

Incorporación de las TIC a los escenarios de emprendimiento para generar una cadena de valor en la creación de servicios online

ICT into entrepreneurial scenarios to generate a value chain in the creation of online services

Isbelia Karina RINCÓN ¹; Sir Alexci SUAREZ Castrillon ²; Albert Miyer SUAREZ Castrillon ³

Recibido: 31/05/2018 • Aprobado: 15/07/2018 • Publicado: 11/11/2018

Contenido

1. Introducción
2. Metodología
3. Resultados
4. Conclusiones

Referencias bibliográficas

RESUMEN:

La presente investigación determinó la incidencia de las nuevas tecnologías en el desarrollo y puesta en marcha de empresas que prestan sus servicios online, partiendo de la hipótesis de trabajo en la cual el fomento y desarrollo de la internet, ha hecho que los emprendedores integren sus ideas de creación de empresas, por ello se realizó un estudio descriptivo con perspectiva mixta, aplicando instrumentos cuantitativos y cualitativo. Los resultados denotan un crecimiento sustancial de nuevos emprendedores para ofrecer sus servicios.

Palabras clave: Emprendimiento, Empresa, Servicios Online, TIC, Web.

ABSTRACT:

This research determined the incidence of new technologies in the development and implementation of companies that provide their services online, starting from the hypothesis of work in which the promotion and development of the internet, has made entrepreneurs integrate their ideas of creation of companies, for that reason a descriptive study with mixed perspective was realized, applying quantitative and qualitative instruments. The results indicate a substantial growth of new entrepreneurs to offer their services.

Keywords: Entrepreneurship, Enterprise, Online Services, ICT, Web.



1. Introducción

Las presiones de la globalización y los consiguientes cambios estructurales en las

economías, han llevado a una serie de esfuerzos por establecer diversas políticas alrededor del mundo para promover el desarrollo de empresas que presten sus servicios Online.

Gobierno y organizaciones en numerosos países han buscado generar cambios en las cadenas de valor para la creación de empresas, que utilicen y pongan en práctica la TIC (Gibb y Hannon, 2014).

Las TIC son un conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (hardware y software), soportes de la información y canales de comunicación, relacionada con el almacenamiento, procesamiento y transmisión digitalizados de la información de forma rápida en grandes cantidades (González, 2016). Los rasgos distintivos de estas tecnologías hacen referencia a la inmaterialidad, interactividad, instantaneidad, innovación, elevados parámetros de calidad de imagen y sonido, digitalización, influencia más sobre los procesos que sobre los productos, automatización, interconexión, y diversidad (Cabrerero, 2017).

Teniendo en cuenta lo anterior, los procesos de globalización y liberación de los mercados, acrecentados por la era digital y por la revolución de las TIC, ha venido gestado una nueva dinámica de las economías, los mercados y los estados, generando nuevas relaciones, en las cuales los procesos de emprendimiento, se empiezan a concebir como el motor de desarrollo económico y la manifestación del cambio social de un país (Rosa y Bowes, 2015).

Según Castells et al. (2017), implementar las TIC al campo económico, es integrar diferentes culturas y paradigmas que dan vía a modelos empresariales dinámicos e interactuantes, a diferencia de los modelos de empresas tradicionales. Desde esta nueva comprensión, las herramientas TIC no son complementos a la actividad humana, son transformadas y su apropiación define los procesos evolutivos de los seres humanos, cuyas habilidades empresariales, han revolucionado los mercados mundiales, las relaciones sociales, las prácticas y comportamientos culturales.

La Investigación realizada por Ramírez y Tognato (2011), presenta un panorama sobre el abordaje de los procesos de emprendimiento tecnológicos, los cuales han generado unas transformaciones significativas a partir del diseño e implementación de la plataforma web 2.0 que promocionan y fortalecen este tipo de empresas; así mismo, se indica que internet y el emprendimiento, es un factor de cambio en la economía y todo el tiempo este tipo de empresas requieren de reingeniería.

