



<http://rges.umich.mx>

Portal Web como Estrategia de Fortalecimiento de las Mipymes de la Región Valle de San Quintín, Basado en Diagnóstico Situacional

Karina Gamez Gamez¹

José Cupertino Pérez Murillo²

Ricardo Pérez Macías³

¹Universidad Autónoma de Baja California, gamezka@uabc.edu.mx

²Universidad Autónoma de Baja California, cuper@uabc.edu.mx

³Universidad Autónoma de Baja California, rperez10@uabc.edu.mx

Portal Web como Estrategia de Fortalecimiento de las Mipymes de la Región Valle de San Quintín, Basado en Diagnostico Situacional

Resumen

Esta investigación fue realizada en la zona rural del municipio de Ensenada en Baja California, específicamente en la zona conocida como Valle de San Quintín. Dicho proyecto se basó en conocer el modelo de gestión de las micros y pequeñas empresas que se ubican la zona comercial, se diseñó y aplicó un cuestionario que permitió conocer información de primera mano de los empresarios. Los resultados arrojaron la necesidad de fortalecer su desempeño para lo cual se sugirió el desarrollo de un portal web que compilara la información que es de utilidad para los microempresarios de esta zona económica logrando con esto una amplia cobertura del mercado a costos muy bajos.

Palabras clave: *MIPYMES, portal web, necesidades, fortalecimiento.*

Abstract

This research was conducted in the rural area of the municipality of Ensenada in Baja California, specifically in the area known as the San Quintin Valley. Said project was based on knowing the management model of the micro and small companies that are located in the commercial zone, a questionnaire was designed and applied, which allowed to know first hand information of the businessmen. The results showed the need to strengthen its performance, for which it was suggested the development of a web portal that compiles the information that is useful for the microentrepreneurs of this economic zone, achieving with this a wide coverage of the market at very low costs

Keywords: *Mipymes, web portal, needs, strengthening*

Introducción

El sector empresarial en México se encuentra altamente robustecido por las micro, pequeñas y medianas empresa. Baja California mantiene porcentajes similares, de acuerdo

al INEGI (2009) en el Estado el 92% de las unidades económicas se encuentran catalogadas como microempresas, destacando el rubro de comercio y servicios. Esta información dispara la importancia de realizar un análisis de la operatividad de las mismas con la intención de sugerir estrategias que impacten en el desempeño de sus actividades. La investigación realizada tuvo como objetivo determinar el status de las unidades económicas y encontrar una estrategia de amplia cobertura, facilidad de acceso y bajo costo que ayude a que la información que ayude a los microempresarios permee en todos los giros empresariales. Para lograr este objetivo se desarrolló la investigación que permitiera obtener información del manejo que hacen las personas de sus negocios. Dicho estudio se llevo tuvo un espacio temporal del año 2017 al año 2018. Se pretende demostrar la viabilidad de desarrollar un portal web que apoye el fortalecimiento de las empresas en donde se cree un ambiente completamente micro para generar la confianza y utilidad del uso de las Tics en el manejo de la empresa. En las dos últimas décadas la evolución de las Tics ha sido inesperado y en refuerzo a este crecimiento y a su cobertura inesperada se impactara una gran cantidad de microempresas y con esto se pretende fortalecer la economía de la zona rural.

Planteamiento del Problema

Las pequeñas empresas generalmente son formadas por personas cuyo objetivo es el autoempleo y cuando la empresa inicia con bondades económicas ofertan empleo, sin embargo, en los últimos años se ha observado que su permanencia en el mercado es corta, pues su esperanza de vida se encuentra cercana al 7.9%, es decir, que únicamente 8 empresas de cada 100 sobrevivirán los primeros meses de operación, dicha esperanza de vida aumenta con los años. (INEGI, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2017)

Es importante entonces conocer la forma en cómo se encuentran operando las micro organizaciones ya que se estará en posición para diseñar y/o proponer estrategias que les permitan permanecer en el mercado y en un futuro mediano como resultado de los procesos de globalización de los mercados competir con las empresas que tienen una posición reconocida en el mercado nacional e internacional. Cuando se realiza un diagnóstico administrativo a las empresas se está en posibilidades de conocer sus recursos y

capacidades, y se considera una primera aproximación para conocer sus necesidades y satisfacerlas (Lay, Suárez, & Zamora, 2005).

Identificar los obstáculos que impiden el crecimiento de las empresas es primordial, uno de los principales problemas de las microempresas es el aprendizaje ya que este es el que despega cualquier intento de cambiar a una empresa. Cuando la empresa tiene disposición para aprender nuevos métodos de trabajo está en una situación deseable para cimentar su crecimiento (Velásquez, 2005). Otro de los principales problemas es la falta de capacitación formal en el manejo de los negocios, así como la zona de confort en la que se encuentran algunos empresarios al encontrarse satisfechos y no aspirar a un mayor crecimiento empresarial.

