

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.



Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá: un estudio de caso.

Andrea Paola Dávila Lozano

Diana Carolina Sanabria González

María Fernanda Canastero Camacho

Corporación Universitaria Minuto De Dios

Rectoría Virtual y a Distancia

SEDE / CENTRO TUTORIAL Bogotá D.C. - Sede Principal

PROGRAMA Especialización en Gerencia Financiera

21 de agosto de 2021

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Andrea Paola Dávila Lozano

Diana Carolina Sanabria González

María Fernanda Canastero Camacho

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia Financiera

Asesor Metodológico

Campo Elías López Rodríguez

Magister en Gerencia estratégica de marketing

Asesor Disciplinar

Edwin Leonardo Méndez Ortiz

Título académico

Corporación Universitaria Minuto De Dios

Rectoría Virtual y a Distancia

SEDE / CENTRO TUTORIAL Bogotá D.C. - Sede Principal

Especialización en Gerencia Financiera

21 de agosto de 2021

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Dedicatoria

Andrea Paola Dávila Lozano

Dedico esta tesis a Dios por permitirme tener vida y salud para poder realizar este propósito más de mi carrera profesional, y de manera especial a mi familia, amigos y personas especiales por brindarme su constante apoyo, amor y comprensión.

Maria Fernanda Canastero Camacho

Dedico esta tesis a mi hijo, esposo y familia, por su amor y apoyo, ellos han sido mi inspiración para continuar cada día con el proceso de aprendizaje, gracias por su constante apoyo y comprensión.

Diana Carolina Sanabria González

Dedico esta tesis a mi hijo y a mi mamá siendo mi inspiración para continuar cada día con este proceso de aprendizaje.

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Agradecimientos

Andrea Paola Dávila Lozano

Principalmente doy gracias a Dios por permitirme culminar tan bonita experiencia académica, le agradezco a la universidad y docente en especial a Campo Elías por su paciencia, su dedicación y su profesionalismo, su don de enseñar y escuchar, con un espíritu verdadero de docente, al tutor Edwin Méndez por el constante seguimiento y asesoría, también le agradezco a mis compañeras por el esfuerzo y el constante rendimiento, y a mi familia, amigos y personas especiales por su apoyo incondicional y estar tan pendientes en lo que necesité en el transcurso de mi etapa educativa.

De mi familia y amigos quiero extender los agradecimientos a mi madre Myrian Dávila por su apoyo con cada decisión que he tomado, a mi Abuelita Ana lozano por estar tan pendiente de mí, a mi hermana Angie Dávila por impulsarme siempre cuando me sentía que no podía más, y a mis tíos y primos por el apoyo y la comprensión brindada, y a mi amiga Carolina Sanabria por impulsarme en esta travesía y siempre recalcarme que podemos con todo, por ultimo a Lina y Juan camilo de Arqco por su apoyo y aceptación para este estudio de caso en su empresas.

El desarrollo de esta tesis no la puedo describir como algo sencillo, pero si la puede catalogar como un proceso de aprendizaje enriquecedor y para toda la vida, que disfrute junto con mis compañeras, con el apoyo constante de ellas.

Diana Carolina Sanabria González

Le agradezco al docente Campo Elías, por estar ahí dispuesto en todo momento a orientar, por su paciencia, su aprendizaje, sinceramente sin sus consejos no lo hubiera logrado tan fácil y a mis compañeras por el esfuerzo y constante apoyo.

Contenido

Introducción

| | |
|---|----|
| 1. Problema..... | 13 |
| 1.1 Descripción del problema | 13 |
| 1.2 Pregunta de investigación | 15 |
| 2. Justificación..... | 16 |
| 3. Objetivos | 20 |
| 3.1. Objetivo general..... | 20 |
| 3.2. Objetivos específicos | 20 |
| 4 Marco de referencia..... | 21 |
| 4.1. Antecedentes teóricos y empíricos | 21 |
| 4.2. Marco teórico | 23 |
| 4.2.1 Rentabilidad..... | 23 |
| 4.2.2 MIPYMES y rentabilidad | 24 |
| 4.2.3 Herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales | 29 |
| 5 Metodología | 33 |
| 5.1 Alcance de la investigación | 33 |
| 5.2 Enfoque metodológico..... | 33 |
| 5.3 Instrumentos..... | 34 |
| 5.3.1 Entrevista | 35 |
| 5.3.2 Análisis documental..... | 37 |
| 5.4 Procedimientos..... | 38 |
| 5.5 Análisis de información..... | 38 |
| 5.6 Consideraciones éticas | 39 |
| 6. Resultados | 40 |
| 6.1 Diagnostico | 40 |
| 6.2 Relación de hallazgos | 40 |
| 6.2.1 Análisis de las entrevistas | 40 |
| 6.2.2 Análisis documental..... | 50 |

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

| | |
|--|----|
| 6.2.2.1 Herramientas tecnológicas | 50 |
| 6.2.2.2 Redes sociales y canales virtuales | 52 |
| 7. Conclusiones | 54 |
| 8. Recomendaciones..... | 57 |
| 9. Bibliografía..... | 59 |

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Lista de tablas

Tabla 1. Creación empresas enero – marzo 2021

Tabla 2. Aspectos importantes de las TICS en MIPYMES

Tabla 3. Marco lógico

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Lista de figuras

Figura 1. Limitaciones que enfrentan las empresas

Figura 2. Conceptos asociados a la rentabilidad

Figura 3. Importancia al interior de la empresa

Figura 4. Concepto de herramientas tecnológicas

Figura 5. Concepto de canales virtuales

Figura 6. Concepto de redes sociales

Figura 7. Pertinencia de la tecnología en la empresa

Figura 8. Correlación entre rentabilidad y tecnología

Figura 9. Análisis financiero en la empresa de las herramientas tecnológicas

Figura 10. Apoyo de los canales virtuales para la rentabilidad

Figura 11. Apoyo de las redes sociales para la rentabilidad

Figura 12. Línea de tiempo en la implementación redes sociales y canales virtuales

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Lista de anexos

Anexo 1. Formato de validación del instrumento por parte de expertos

Anexo 2. Carta permiso de autorización estudio de caso

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Introducción

Actualmente las empresas necesitan desarrollar nuevas ideas para aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado y estar a la vanguardia de la tecnología y los medios de comunicación, ofreciendo nuevas oportunidades de negocio. Es por ello por lo que se plantea el problema ¿Cuál fue el análisis financiero de las MIPYMES al tener que incorporar el uso de las herramientas tecnológicas, marketing digital, redes sociales y canales virtuales en la ciudad de Bogotá a través de un estudio de caso? Sin dejar a un lado la importancia del papel que cumplen las MIPYMES en la ciudad de Bogotá y la protección que se le ofrecen a este tipo de entidades.

