas, con el seguimiento y verificación necesarios; 3) Preparar su adaptación y evolución antes del inicio del proceso, teniendo en cuenta que la información debe cambiar con el tiempo. En este sentido, se debe tener en cuenta que la información tiene costos y usos, por lo que requiere una adecuada gestión dentro de la propia organización mediante el uso de sistemas de información. La información y los sistemas de información deben administrarse como cualquier otro recurso comercial, para que podamos mejorar la información al menor costo.

La gestión estratégica siempre sigue de cerca el papel de las tecnologías de la información y la comunicación en la formulación e implementación de la estrategia empresarial, y más específicamente en conocer su

impacto en los resultados empresariales y en proporcionar información para lograr resultados empresariales, ventaja competitiva.

Una organización aprovecha el poder de las TIC para gestionar mejor sus recursos de información, ya que le permite: 1) crear, acceder, transferir, compartir, cifrar y almacenar información y conocimiento, 2) adquirir, difundir y utilizar información y conocimiento en colaboración relaciones, a través del acceso, intercambio y gobernanza (o gobierno) electrónica (Cegarra et al., 2005), y 3) flexibilidad en el intercambio de información y conocimiento para mejorar las relaciones colaborativas. Aunque existen muchas formas en que las TIC pueden utilizar Internet como medio, las empresas conocen tres tipos de herramientas (Cegarra et al., 2005): 1) sitio web o presencia en línea, 2) herramientas de colaboración, 3) comercio y e -Herramientas de comercio. Todos ellos pueden tomar el nombre de "herramienta electrónica de negocios" con fines colaborativos, enumerando entre otros: 1) Sistema de trabajo en equipo (STG), Sistema de comunicación electrónica (ECS) (Meroño, 2005), 2) Información interorganizacional o interorganizacional (SIIOS) (Pereira y Chaparro, 2005), 3) tecnología de Internet (MAT) para comercio electrónico y gestión empresarial (Sandulli et al., 2005), y finalmente, 4) tecnología EDI para intercambio electrónico de datos y coordinación de actividades con proveedores y clientes (Martínez y Pérez, 2005a y b). Todos pueden considerarse como herramientas de colaboración entre organizaciones y pueden aplicarse a diferentes procesos comerciales y niveles de colaboración.

Las empresas que utilizan sistemas de información, comercio electrónico y herramientas TIC en general colaboran para obtener ventajas estratégicas al considerar la cooperación empresarial. Estas TIC se pueden aplicar de dos formas: (1) como objeto de cooperación, es decir, acuerdos entre dos o más empresas para

el desarrollo conjunto de un determinado tipo de TIC; y (ii) como herramienta de ayuda a la gestión de proyectos colaborativos, cualquiera que sea su finalidad.

El crecimiento de diversas formas de cooperación en el campo de las TIC como objeto de acuerdos de asociación está aumentando principalmente por dos razones. Por un lado, las empresas tienen grandes dificultades para desarrollar internamente estas herramientas y, por otro lado, en el sector TIC, las empresas están notando que los ciclos de vida de sus productos son cada vez más cortos, lo que requiere un importante esfuerzo en términos de tiempo y los costos de mantener su posición competitiva. La segunda aplicación de la tecnología de la información colaborativa para mejorar la cooperación, y considerarla una herramienta para gestionar proyectos de cooperación comercial, ya sea para lograr los objetivos que persigue la cooperación, o para lograr una gestión eficaz. Pereira y Chaparro (2005) encontraron que los sistemas de información colaborativos crean valor en la gestión de servicios, aumentando la productividad, flexibilidad y competitividad global de las organizaciones que los utilizan, posibilitando una relación colaborativa entre actores dentro y fuera de la empresa analizada. Sandoli et al. (2005), aunque Cegarra et al. (2005), también encuentra relaciones positivas entre el intercambio de información, el uso generalizado de las capacidades de Internet y la penetración de estas tecnologías colaborativas de información y comunicación dentro de las organizaciones, a favor de las relaciones. El sistema de cooperación empresarial.

Todo ello demuestra que las TIC colaborativas son vistas como herramientas de apoyo base de la cooperación. Su contribución es importante en dos aspectos. El primero menciona la formación y desarrollo de acuerdos de cooperación y el papel de estas herramientas; Luego, en el

segundo paso, presente las principales variables regulatorias afectadas por estas herramientas.

Tanto en la formación del contrato de sociedad como en su gestión, existe la transferencia de información y conocimiento entre las partes colaboradoras, que pueden ser factores clave para el desarrollo exitoso de la relación sistemas y organizaciones cooperativas, convenios de cooperación entre empresas (Martínez y Briones, 2004).

En primer lugar, y antes de empezar a contactar con posibles socios, las TIC más utilizadas son Internet y las bases de datos. Luego, los socios potenciales deben ser evaluados y el proceso de negociación requiere una comunicación más fluida a través de correo electrónico, chat, simuladores y otros sistemas de apoyo a la decisión (DSS) (Martínez y Briones, 2004).