Justificación

Las sociedades económicas actuales se han percatado de la importancia que tienen las micro, pequeñas y medianas empresas en la economía no solo local sino nacional, tal y como lo es en México. Las Pymes aportan al crecimiento económico, al desarrollo local, a la satisfacción de necesidades de la población, a la creación de empleo y autoempleo. Contribuir al fortalecimiento de su actividad administrativa es una razón poderosa que justifica el estudio y el análisis de su comportamiento. Estas empresas también constituyen un grueso de las aportaciones al PIB nacional, aunado a esto se encuentran limitadas en su crecimiento por no acceder a fuentes de financiamiento que contribuyan a su desarrollo por lo tanto este se vuelve más difícil que para una empresa mediana. A pesar de ser una fuente muy importante en la economía del país tienen altas tasas de natalidad y mortalidad que ponen en riesgo la estabilidad económica de una regional así como la pérdida de empleos (Kantis, 2004).

Marco Teórico

Una empresa es definida textualmente como “una unidad económica de producción y decisión que, mediante la organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo), persigue obtener un beneficio produciendo productos o prestando servicios en el mercado” (Drucker, 1982, p. 13). En su definición se destaca la organización de factores para poder obtener un beneficio, es entonces, cuando se debe perseguir ese fin organizativo

que proporcione estabilidad a una empresa. Cuando una empresa no se encuentra organizada de manera efectiva se presentan situaciones que atentan contra su persistencia

El análisis situacional es una exploración de todos los factores que influyen sobre las actividades que la empresa realiza y como influirán en el futuro. La óptima identificación del entorno permitirá determinar las oportunidades y amenazas presentes en el entorno externo y las fortalezas y debilidades que tiene en su ámbito interno (Rodríguez & Colaboradores, 2010). Se distinguen elementos prioritarios entre los que se encuentran las oportunidades que son situaciones que se pueden considerar ventajosas para la empresa, es decir, son factor positivo que la empresa posee o desarrolla de manera eficiente y sobresaliente. También se deben destacar las amenazas que son puntos negativos o no favorables que la empresa está presentando o desarrollando en sus actividades. Si la empresa no toma en cuenta en su factor de planeación los puntos negativos puede llegar a poner en riesgo su posición frente a sus competidores. Realizar un análisis situacional permite explorar el microambiente y el macro ambiente de la empresa y considera prioritarios los ejes económico, tecnológico, organizativo, clientes, recursos humanos, fiscal, entre otros (Robbins & Colaboradores, 2005).

Portal web es definido como una plataforma que se caracteriza por tener una arquitectura adaptable a las necesidades de los usuarios e integra datos de diversos orígenes (Clarke III y Flaheerty, 2003). Las principales características de un portal son definidas por Blat, Ibáñez, Navarrete & Gómez-Skarmeta en 2001 que sostiene que un portal se adapta a los usuarios, además de tener mecanismos eficientes para recuperar la información que ha sido claramente estructurada y que en la actualidad es accesible desde un equipo de telefonía móvil.

Metodología

Para realizar esta investigación fue necesario diseñar un instrumento que evaluara las áreas primordiales de las empresas, entre las áreas prioritarias se incluyeron ítems sobre el aspecto organizacional, mercadotecnia, recursos humanos, marco legal, tecnologías de la información y aspectos fiscales. Este instrumento fue analizado mediante el Coeficiente de Alfa de Cronbach en donde se obtuvieron resultados fiables para su aplicación (Tabla 1).

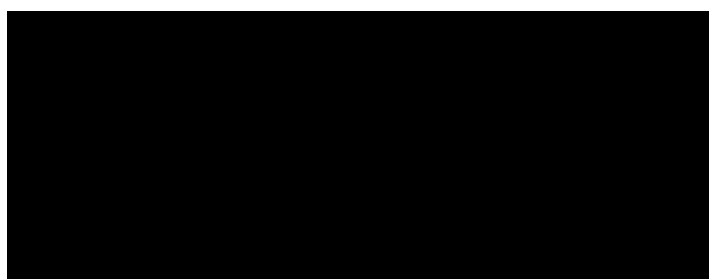
Tabla 1. Estadístico de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.939	85

Fuente: Elaboración propia con datos SPSS, (2018).