El uso de la tecnología permite la comunicación entre empleados, clientes y proveedores, ahorrando costos innecesarios y evitando pérdidas de tiempo donde se pueden gestionar otro tipo de actividades, con el uso de las herramientas tecnológicas como redes sociales, Excel y herramientas de comunicación, las MIPYMES pueden obtener grandes beneficios como la simplificación de los procesos, facilidad en la toma de decisiones y favorecimiento en la satisfacción de los clientes. En el cual, el Ministerio de Tecnologías de la Información busca contribuir con el cierre de la brecha digital y que las empresas sean más productivas, iniciativa que está dirigida a los pequeños empresarios.

Bermeo, et al (2020) afirmo que el internet y el teléfono móvil son las tecnologías más utilizadas para realizar actividades laborales, dado que aportan eficiencia, control y seguridad en la toma de decisiones, aportando al conocimiento del impacto que ha generado la incursión de herramientas tecnológicas en la gestión de la información. Así mismo, las MIPYMES se deben proyectar en el mediano y largo plazo, generando acciones que incrementen la competitividad frente al mercado internacional, mejorando la capacidad de respuesta de las empresas frente a las nuevas exigencias.

Las PYMES son aquellas empresas que reducen la pobreza y fomentan el desarrollo, dado que emplean a una suma importante de trabajadores de los sectores más

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

vulnerables, llegando a ser empresas que ofrecen calidad en los servicios y productos que ofrecen; siendo elementos fundamentales de la economía, ya que aportan un importante factor de ingresos para las regiones debido a su contribución en el crecimiento económico y a la generación de riqueza, razón por la cual las micro, pequeñas y medianas empresas deben contar con una planificación financiera óptima que se encargue de gestionar los recursos y tomar las decisiones pertinentes.

El marketing digital es una herramienta útil en las empresas dado que contribuye a la creación de marcas y generación de ventajas competitivas, las empresas que han adoptado las TIC han mejorado los procesos administrativos, incrementando la productividad y propiciando nuevos espacios para la innovación y competitividad, siendo valorada ya que lleva a explotar con éxito las novedades en los ámbitos económico y social. Entendiendo que, la innovación traduce cambio y evolución, apostando a nuevos procesos, productos e indicadores, que con ayuda de las herramientas tecnológicas facilita el trabajo permitiendo el intercambio de información dentro y fuera de la organización.

El enfoque metodológico de la investigación es cualitativo con un alcance descriptivo, mediante un estudio de caso, donde se analizó si el uso de las herramientas tecnológicas afectó o no la rentabilidad de la empresa, empleando la entrevista como fuente de información. La entrevista aplicada al Gerente y Directora ejecutiva de la empresa en estudio ubicada en la ciudad de Bogotá se llevó a cabo en el mes de Julio del año 2021 a través de videollamada. Inicialmente fue enviado un correo electrónico, donde se anexó la carta de autorización, las preguntas a realizar y un documento con las definiciones de los conceptos a estudiar. El análisis de las respuestas se realizó a través de la aplicación Word Art, que es una herramienta que permite crear textos estilizados.

Se estableció que la empresa en estudio ha mejorado en los procesos manuales y en la clasificación documental, incorporando un software de gestión empresarial con el propósito de optimizar tiempos de operación y facilidad en el manejo de información contable, de igual forma implementó otros tipos de herramientas tecnológicas como AutoCad, BIM y Office, que aportan optimización en los tiempos y eficiencia en las

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

ejecuciones de los servicios ofrecidos. Así mismo, se evidencia que a través de los años la empresa ha implementado las redes sociales teniendo como resultado un análisis favorable respecto a la adquisición de clientes.

Se evidencio que la empresa estudio de caso debe analizar la rentabilidad con un enfoque financiero, con el fin de poder estudiar a fondo los indicadores y así establecer si la implementación de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales generan un resultado favorable o desfavorable en los análisis anuales de la compañía, de igual forma establecer si con estos factores incrementa la competitividad en el mercado y el incremento de la productividad empresarial, así mismo se estableció y se recomendó que este tipo de investigaciones se debe implementar en otras empresas con distintas actividades económicas y en diferentes ciudades del país.

1. Problema

1.1 Descripción del problema

El uso estratégico de herramientas tecnológicas contribuye a que las empresas tengan una mejor comunicación con los clientes, obtener más información y optimizar sus procesos, así mismo, no es exclusivo para las grandes compañías que pueden realizar altas inversiones (Ministerio de Tecnologías de la información , 2020); las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) también pueden beneficiarse con la aplicación de herramientas sencillas y fáciles de usar en sus procesos, para lograr negocios más exitosos. El año 2020 fue un año de grandes cambios para Colombia y el Mundo, el COVID-19 considerada como una enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto recientemente. Tanto este nuevo virus como la enfermedad que provoca eran desconocidos antes de que estallara el brote en Wuhan (China) en diciembre de 2019 (Organización mundial de la salud, 2020). Actualmente la COVID-19 es una pandemia que afecta a muchos países de todo el mundo incluido Colombia, donde al mes de enero de 2021 contaba con más de 2 millones de contagiados.

Debido a la pandemia ocasionada por el COVID-19 los micro, pequeños y medianos empresarios debieron cerrar las puertas de sus empresas y buscar formas de reinventarse para poder salir a flote y no decaer en ventas y en ingresos; por esta razón aquellos empresarios que no contaban con una página Web, redes sociales y/o canales virtuales para vender sus productos y recaudar ingresos de las mismas entraron en una recesión económica ocasionando el cierre de algunas compañías y la pérdida de trabajo de miles de personas en Bogotá; de acuerdo a lo confirmado por el DANE durante julio 2020, 4.15 millones de personas perdieron su empleo frente a julio de 2019 y de estos 4.5 millones, 2.49 millones corresponden a trabajadores de empresas de hasta 10 empleados, en los sectores de comercio, vehículos y actividades artísticas. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2020).

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

De acuerdo con la Encuesta Nacional sobre el Impacto Económico realizada en el marco de la Red de Cámaras de Comercio liderada por Confecámaras y los resultados corresponden al Capítulo Bogotá (Cámara de Comercio de Bogotá, 202), el 95% de los empresarios considera que la crisis del Covid-19 los está afectando de manera negativa. Las micro y pequeñas empresas de los sectores de servicios, comercio e industria son los más afectados, donde el 37 % de las empresas han cesado temporalmente sus actividades, otras han solicitado créditos bancarios para capitalización y otras han cambiado el modelo de negocio 12%. De acuerdo a la Cámara de Comercio de Bogotá el 76% de los empresarios han realizado alguna acción de transformación de su negocio, de ellas, el 22% trabajan en identificar nuevas oportunidades, el 21% en acudir a consumidores y clientes; el 13% en transformar procesos de producción y redefinir objetivos del negocio; el 28.1 % de las MIPYMES han buscado asesoría en su mayoría para contar con protocolos de seguridad; el 15% para identificar nuevas oportunidades de negocio y el 13% para mejorar su tecnología digital (Cámara de Comercio de Bogotá, 2020).

Teniendo en cuenta lo dicho anteriormente se considera importante tener en cuenta la situación que vive actualmente el país y la ciudad de Bogotá en cuanto acceso al mercado digital y la situación a la que se vieron enfrentados los micro, pequeños y medianos empresarios de manera directa por el Covid-19, el impacto financiero que esto les ocasionó al momento de redefinir los objetivos o al momento de mejorar la tecnología con el fin de no decaer y poder continuar con su actividad económica.