Una vez completada la fase inicial y establecida la asociación, es necesario planificar el proceso colaborativo. Si se establecen las bases para llegar a un acuerdo exitoso, se deberá informar a todos los miembros de las organizaciones participantes en el evento y el contenido de dicho acuerdo. Finalmente, se debe establecer un plan de acción para implementar los cambios necesarios en las organizaciones para implementar efectivamente la estrategia de asociación. Para ello, podemos utilizar diferentes TIC: 1) intranets corporativas, que favorecen la comunicación interna y el intercambio de conocimiento; 2) red de conocimiento o grupo de personas que colaboran e intercambian conocimientos con infraestructura técnica; y, 3) software de equipo o cualquier programa informático (software) que permita el trabajo en equipo. Los grupos con los que la organización está dispuesta a cooperar depende de las necesidades y objetivos perseguidos en dicha cooperación y de las inclinaciones de la otra parte; destacando proveedores y clientes como los actores más habituales. Esto se debe por un lado a que el uso de diversas TIC colaborativas

permite una relación más cercana con los proveedores (COOP PRO), ya que permite la transmisión de información relevante sobre las necesidades de los productos demandados a las empresas, y un mejor conocimiento del consumidor. deseos, puede interpretar y actuar en consecuencia. Y, por otro lado, creemos que estas TIC colaborativas fomentan la colaboración con los clientes (COOP CLI), por la creciente relación de calidad y la mejora continua que se desarrolla, reflejada en el proceso de adecuación y nuevos desarrollos a los productos y servicios del mercado de referencia.

Por tanto, la aplicación de las TIC con fines colaborativos facilita la creación de conocimiento por parte de las empresas, ya que fortalece y mejora las relaciones que los actores dentro de la firma (para socios, directivos y empleados) con actores externos (grupos de interés o partes interesadas, otras organizaciones y públicos). organizaciones). Dadas las fuertes interrelaciones de la organización con clientes y proveedores, explicadas anteriormente, y el alto dinamismo y competencia disponible, las TIC pueden conducir a una relación continua y de mejor calidad con proveedores y clientes de tres maneras: (1) combinando sus avances en producción y sistemas de gestión, para transformar la estructura de los sectores empresariales (Martínez y Pérez, 2005 ayb), fomentando las relaciones interorganizacionales (Medina et al., 2003; Medina y Bruque, 2003); (2) como un medio importante para obtener una ventaja competitiva (Pérez et al., 2005), facilitando contenido informativo sobre el uso de sus productos y su aplicación en el proceso productivo (Kalakota y Robinson, 2001); y (3) crear nuevos negocios y nuevos negocios con el compromiso de los empleados y una excelente comunicación con los trabajadores sociales corporativos (Martínez-Sánchez y De Luis, 2005).

El conocimiento recién creado facilita la innovación. Es por ello que trabajos como el de Meroño (2005) han investigado la aplicación de las TIC con fines colaborativos y herramientas de comercio electrónico como soporte para grupos de empresas que comparten el sistema de gestión de la información y el conocimiento. Señaló que estas herramientas tienen un impacto regulatorio en las asociaciones en varios aspectos de la gestión de proyectos colaborativos (GEPC). Además, proporcionan una actitud positiva hacia las relaciones interorganizacionales entre gerentes creativos dispuestos a cooperar con otras empresas; y facilitar el diseño de modelos organizativos a través de proyectos que proporcionen un mayor desarrollo tecnológico y un mejor aprovechamiento del conocimiento tecnológico entre las empresas.

La literatura revisada muestra que el desarrollo de las TIC colaborativas influye en la colaboración y la innovación, facilita la transmisión de información, ahorra costes y tiempo, y favorece el desarrollo interno del conocimiento dentro de la empresa. Martínez y Pérez (2005 a y b) analiza las áreas de la empresa que utilizan las TIC con buena cooperación entre la empresa de demostración y el cliente, e intercambios entre actividades de innovación tecnológica, coordinación de actividades en la cadena de suministro y transmisión de conocimiento, entre otras; encontraron una relación positiva significativa entre el uso de TI colaborativa y los beneficios estratégicos que generan, demostrando en última instancia que existe un efecto regulatorio positivo entre la experiencia colaborativa previa (EXPE) y el tipo de herramienta utilizada.

Efecto de las TIC colaborativas sobre variables organizacionales relacionadas con la cooperación. Existen diferentes variables organizacionales que inciden en la formación y desarrollo de los acuerdos de asociación, donde

se destacan el tamaño, la complejidad y los sistemas de decisión. A medida que aumentan el tamaño (SIZE) y la complejidad de la organización (COMP), el uso de TI colaborativa fomenta las relaciones colaborativas entre organizaciones.

Los beneficios que ven las organizaciones al usar herramientas colaborativas de TIC y comercio electrónico para reducir la complejidad organizacional son dos: operativos y estratégicos. Los beneficios operativos son mejoras en las operaciones diarias de una organización, por ejemplo, reducciones en errores administrativos o costos de inventario. La ventaja estratégica, por otro lado, se refiere al desarrollo de estrategias comerciales a través de la formación de relaciones externas con proveedores, clientes y competidores. Cuando la introducción, el procesamiento y el acceso a datos compartidos por dos o más organizaciones entran en relaciones de colaboración y colaboración, las TIC colaborativas ofrecen ventajas significativas a los usuarios en sus usos, aunque estos no son fáciles de determinar (Meroño, 2005); lo que dificulta la integración de tecnologías de gobierno electrónico en los procesos comerciales (Cegarra et al., 2005). Sin embargo, los avances en las TIC pueden ofrecer herramientas de alta capacidad, cuyo objetivo es proporcionar a las organizaciones Sistemas de Información y Decisión Empresarial (SDIE), permitiéndoles operar en un entorno colaborativo integrado y colaborativo.

Metodología

La Investigación se desarrolló en el municipio de Bucaramanga del departamento de Santander y la población objeto de estudio fueron empresas formales que se encuentran caracterizadas como MiPymes.

