

Acceso a las TIC en las Micro y Pequeñas Empresas sector de extracción y transformación, Municipio de Zihuatanejo de Azueta, Guerrero

Montes, Eusebio & Castro, José Ángel

E, Montes & J. Castro

Universidad Tecnológica de la Costa Grande de Guerrero.
eusebiout@gmail.com

R. Paredes, N. Peña, I. Vacio (eds.) *La Micro y Pequeña Empresa: Un análisis desde la perspectiva económico-administrativa*. Tópicos Selectos de Micro y Pequeñas Empresas -©ECORFAN-San Juan del Río Querétaro, 2016.

Resumen

El objetivo de la investigación acceso a las TIC en las micro y pequeñas empresas sector de extracción y transformación en el municipio de Zihuatanejo de Azueta, es describir el acceso a las TIC como teléfono fijo, acceso a internet, a tener una cuenta bancaria, correo electrónico, tener página web, atención a los clientes vía online, ventas online y facturación electrónica en el sector de extracción y transformación en las micro y pequeñas empresas del municipio. También se plantea conocer el grado de acceso a las TICs por actividad principal en el sector de extracción y transformación en las micro y pequeñas empresas. Precisar en qué actividades principales en el sector de extracción y transformación es mayor el acceso a las TIC. Conociendo las áreas de oportunidad que representan las micro y pequeñas empresas por sus problemas diferenciados y las necesidades que cada una de las empresas tiene en el uso de las TIC se busca contribuir a generar conocimiento en el tema de acceso a las TIC, la importancia de las TIC en las operaciones de los negocios, generar ventajas para ser competitivas, tomar decisiones desde dentro de las empresas e implementar estrategias que incorporen las TIC para mejorar sus procesos, considerando que las micro y pequeños negocios juegan un papel importante en el crecimiento de la economía de las familias y del municipio de Zihuatanejo de Azueta.

Palabras clave: TIC, Micro empresa, Pequeña empresa, extracción y transformación.

Introducción

El tema de las TIC en las micro y pequeñas empresas se puede explicar en el sentido de que la tecnología de la información cubre cualquier tipo de tecnología, nos referimos con esto a cualquier tipo de hardware o técnicas utilizadas para la obtención, procesamiento y presentación de datos utilizados para cualquier empresa para la cual manipula información (Barragán, 2002: 188) Podemos hacer referencia a terminales (equipamiento): ordenador y servidor. Software: de sistema, ofimática, paquetes genéricos y paquetes sectoriales o verticales. Redes de comunicación: redes privadas, intranet, extranet. Tipo de acceso como el modem, banda ancha, móvil. Servicios: World Wide Web, correo electrónico, web corporativa, comercio electrónico.

La importancia de las TIC trasciende en la medida en que las organizaciones, por su tamaño, giro y sector, son capaces de incorporar a su estrategia competitiva, TIC como e-commerce y e-business (Pedraza, Sánchez & García, 2006). Por lo anterior es claro que cuando los empresarios, grandes o pequeños, se lanzan a la búsqueda de mayor productividad, una de las primera soluciones propuestas es comprar o renovar el equipo de cómputo. El mejoramiento técnico, la innovación y la asimilación de la tecnología son vitales en esta época para el éxito de cualquier empresa. Sin tecnología nueva, difícilmente puede haber productos nuevos, y sin éstos, difícilmente puede haber mercados nuevos, Si no se buscan mejoras en el estilo, en la calidad, en la forma de uso, etc., del producto o servicio, no resulta difícil expandirse hacia un mercado nuevo, sino que se corre el riesgo de perder también el mercado original. El empresario en pequeño debe entender de manera consciente el gran esfuerzo que deberá hacer por asimilar y utilizar la tecnología existente en la actualidad, ya que es la única manera de volverse competitivo en el mercado actual y futuro; si no lo hace, deberá comprender que caminará hacia la obsolescencia (Anzola, 2002:54)

La tecnología de la información y la comunicación tiene repercusiones en la economía, sobre todo en lo que se refiere a la productividad, el empleo y el marco de trabajo (Ferrel, O.C. Hirt & Ferrel, L. 2010:118).

Debido a que la tecnología puede extenderse no solo en nuestras relaciones con los proveedores, también con nuestros clientes. Esto permite a la empresa estar al tanto de las operaciones de sus clientes y ofrecer así productos o servicios en el momento preciso (Barragán, 2002: 189).

El presente artículo contribuye al análisis particular en el sector de extracción y transformación de la micro y pequeña empresa en municipio de Zihuatanejo de Azueta, generando conocimiento en el tema de acceso a las TIC, identificando las áreas de oportunidad por el poco acceso a las TIC y la importancia que tienen las TIC en la productividad y competitividad, permitiendo a las empresas tomar las decisiones para mejorar las operaciones en la empresa.

Debido a que cada sector económico presenta problemas diferenciados y necesidades de uso de las TIC por el nivel de operaciones, el estudio se centra únicamente en el sector de transformación y extracción en las micro y pequeñas empresas del municipio de Zihuatanejo de Azueta.