En medio de la coyuntura económica se evidencian las limitaciones respecto al acceso a estas herramientas tecnológicas generando una brecha en las relaciones comerciales que se puedan establecer con clientes internos y externos ya que a pesar de que el uso de estas tiene un impacto positivo dentro de las MIPYMES optimizando procesos operativos, comerciales y administrativos no todas cuentan con la infraestructura y los recursos económicos necesarios para llevar a cabo este plan. Las TIC han generado un importante efecto para las empresas modernas, llegando incluso a cambiar el diseño organizacional pues son generadoras de diversos efectos estribando en la función que estas

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

cumplan dentro de la empresa como motores de búsqueda, sistemas de información (Macau, 2004) dentro de estos avances o plataformas tecnológicas se encuentran adicionalmente los canales virtuales para operar transaccionalmente con beneficios para las compañías, sus clientes o proveedores logrando una posible reducción en gastos bancarios o administrativos.

"Si bien hay que reconocer que durante la pandemia Colombia actuó rápidamente para llegar a todas las regiones, sin embargo, el problema es que la potestad que tienen los gobiernos locales como las alcaldías dificulta el proceso de implementación de infraestructura de las TIC, porque si existen más de 1.000 municipios en el país fácilmente existen 1.000 normativas diferentes para la aplicación de las TIC, eso hace imposible la implementación rápida" de acuerdo con el presidente Ejecutivo de la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones" (Revista Semana ,2020).

1.2 Pregunta de investigación

¿Cuál fue el impacto financiero de las MIPYMES al tener que incorporar el uso de las herramientas tecnológicas, marketing digital, redes sociales y canales virtuales en la ciudad de Bogotá a través de un estudio de caso?

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

2. Justificación

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 (Gonzalo, 2010). Las MIPYMES deben estar a la vanguardia de la tecnología y los nuevos medios de comunicación para realizar un verdadero acercamiento con el cliente y perdurar en el mercado, apuntando al incremento de las ventas, una gestión financiera eficiente y eficaz, y una base de datos completa para detallar próximos proyectos.

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. Esto conlleva a conocer más el mercado y acercarse más al cliente con el ánimo de tener un vínculo directo con él y sus gustos, la tecnología permite acceder y filtrar el tipo de cliente al que quieres llegar, de la mano de la innovación al presentar el tipo de servicio y producto que se ofrece.

La tecnología permite en tiempo real la comunicación entre empleados, clientes y proveedores, ahorrando costos incensarios en transportes, visitas y viáticos, adicional incurre en perder tiempo valioso para gestionar otro tipo de actividades. Las MYPIMES de Bogotá votan por reestructurar y optimizar los procesos para que sean cada vez más fiables, cortos y concretos al objetivo que se busca en especial que involucre la rentabilidad financiera de manera positiva.

Las MIPYMES deben hacerse conocer por sus clientes sin tener que recurrir a cuantiosas inversiones publicitarias, ni sacrificar tantos recursos propios, por medio de páginas web diseñadas según el idioma y la cultura del país, con imágenes llamativas y creativas, por medio de estas páginas también puede desarrollar negociaciones con los

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso. proveedores, ofrecer productos en línea, entre otros. Por medio de las TIC'S se automatizan los procesos y se suministra información requerida y oportuna para la toma de decisiones (Correa León, 2013).

El uso estratégico de las tecnologías de la información como redes sociales, Excel, herramientas de comunicación o software de soporte de procesos en las MIPYMES puede tener grandes beneficios como, simplificar los procesos de gestión, facilitar la toma de decisiones, el uso de las herramientas tecnológicas facilita el análisis y acceso a la información, mejorar la comunicación interna y externa, favorecer la satisfacción del cliente y permiten la expansión de la empresa. (Ministerio de Tecnologías de la información , 2020), así mismo el Ministerio de Tecnologías de la información tuvo una iniciativa a principios del año 2020, donde buscaban apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas en el uso estratégico de las tecnologías, donde se busca contribuir con el cierre de la brecha digital y a que las empresas del país sean más productivas; esta iniciativa fue dirigida especialmente a los pequeños negocios de barrio, como tiendas, panaderías y droguerías, que requieren mantener un canal de comunicación con sus clientes cercanos. (Ministerio de tecnologías de la información , 2020).

De acuerdo a lo confirmado por Confecámaras, la dinámica de creación de empresas en Colombia enero – marzo 2021, está conformado principalmente por microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas (Confecámaras, 2021), la cual se evidencia en la tabla 1.

Tabla 1. Creación empresas enero – marzo 2021

| Tamaño | Ene-Mar 2020 | | Ene-Mar 2021 | | Variación % |
|--------------|--------------|--------|--------------|-------|-------------|
| Contribución | | | | | |
| Microempresa | 87.824 | 96.042 | 9,4 | 9,31 | |
| Pequeña | 409 | 367 | -10,3 | -0,05 | |
| Mediana | 13 | 16 | 23,1 | 0,00 | |
| Grande | 2 | 6 | 200 | 0,005 | |

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

| | | | | |
|--------------|---------------|---------------|------------|------------|
| Total | 88.248 | 96.431 | 9,3 | 9,3 |
|--------------|---------------|---------------|------------|------------|

Fuente: Elaboración Propia tomado de (Confecámaras, 2021)

Algunos antecedentes y descripción de las TICS se relacionan en la Tabla 2.

Tabla 2. Aspectos importantes de las TICS en MIPYMES

| Categoría | Descripción |
|----------------------------------|---|
| Ventajas | Aumento de la productividad |
| | Creación de Valor |
| | Mejora en procesos |
| Uso Tecnología | Factor clave en la estrategia |
| | Guía para la competencia |
| | Desarrollo, expansión y diversificación |
| No uso herramientas tecnológicas | Limitan crecimiento empresarial |
| | Perdida de Ingresos |

Fuente: Elaboración propia tomado de Fonseca Pinto, (2012).

Para que las PYMES puedan vencer las deficiencias tecnológicas deben tener en cuenta oportunidades como comprar y pagar por internet e integrar las cadenas productivas a través de las aplicaciones tecnológicas, de acuerdo con Monge-González, Alfaro-Azofeifa, & Alfaro-Chamberlain, (2005) existen cuatro limitaciones que enfrentan las empresas a la hora de adoptar las TICS, las cuales se relacionan en la Figura 1.

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Figura 1. Limitaciones que enfrentan las empresas



Fuente: Elaboración propia

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Identificar los impactos financieros ocasionados por el uso de las herramientas tecnológicas en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá a través de un estudio de caso.

3.2. Objetivos específicos

- Establecer los componentes teóricos de la rentabilidad para el beneficio de la organización.
- Caracterizar las herramientas tecnológicas, canales virtuales y redes sociales al interior de las empresas.
- Determinar el uso de las herramientas tecnológicas, canales virtuales y redes sociales como plataformas para potencializar la rentabilidad de la empresa estudiada.