Se acudió a la cámara nacional de comercio, sin embargo, dicha dependencia no contaba con una base de datos actualizada debido a que se estaba considerando una zona rural. De acuerdo a datos del DENU (2018) existen 894 unidades pero se realizó un censo de manera manual y en primer lugar se hizo un listado del nombre de la empresa, giro y delegación a la que pertenece y se identificaron 1,164 mipymes ubicadas únicamente en la zona comercial de este valle. De esta población se seleccionó una muestra representativa cuyo tamaño fue 289 elementos. Con la intención de obtener datos equilibrados se realizó un muestreo estratificado el cual está especificado en la tabla 2.

Tabla 2. Muestreo por delegación territorial



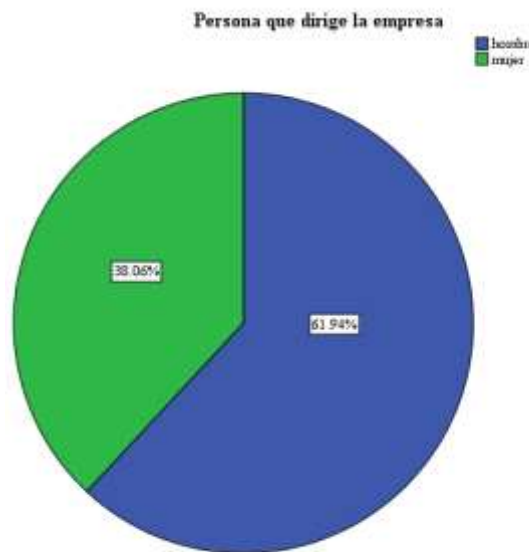
Fuente: Elaboración Propia (2018).

Una vez aplicado este instrumento a los microempresarios se procedió a la captura de los resultados a través de programa estadístico SPSS Versión 23. Se realizó un análisis de los datos obtenidos y se identificaron debilidades y fortalezas en cuanto a la gestión de los microempresarios.

Análisis y Discusión De Resultados

El estado de Baja California se encuentra dividido en 5 municipios que son Mexicali, Tijuana, Tecate, Rosarito y Ensenada; este último es el municipio más grande y colinda con al sur con el Estado de Baja California Sur. El sur del Municipio de Ensenada se localiza el Valle de San Quintín que es una región rural que basa su economía en la agricultura de exportación, pesca, comercio y servicios. El valle es visitado diariamente por agentes de negocios que requieren de los productos y servicios que los microempresarios ofrecen, otros de sus clientes son la comunidad local cuya opción de compra en grandes tiendas se sitúa a casi 200 km de carretera. En el valle destacaron negocios que se dedican la venta de productos de abarrotes, insumos agrícolas, venta de artículos para el hogar, servicios de consumo, etc. Como resultado de la investigación realizada a los microempresarios de la zona comercial del Valle de San Quintín. Se identificó que las personas que dirigen la empresa pertenecen al sexo masculino en un 62% y el 38% pertenece al sexo femenino, tal como lo muestra la Figura 1.

Figura 1. Sexo de los empresarios



Fuente: Elaboración Propia con SPSS (2018).

Los datos indican que los microempresarios de la zona son relativamente jóvenes pues del total de encuestados un 34 % se encuentra en entre los 34 a 40 años, seguidos por un 31%

que tiene un rango de edad de entre 26 a 33 años, es decir que los empresarios son personas nacidas durante la época de los 80s. Dichos empresarios jóvenes son en 62% personas del sexo masculino y un 38% personas del sexo femenino. Los empresarios reportan en una gran mayoría (79%) tener una plantilla de personal compuesta por hasta 5 empleados, lo cual las califica de acuerdo a la clasificación otorgada por la Secretaria de Economía (2010) como microempresas en este caso del sector comercial y de servicios. En la siguiente tabla 3 se realizó un concentrado de la información obtenida por medio de las encuestas aplicadas.

Tabla 3. Diagnóstico Situacional En El Modelo De Gestión

Fortalezas	Debilidades
Aspecto organizacional	
Altos porcentajes indican que los microempresarios han definido y comunicado claramente la misión de la empresa, se han fijado metas y definido estrategias para cumplirlas.	Se tienen puestos identificados pero no se han realizado acciones formales para establecer función y obligaciones, no existen reglamentos formalizados y se encuentran satisfechos con lo que han realizado hasta el momento.
Mercadotecnia	
Manifiestan conocer los gustos y necesidades de los clientes lo cual los induce a buscar productos que el cliente le ha solicitado. Tienen contacto cercano con sus clientes y ofrecen flexibilidad al producto.	No utilizan estrategias publicitarias para sus microempresas. La mayoría de los microempresarios no está dispuesto a gastar en publicidad para su negocio y no ofrecen algún tipo de garantía de sus productos.
Recursos Humanos	
Los empleados conocen sus obligaciones y son capacitados únicamente durante su ingreso a la empresa. La comunicación entre los miembros de la empresa tiene buenos	Los índices de rotación en las empresas son muy altos, la capacitación para los empleados es muy baja. El 50% de las empresas manifiesta no elaborar contratos de trabajo y no tener un plan de