2. Metodología

La presente investigación pretendió determinar la incidencia de las TIC en el desarrollo y puesta en marcha de empresas que prestan sus servicios en online, partiendo de la hipótesis de trabajo en la cual el fomento y el desarrollo de la internet, ha hecho que los emprendedores integren sus ideas de creación de empresas web, por ello se abordó la metodología de trabajo estudio descriptivo desde una perspectiva mixta (Sampieri, 2014), aplicando instrumentos cuantitativos para establecer los niveles de competencia que tiene los empresarios online, a su vez se implementaron instrumentos cuantitativos para medir la frecuencia, varianza, media de la utilización de las TIC en el desarrollo y puesta en marcha de empresas con servicios online y así se halló las correlaciones establecidas en el marco teórico, todo ello para cuantificar y diferenciar los datos obtenidos aplicando el programa SPSS 15.5 para Windows (IBM, 2015) .

Los instrumentos cualitativos se aplicaron a partir de una revisión documental y de resultados obtenidos en el centro de emprendimiento de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, la aplicación de una entrevista estructurada a los emprendedores con empresas online (Arias y Jaimes, 2012) aplicado en línea, basado en la escala de Likert y diarios de campo para reflexionar sobre el uso e incorporación de las TICS en las nuevas empresas, todo ello en dos momentos diferenciados: el primer momento a los emprendedores año 2017 con quienes se inicia el proceso y los emprendedores año 2016 quienes ya han constituido sus empresas online. Segundo momento: a los empresarios de 2015, a fin de correlacionar la información.

La información se cruzó y a partir de ello se elaboraron cuadros de comparaciones frente a

los desempeños, uso de la información y grados de comprensión del objeto de estudio, contrastando los resultados obtenidos a fin de conceptualizar sobre el impacto del uso de las TIC en empresas que prestan sus servicios online. El Universo determinado es una población de 20 emprendedores, todos vinculados al centro de emprendimiento. Para seleccionar la muestra se estableció un muestreo seleccionado, solo aquel emprendedor que este creando o tengan empresas que presten su servicio web.