A partir de un tipo de investigación descriptiva se analizó como las redes colaborativas y el uso de las TIC pueden llegar a fortalecer las

MiPymes. Teniendo presente diversas variables, como lo son la innovación, mercadotecnia y las tecnologías aplicadas a la comunicación.

Para la recolección de la información se usó la técnica de la encuesta por medio de un cuestionario aplicado a los líderes de las MiPymes ubicadas en Bucaramanga, así como entrevistas semiestructuradas a los actores de los procesos asociativos de la región.

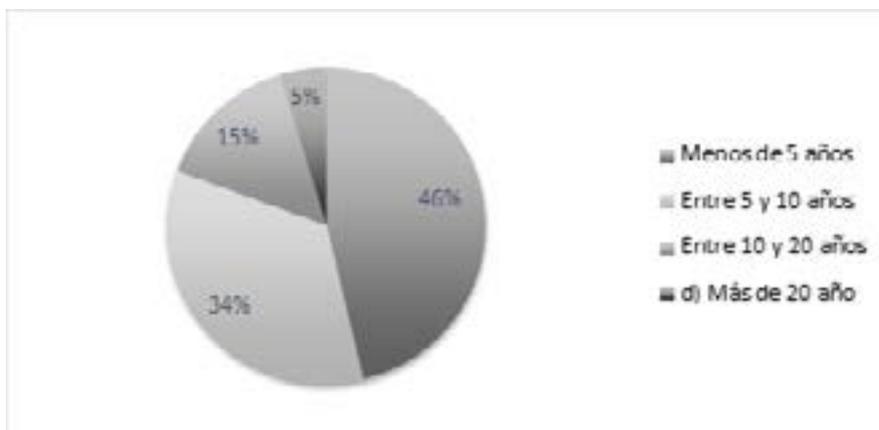
Partiendo de los anterior se dieron las siguientes etapas: 1) Se usaron las bases de datos con que cuenta la cámara de comercio de Bucaramanga y la Corporación Universitaria Minuto de Dios, con el fin de realizar una revisión sistemática que permitiera identificar los factores positivos y negativos que influyen en el uso de las TIC y las redes colaborativas.

2) En una segunda fase, se realizó la aplicación de una encuesta a la población objeto de estudio, 3) Se diagnóstico la necesidad de procesos de comunicación, innovación y desarrollo en la micro y pequeña empresa, 4) Se identificaron los factores y cambios que influyen positiva como negativamente al interior de la micro y pequeña empresa por medio de la comunicación, innovación y desarrollo, 5) Se determino la estrategia que permita el proceso de comunicación, la innovación y el desarrollo en la micro y pequeña empresa por medio de redes colaborativas y el uso de las TIC.

Resultados

A partir del diagnóstico de comunicación, innovación y desarrollo de las empresas, se presenta los resultados a continuación.

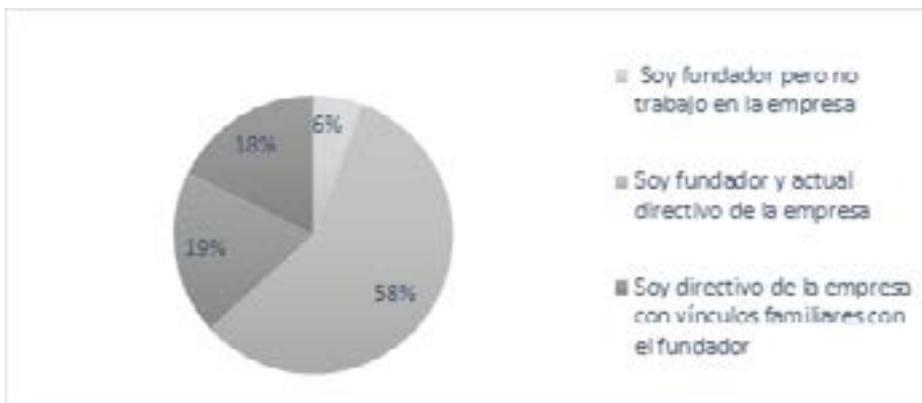
Figura 1. tiempo de antigüedad en la organización



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

En el grupo de personas encuestas aproximadamente un 50% (46.3%) llevan menos de 5 años en la organización, tiempo que se considera vital para la sobrevivencia de una pequeña y mediana empresa, es fundamental tener en cuenta que para el año 2018 según CONFECAMARAS solo el 30% de las empresas fundadas en Colombia superaban los 5 años.

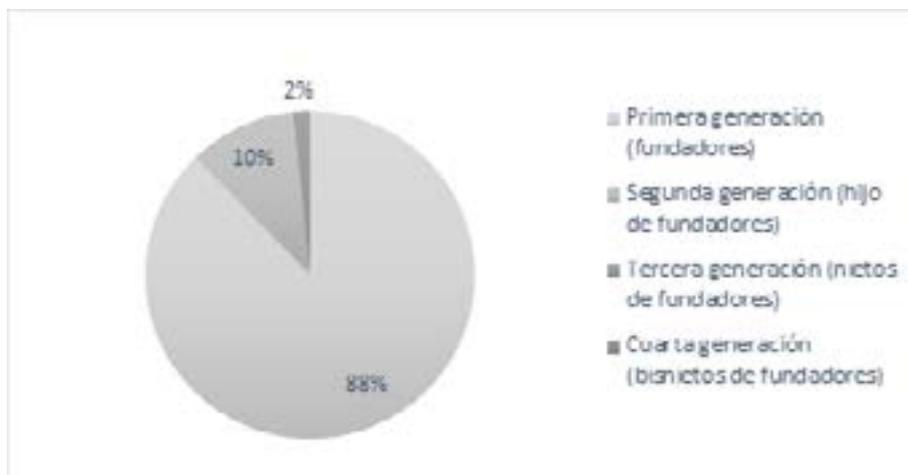
Figura 2. Relación actual con la empresa



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

El 87% de las personas encuestadas tienen vínculos directos de familia, siendo los fundadores de las organizaciones los que representan mayor participación en los ciclos administrativos y misionales de la empresa.