4 Marco de referencia

4.1. Antecedentes teóricos y empíricos

García, Bedoya & Ríos (2009) realizaron un estudio frente al papel que juegan el sistema de información contable, las finanzas y la planeación estratégica en la toma de decisiones y en la buena dirección empresarial. El estudio tuvo una aproximación al concepto de la gestión financiera integral, se expusieron los cinco componentes que fundamentan dicha gestión y se presentó su respectiva metodología para las pequeñas empresas. El resultado indicó que la gestión financiera integral permitió a los empresarios ver la organización como un todo integrado y la información actualizada fundamentó mejor las decisiones; de igual forma, permitió al empresario tener una visión más amplia de su empresa en el sector y generar gestiones encaminadas al mantenimiento del valor de la organización en el mercado, así mismo se determinó que la cultura de la gestión financiera debe ser tomada a nivel empresarial con el fin de promover la competitividad y el crecimiento del país.

García & Sánchez (2013) realizaron un estudio sobre el uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en las MIPYME industriales mexicanas. Consistió en determinar el dominio sobre el uso de las TIC para comprobar su posición competitiva. Los principales hallazgos permitieron determinar que las MIPYME tienen bajas probabilidades de supervivencia en el largo plazo, así como se estableció que el nivel de exportación es mínimo y que son pocas las empresas que aplican un proceso formal para el mejoramiento continuo, dando como conclusión que la mayoría de las MIPYME industriales no aplican las TIC en su proceso productivo, lo que restaría competitividad, de igual forma se estableció que a las vías por las cuales las TIC ayudan a mejorar el desempeño de las empresas son cuatro: automatización, accesibilidad a la información, costos de transacción y procesos de aprendizaje.

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Otro estudio de investigación busco analizar el impacto de la inclusión de las TIC en la gestión de la información financiera en las PYMES comerciales y de servicios del municipio de Itagüí. El estudio pretende aportar el vacío de conocimiento empírico respecto al impacto que ha generado la incursión de herramientas tecnológicas para la gestión de la información financiera. Los principales hallazgos indican que el internet y el teléfono móvil son las tecnologías más utilizadas para realizar actividades laborales y un porcentaje de estas empresas considera un impacto positivo la incursión de estas herramientas ya que creen que aportan eficiencia, control, administración y seguridad en la toma de decisiones (Bermeo, et al, 2020).

Pinzón & Osorio (2017) realizaron un proyecto de investigación que tenía por objeto determinar la aplicabilidad del concepto de “valor compartido” en las empresas de Bogotá y la región e identificar cuáles son los factores que inciden en la creación de valor compartido. La investigación tuvo un enfoque de búsqueda preliminar de información para la elaboración de un modelo teórico donde se detectaron factores y con estos factores se desarrolló un instrumento para la toma de datos. Los resultados indicaron que la motivación es el factor que incide de manera significativa, en contraste con otros factores, en la creación de valor compartido.

Mora-Riapira, Vera-Colina & Melgarejo-Molina (2015) desarrollaron un estudio analizando la importancia en el desarrollo y el fortalecimiento de nuevas estrategias de planificación para las MIPYMES en el país, que les permitan proyectarse en el mediano y largo plazo, generando acciones que incrementen la competitividad frente al mercado internacional, y que además les permita no solo conservar el mercado que poseen actualmente, sino aumentar su radio de acción en nuevos mercados nacionales e internacionales. Esto permite señalar que es de gran importancia el desarrollo de nuevas propuestas para el mejoramiento de la capacidad de respuesta de las MIPYMES frente a las nuevas exigencias que trae la globalización.

4.2. Marco teórico

4.2.1 Rentabilidad

Gitman (2003), define la rentabilidad como la relación entre los ingresos y los costos generados por el uso de los activos de la compañía en actividades productivas; por otra parte Sánchez (2002) define la rentabilidad como la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo, y finalmente la rentabilidad es entendida como un indicador financiero y es utilizada para el estudio de la información contenida en los estados financieros de las empresas, así mismo representa uno de los objetivos que se traza la organización para conocer lo invertido al realizar actividades en tiempos determinados (Aguirre, Prieto & Escamilla, 1997).

Quintero & Navarro (2018) analizan e indican que las pequeñas y medianas empresas (PYMES), son aquellas que reducen la pobreza y fomentan el desarrollo, dado que emplean una suma importante de trabajadores de los sectores más vulnerables de la sociedad, entendiendo que, para poder sobrevivir, las PYMES deben ofrecer calidad no solo en los productos o servicios que ofrecen, sino en toda la dimensión a la que se enfrentan estas organizaciones, donde la productividad se encuentra ligada con la rentabilidad (Pozos, Lucila & Acosta Márquez, 2016), así mismo se debe tener presente que para estimular el desarrollo de las empresas, el gobierno juega un papel importante toda vez que debe multiplicar esfuerzos para aumentar la oferta de capital privado y capital de riesgo en el país mediante algunos mecanismos (Barona-Zuluaga & Rivera Godoy, 2012).

Llanes (2012) afirma que la liquidez, la solvencia y la rentabilidad son conceptos que se deben considerar para que las compañías paguen los compromisos adquiridos con los acreedores y generen beneficios que se puedan retornar, por su parte, Garzon (2019) considera que uno de los indicadores más utilizados para medir el éxito de las empresas son el retorno sobre los activos (ROA), el retorno sobre las ventas (ROS) o el retorno sobre el patrimonio (ROE), es por ello que los analistas financieros deben utilizar índices de

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso. rentabilidad para determinar que tan eficientes son las organizaciones en el uso de los activos (De la Hoz Suárez, Ferrer & De la Hoz Suárez (2008).

4.2.2 MIPYMES y rentabilidad

Quintana (2014) define a las medianas y pequeñas empresas como iniciativas particulares con ánimo de lucro, sumamente relevantes en la sociedad ya que proporcionan empleo y una forma de subsistencia digna de gran parte de la población, de igual forma se entiende que las fuentes de financiamiento para las PYMES son un elemento fundamental para que se generen inversiones que brinden rentabilidad financiera, siendo indispensables para generar un crecimiento financiero (Roa & Montañez, 2018). Los indicadores de liquidez, eficiencia y rentabilidad muestran una tendencia desfavorable en las PYMES, toda vez que afectan la capacidad para obtener recursos financieros que permitan fortalecer sus operaciones y potenciar el crecimiento (Vera-Colina, Melgarejo-Molina & Mora-Riapira, 2014).

Espinosa, Molina & Vera Colina (2015) definen a las PYME como “toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana”, los pequeños empresarios se enfrentan a mayores desafíos incluidos habilidades administrativas nulas, pocas alternativas para la financiación del proyecto y el desarrollo del plan financiero carece de estrategias específicas (Valle Núñez, 2020), se debe tener en cuenta que el acceso a la financiación es una gran barrera para el crecimiento y desarrollo de las MIPYMES, la poca financiación produce la muerte en menos de dos años de gran número de estos emprendimientos (Quintana, 2014).