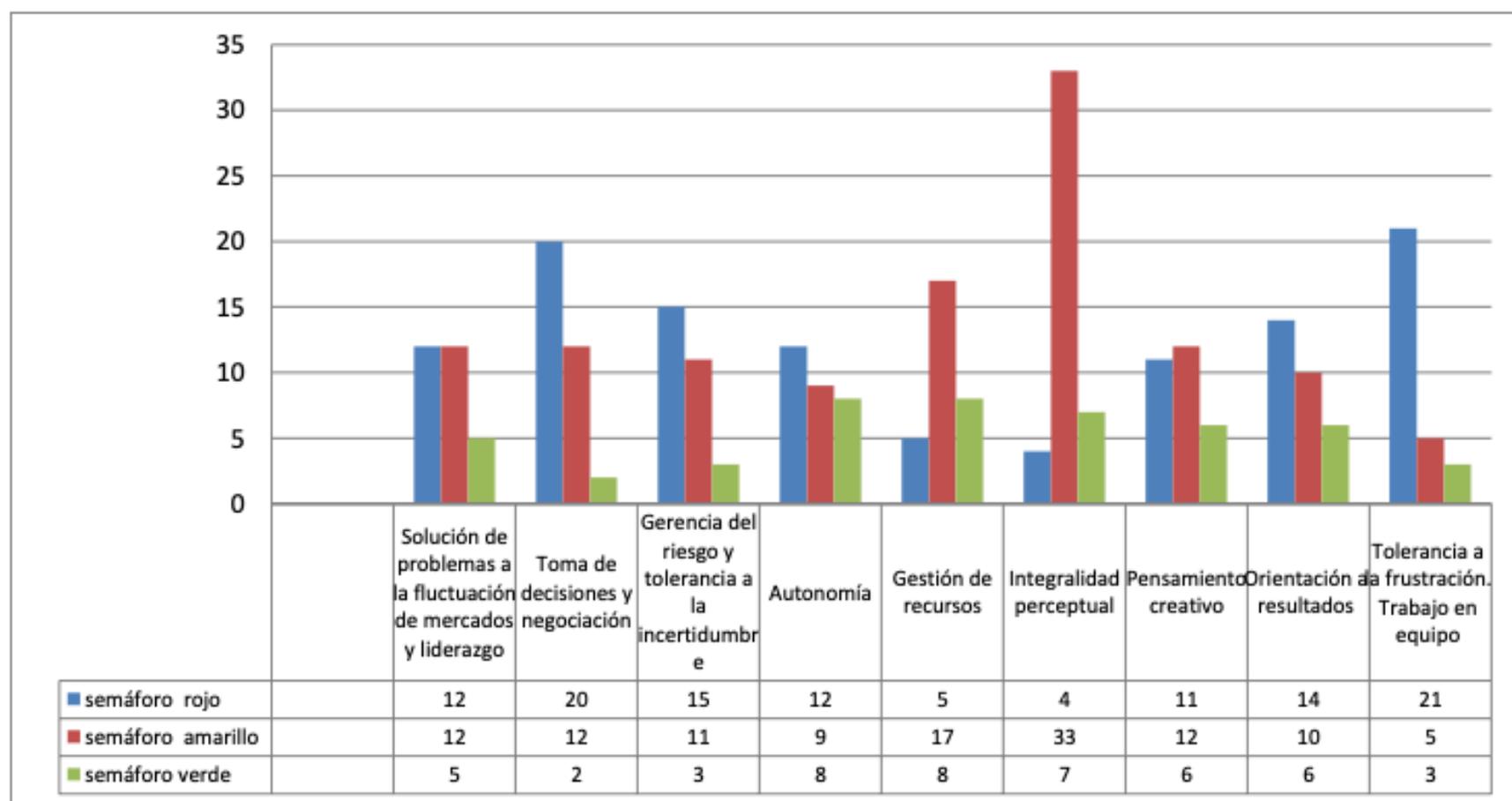
En otras palabras, para la selección de la muestra se asume la conceptualización de selección basada en criterios, selección deliberada a fin de poseer un espectro amplio de calidad de la información (Maxwell, 2012).

3. Resultados

Con el fin de presentar un estado del arte de los procesos de competencias transversales en los emprendedores que están iniciando sus empresas online se aplica una adaptación al test Prueba de Emprendimiento (Arias y Jaimes, 2012), que mide, a partir de una escala de Likert, las actitudes, creencias y paradigmas de los empresarios frente a situaciones emprendedoras las cuales reflejan los desarrollos de actitudes y niveles de competencias transversales.

Figura 1

Relación Media entre categorías establecidas y escala tipo Likert del cuestionario Prueba de Emprendimiento adaptado de Arias y Jaimes (2012).



Fuente: Construcción propia. Cuestionario aplicado a los nuevos empresarios de 2017.

En el estudio exploratorio se encontró que el 33 % de los nuevos empresarios, se ubican en las categorías de semáforo rojo y semáforo amarillo, acorde a la escala utilizada por Arias y Jaimes (2012). Los nuevos emprendedores que se ubicaron en la categoría de semáforo rojo: eran personas que entran en conflicto consigo mismas cuando se le delegan responsabilidades, no asumen riesgos, presentan dificultad para enfrentar nuevas situaciones, no asumen responsabilidades propias, no concretan sus planes, son conservadores.

Las personas que se ubicaron en la categoría de semáforo amarillo eran: personas más equilibradas, tienen a sopesar las situaciones, no les gusta asumir riesgos, ni asumir liderazgos, que no sean calculados y no terminan sus proyectos. Quienes se ubicaron en el semáforo verde (para el caso el 25% de los estudiantes), habían desarrollado un nivel de competencias que le permiten exhibirlas, al asumir la responsabilidad de enfrentar crisis, asumir liderazgos, pensar de modo divergente, asumir riesgos controlados, generar procesos

de planificación y ejecución necesarios para la vida, cree que todo proceso genera oportunidades y aprendizajes para la vida, entre otros (Arias, 2016).