Figura 3. Generación que dirige actualmente la empresa



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

El planteamiento de las estrategias transgeneracionales, se justifica en esta abrumadora muestra, en Colombia alrededor de 16 millones de personas según CONFECAMARAS, dependen de las pequeñas y medianas empresas. Lo cual es un indicador de la importancia que representan para la economía estas organizaciones, en esta

muestra específica el 88% de los fundadores son los mismos que desarrollan y sostienen el negocio.

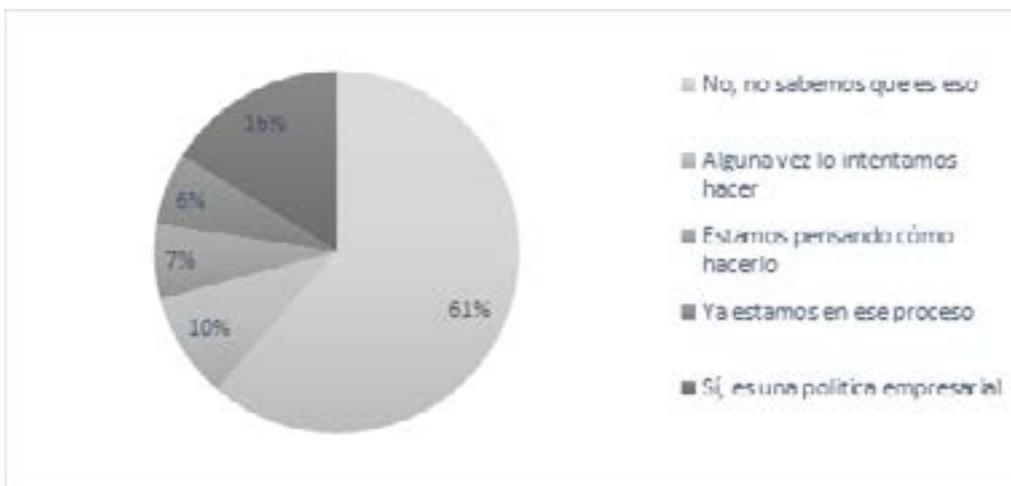
Figura 4. Asamblea familiar estructura organizativa



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

El 69% de las personas encuestadas no tienen claro el concepto de separar la estructura organizacional de la estructura familiar, aun así, se puede evidenciar que el 17% sí lo tiene

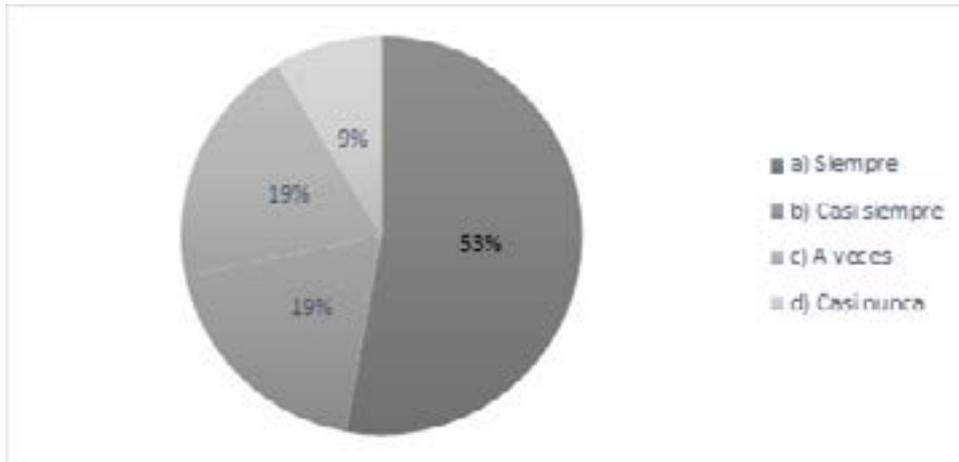
Figura 5. Selección de personal según competencias profesionales



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

El personal es contratado por ser miembro de la familia que conforma dichas empresas en un 61% no se sabe si tienen competencias para el rol que ejerce, sin requerir selección alguna por competencias profesionales; aunque podemos ver en un 16.1% que ya se busca aplicar algunas políticas de selección con base en competencias profesionales que son factores

Figura 6. El núcleo familiar en la MiPymes en los procesos de comunicación, creación y crecimiento.



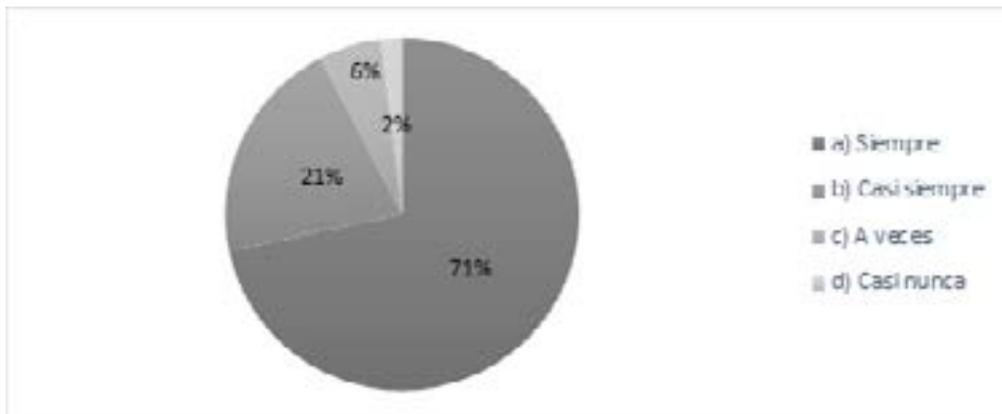
Fuente(s): propia de los autores, 2022.