Si se considera que en el Estado de Guerrero, las micro y pequeñas empresas constituyen el 99.6% de las empresas y que emplean al 79.6% de la población económicamente activa. Así mismo en el municipio de Zihuatanejo de Azueta existen 7, 582 empresas de las cuales 7, 503 corresponden a micro y pequeñas empresas. En el municipio la población total es de 118 211, de las cuales el 50.7% está representado por hombres y 49.3% por mujeres. La población económicamente activa se ubica en 77.6% en los hombres, 39.5 en las mujeres. La población ocupada en hombres representa el 95.1%, en las mujeres el 97.9%, la situación de pobreza se ubica en 53.6%. (INEGI, 2014a, Panorama sociodemográfico de Guerrero, 2011; CONEVAL, 2015, INEGI, 2015b, citados en Posadas, Aguilar & Peña, 2016: 351,352-353).

El objetivo general en este artículo es describir el acceso a las TIC por actividad principal en el sector de extracción y transformación en las micro y pequeñas empresas del municipio de Zihuatanejo de Azueta, Guerrero. El objetivo específico es conocer el grado de acceso a las TICs por actividad principal en el sector de extracción y transformación en las micro y pequeñas empresas del municipio de Zihuatanejo de Azueta.

Se busca responder a la pregunta de investigación ¿En qué actividades principales en el sector de extracción y transformación es mayor el acceso a las TIC en las micro y pequeñas empresas?

El presente artículo aborda un marco teórico que se fundamenta con teoría de las TIC con autores como Anzola Rojas, Sérvulo; Arciga Ramírez, Giovanna; Quintana Ugalde, Giovanna & Rueda Cerna, Giovanna; Barragán, Codina, José N., et al.; Bocanegra Gastelum, C; Vázquez Ruiz, M Á; Carrillo, Sósima; Bravo Zanoquera, Loreto María; Bustamante Valenzuela, Ana Cecilia; Ferrell, O.C.; Hirt, Geoffrey A. & Ferrel Linda; Frixione Cerón, Domingo; Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos & Baptista Lucio, Pilar; Lind, Douglas; Marchal, William y Mason, Robert; Müller de la Lama, Enrique; Posada, Rafael; Aguilar, Oscar; & Peña, Nuria; Pedraza Melo, Sánchez Aldape y García Fernández; Saavedra García, M L; Tapia Sánchez, B. Se considera un marco metodológico el cual comprende la estrategia metodológica a seguir en la investigación definiendo un estudio transversal descriptivo, el instrumento de recopilación de información, la población y muestra, la recolección y tratamiento de la información. También se contemplan la presentación de los resultados siempre referenciando a las gráficas que permite hacer su análisis al acceso de las TIC y la conclusión que se relacionan con el acceso a las TIC de las micro y pequeñas empresas en el sector de extracción y transformación en sus actividades específicas. Finalmente se incluyen las referencias bibliográficas en el sentido de que cada cita en el marco teórico debe incluir su referencia bibliográfica.

Marco teórico

Para tener éxito en una economía cada vez más globalizada y con un alto nivel de competitividad, las empresas necesitan desarrollar nuevas ideas y trasladarlas a sus estrategias empresariales, para aprovechar las oportunidades de negocio que genera el mercado. Bajo este escenario, en diversos países en vías de desarrollo consideran que el futuro de las empresas está en el incremento de la inversión, en la capacidad y conocimiento de la economía, la creación de un ambiente favorable para la rápida adopción de las nuevas ideas y de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) como una nueva oportunidad de los negocios (Achrol & Kotler, 1999; Vilaseca, 2003; Barba-Sánchez et al., 2007, citados en Arciga, Asdrúbal & Rueda, 2016: 2177).

Tecnología de la información.

La revolución de la información está afectando la competencia desde tres aspectos:

Cambia la estructura de la industria y altera las reglas de la competencia.

Crea ventajas competitivas, otorgando a las empresas nuevas formas de vencer a sus rivales.

Crea nuevos negocios dentro de los existentes, frecuentemente dentro de las propias operaciones de la compañía.

Lo anterior nos permite visualizar la importancia de las TIC en las organizaciones, dado que tales tecnologías no solo afectan la forma como se realizan las actividades individuales, sino que también mediante nuevos flujos de información han mejorado de modo significativo la habilidad de explotación en los enlaces entre las actividades dentro y fuera de la organización (Porter & Miller, 1985, citados en Saavedra & Tapia, 2013: 87-88)

Tecnología de la información.

La revolución de la información está afectando la competencia desde tres aspectos:

Cambia la estructura de la industria y altera las reglas de la competencia.

Crea ventajas competitivas, otorgando a las empresas nuevas formas de vencer a sus rivales.

Crea nuevos negocios dentro de los existentes, frecuentemente dentro de las propias operaciones de la compañía.

Lo anterior nos permite visualizar la importancia de las TIC en las organizaciones, dado que tales tecnologías no solo afectan la forma como se realizan las actividades individuales, sino que también mediante nuevos flujos de información han mejorado de modo significativo la habilidad de explotación en los enlaces entre las actividades dentro y fuera de la organización (Porter & Miller, 1985, citados en Saavedra & Tapia, 2013: 87-88).

El impacto de las TIC en el desempeño de la empresa.

Las vías por las cuales las TIC ayudan a mejorar el desempeño en las empresas son cuatro: automatización, accesibilidad a la información, costos de transacción y procesos de aprendizaje.