La tabla comparativa uno, muestra los resultados de tres indicadores de triangulación y comparación de la información: el primero, el cuestionario en línea, aplicado a los emprendedores del 2015, el segundo, el cuestionario aplicado a los mismos emprendedores, pero con un madurez en el 2016, que aparece con el nombre de promedio, permite el mayor contraste al denotar el promedio general obtenido de todas las personas que ingresan a aplicar la prueba, estos resultados los aporta el test de perfil emprendedor (CEAJE) acorde a las pruebas que se aplican en su portal.

Tabla 1
Triangulación de resultados de Test de competencias emprendedoras
CEAJE aplicado en 2015, 2016 y resultados promedio.

Competencias emprendedoras	CEAJE 2015	CEAJE 2016	Promedio CAJE
Liderazgo	11,7222	44,81666667	12,666665
Tolerancia a la frustración	13,9995	37,6	18,94444
Gestión de recursos	14,4995	38	17,5
Negociación, toma de decisiones	15,111	37,05	16,5
Creatividad	5,33333	37,38333334	16,8333
Trabajo en Equipo	11,66665	43,71666665	13,886665
Gestión del Riesgo	17,111	38,21666667	18,666665
Visión de Negocio	10,1111	38,11666667	19,722
Necesidad de independencia aut	10,0005	42,45	11,16665
Resolución de problemas	11,16665	40,65	13,8885
Comunicación	5,5	40,56666667	11,16665
Capacidad de aprendizaje, integ	14,499995	39,31666667	13,1111
Orientación de resultados	17,8333	39,46666667	19,5
Proactividad	16,2222	33,58333334	19,111111

De acuerdo con los resultados presentados en la tabla 1, sobre triangulación, se puede inferir que el emprendimiento, genera procesos de desarrollo de las competencias emprendedoras transversales.

