



Centro de Gestión Administrativa y
Fortalecimiento Empresarial
Regional Boyacá

Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena Centro de Gestión Administrativa y Fortalecimiento Empresarial, Cegafe

**Generación de una solución tecnológica para la comercialización, la
comunicación y el reconocimiento en la WEB, de las mipymes del
sector industrial y de servicios de Boyacá**

SGPS- 4280- 2018

Carmen Edith Díaz

Lida Cuy

Wilson Montes Suarique

Tunja, Boyacá, Colombia.20190122

Antecedentes y justificación del proyecto

Las micro, pequeñas y medianas empresas responden por 80,8% del empleo del país, las micro generan el 50,3% del total del empleo en Colombia y las pequeñas y medianas generan el 30,5% del restante según datos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. En Colombia están registradas hasta el momento en las Cámaras de Comercio 2'518.120 pequeñas y medianas empresas, de las cuales 39,9% corresponden a sociedades y el restante 60,1% son personas naturales. (Revista Dinero, 2018)

En datos presentados por el Centro Regional para la Gestión para la Productividad y la Innovación de Boyacá (CREPIB), el 64% de los gerentes de este tipo de empresas manifestó no tener diseñadas estrategias de supervivencia de la empresa (Sogamoso 64%, Duitama 86%, Tunja 33%) para permanecer en el mercado y consideraban que por su buen nombre o por su trayectoria no necesitaban de éstas. Estos datos muestran la necesidad de diseñar y fortalecer las empresas del departamento con alternativas que permitan la competitividad y la sustentabilidad.

Ahora bien, en el PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL Creemos en Boyacá 2016-2019, en su dimensión de desarrollo productivo y con el programa Creemos empresas productivas, tiene como objetivos Fortalecer las empresas para elevar sus niveles de productividad y competitividad, lo que permitirá impulsar el crecimiento y desarrollo del tejido empresarial, preparándolo para responder oportunamente a los retos de la competencia interna y los desafíos que genera la globalización de la economía. La intervención busca fortalecer las empresas para elevar sus niveles de productividad y competitividad, en sectores de alimentos procesados, artesanías y demás sectores prioritarios para el departamento.

Otro objetivo es Fortalecer unidades productivas en sectores prioritarios de la economía boyacense. Con herramientas gerenciales en gestión organizacional, contabilidad y finanzas, mercadeo y ventas, aspectos legales, uso de las TIC, talento humano, trabajo con las empresas vinculadas se desarrollará a través de jornadas técnicas, talleres, convocatorias, facilitación de herramientas gerenciales y asesorías de expertos. Estos programas estiman el fortalecimiento de más de 800 empresas en Boyacá para el año 2019, por tanto con el desarrollo de este proyecto se trabajará en pro del beneficio de los empresarios boyacenses con desarrollo de herramientas tecnológicas que estén al alcance del sector productivo boyacense priorizado con este tipo de fortalecimiento.

Dentro de los lineamientos estratégicos, para el componente de CTI, el departamento de Boyacá promoverá la creación y aplicación de herramientas tecnológicas (preferentemente basadas en TIC) que se utilizarán para beneficiar la comunidad, con el objetivo de facilitar la difusión de la información y la apropiación social del conocimiento, toma de decisiones, difusión de avances científicos y permitir que los recursos sean eficientes, elevando los índices de competitividad y jalonando procesos de transformación productiva. El departamento de Boyacá tiene como estrategia construir espacios de articulación de C.T.el. para las universidades, empresas, Estado y sociedad civil, de tal forma que se permita la creación, modernización e innovación en todos los actores.