Automatización: Influye sobre los procesos rutinarios. El aumento más que proporcional en la eficiencia respondería a la relación que surge a partir de la posibilidad de disminuir el trabajo humano directo, al tiempo que se generan registros. La posibilidad de acceder a información relevante y precisa con un costo bajo y en tiempo real permite tomar decisiones con la ayuda de una gran variedad de datos. La información se puede transmitir de manera instantánea y a bajo costo, reduciendo los costos de coordinación tanto al interior como al exterior de la empresa. Los ambientes virtuales y modelos de simulación facilitan el aprendizaje y reducen los costos (Pierano & Suárez, 2006, citados en Saavedra & Tapia, 2013: 88-89)

Las TIC en la pequeña empresa.

“La discusión ya no se centra en si las TIC proporcionan ventajas competitivas sostenibles, sino en cómo la pequeñas empresas pueden incorporarlas para competir” (Ríos, Toledo, Campos & Alejos 2009, citados en Saavedra & Tapia, 2013: 89) Queda claro que “las tecnologías de la información y la comunicación se utilizan como instrumentos o medios para la automatización en el producto o el proceso de producción, o bien como tecnología de vigilancia o control del proceso de trabajo” (Organización Internacional del Trabajo, 2003:11, citados en Bocanegra & Vázquez, 2010: 201).

Es importante señalar que “las tecnologías de la información van más allá de lo que es el ordenador, incluyen también los aparatos de reconocimiento de datos, (lector óptico), tecnologías de la comunicación (TV, radio, Internet) y la automatización de la producción” (Porter, 1999:82, citados Bocanegra & Vázquez, 2010: 201) “La tecnología de la información cubre cualquier tipo de tecnología, nos referimos con esto a cualquier tipo de hardware o técnicas utilizadas para la obtención, procesamiento y presentación de datos utilizados para cualquier empresa para la cual manipula información” (Barragán, et al, 2002: 188) “Las repercusiones de las tecnologías de la información y la comunicación en la economía son muchas, sobre todo en lo que se refiere a la productividad, el empleo y el marco de trabajo” (Ferrel, Hirt & Ferrel, 2010:118) “Un cambio empresarial importante en el uso de la tecnología consiste en analizar constantemente la nueva tecnología, ya que permite atender las necesidades latentes del cliente y no solo sus necesidades conocidas” (Müller, 2005:157)

Para que una empresa pueda ser productiva, necesita contar con personal productiva, a su vez la productividad puede ser aumentada con el uso de algunas herramientas que la tecnología nos ha proveído, como son las computadoras, fax, copiadoras, teléfonos celulares, etc. La tecnología puede extenderse no solo en nuestras relaciones con los proveedores, también con nuestros clientes. Esto permite a la empresa estar al tanto de las operaciones de sus clientes y ofrecer así productos o servicios en el momento preciso.

Una alternativa reciente para las PYMES respecto a su situación competitiva a la luz de los procesos de globalización, es la utilización del Internet como canal principal que permita la expansión de sus mercados. Las herramientas sugeridas son los esquemas de e-busines y de commerce, los cuales parece ser que en bastante ocasiones se utilizan como sinónimos (Barragán, et al, 2002 : 189, 194, 223)

Algunos negocios aun no entienden lo importante que es el uso de las tecnologías, lo que no les permite crecer como empresa y poder desarrollarse de una manera más eficiente en el mercado, con lo que están perdiendo la oportunidad de obtener mayores ganancias y obtener más clientes. Asimismo refiere que los sistemas de información basados en la aplicación de tecnologías son de gran utilidad para cualquier empresa, no importando el giro de esta ya que la finalidad de estos es recopilar, integrar, analizar y dispersar información interna y externa de manera eficaz y eficiente (Alonso, 2008, citado en Carrillo; Bravo; Bustamante, 2013:3062)

Las micro y pequeñas empresas constituyen un elemento muy importante para el crecimiento sostenible en las economías de los países menos desarrollados; y en la medida que se inserten programas de ajuste estructural, en muchos casos habrá una necesidad de generar empleos a bajos costos. Por tanto, la importancia del sector de la pequeña empresa, viene a ser cada vez más relevante, puesto que esta categoría de negocios es la que ofrece el potencial más grande para la creación de este tipo de empleos (Benavidez, citado en Frixione, 2004:7)

Método

Estudio transversal descriptivo.

La investigación corresponde a un estudio transversal ya que se recolectó la información del acceso a las TIC en las micro y pequeñas empresas en un tiempo único, es decir fue una sola vez en el año 2015. Se utilizó un enfoque cuantitativo en el cual a través del análisis descriptivo se describe el acceso a las TIC por actividad principal en el sector de extracción y transformación en las micro y pequeñas empresas.

Instrumento de recopilación de información.

Se utilizó un instrumento diseñado en 2014 para ser utilizado en el estudio Análisis Sistémico de las Micros y Pequeñas empresas en México (Posada, Aguilar & Peña, 2016), el instrumento cuenta con 212 ítems entre ellos algunas preguntas que no corresponden con una escala. Para el estudio acceso a las TIC en el sector de extracción y transformación en las micro y pequeñas empresas en el municipio de Zihuatanejo de Azueta, Guerrero, del instrumento antes mencionado se utilizaron 9 preguntas mismas que permiten describir el acceso a las TIC en las micro y pequeñas empresas desde la perspectiva del director de la organización, mismo que se solicitó valorara las TIC de la organización en el sector de extracción y transformación de las empresas. Quién mejor que el propietario de un negocio puede y debe conocerla salud o estado del funcionamiento del mismo (Frixione, 2004: 14) Se calculó el coeficiente alfa de Cronbach. El resultado para los ítems dicotómicos de si o no fue de 0.830. Para calcular el coeficiente de Alfa de Cronbach se usó el software SPSS Statistisc.