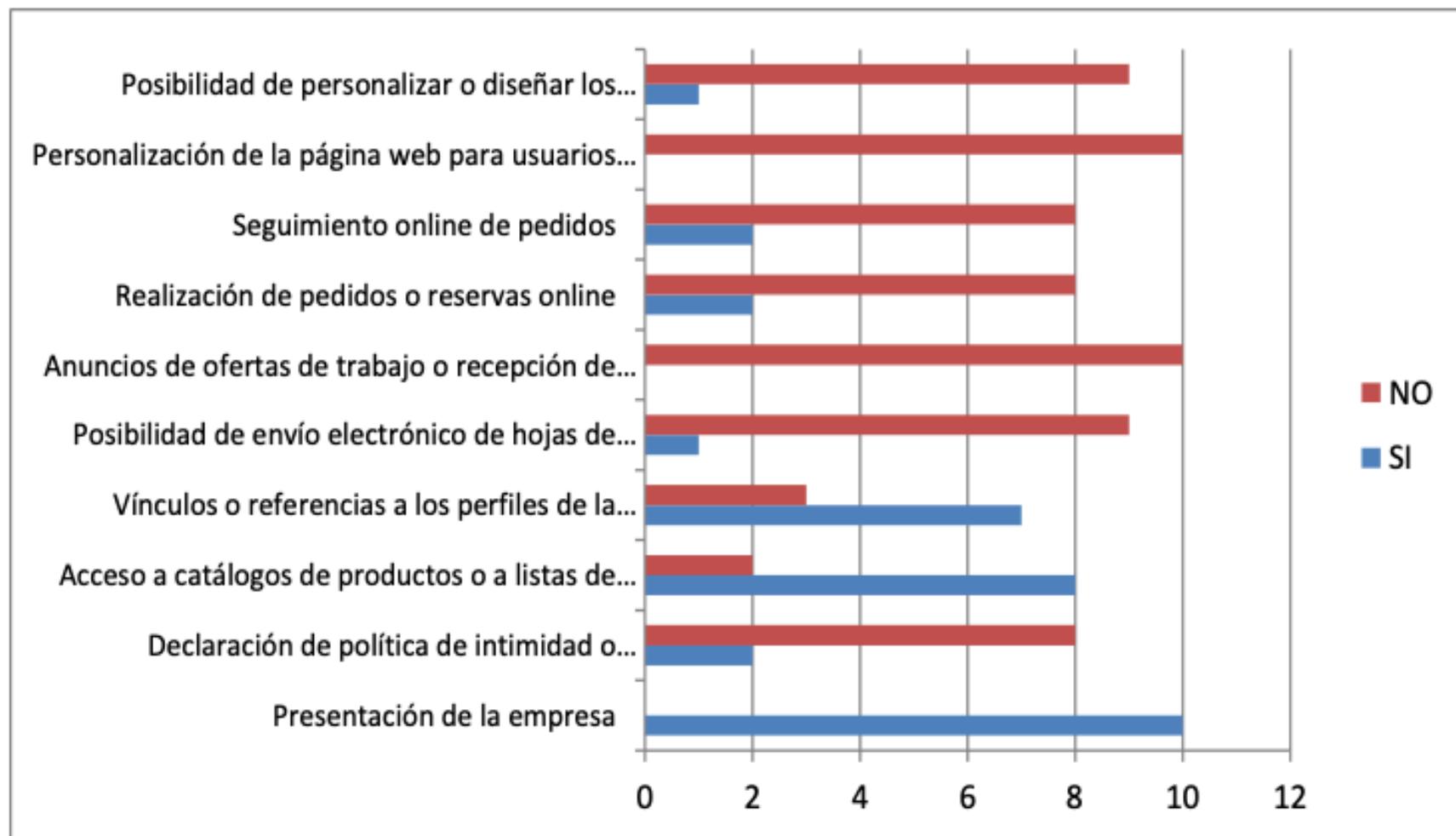
Los emprendedores que ingresan al centro de emprendimiento presentaron resultados muy parecidos al promedio general dado por el CAJE en su página web. Los resultados y comportamientos sobre estas competencias oscilan en un rango de 30 a 40 puntos sobre 100 para los emprendedores que apenas inician el proceso; al contrastar los resultados con emprendedores, los cuales habían culminado o vienen culminando su experiencia, los resultados ascienden ostensiblemente ubicándose en rangos de 75 a 90 puntos, lográndose incrementos en algunas competencias de más del 100 % de desarrollo.

Entre los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario a las 10 empresas que prestan servicios online y, cuyo fin era medir el nivel de implementación de las TIC en las empresas que prestan sus servicios disponibles en la página web, se determina que el 100% de las empresas tienen en su página web la presentación de su imagen corporativa, así mismo el 80% y 70% de las empresas tiene acceso a catálogos de productos o a listas de precios en línea y vínculos o referencias a los perfiles de la empresa en medios sociales, en este sentido, también se determinó que el 10% no presenta anuncios de ofertas de trabajo o recepción de solicitudes de trabajo online y no tiene la opción de personalización de la página web para usuarios habituales; en este orden de ideas, entre el

80% y 90%, no tiene la declaración de política de intimidad o certificación relacionada con la seguridad del sitio web, no tiene la posibilidad de envío electrónico de hojas de reclamaciones, no tiene realización de pedidos o reservas online, por lo tanto, no tiene seguimiento a los pedidos online, estos resultados se pueden observar en la figura 2.

Figura 2

Resultado cuestionario para medir el nivel de implementación de las TIC en las empresas que tienen sus servicios disponibles en la web.



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados del estudio cualitativo con la implementación de las entrevistas estructuradas y no estructuradas a los empresarios, para obtener datos claros sobre los procesos de implementación de las TIC y sus sistemas de creencias, a fin de profundizar sobre los paradigmas que motivaron sus decisiones en generar empresas que presten el servicio online, dio como resultado lo siguiente:

Durante las entrevistas aplicadas (estructurada y no estructurada), el empresario aduce que la idea de generar empresas online dependen de la capacidad de innovación y grado de compromiso de la persona, teniendo en cuenta que el trato con los clientes es virtual y no se tiene una dinámica directa con este, como en las empresas cotidianas.