Resultados previos a esta investigación, obtenidos de los estudios denominados Fortalecimiento empresarial con E- business en empresas priorizadas por Fondo Emprender años 2012- 2015, y Generación de un modelo de alternativas con e-business en mipymes del sector Hotelero desarrollados por el CEGAFE; permitieron establecer la necesidad de fortalecimiento empresarial en áreas relacionadas con el uso de las TIC en la web en las mipymes de Boyacá. Además productos desarrollados (Software de diagnóstico y estimación del modelo de negocio e-business y prototipo del modelo fabricante directo e-business en mipymes de Boyaca) en la investigación Fase III "Fortalecimiento empresarial con E-business, para Mipymes en Boyacá. Validación y evaluación en las empresas caso de estudio" fundamentan la necesidad de profundizar en la implementación de estrategias para la comercialización, la comunicación y el reconocimiento en la web para mipymes del departamento. Estos productos obtenidos son importantes para ser utilizados en clínicas de empresa de entidades que buscan el fortalecimiento de las empresas boyacenses.

Ahora bien y por tanto, la presente investigación responde a esas necesidades empresariales, establecidas en el uso de plataformas web adaptadas a los requerimientos de la organización de acuerdo con su tipo de actividad económica y las condiciones económicas y de financiamiento que presentan este tipo de organizaciones. Es importante destacar que con esto se contribuye al aumento del uso de las tic en la web, al establecimiento de procesos de comercialización, comunicación y reconocimiento, incrementando las posibilidades de crecimiento económico y competitivo de las pequeñas y medianas organizaciones boyacenses. Además se creará una herramienta técnicamente diseñada y desarrollada acorde con las necesidades de las mipymes de departamento, de fácil uso, que le permita a los empresarios apropiarse y aprovechar las oportunidades que la web ofrece, para mantenerse y ser sustentables en la era de la conectividad.

Planteamiento del problema y/o necesidades

Un alto porcentaje de las empresas mipymes de Boyacá no son competitivas para incursionar, permanecer y crecer de manera rápida y sostenible en el tiempo y en los mercados globalizados y que cada día requieren de mayor conectividad. La utilización de la web para la comercialización, la comunicación, y el reconocimiento en las empresas industriales y de servicios boyacenses, no se han desarrollado de manera amplia y categórica, pues además, algunos resultados demuestran que las empresas boyacenses utilizan la conectividad a través de la página web para presentar la información de la empresa, con un 76.67% y el 56.33% lo utilizan como medio publicitario de bajo costo y mayor cobertura en el mercado, sin embargo también se resaltan datos como que el 45.28% de las empresas entrevistadas no usan los medios digitales porque hay un claro desconocimiento de los procesos (Tobar, 2015). Ahora bien, el 42.33% de las empresas venden anualmente por este medio el 20% de sus ventas, el 24.54% de las empresas venden por este medio más del 30%, el 20.86% de las empresas venden el 10% y el 12.27% de las empresas venden anualmente el 5%. (Tobar, 2015).

Ahora bien, en la actualidad existen una serie de herramientas o plataformas web creadas por empresas como WordPress.com, Weebly.com, Wix.com y Blogger.com, entre otras, alojadas en la nube que permiten utilizar plantillas que facilitan a los usuarios crear sitios web HTML5 y sitios móviles a través del uso de herramientas de arrastrar y soltar en línea. Los usuarios pueden agregar funcionalidades como plug-ins, e-commerce, formularios de contacto, marketing por correo electrónico, y foros comunitarios con sus sitios web utilizando una variedad de aplicaciones desarrolladas por este tipo de herramientas, además se han convertido en un sistema de gestión de contenidos (CMS) que permite crear y mantener un blog u otro tipo de web, de fácil actualización, pero aún así con esta serie de ventajas presentan serias debilidades que deben ser consideradas, como por ejemplo que sus servicios para el posicionamiento en buscadores son alquilados, y en las versiones gratuitas aparecen banners publicitarios que para efectos del branding suelen ser inapropiados.

Para una mipyme el hecho de que estas plataformas sean gratuitas es bastante llamativo, pero las opciones de diseño son bastante limitadas y si se desea migrar a un sitio web con dominio propio se perderán todos los contenidos creados en este espacio gratuito.

De igual manera se perderá el control del sitio web. Ya que, algunas plataformas gratuitas podrán utilizar el espacio de la empresa para difundir publicidad de otras empresas en la página o blog y no permitirán colocar la propia publicidad de la empresa.