Población y muestra.

De una población de 7,507 micro y pequeñas empresas en el municipio de Zihuatanejo de Azueta se determinó una muestra mínima de 366 unidades económicas (INEGI, 2015). Para calcular la muestra mínima se usó el software Decision Analyst STATSTM 2.0, mismo que se acompaña en la obra metodología de la investigación (Hernández, Fernández & Baptista 2010). Se trabajó con la fórmula de tamaño de muestra de análisis de proporción poblacional con valor $p=0.50$, para obtener la muestra más grande (384) con una confiabilidad de 95% y un error de 5% (Lind, Marchal & Mason, 2004: 320). La fórmula que se empleo fue:

$$n = p(1-p) \left(\frac{z}{E} \right)^2 \quad (1)$$

Recolección y tratamiento de la información.

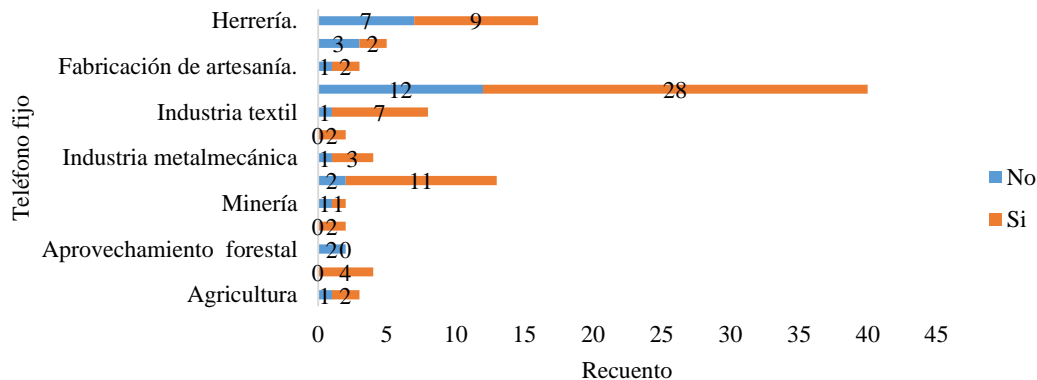
Se trabajó con 540 encuestas y se procesaron 406 encuestas para el sector de extracción y transformación. Mientras que para las TIC teléfono fijo, acceso a internet 436, cuenta bancaria, correo electrónico, página web, atención a clientes online, ventas online, acceso al banco por internet, factura electrónica se procesaron 436 encuestas. El muestreo corresponde a un estudio probabilístico y pretendiendo ser un estudio exploratorio, capacitando a 180 estudiantes para que aplicaran el instrumento de recolección de datos.

La información se encuentran en un archivo CSV (delimitado por comas), este mismo archivo se importó desde el software estadístico SPSS para tener tablas de distribución de frecuencias. Se trabajó con la estadística descriptiva, se presentaron los resultados a través de gráficas generadas en Excel, se discutieron los resultados y se dio la conclusión.

Resultados

Para describir el acceso a las TIC en las principales actividades del sector de extracción y transformación se presentan los resultados observando en el gráfico 1 que el 70% de las micro y pequeñas empresas tienen teléfono fijo en sus negocios, en este mismo sector las empresas que tienen más acceso un teléfono fijo representan el 27% de las empresas en la actividad de la industria de alimentos, en menor porcentaje lo encontramos en la actividad de minería en un 1%.

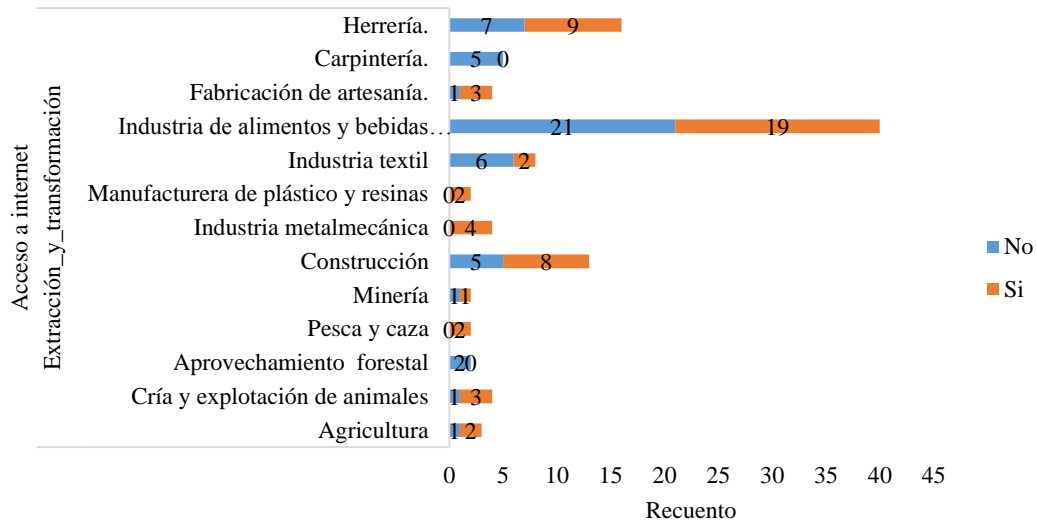
Gráfico 1 Acceso a teléfono fijo en el negocio



Fuente: Elaborado con datos de la investigación

Las micro y pequeñas empresas del sector de extracción y transformación que tienen el servicio de internet en sus negocios corresponden a un 53% como se muestra en el gráfico 2, en este mismo sector los negocios que más tienen acceso a internet es el 18% de las empresas en la actividad de la industria de alimentos, en menor porcentaje se encuentra en la actividad de minería 1%.