El empresario ha iniciado por su cuenta procesos de capacitación en Emprendimiento desde la innovación y la tecnología, el desarrollo de competencias y la incorporación de las TIC, para generar este tipo de empresas.

Sobre el acceso a la tecnología y las redes se puede precisar que los emprendedores en estos momentos están utilizando los servidores brindados por la institución, por lo tanto no cuenta con una infraestructura tecnológica propia.

Los empresarios también manifestaron, que teniendo en cuenta la falta de conocimiento en el nivel de implementación de las TIC, estas se tiene que ir mejorando de acuerdo a las necesidades del mercado y a los avances tecnológicos.

4. Conclusiones

Con Conduras (2010), se empieza a conceptualizar el emprendimiento tecnológico como una disciplina que permite el desarrollo de habilidades, conceptos y procedimientos para la formación, para el trabajo y la vida misma, haciendo que los empresarios que tiene sus

empresas en línea sean más dinámicos y sus servicios se den en tiempo real, así mismo, sus estrategias de venta abarquen a todos sus clientes.

Dentro de este orden de ideas, se da respuesta a la pregunta de investigación ¿cómo inciden las TIC en el desarrollo y puesta en marcha de empresas que prestan sus servicios en online?, se llegó a la conclusión que las TIC son la base para que las empresas tengan un contacto directo con los clientes, así mismo, se puede visualizar en cualquier momento la presentación de la empresa y se tiene acceso a catálogos de productos, listas de precios en línea y vínculos o referencias, y a los perfiles de la empresa en medios sociales.

La hipótesis de trabajo se válida con los resultados evidenciados en la medición cualitativa y cuantitativa de las competencias emprendedoras traducidas en comportamientos, sistemas de creencias y habilidades en las cuales se denota un crecimiento sustancial de las competencias emprendedoras en los empresarios que llevan su proceso desde el 2015 a diferencia de los nuevos emprendedores del 2017, que están en el proceso de formación para fortalecer sus empresas con base tecnológica, por citar un ejemplo, eran personas que entran en conflicto consigo mismas y cuando se le delegan responsabilidades, no asumen riesgos, presentan dificultad para enfrentar nuevas situaciones, entre otras competencias.

Dentro del estudio cualitativo, se pudo concluir que los empresario les falta conocimiento en el nivel de implementación de las TIC, en especial en los servicios disponibles en la página web, lo cual se puedo comprobar mediante el cuestionario realizado a los servicios disponibles de la empresa en la web, donde se evidenció que un gran porcentaje de las páginas web, no presentan los servicios necesarios para que los clientes online puedan tener un trato más directo con el empresario; por citar algunos ejemplos, la realización de pedidos o reservas online.

Evaluando los procesos de competencias transversales en los emprendedores que están iniciando sus empresas online, se midió a partir de una escala de Likert las actitudes, creencias y paradigmas de los empresarios frente a situaciones emprendedoras, para reflejar los desarrollos de actitudes y niveles de competencias transversales, en donde se evidenció que el 33% de estos nuevos empresarios, eran personas que entran en conflicto consigo mismas y les da medio cuando se le delegan responsabilidades, no asumen riesgos, presentan dificultad para enfrentar nuevas situaciones, no asumen responsabilidades propias, no concretan sus planes, son conservadores; a partir de lo cual se puede concluir, que se debe realizar un trabajo de capacitación en liderazgo, para que estos empresarias sean exitoso en sus negocios.

Lo anterior significa que para gerenciar empresas online, el empresario debe tener la capacidad de innovación y un alto grado de compromiso, teniendo en cuenta que el trato con los clientes es virtual y no se tiene una dinámica directa con este, como en las empresas cotidianas.