niveles.	prestaciones para sus empleados.
Marco Legal	
Las empresas se encuentran debidamente registradas ante el SAT y llevan un registro de sus operaciones financieras, vigilan el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.	No cuentan con personal in situ que lleve la contabilidad de la empresa y le dé seguimiento financiero a las cuentas del negocio.
Tecnologías de la información	
Los empresarios están conscientes de la importancia del uso de las Tics en el manejo de la organización, una gran mayoría cuenta con un equipo de cómputo que apoya sus actividades principalmente en la función de ventas.	Un 30% de los microempresarios de la zona rural aún no cuenta con un equipo de cómputo que apoye sus actividades. El 20% manifiesta no estar dispuesto a invertir en un equipo de cómputo. Los empresarios que están dispuestos a invertir lo desean hacer a bajos costos. Solamente un 27% utiliza redes sociales para su empresa.
Aspectos Fiscales	
La mayoría de los participantes conoce sus obligaciones fiscales y les da cumplimiento conforme a las nuevas disposiciones fiscales.	Un 30% de los participantes ha recibido multas fiscales. Existe un porcentaje bajo que está en informalidad.

Conclusión

A través del estudio de los datos obtenidos se puede concluir que el estado que guardan las microempresas ubicadas en la zona Valle de San Quintín ha sido suficiente para mantenerse en el mercado. Sin embargo el tener un modelo que le ha brindado supervivencia no garantiza la permanencia definitiva por los próximos años. Se identificaron situaciones favorables en el desempeño de la gestión administrativa sin embargo también se encontraron factores críticos que bloquean el crecimiento de la empresa como la postura personal de no estar dispuesto a invertir grandes cantidades de dinero en tecnología o el

negarse a realizar promoción. Cuando la postura del dueño es tradicionalista y no se está dispuesto a cambiar su forma de gestión el camino para la empresa puede llegar a ser más difícil sin embargo en este estudio se encontraron a empresarios jóvenes lo cual puede ser un factor benéfico para las recomendaciones que a continuación se proponen.

Recomendaciones

La región San Quintín es la zona sur del municipio de Ensenada en el Estado de Baja California. Sin embargo debido a su alta producción agrícola de exportación, esta zona ha resaltado su crecimiento en los últimos años; se prevé que en un futuro cercano atraiga a comercios denominados franquicias ya que hasta el momento es una zona donde prevalecen las microempresas familiares. Fortalecer a los microempresarios para hacer efectiva su administración resulta trascendental es por eso que se recomienda que se formen de manera practica en las áreas prioritarias con la finalidad de que estos puedan establecer sus actividades de manera formalizada y estandarizada, y aprovechando la era generacional que se está viviendo, se desarrolló un proyecto sustancioso con la información relevante una vez que se analizaron las principales fortalezas y debilidades de los microempresarios que contendrá información de realce para el mejoramiento de los deberes administrativos y estará disponible en el portal web que estará próximamente en la dirección electrónica fortaleciendomipyme.net

Referencias

- Blat, J., Ibáñez, J., Navarrete, T., & Gómez-Skarmeta, A. F. (2001). Portal inteligente de promoción turística. In International Workshop on Multimedia Applications. Valencia.
- Clarke III, y Flaherty, B. (2003). Web based B2 Portal, Industrial Marketing Management, 32, 15-23.
- Drucker, P. (1982). El Empresario de la Nueva Era. México: CECSA.
- INEGI, 2010. Censos económicos 2009. México: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.

- Kantis, H. (2004). *Emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Banco Interamericano de Desarrollo: Washington.
- Lay, M. T., Suárez, J., & Zamora, M. (2005). Modelo para gestionar la capacitación de directivos y reservas en la empresa ganadera cubana. *Diagnóstico empresarial y proceso de capacitación*. *Pastos y forrajes*, 28(3), 253-263.
- Rodríguez, M. A., Ferrell, L., Hirt, G. A., Ferrell, O. C., Flores Cárdenas, M. Á., & Ramos Garza, L. (2010). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante*.
- Secretaría de Economía, Observatorio Pyme, 2013. México.
- Stephen, R., & Coulter, M. (2005). *Administración*. Edición: Marisa de Anta: octava edición, México.
- Velásquez Contreras, A. (2005). Análisis situacional, intervención y aprendizaje organizacional. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (53).