Es importante conocer como el núcleo familiar incide en el crecimiento de la empresa, se observa que el 53% de los encuestados manifiesta que, si incide notoriamente el núcleo familiar en el crecimiento de la empresa, razón por el cual se considera importante ese apoyo

mutuo y reciproco del núcleo familiar para el crecimiento y bienestar de la empresa, tan solo el 9% argumenta que casi nunca incide, es posible que dentro de la empresa no exista ese vínculo con algún familiar.

386

Figura 7. La comunicación en el manejo del buen clima laboral y el trato dentro de las microempresas

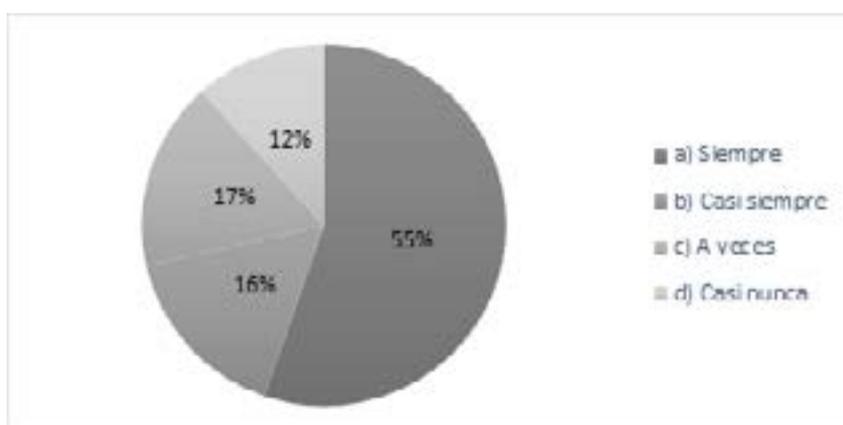


Fuente(s): propia de los autores, 2022.

Es indispensable que dentro de la empresa se maneje el buen clima laboral y un buen trato en el entorno, con ello se observa que el 71% de los encuestados manifiesta que siempre se maneja un buen clima laboral y el respeto es mutuo dentro de la organización pues cada

quien maneja sus propios roles dentro de la organización, tan solo el 2% de los encuestados argumentan que casi nunca se maneja, esto puede estar repercutiendo que dentro del entorno no se genere el progreso en todas las áreas que comprende una organización.

Figura 8. Comunicación externa uso de tecnologías de la información para promover productos o servicios



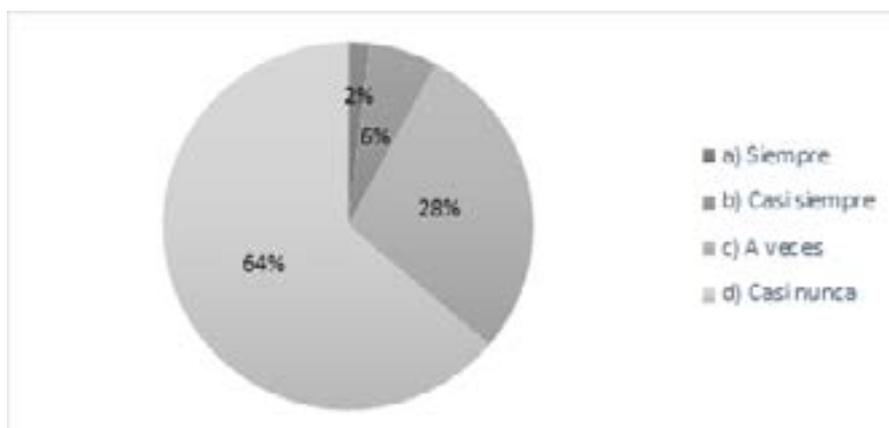
Fuente(s): propia de los autores, 2022.

3 8 7

El uso de las tecnologías de la información son la nueva era para las diferentes empresas, el aprovechamiento de la tecnología ha venido evolucionando constantemente y facilitando a los usuarios una interacción más rápida para ofrecer sus productos y servicios en el mercado, se evidencia el 55% de los encuestados, siempre consideran importante el uso de estos medios,

esto quiere decir que dentro de la empresa si se manejan y se saca provecho de las TICS para promover sus productos y servicios, frente a un 12% que manifiesta que casi nunca promueve sus productos o servicios a través de las tecnologías, sería interesante conocer la razón por la cual hacen uso de estos pero de una manera esporádica.