Martínez Caraballo, et al, (2017) consideran que en el ámbito empresarial las pequeñas y medianas empresas (PYME) son un segmento fundamental de la economía, ya que aportan un importante factor de ingresos para las regiones debido a su contribución en el crecimiento económico y a la generación de riqueza; así mismo Quintana (2014) indica que las MIPYMES enfrentan un mercado abierto por tratados de libre comercio, en muchas

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

ocasiones siendo menos competitivas por los endeudamientos a corto plazo y falta de metas claras. El acceso a la financiación de las PYMES se traduce en la reinversión de las utilidades operacionales, aprobación de préstamos financieros o consecución de medios financieros para las operaciones a corto plazo (Vera-Colina, Melgarejo-Molina & Mora-Riapira, 2014).

Barona-Zuluaga & Rivera-Godoy (2012) indican que los emprendedores y gerentes deben ser conscientes de la trascendencia que tiene en el medio la inversión patrimonial y las adecuadas gestiones para lograr un suministro apropiado como los ahorros, amigos o la vinculación de las fuentes promovidas por el gobierno, de igual forma el acceso al financiamiento de las microempresas depende en mayor medida del tamaño que de la antigüedad, dado que las empresas jóvenes utilizan en menor proporción el financiamiento a corto y largo plazo (Guercio, et al, 2020). Lo anterior, dando a entender que las empresas deben contar con la información financiera derivada de los estados financieros toda vez que son una herramienta vital para la toma de decisiones de desarrollo empresarial (Barreto Granda, 2020).

Las empresas emplean con intensidad distintas fuentes de financiación, dependiendo de la etapa en la que se encuentren, la principal fuente de financiación de una empresa joven la constituye la inversión de los dueños y en una empresa mediana las utilidades retenidas (Barona-Zuluaga & Rivera-Godoy 2012). Por esta razón, Roa & Montañez (2018) afirman que para obtener mayores rendimientos, las empresas pueden utilizar fuentes de financiación propias como la reinversión de utilidades o la compra de mercancías a crédito con proveedores. Vera-Colina, Melgarejo-Molina & Mora-Riapira (2014) manifiestan que “Las PYMES colombianas se financian primordialmente con recursos propios, pasivos de corto plazo y en menor proporción con deuda de largo plazo” (p. 11); Es por ello que La relación entre el tamaño de la empresa y la utilización de las diferentes fuentes financieras, muestran que cuando la organización es más pequeña es mayor la probabilidad de financiarse con recursos propios. (Guercio, et al, 2020).

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

La planificación financiera es una herramienta fundamental adaptable a cualquier tipo de empresas por lo cual es propicio que se realice continua y oportunamente con el fin de optimizar los recursos ya existentes. (Valle Nuñez 2020). Es por ello que Barreto Granda (2020) afirma que el análisis financiero es una herramienta gerencial en la actividad empresarial, donde se determinan las condiciones financieras, la gestión de recursos disponibles y contribuye a predecir el futuro de la organización. Así mismo, el administrador financiero será el responsable de la toma de decisiones financieras, se encargará de examinar y verificar las inversiones que se proponen, generando una contribución real en la empresa. (Roa & Montañez 2018).

Toro & Palomo (2014), confirman que los análisis numéricos han determinado que en el mundo entero las pequeñas y medianas empresas conforman el mayor porcentaje del tejido empresarial, lo cual se reafirma con la siguiente afirmación de Beltrán, Torres, Camargo & Bello (2004) “la pequeña y mediana empresa a nivel mundial es un sector considerado como generador y propulsor del desarrollo y de la democratización del capital”. Es entonces importante identificar la evolución que se ha presentado en el entorno empresarial y qué factores impactan a nivel económico, humano y ambiental (Mejia 2006). En épocas de alta demanda y se incrementa el flujo de caja conlleva a las empresas a adquirir instrumentos de financiación más arriesgados con el fin de obtener rentabilidad (Neira, Rallo & Philipp 2001).

Vera-Colina, Melgarejo-Molina & Mora-Riapira (2014) afirman que el nivel de acceso a la información financiera se determina con la composición de las fuentes de financiación del balance general, es decir los pasivos corrientes, a largo plazo, elementos de la estructura financiera y capital de la empresa. La información financiera se usa para evaluar el impacto financiero, las decisiones de inversión y cumplir con las obligaciones tributarias (Barreto Granda 2020); es por ello que Martínez Caraballo, et al, (2017) afirman que “El análisis financiero es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, facilita el diagnóstico de la situación actual y la predicción de cualquier acontecimiento futuro; a su vez está orientado hacia la consecución de objetivos preestablecidos” (p. 3).

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Las MIPYMES en América Latina juegan un papel muy importante en la cohesión social, ya que contribuye a la generación de empleo, ingresos, erradicación de la pobreza y fortalece la actividad productiva de las economías locales. (CEPAL, N. 2009). Por esto Lavarone & LETTRY (2012) consideran que algunas de las razones por las que las MIPYMES desempeñan un papel trascendental es que tienen una alta contribución a la generación de riqueza y a la demanda y capacitación de mano de obra, Alientan la movilidad social y una mejor distribución del ingreso. La importancia económica y social de la MIPYME en Latinoamérica cumplen un papel fundamental en la generación de empleo por lo tanto se hace cada vez más necesario generar políticas que permitan fomentar y proteger a este tipo de entidades económicas (Saavedra & Hernández, 2008).

Valdés Diaz & Sánchez Soto (2012) indican que las MIPYMES conforman un porcentaje muy importante de la actividad económica, ya que generan más de la mitad del empleo que ofrece la actividad economía empresarial, brindando un componente de competencia, ideas, productos y trabajos nuevos. En la clasificación de las MIPYMES, Colombia maneja los parámetros de empleo y activos en la mayoría de los casos la categorización de las empresas se hace principalmente sobre la base de la cantidad de personal empleado y volumen anual de facturación, valor de activos productivos y otros (Saavedra & Hernández 2008). Por ello Quintana (2014) considera que “Cualquier cambio en las estrategias de financiamiento a las MIPYMES impactaría en el desarrollo de la región, beneficiando de algún modo a las comunidades” (p. 229).

Las empresas ingresan al mundo como firmas pequeñas, y a través del aprendizaje van creciendo y evolucionando en el ciclo de vida, con lo que logran mayor estabilidad, lo que les permite invertir más en investigación y desarrollo, produciendo una constante innovación. (CEPAL, N. 2009), así mismo Valdes Diaz & Sanchez Soto (2012) manifiestan que “La empresa es la célula básica para la producción de bienes y servicios; constituye una unidad económico-social con fines de lucro” (p 127). Al tener un tamaño más o menos reducido, tienen un alto grado dificultad para expandirse y poder llegar a mercados alejados

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso. de su punto de residencia. Por ello, la mayoría de las PYMES se concentran en mercados locales, regionales o, como mucho, nacionales (Lavarone & Lettry, 2012).