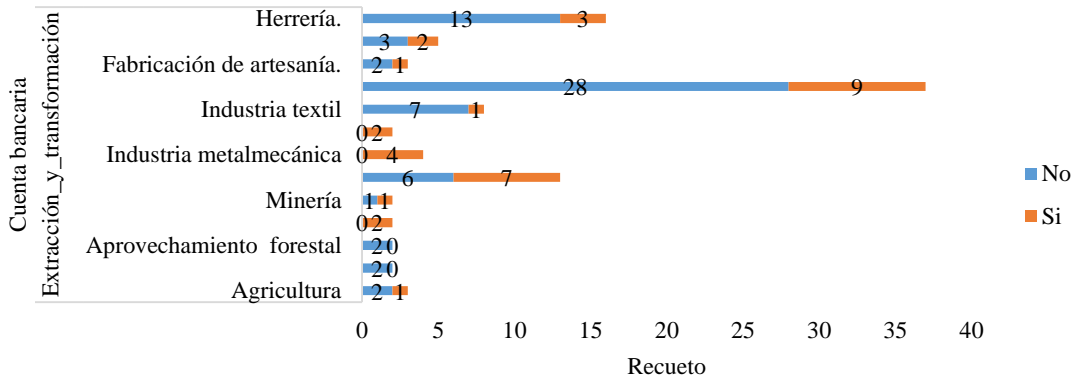
Gráfico 2 Acceso al internet



Fuente: Elaborado con datos de la investigación

El gráfico 3 muestra el 33% de las micro y pequeñas empresas del sector de extracción y transformación poseen cuentas bancarias, de estas empresas las que más tienen cuentas bancarias corresponden a 9% de los negocios en la actividad de la industria de alimentos, en menor porcentaje lo encontramos en la actividad de minería, agricultura y la industria textil en un 1% respectivamente.

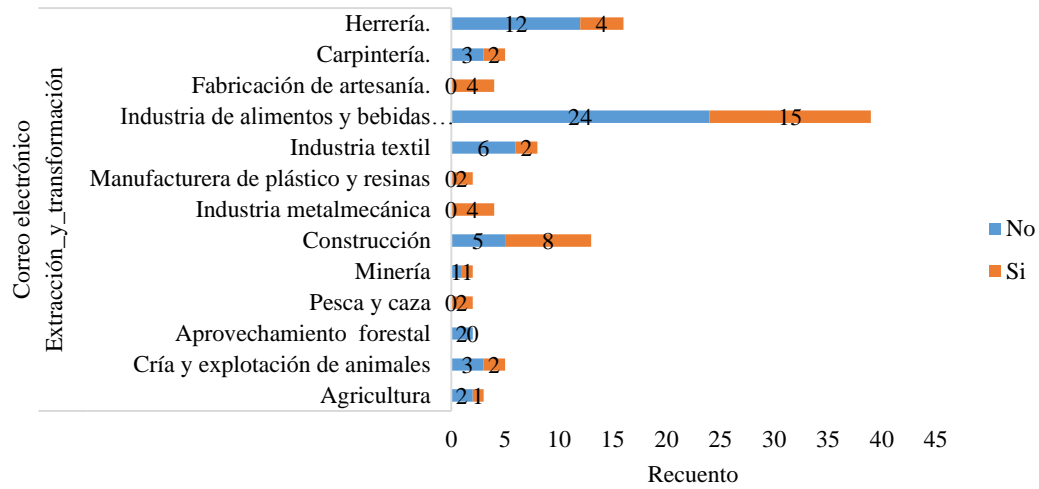
Gráfico 3 Cuentas bancarias



Fuente: Elaborado con datos de la investigación

Las micro y pequeñas empresas del sector de extracción y transformación que tienen correo electrónico para sus negocios se ubican en 45% de acuerdo a el gráfico 4, de estas micro y pequeñas empresas las que más tienen correo electrónico es el 14% de los negocios en la industria de alimentos, en menor porcentaje lo encontramos en la actividad de minería y agricultura en un 1% respectivamente.