Los hallazgos, las limitaciones y las conclusiones obtenidas permitieron proponer una nueva investigación sobre como las empresas han migrado los servicios tradicionales a servicios web.

Referencias bibliográficas

Arias, L. (2016). ¿Tareas docentes o tareas de enseñanza y tareas de aprendizaje? Venezuela, Caracas: Panapo Editorial.

Arias, N y Jaimes, R. (2012). Prueba de Emprendimiento, PEM. Bucaramanga: Corporación Bucaramanga Emprendedora.

Cabrero, J. (2017) Public Opinion and infoxication in the networks: Fundamentals of post-truth. Vivat Academia, (139), 83-94.

Castells, N., Schneider, P., Grossberndt, S., Fredriksen, M., Sousa-Santos, G., Vogt, M., y Bartonova, A. (2017). Localized real-time information on outdoor air quaility at kindergartens in Oslo, Noway using low-cost sensor nodes. Environmental Research.

Conduras, A. Levie, J. Kelley, D. Saemundsson, R. Schott, T. (2010).

GlobalEntrepreneurship Monitor Special Report: Una Perspectiva Global sobre la Educación y

Formación Emprendedora. Global Entrepreneurship Research Association(GEra). Recuperado de: [http://www.gemconsortium.org/download/1301958008720/GEM% 2 0E d% 20and % Training%2009_Espanol%201.pdf](http://www.gemconsortium.org/download/1301958008720/GEM%20Ed%20and%20Training%2009_Espanol%201.pdf)

IBM. (2015). SPSS para Windows. www.ibm.com.

Gibb, A. Hannon P. (2014). A Compendium of pedagogies for teaching entrepreneurship. Recuperado de: www.ncge.org.uk.

Maxwell, J (2012). "Qualitative Research Design. An Interactive Approach". Sage Publicatios. Páginas 14-24.

Gómez, P. Satizabal, K. (2011). Educación en emprendimiento: fortalecimiento de competencias emprendedoras en la Pontificia Universidad Javeriana Cali .En: Revista de Economía, Gestión, y desarrollo. Ed.: Pontificia Universidad Javeriana. Cali. N°. 11 Junio .Recuperado de: http://revistaeconomia.puj.edu.co/html/articulos/Numero_11/SATIZABAL.pdf

Gonzales, M. (2016). Incidencia de las TICS con el nivel de conocimiento de los docentes de la UANCV escuela profesional de contabilidad de la ciudad de Ilave. Perú: Universidad Andina Néstor Cáceres Velázquez.

Rosa, P. y Bowes, A. (2015). Entrepreneurship: some lessons of social anthropology.

E.C.S.B. 4th Workshop on Research in Entrepreneurship. Scottish Enterprise Foundation: U.K. University of Cologne.

Ramírez, y Tognato. (2011). Tecnología de emprendimiento: promoción y fortalecimiento de los programas de emprendimiento de la Universidad de los Andes, a través de una plataforma de integración curricular. Bogotá: Universidad de los Andes.

Rincón, I. Casadiego, K. y Peñaranda, M (2016). Modelo de emprendimiento para la facultad de ciencias administrativas y económicas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. Ocaña, Colombia.

Sampieri, H. (2014). Metodología de la investigación. Madrid, España.

1. Ingeniero de Sistemas, Magister en Tecnologías educativas y medios innovadores, Investigador grupo GRUCITE, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, (Colombia): Correo: ikrinconp@ufpso.edu.co

2. Ingeniero de Sistemas, Doctor en sistemas inteligentes, Investigador grupo GRUCITE, Director Grupo de Investigación GRUCITE, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, (Colombia): Correo: sasuarzc@ufpso.edu.co

3. Ingeniero Mecánico, Doctor en Ingeniería, Investigador grupo GIMUP, Universidad de Pamplona, (Colombia): Correo: albertmiyer@unipmaplona.edu.co

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 39 (Número 53) Año 2018

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a webmaster]

©2018. revistaESPACIOS.com • Derechos Reservados