Figura 9. La comunicación en los conflictos internos a nivel gerencial y familia empresaria

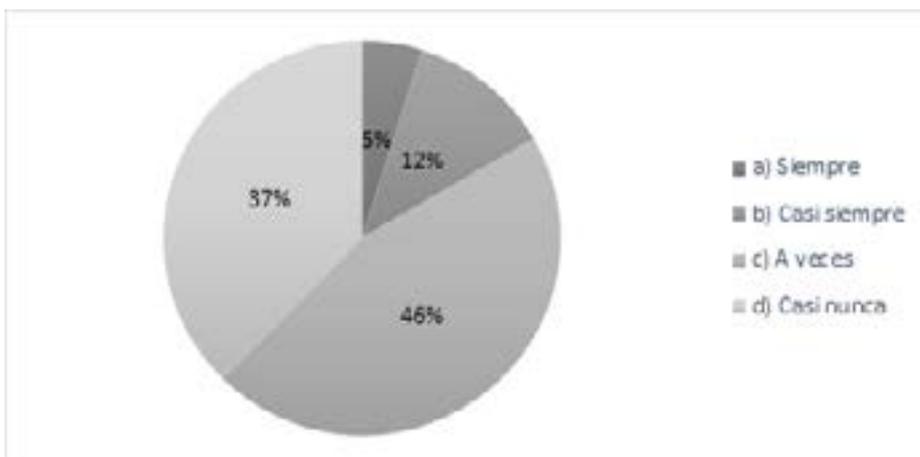


Fuente(s): propia de los autores, 2022.

Los resultados en las encuestas permiten evidenciar que el 64% de los encuestados, manifiesta que casi nunca se presentan conflictos en la empresa debido a conflictos internos en la familia, esto quiere decir que cada quien separa los conflictos internos y no involucra lo

laboral con lo personal, siempre respetando los roles que cada quien desempeña dentro de la organización, frente a un 2% que manifiesta que siempre se generan conflictos esto podría estar desmotivando el conflicto de intereses por la empresa.

Figura 10. Los temas laborales se tratan en espacios familiares

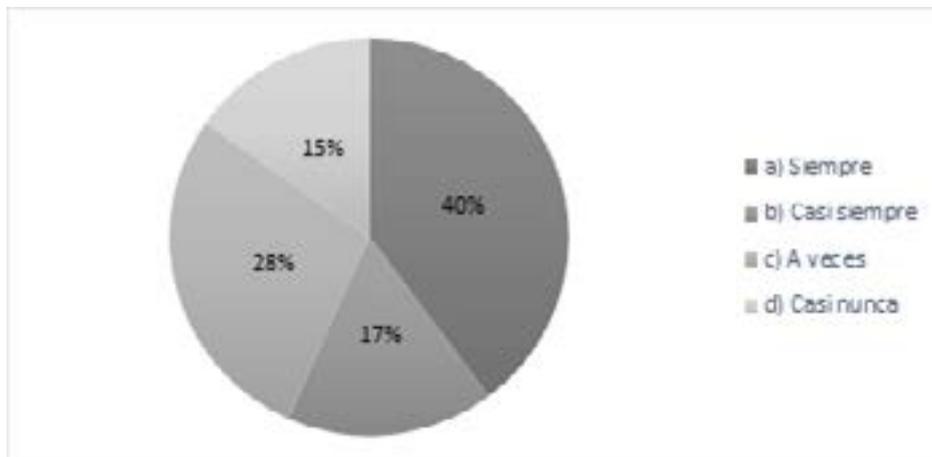


Fuente(s): propia de los autores, 2022.

Los resultados en las encuestas permiten evidenciar que el 46% de los encuestados, tratan a veces temas laborales en espacios familiares, esto quiere decir que si es importante estar en constante comunicación de lo que suceden en la empresa frente a un 5% que considera que

siempre tratan temas laborales en espacio familiares, esto quiere decir que para ellos es relevante estar en constante comunicación abordando los temas de todo lo que sucede dentro de la organización sin importar el ambiente donde se encuentren.

Figura 11. Es importante que los familiares cercanos continúen en las MiPymes a través del tiempo

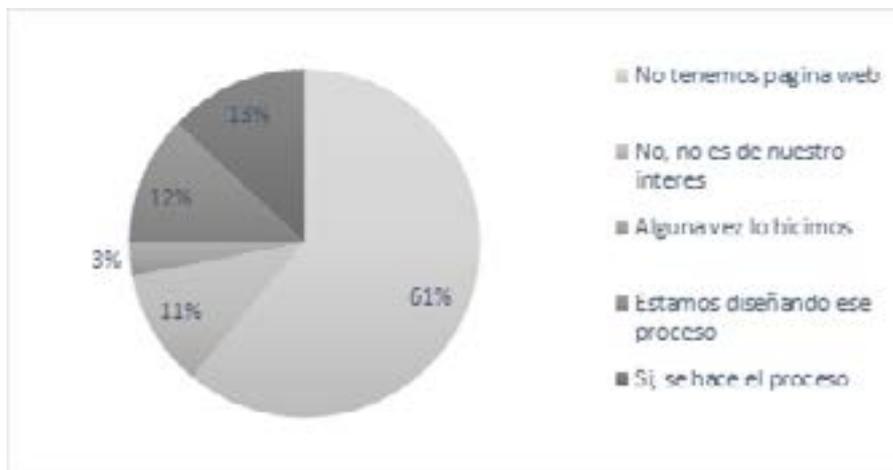


Fuente(s): propia de los autores, 2022.

La importancia de dar continuidad a la empresa a través de algún familiar, según los encuestados manifiesta el 40% que siempre es importante dar continuidad a la empresa a través de las generaciones puesto que con ello tienen claro la visión de su negocio en el futuro y se refleja

el interés en dar continuidad a la misma, frente a un 15% que manifiesta que casi nunca darían continuidad a su negocio con algún familiar, se puede observar que en su momento no cuentan con un familiar idóneo y de confianza para dejar en manos de un tercero la empresa para su futura administración.