Actualmente hay gran variedad de libros acerca de finanzas corporativas los cuales se han especializado para obtener bases y determinar factores para mejorar la rentabilidad en las empresas (Milos, 2015). El diseño de las estrategias para la toma de decisiones a nivel financiero es determinante y por lo mismo complejo que define el futuro de la organización (Abor, 2005). En palabras del autor Morillo (2001) con su tema “Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos” cuyo objetivo explica que la rentabilidad es una de las motivaciones más importantes para aquellos quienes invierten su capital para emprender con una entidad financiera y consigo obtener gran rentabilidad en la empresa.

González, Fernández & Búa (2007), mencionan que las compañías con mayor rentabilidad en el mercado son las que presentan alto índice de endeudamiento ya que amplían sus horizontes de acceso a financiación. Las pequeñas y medianas empresas son clave para la competitividad en Latinoamérica y deben integrar herramientas que permitan el crecimiento en sus procesos internos antes de crear alianzas estratégicas (Solís, 2005). El análisis financiero es una herramienta que determina el nivel de liquidez, endeudamiento y rentabilidad para definir ventajas y limitaciones de una organización para la toma de decisiones (Nava, 2009). La rentabilidad es la utilidad calculada en pesos en comparación con la inversión inicial durante un plazo determinado (Baena, 2014).

Contreras e Ismara (2006), existen 2 tipos de rentabilidad: Económica que hace referencia a la capacidad de los activos donde las ganancias son obtenidas por las operaciones realizadas y Financiera donde los rendimientos son medibles por inversiones con recursos propios. La rentabilidad económica es un indicador relevante que define la gestión empresarial y el desarrollo del objeto social de la compañía (Sánchez 2002). “La rentabilidad se le denomina como la relación entre los ingresos y costos quienes fueron generados por los activos de una empresa en actividades productivas es por ello que la rentabilidad de una empresa se la valora referente al total de las ventas, al capital o al valor de las acciones”(Lawrence, 1997).

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

4.2.3 Herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales

Fernández Portillo (2016) define al comercio electrónico o e-commerce como la forma de transacción o intercambio de información comercial, donde se agiliza el proceso comercial y donde se reducen tiempos y costos, por su parte, Jones y Brunello (2014), afirman que la “adopción del comercio electrónico por parte de las PYME representa una fuente potencial de beneficios y de creación de valor, asociados a la reducción del costo de transacción y la agilización de procesos de negocios”, donde se permite una mayor interacción entre los vendedores y los usuarios, buscando dinamizar y diversificar la economía (Carrión, 2020).

Flores Cueto (2009), considera las redes sociales como el medio de interacción de distintas personas como los juegos en línea, chats o foros; así mismo son entendidas como lugares en internet donde las personas comparten información con otros terceros, y como un espacio creado virtualmente para facilitar la interacción entre personas (Herrera, 2012), dado que, las redes sociales se usan para ofrecer y vender cualquier tipo de productos, los pequeños empresarios deben considerar las redes sociales públicas, entendidas como aquellas redes donde cualquier tipo de usuario puede acceder a ellas sin necesidad de pertenecer a algún grupo o sociedad (Urueña, et al, 2011).

Castaño, (2015) concluye que las estrategias de marketing digital pueden ser una herramienta muy útil para las empresas, puesto que contribuye a la creación de marcas fuertes y a la generación de ventaja competitiva, respecto a las MIPYMES y a la situación que vive el mundo actualmente, la transformación digital pasó a ser un requisito para poder sobrevivir, dado que anteriormente se consideraba este concepto como un complemento para aumentar la productividad (Rodríguez, et al, 2020), finalmente, se debe tener presente que las micro, pequeñas y medianas empresas presentan una desventaja frente a las grandes empresas respecto al comercio digital, situación que se puede equilibrar con la aplicación del e-business (Perdigón Llanes, Viltres Sala & Madrigal Leiva, 2018).

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

La implementación de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), es una de las principales herramientas distintivas de la actividad económica de hoy, constituyendo un factor importante para alcanzar la competitividad empresarial (Albarracín, 2014), Guercio, et al, (2020) definen a las PYMES de base tecnológica como aquellas que se basan en el valor presente de la posibilidad de crecimiento, lo que se denomina opciones de crecimiento, de igual forma, se debe tener claro que la metodología para incluir las TIC en las organizaciones se deben fundamentar dentro del plan estratégico y se debe encontrar acorde con la proyección de la empresa en un futuro cercano (Castro & Erazo, 2016).

Las PYMES han adoptado las TIC como una estrategia relevante, ya que permite mejorar los procesos administrativos, incrementan la productividad y propician nuevos espacios para generar innovación y competitividad (castro & Erazo 2016); Albarracín (2014) considera que “Las TIC se convierten en herramientas de apoyo a la gestión empresarial, apalancando la construcción de estrategias orientadas a la competitividad y la innovación, contribuyendo a la sostenibilidad no sólo de la organización, si no de la sociedad en general” (P. 72). Es por ello que la Economía se da como una situación necesaria para aportar condiciones de crecimiento sostenible de las empresas, aplicada a la competitividad y productividad (Martínez Caraballo, et al, 2017).

Tarapuez, Guzmán & Hernández (2016) indican que las MIPYMES colombianas tienen un desempeño innovador bastante satisfactorio, las TIC influye positivamente sobre la innovación de las organizaciones y mejoran su nivel competitivo. La innovación como sinónimo de cambio, de nuevos productos y procesos es ampliamente reconocida y valorada en el desarrollo de empresas, sectores industriales y países ya que lleva a explotar con éxito las novedades en los ámbitos económico y social. (Gálvez-Albarracín, Hernández-Fernández & Molina-Morejón 2016). Por ello Muñoz, Arenas & García (2017) manifiestan que “La pequeña y mediana empresa – PYME, a nivel mundial es un sector considerado generador y propulsor del desarrollo y de la democratización del capital” (p. 145).

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Castells y Pasola (2003) indican que la innovación traduce cambio, evolución y aún sin certeza del futuro apuesta a nuevos procesos, productos e indicadores de gestión llevando a explotar el mercado con éxito; la innovación ha desempeñado un rol importante el cual ha sido reconocido y valorado para el desarrollo de la economía en el sector empresarial en todo el mundo (Santoreli 2013). Las tecnologías de información y comunicación son un elemento conductor que dirige a las compañías a innovar e incrementar la rivalidad entre cada sector del mercado (Hernández, Ortiz y Uribe, 2013), explorando en cuales pueden ser los elementos que constituyen esa innovación organizacional, se halló intervención del altos directivos y motivación de los colaboradores permitiendo conexión corporativa hacia un mismo objetivo (Idota et al. 2013).

Hughes (2001), menciona que para calcular el grado de innovación en una organización se determinan dos premisas partiendo de cifras que determinen el impacto del cambio en procesos en cuanto a inversión costos y rentabilidad y otra a nivel subjetivo por parte de Gerencia. La innovación posee una parte organizacional la cual corresponde a la implementación en asignación de roles en la estructura administrativa y otra a nivel tecnológico a nivel de productos y mercado (AECA 1995), la implementación de herramientas tecnológicas consolida el proyecto de las compañías para iniciar la obtención de márgenes de innovación adicional a los cambios y capacitación de sus colaboradores donde todos están enfocados al desarrollo (Janke & Panckova 2013).