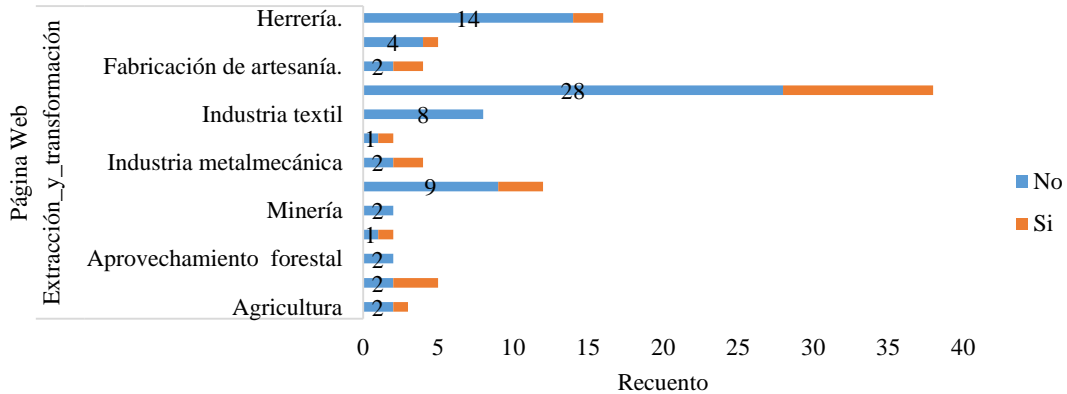
Gráfico 4 Correo electrónico



Fuente: Elaborado con datos de la investigación

Las micro y pequeñas empresas del sector de extracción y transformación un 25% de los negocios tienen página web para sus negocios según se muestra en el gráfico 5, de estas las que más tienen acceso a una página web representan el 10% de los negocios en la actividad de la industria de alimentos, en menor porcentaje lo encontramos en la actividad de agricultura, pesca y caza, manufactura de plástico y resinas, carpintería en un 1% respectivamente.

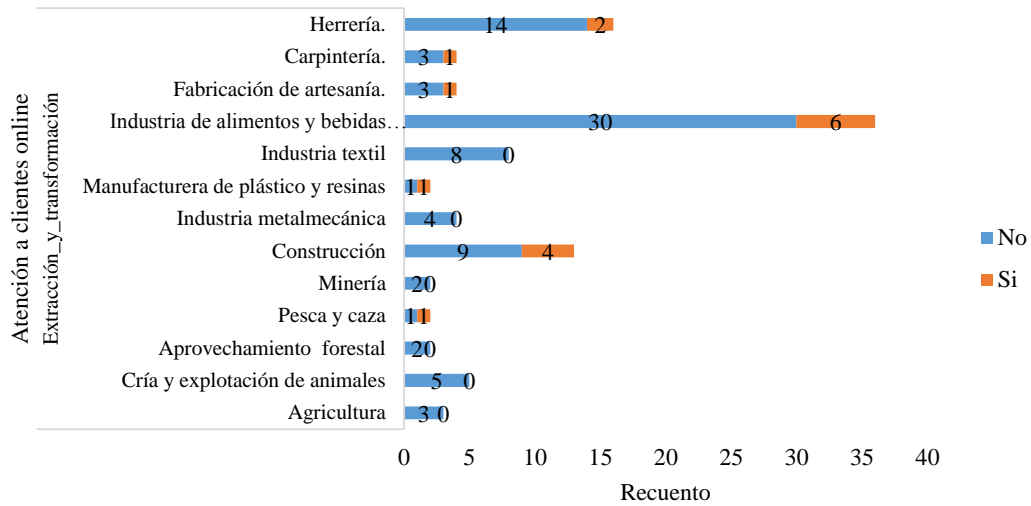
Gráfico 5 Acceso a página Web



Fuente: Elaborado con datos de la investigación

Las micro y pequeñas empresas del sector de extracción y transformación que ofrecen atención a sus clientes vía online corresponde al 16% de acuerdo a el gráfico 6, de estas las que ofrecen atención a sus clientes online es el 6% de las empresas en la actividad de la industria de alimentos, en menor porcentaje lo encontramos en la actividad de pesca y caza, manufactura de plástico y resina, fabricación de artesanías y carpintería en un 1% respectivamente.

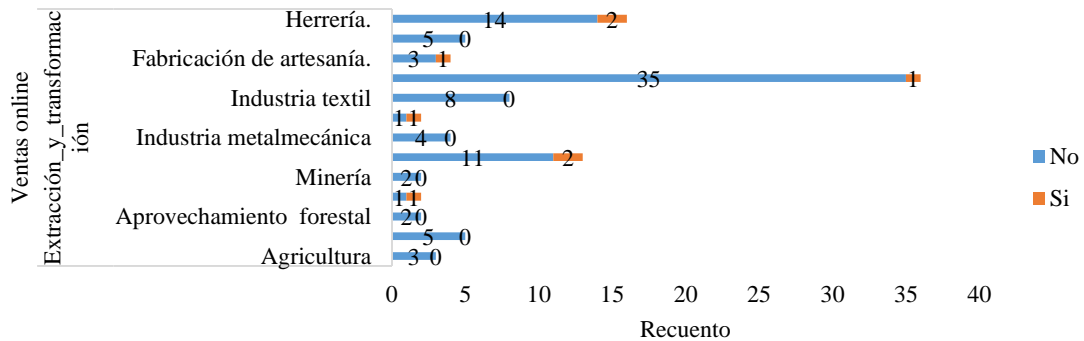
Gráfico 6 Atención a clientes online



Fuente: Elaborado con datos de la investigación

Se observa en el gráfico 7 que las micro y pequeñas empresas del sector de extracción y transformación tienen acceso a las ventas online ascienden a 8%, de estas las que realizan ventas online sólo el 2% de las empresas en las actividades construcción y herrería, en menor porcentaje realizan ventas online son las actividades de pesca y caza, manufactura de plástico y resina, industria de alimentos y bebidas, fabricación de artesanías en un 1% respectivamente.