Figura 12. Red interna para manejo de la comunicación



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

El interés una vez más de las microempresas se genera a través del cliente directo, resaltando ellas su funcionalidad a través de la tradición

familiar, pues en un 61% de las empresas no cuenta ni siquiera, y con una cifra muy inferior solo un 13% utiliza medio digitales.

Figura 13. Estrategias de servicio al cliente

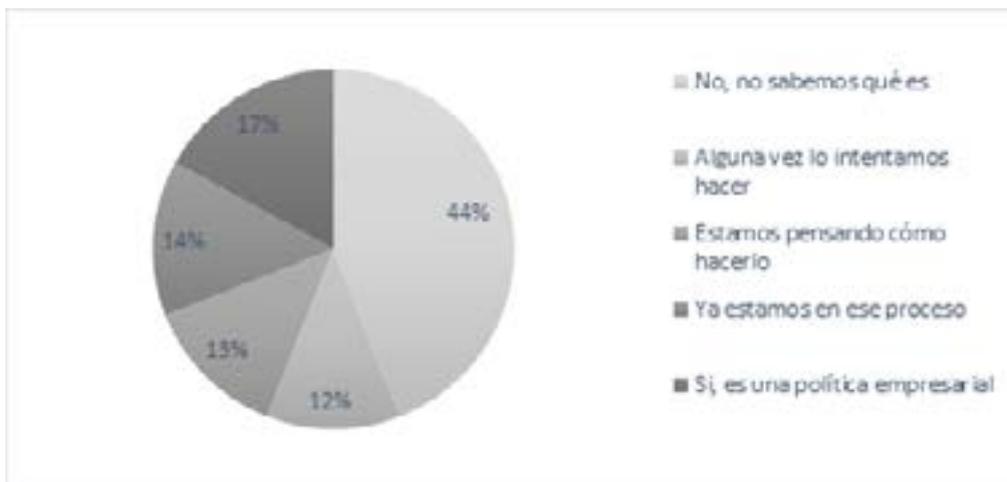


Fuente(s): propia de los autores, 2022.

El 39% no ve la necesidad de ofrecer un buen servicio al cliente, esto permite analizar que existe un exceso de confianza en cuanto a su producto o servicio ofrecido; El 16,9% ve que el cliente es la parte más importante para el buen funcionamiento de su empresa y por ello busca las estrategias e implementación de técnicas y políticas de mejora de servicio.

El 11% posee una gran preocupación por la implementación de programas de gerencia del servicio, ya que el cliente para ellos es el potencial de su negocio porque son los encargados de comprar y comercializar su producto a las demás personas.

Figura 14. Análisis de fidelización de los clientes



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

Se evidencia un gran desconocimiento en cuanto a las estrategias de fidelización y retención de clientes, puesto que el 44% de las empresas desconoce esta estrategia de mercadeo con el cliente.

Solo el 12% lo toma como una política de calidad dentro de su empresa y como una mejora continua de sus procesos y productos. Evidenciando la importancia de mantener a sus clientes para que sigan comprando y comercializando su producto.

Figura 15. Sistema de sugerencias, quejas y reclamos como proceso de comunicación externa

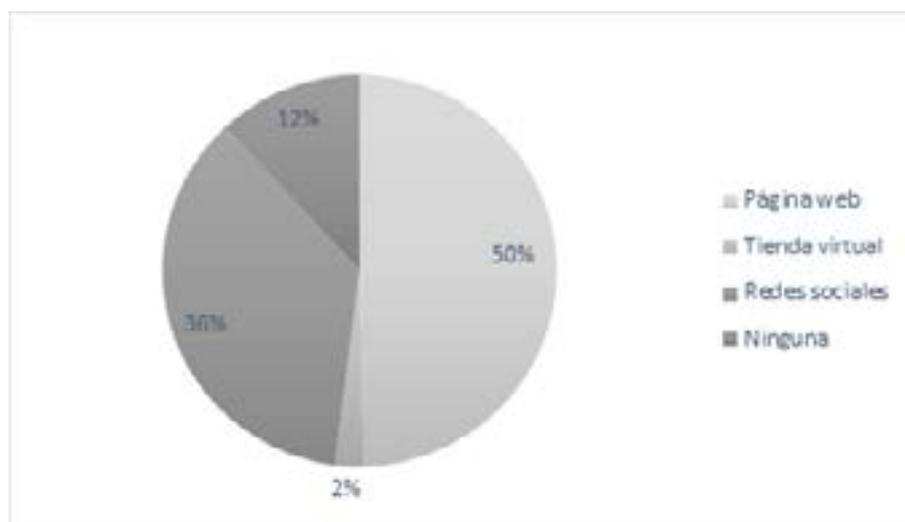


Fuente(s): propia de los autores, 2022.

De acuerdo con el estudio realizado, se observa que es común para este grupo de microempresarios, que no se adopten sistemas de mejoramiento continuo, basado en sugerencias, quejas y reclamos del cliente, pues el 44% nunca ha utilizado la información de sus clientes, en otras palabras, no ha escuchado a sus clientes, con el fin conocer sus expectativas,

preferencias, necesidades, lo que le gusta o por el contrario le disgusta del servicio, si tiene alguna inconformidad o queja; los beneficios o valores que percibe del servicios, y de esta manera mejorar o fortalecer sus productos o servicios; en contraste el 9% de los microempresarios apenas se encuentra diseñando ese proceso.