Así también, estas plataformas poseen los derechos legales para utilizar los contenidos que se almacenan en la plataforma, lo que deja al descubierto la seguridad de la información que allí se almacena. Son difíciles de posicionar en la web, ya que los motores de búsqueda no los consideran muy relevantes. Es poco profesional utilizar una página o blog gratuito para una empresa. Porque sus diseños son muy estandarizados. Las empresas tienen menos credibilidad porque el nombre que recordarán los usuarios al ver la página web es el nombre de este tipo de plataformas. Si no es un dominio propio, sino el de una plataforma gratuita, los usuarios sentirán menos confianza en la legitimidad de la empresa.

Por lo anterior la presente investigación aborda esta problemática y aborda la siguiente pregunta de investigación ¿Cómo incrementar la utilización de la web de manera técnica, para la comercialización, la comunicación y el reconocimiento de las empresas mipymes del sector industrial y de servicios de Boyacá?

Objetivos

Objetivo general

Generar una herramienta para la comercialización, la comunicación y el reconocimiento en la web de las mipymes de sector industrial y de servicios del departamento de Boyacá.

Objetivos específicos

1. Identificar las variables para la comercialización, la comunicación y el reconocimiento en la web, para el diseño y desarrollo de la una herramienta que esté de acuerdo con las tendencias y las necesidades de las mipymes industriales y de servicios de Boyacá
2. Aplicar variables para el diseño y desarrollo de la herramienta, de acuerdo con las exigencias y necesidades de las mipymes objeto de estudio en el departamento de Boyacá
3. Validar la herramienta para la comercialización, la comunicación y el reconocimiento en la web de las mipymes objeto de estudio, por medio de métodos establecidos y reconocidos

Descripción de Metodología del proyecto

La metodología empleada para la presente investigación es la **metodología ágil, (scrum)** que define claramente 5 etapas en la investigación. Estas son

Análisis: en esta etapa de investigación se determina las variables y las necesidades de información requeridas para el diseño y desarrollo de plantillas para contenido web según modelo de negocio.

Diseño: definir requerimientos técnicos de diseño como tecnología multimedia, integración de estructura lógica, usabilidad, accesibilidad.

Desarrollo: en esta fase se determina la utilización de herramientas web de programación. Base de datos, programación intermediaria e interfaz

Testing: en esta fase se valida la plataforma por medio de pruebas exhaustivas con expertos, utilizando el instrumento denominado Evaluación Heurística por Expertos con el fin de determinar tiempos de descarga, vínculos rotos y comprobación de navegadores.

Implementación: para esta fase se debe determinar derechos de autor, Se realiza socialización institucional y empresarial del proyecto y se presenta en ponencias de temática especializada.

Resultados esperados

1. R1 -Informe de variables para la comercialización, la comunicación y el reconocimiento de los sitios web a través del uso de una herramienta diseñada para tal fin.
2. R2 -Informe de diseño y programación de la herramienta para la comercialización, la comunicación y el reconocimiento en la web, de las MiPymes de Boyacá
3. R3 -Informe de validación con expertos de la herramienta para la comercialización, la comunicación y el reconocimiento en la web, de las MiPymes de Boyacá

Productos

WP Producto de actividades de la apropiación social. Variables para la comercialización, la comunicación y el reconocimiento en la web para MiPymes de Boyacá.

GC Contenidos virtuales - Plataforma web, SF_A, Software

WP Producto de actividades de la apropiación social. Validación con panel expertos de la herramienta web para la comercialización, la comunicación y el reconocimiento de las MiPymes de Boyacá

Nombre de los programas beneficiados

GESTION EMPRESARIAL, GESTION DE NEGOCIOS, GESTION DE MERCADOS, GESTIÓN COMERCIAL DE SERVICIOS, ADSI, PRODUCCION DE MULTIMEDIA, ESP. DISEÑO Y DESARROLLO DE INVESTIGACIONES DE MERCADOS.

Impacto esperado

Conocimiento aplicable en instructores y aprendices de los diferentes programas de formación del CEGAFE Tunja. Fortalecimiento empresarial a través del incremento del uso de la web para la comunicación, la comercialización y el reconocimiento, para mejorar la competitividad de las Mipymes boyacenses.