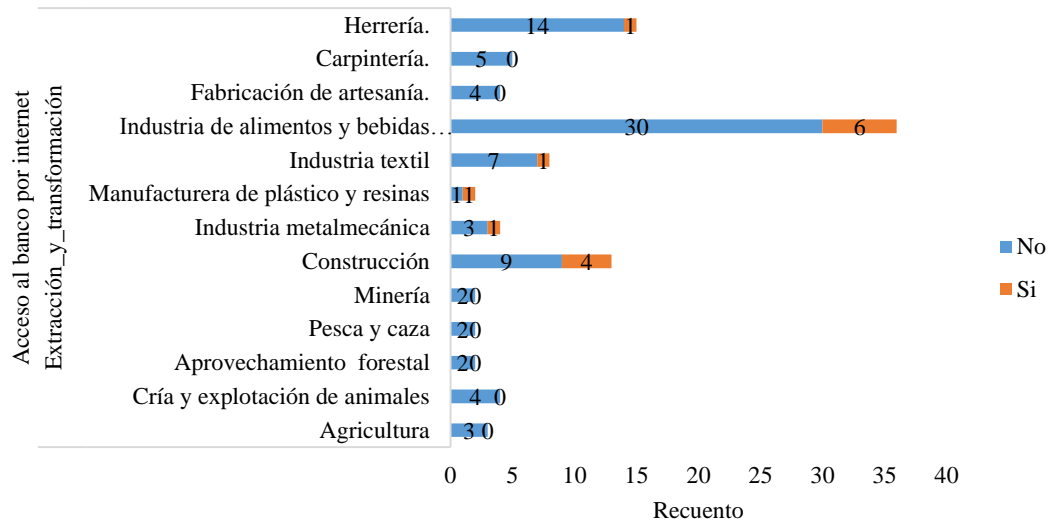
Gráfico 7 Ventas online



Fuente: Elaborado con datos de la investigación

Las micro y pequeños negocios en el sector de extracción y transformación tienen acceso a la banca por internet representando el 14% según podemos ver en el gráfico 8, de estas las que tienen acceso al banco por internet es el 6% de las empresas en la actividad de la industria de alimentos, en menor porcentaje tienen acceso al banco por internet es la actividad de industria metal mecánica, manufacturera de plástico y resinas, industria textil y herrería en un 1% respectivamente.

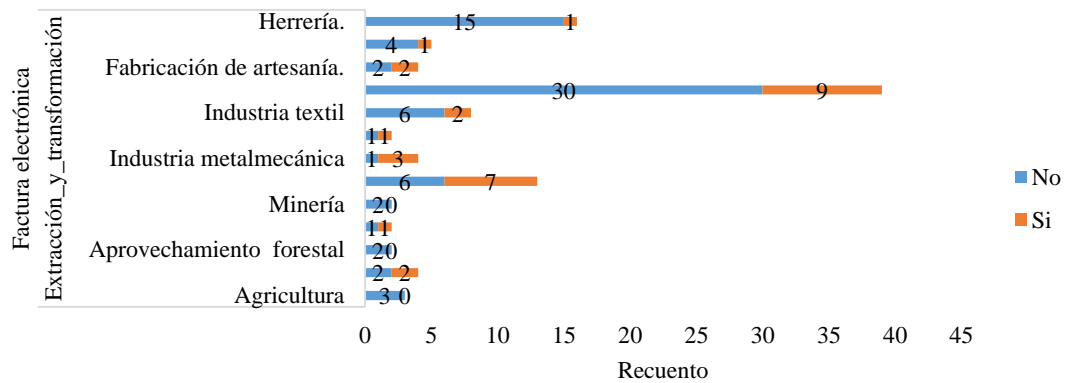
Gráfico 8 Acceso al banco por internet



Fuente: Elaborado con datos de la investigación

Finalmente el gráfico 9 muestra que 28% de las micro y pequeñas empresas del sector de extracción y transformación tienen acceso a las TIC para poder generar sus facturas electrónicas, de estas las que tienen acceso a esta TIC es el 9% de los negocios en la actividad de la industria de alimentos, en menor porcentaje tienen acceso a internet es la actividad de pesca y caza, manufactura de plástico y resina, carpintería en un 1% respectivamente.

Gráfico 9 Acceso a las TIC factura electrónica



Fuente: Elaborado con datos de la investigación

Discusión

Las micro y pequeñas empresas en el municipio de Zihuatanejo de Azueta se caracterizan por presentar accesos bajos a las TIC. Esta situación la podemos ver en el acceso a tener un teléfono fijo en sus negocios, sólo el 70% de los negocios en el sector de extracción y transformación puede tenerlo, un 30% de los negocios en este mismo sector no tiene teléfono fijo.

El acceso al servicio de internet es muy bajo sólo 53% de las micro y pequeñas empresas en sector de extracción y transformación tienen internet, el 47% de los negocios no lo tienen. Tener una cuenta bancaria en los micro y pequeños negocios sólo asciende en un 33% de aquellos negocios que si pueden hacerlo 47% de los negocios no tiene una cuenta bancaria.