Becerra (2001), afirma que los proyectos de innovación y desarrollo tienden a presentar dificultades al momento de recurrir a la financiación ya que representa un riesgo al no tener activos para apalancar la deuda particularmente para las pequeñas empresas. Una de las estrategias para incrementar el desarrollo tecnológico y emprendimiento dinámico en las empresas debe ser el financiamiento ya sea público o privado o una combinación de ambas (Gómez y Mitchell 2014). Hablando de Latinoamérica Jiménez (2008) deduce que el apoyo a la innovación en las empresas debe estar basado en un proceso que va superando dificultades etapa por etapa analizando los obstáculos para seguir avanzando.

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Marín (2018), indica que las herramientas tecnológicas son aplicaciones y programas utilizados en diversas funciones, los cuales están a disposición de las personas para facilitar el trabajo permitiendo intercambio de información dentro y fuera de la organización; de igual forma, Rodríguez (2016), define a las herramientas tecnológicas como programas que se pueden utilizar en diversas funciones o actividades en el campo laboral o personal, donde en su mayoría no es necesario pagar un valor por su funcionamiento, finalmente, el uso y la aplicación que se les da a las herramientas tecnológicas depende de las necesidades y características de los usuarios (Torrecilla, 2018).

Una red social se define como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema (Boyd y Ellison 2007). Según Herrera (2012) “Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos des-conocidos”. Algunas redes sociales son: Facebook, Twitter, Orkut, Identi.ca, Viadeo, Xing y Linked In, Wipley, Minube Dogster, Last.FM y Moterus, Yuglo, Unience, PideCita, 11870, MySpace, Friendfeed y Hi5 entre otras (Flores, Morán & Rodríguez 2007).

Gutierrez y Borja (2011), definen los canales virtuales como estrategias corporativas para mejorar, administrar, comercializar y potencializar el servicio o producto ofrecido de la mano con el área comercial todo vía online. Acosta (2010), los canales virtuales han crecido con bastante agilidad dentro de los cuales se encuentran los sitios web para adquirir nuevos clientes facilitando el acceso y compra del servicio, e-commerce o transferencias electrónicas. El uso de canales virtuales. Al igual que lo realizan en el marketing online pero definiendo un proceso diferente para el establecimiento de las estrategias, pues estas se encuentran basadas únicamente con el internet, buscando desarrollar estrategias de mercadeo auténticas (Auletta, 2009).

5 Metodología

5.1 Alcance de la investigación

El alcance de la investigación es descriptivo, con el cual se busca mediante un estudio de caso, analizar los componentes financieros por el uso de las herramientas tecnológicas en una mediana empresa del sector real en la ciudad de Bogotá, teniendo en cuenta lo mencionado por Hernández, Fernández y Baptista (2014) este alcance la investigación puede proporcionar información para llevar a cabo estudios explicativos, así como recolectar los datos necesarios y los fenómenos que se están investigando; llegando a la conclusión de que es un aspecto clave en esta investigación porque se debe recolectar información financiera de la empresa durante un tiempo determinado y poder establecer si la implementación y uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales son un aspecto importante en la rentabilidad de la organización.

De acuerdo con Ramos (2015) el diseño descriptivo busca caracterizar, exponer, describir, presentar o identificar aspectos propios de una determinada variable, así como especificar las propiedades importantes del análisis que se realiza en la presente investigación, este tipo de estudio especifica las propiedades de los fenómenos, personas o grupos y selecciona cuestiones y mide cada una de ellas, de forma tal de describir lo que se está investigando, de igual forma, se puede ofrecer la posibilidad de llevar a cabo algún nivel de predicción (Cauas, 2015).

5.2 Enfoque metodológico

El proyecto tiene un enfoque metodológico cualitativo, debido a que el propósito de la investigación es, analizar los indicadores financieros de una organización que implementó las herramientas tecnológicas y determinar si el uso de estas herramientas potencializa la rentabilidad de las MIPYMES en la ciudad de Bogotá, a través de un estudio de caso; enfoque correcto para este tipo de investigación dado que este utiliza recolección

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso. de datos donde se detallan las situaciones y eventos, dando a conocer las perspectivas, con el fin de analizar los datos obtenidos y sus resultados.

Según Fernández (2016) una característica singular del enfoque cualitativo es apoyar en métodos de recolección, que consiste en obtener los puntos de vista de los participantes en cuanto a experiencias y resultados, así mismo indica que en este enfoque el investigador no sigue un proceso definido porque las preguntas de investigación no se han definido completamente. Abreu (2012) afirma que “el foco de la investigación cualitativa no está en los números, sino en las palabras y en observaciones: históricas, representaciones visuales, caracterizaciones significativas, interpretaciones y demás descripciones expresivas”, aspecto importante para las conclusiones de la investigación.

5.3 Instrumentos

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó un estudio de caso teniendo en cuenta que se analizó si el uso de las herramientas tecnológicas ha tenido resultados favorables o desfavorables en la rentabilidad de la compañía y esto es algo que no se ha estudiado con anterioridad basándonos en la entrevista y en el análisis documental como instrumentos siendo estos complemento para el estudio de caso por la facilidad al acceso de la información a analizar y finalmente proponer una alternativa.

Una investigación de estudio de caso dentro de su contexto contempla muchas variables de datos que se observan y fuentes de evidencia que al final nos lleva a desarrollar hipótesis (Yin, 1994). Para Chetty (1996) en el método de estudio de caso la información puede ser recopilada de diferentes fuentes dentro de las cuales se encuentran las entrevistas directas, documentos, observación de participantes y comportamiento de la compañía.

Determinando que el proyecto tiene un enfoque cualitativo para un estudio de caso, las fuentes de recolección de información que se emplearan son: entrevista y análisis documental.

5.3.1 Entrevista

La entrevista es una herramienta efectiva de comunicación donde se plantea un texto negociado, las preguntas pueden ser conocidas con anticipación y el entrevistador interactúa activamente con el entrevistado (Schwandt 1997). La mirada de las entrevistas debería girar a la narrativa teniendo en cuenta el orden cronológico de los hechos permitiendo captar significados y tener una visual más amplia de la situación a evaluar (Fontana & Frey 2015). Para el proyecto se determinó emplear la entrevista como herramienta de recolección de datos para este estudio de caso teniendo en cuenta la facilidad para acceder al Gerente general y directora administrativa logrando profundizar con información de primera fuente sobre el análisis financiero en cuanto a rentabilidad que ha tenido el uso de las TIC en su compañía siendo este el objetivo principal de la investigación.

Para la estructuración de este instrumento se desarrolló un marco lógico, que consiste en la correlación de los objetivos de categorías orientadoras y de ejes de indagación, para poder determinar correctamente las preguntas adecuadas que van a aportar al proyecto de investigación, la tabla 3 plasma este marco lógico.