Figura 16. Medios TIC para el desarrollo de la empresa



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

Para la mitad de los empresarios encuestados, ninguno de los medios de tecnología de la información, página WEB, tienda virtual, o alguna red social, es utilizado para el desarrollo de la empresa.

Aunque parece insignificante, algunos de los empresarios que hacen parte de este estudio, dan sus primeros pasos en la implementación de TIC en sus negocios, observando que un 2% de ellos tiene tiendas virtuales, lo que representa un avance importante teniendo en cuenta el perfil de empresas que hace parte del estudio.

Conclusiones

Una organización aprovecha el poder de las TIC para administrar mejor sus recursos de información, ya que lo permiten; crear,

acceder, transferir, compartir, cifrar y almacenar información y conocimiento.

Recopilar, difundir y utilizar la información y el conocimiento derivados de las alianzas, a través del acceso, el intercambio y la dirección brinda flexibilidad en el intercambio de información y conocimientos para fomentar las relaciones de cooperación de manera interna o externa por medio de redes colaborativas.

Si bien las TIC pueden adoptar muchas formas con Internet como medio, las empresas conocen tres tipos de herramientas: sitios web o presencia en Internet, herramientas de colaboración, herramientas transaccionales y comercio electrónico.

Todos ellos pueden tomar el nombre de “Herramienta de negocios electrónica” con fines de colaboración. Asimismo, los sistemas de trabajo en equipo (STG), los sistemas de comunicación electrónica (ECS), los sistemas de información interorganizacionales o interorganizacionales (SIOS), la tecnología de Internet (MAT) para el comercio electrónico y la gestión empresarial, y finalmente la tecnología EDI para el intercambio electrónico de datos, y coordinación operativa con proveedores y clientes. Todos ellos pueden considerarse como herramientas de colaboración entre organizaciones y pueden aplicarse a diferentes procesos comerciales y niveles de colaboración.

Referencias bibliográficas

- Afanador, É. R., & Sandoval, L. S. G. (2012). Aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el proceso de exportación. orientado a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de Bucaramanga. *Revista Estrategia Organizacional*, 1(1), 13-17.
- Albarracín, E. J. G., Erazo, S. C. R., & Palacios, F. C. (2014). Influencia de las tecnologías de la información y comunicación en el rendimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas. *Estudios gerenciales*, 30(133), 355-364.
- Arévalo Pacheco, S., & Ramírez Solano, C. D. (2018) Propuesta de diseño de modelo de gestión para la implementación de TIC's en las mipymes de Bogotá.
- Cáceres Báez, N. J. (2015). Mapa Tecnológico Sectorial Para Determinar El Nivel De Apropiación Y Uso De Tic En Las Mipyme Del Departamento De Santander (Doctoral dissertation, Universidad Industrial de Santander, Escuela De Ing. De Sistemas).
- Chaparro Figueredo, R. (2014). Ventajas para las mipymes colombianas de emplear el sistema de gestión de calidad, según la NTC ISO 9001: 2008 y NTC 600.
- García, M. L. S., & Sánchez, B. T. (2013). El uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) industriales mexicanas. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento*, 10(1), 85-104.
- Giraldo, C. A. S., Salazar, O. C., & Rangel, A. N. (2018). Impacto social de la educación financiera Caso: Uniminuto regional Bucaramanga, Santander Colombia. *Revista Boletín Redipe*, 7(1), 116-123.
- Icontec. (23 de 04 de 2018). Certificación NTC 6001, Modelo de Gestión para la pequeña y mediana empresa.
- Iracheta, J. M., Prida, B., & Abarca, C. (23 de 01 de 2000). Metodología práctica para el diseño e implantación de sistemas de la calidad según las normas ISO-9000 en pequeñas y medianas empresas. *Dirección y Organización*.
- Jálabe, A. M., Mora, C. P. V., Giraldo, C. A. S., Suárez, A., & Villamizar, C. (2018). Estudio de los factores de resistencia al cambio y actitud hacia el uso educativo de las TIC por parte del personal docente. *Boletín Redipe*, 7(2), 53-63.
- López, G. M. A. (2015). Uso de las TIC en las PYME del sector industrial del Área Metropolitana de Bucaramanga. *I+ D revista de investigaciones*, 6(2), 125-136.
- Luque Asín, R. (2013). Implementación de las TIC en las mipymes colombianas con actividad comercial.

Martínez Dávila, K. M., & Rodríguez Gutiérrez, J. R. (2018). Uso de las tecnologías de información y comunicación (TICs) para la mejora de la productividad en las pequeñas empresas del sector metalmecánico del rubro de mobiliario metalmecánico de Lima Metropolitana.

Martínez Salazar, M. D. P., & Cardozo Molano, F. (2014). Productividad, innovación y uso de tecnologías de información y las comunicaciones (tic) como factores de desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (mipyme) en Bogotá (Doctoral dissertation, Universidad del Rosario).

Mintic.gov. (25 de 10 de 2016). MinTIC lanza su estrategia para que las Mipyme.

Muñoz Arroyo, M. I. (2017). Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y la participación en el mercado internacional de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector textil y confecciones de Lima Metropolitana— año 2016.

Silva Giraldo CA, Celis Salazar O, Rangel AN (2019). Finanzas Creativas y Nociones en Ciudadanía – Educación Financiera. Editorial EIDEC. Disponible en: <https://www.editorialeidec.com/product/finanzas-creativas-y-nociones-en-ciudadania/>

Villafranco, G. (2017). Sólo 6% de Pymes aprovecha las tecnologías de la información.

Yáñez, C. (05 de 12 de 2008). Sistema de gestión de calidad en base a la norma ISO 9001.