El acceso a tener un correo electrónico representa un dato bajo 45% de las micro y pequeñas empresas que si pueden acceder a esta TIC, 55% de los negocios no lo tienen el acceso a un correo electrónico. Tener una página web no es para todos los micro y pequeñas empresas esto corresponde sólo para el 25% de las empresas que si lo pueden tener, el 75% de los negocios no tienen un correo electrónico para el negocio.

Atender a los clientes vía online en los micro y pequeños negocios es un dato bajo 16% de los negocios lo vienen haciendo como resultado del acceso a las TIC, 84% de los negocios no acceden a este tipo de TIC atender a sus clientes vía online. No todos los negocios tienen acceso a la banca por internet únicamente el 14% de las empresas lo viene haciendo, 86% de los negocios no tiene acceso a la banca por internet.

Facturar electrónicamente no es un acceso para todas los micro y pequeños negocios solo es realizado por un 28% de los negocios, 72% de los negocios no tienen acceso a las TIC para facturar electrónicamente. Aunque el acceso es bajo a tener un teléfono fijo, al acceso a internet, a tener una cuenta bancaria, a poseer un correo electrónico, a tener una página web, a atender a los clientes vía online, en las micro y pequeñas empresas se observa una tendencia en el sector de extracción y transformación, particularmente en la actividad de la industria de alimentos es donde más se concentra relativamente el acceso a las TIC tienen teléfono fijo, 27% de las empresas así lo hacen; acceso a internet 18% de las empresas lo tienen; tener una cuenta bancaria 9% de las empresas la poseen; tener un correo electrónico 14% de las empresas lo tienen; tener una página web 10% de los negocios lo tienen y atender a los clientes vía online 6% de las empresas lo realizan.

En menor grado encontramos el acceso a tener un teléfono fijo, a internet, a una cuenta bancaria, a un correo electrónico, a una página web, atender a los clientes vía online, esto se manifiesta en un 1% muy en especial en las actividades de minería, agricultura y la industria textil, pesca y caza, manufactura de plástico y resinas, carpintería, fabricación de artesanías, industria metalmeccánica. Realizar ventas online solo es realizada por el 8% de los negocios contrastando con el 53% de las empresas que tienen acceso a internet. Ligeramente en un 2% en la actividad de construcción y herrería realizan ventas online y en menor grado en las actividades de pesca y caza, manufactura de plástico y resina, industria de alimentos y bebidas, fabricación de artesanías en un 1%.

Conclusiones

El mayor acceso a las TIC las encontramos en las actividades de la industria de alimentos 27% de las empresas tienen acceso al teléfono fijo, 18% tiene acceso a internet, 9% de las empresas tiene cuenta bancaria, 14% de las empresas tienen correo electrónico, 10% de las empresas tienen página web y 6% de las empresas atienden a sus clientes vía online. Los negocios en la actividad de construcción y herrería 2% de ellos llevan a cabo ventas online.

Referencias

- Anzola Rojas, S. (2002). Administración de la pequeña empresa. México: McGraw Hill.
- Arciga Ramírez, G.; Quintana Ugalde, G. & Rueda Cerna, G. (2016). Las Ciencias Administrativas como Factor Detonante en la Gestión e Innovación Empresarial. El uso de las Tics como Factor de Competitividad en las Microempresas (pp. 2175-2180). Recuperado desde <http://www.fcca.umich.mx/micrositio/6CongresoInter/Libro2016.pdf>
- Barragán, Codina, J.N., et al. (2002). Administración de las pequeñas empresas y medianas empresas. Retos y problemas ante la nueva economía global. México: Trillas.
- Bocanegra Gastelum, C; Vázquez Ruiz, M Á; (2010). El uso de tecnología como ventaja competitiva en el micro y pequeño comercio minorista en Hermosillo, Sonora. Estudios Fronterizos, 11() 207-229. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=53015788008>
- Carrillo, S.; Bravo Zanoguera, L.M.; Bustamante Valenzuela, A.C. (2013). Análisis Organizacional, Política Científica y Desarrollo Tecnológico. El Impacto del Factor Tecnológico en la Continuidad de las MiPyMEs. (pp. 3056-3068). http://www.fcca.umich.mx/congreso/4to_congreso/libro.pdf
- Ferrell, O.C.; Hirt, Geoffrey A. & Ferrel L. (2010). Introducción a los negocios en un mundo cambiante. México: McGraw Hill.
- Frixione Cerón, D. (2004). Autodiagnóstico de pequeñas y medianas empresas. México: Limusa.
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill.
- Lind, D.; Marchal, W. & Mason, R. (2004). Estadística para Administración y Economía. México: Alfaomega.
- Müller de la Lama, E. (2005). Empresas efectivas, familias afectivas. Un enfoque para abordar la problemática de las empresas familiares de hoy. México: Trillas
- Posada, R.; Aguilar, O.; & Peña, N. (2016). Análisis sistémico de la micro y pequeña empresa en México. México: Pearson educación.
- Pedraza Melo, Sánchez Aldape y García Fernández: "La importancia de la adopción de tic en las PYMES mexicanas" en Observatorio de la Economía Latinoamericana, Número 66, agosto 2006. en <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/index.htm>
- Saavedra García, M L; Tapia Sánchez, B; (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() 85-104. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82326270007>.