Tabla 3. Marco lógico

| Objetivo Específico | Categoría Orientadora | Eje de indagación | Preguntas |
|--|------------------------------|---------------------------------------|---|
| Establecer los componentes teóricos de la rentabilidad para el beneficio de la organización. | Rentabilidad | Concepto general | ¿Cuál es el concepto que tiene usted sobre la rentabilidad? |
| | | Importancia al interior de la empresa | ¿Qué importancia tiene la rentabilidad al interior de la empresa? |

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

| | | | |
|--|---|--|---|
| <p>Caracterizar las herramientas tecnológicas, canales virtuales y redes sociales al interior de las empresas.</p> | <p>Herramientas tecnológicas, canales virtuales y redes sociales</p> | <p>Concepto de herramientas tecnológicas</p> | <p>¿Qué conocimiento tiene usted sobre las herramientas tecnológicas?</p> |
| | | <p>Concepto de canales virtuales</p> | <p>¿Cuál es la definición que tiene usted sobre los canales virtuales?</p> |
| | | <p>Concepto de redes sociales</p> | <p>¿Cuál es el concepto que tiene usted sobre las redes sociales?</p> |
| <p>Determinar el uso de las herramientas tecnológicas, canales virtuales y redes sociales como plataformas para potencializar la rentabilidad de la empresa estudiada.</p> | <p>Rentabilidad desde las herramientas tecnológicas, canales virtuales y redes sociales</p> | <p>Pertinencia de la tecnología en la empresa</p> | <p>Describa Ud. cómo la tecnología ha impactado a la empresa</p> |
| | | <p>Correlación entre rentabilidad y tecnología</p> | <p>¿Cuál cree que es la relación que existe entre tecnología y rentabilidad y por qué?</p> |
| | | <p>Impacto financiero en la empresa de las herramientas tecnológicas</p> | <p>¿Describa cuál fue el impacto del uso de la tecnología en la rentabilidad financiera de ARQCO?</p> |
| | | <p>Pertinencia de los canales virtuales en la rentabilidad</p> | <p>¿Describa cuál ha sido el impacto de los canales virtuales</p> |

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | en la rentabilidad de la empresa? |
| | | Apoyo de las redes sociales para la rentabilidad | ¿Considera que el uso de las redes sociales ayuda a la rentabilidad de la empresa? |

Fuente: elaboración propia

La validación de este instrumento se desarrolló a través del concepto de expertos, el cual consiste en ayudar a explorar el concepto con experiencia en determinado campo (autor, año). En el anexo 1 se plasma el formato de validación del instrumento utilizado por los expertos.

5.3.2 Análisis documental

Para este proyecto se eligió como segundo instrumento de recolección de datos el análisis documental teniendo en cuenta que el estudio de caso se realiza en la organización de una de las participantes de la investigación la información financiera es accesible lo cual permitirá profundizar en detalle las fuentes originales con las cuales se soportará la fase final de los resultados.

Hernández (2002) señala que el análisis de la información es un instrumento integral que condensa datos relevantes registrados que contribuyen a la toma de decisiones. Morales (1995) define el análisis documental como el procesamiento de la información mediante método cualitativo o cuantitativo. Vickery (1970) indicó que a través del análisis documental se puede recopilar la información importante sobre un asunto específico a evaluar adicionalmente es un instrumento que ha evolucionado arrojando resultados más fiables y depurados, Perelló (1998) señala que el análisis documental comprende dos fases:

- La primera consiste en la determinación del significado general del documento y la

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Consiguiente transformación de la información contenida en él.

- La segunda corresponde tanto a la descripción formal o exterior como a la elaboración de estrategias y métodos de búsqueda.

5.4 Procedimientos.

La presente investigación se enfocará en un estudio de caso, con el fin de poder analizar el impacto de las herramientas tecnológicas en la rentabilidad de las MIPYMES de la ciudad de Bogotá, lo cual busca entender el comportamiento de estos usos desde todas sus partes internas y externas, y con ello explicar de forma profunda los procesos o hechos relativos a través de una participación activa del investigador, con apropiadas bondades como Contrastar varios contextos y generar varias miradas desde distintas disciplinas, Estudiar la información desde múltiples perspectivas y considerando varias variables en el cambio de los balances y estados financieros después de la adopción de las herramientas tecnológicas en la compañía, adquiriendo competencias de diagnóstico.

En la investigación con enfoque cualitativo se realizará la recolección de evidencias ateniendo a un estudio de caso. El primer instrumento será la entrevista al gerente y directora administrativa elaborada con una serie de preguntas planteadas con antelación con el fin de obtener las respuestas necesarias para darle un análisis a la información, atendiendo a un formato diseñado por medio de un marco lógico con preguntas concretas y específicas en relación al estudio de caso propuesto. Como segundo instrumento se solicitará por medio de una carta el permiso y/o autorización a la compañía dirigida al representante legal visualizado en el anexo 2 carta permiso de autorización estudio de caso, para realizar un análisis documental teniendo la oportunidad de obtener acceso la información que se obtendrá como convicción.

5.5 Análisis de información.

Para el desarrollo satisfactorio de este proyecto se realiza un procedimiento para la aplicación de los instrumentos, iniciando con una entrevista al gerente y a la directora

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

administrativa teniendo en cuenta los datos proporcionados sobre el análisis en la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales y la permanencia en el mercado, segundo y último paso un análisis documental teniendo la oportunidad de un acercamiento directo a la recolección de datos de la compañía lo cual se obtiene acceso a la página web, balances y estados financieros, libros contables, análisis de la nómina después de la implementación de las Tic's en la compañía, Aplicaciones ofimáticas: office, autocad, software de seguridad webmail (correos corporativos), software de gestión empresarial: ZENSMART – facturación electrónica, gestión contable y base de datos clientes y proveedores, informes financieros, redes sociales: Facebook e Instagram, todos los empleados cuentan con una línea o plan suministrado por la empresa para tener acceso a internet y comunicación entre empleados y clientes por redes sociales.

5.6 Consideraciones éticas

La información recolectada en el presente proyecto es con fines académicos, lo cual no busca afectar a la empresa mediante un estudio de caso ni a las MIPYMES de Bogotá, garantizando el cumplimiento de las consideraciones éticas establecidas en el programa de Especialización en Gerencia Financiera y la Corporación Universitaria Minuto de Dios, así mismo se realizan compromisos profesionales donde se evidencie la transparencia y el buen manejo de la información, así como el uso correcto de los recursos obtenidos.

6. Resultados

6.1 Diagnostico

La recolección de información se realizó a través de una entrevista virtual, donde participaron los señores Juan Camilo Contreras como Gerente y fundador de la empresa estudiada, y la señora Lina Maria Galindo como directora ejecutiva; la entrevista se realizó a través de la aplicación Microsoft Teams, atendiendo a las normas de bioseguridad no fue posible realizar el encuentro presencialmente; así mismo se aplicó otra fuente de recolección que fue el análisis documental, donde una de las estudiantes tuvo acceso a la información necesaria para realizar el respectivo estudio.

Como situación favorable en la aplicación de los instrumentos se encontró que gracias a la autorización que tuvo una de las personas para acceder a los documentos e información de la empresa en estudio se pudo analizar toda la información y obtener los resultados esperados, y como situación desfavorable encontramos que la entrevista pudo haber sido más dinámica al haberse realizado presencialmente.

6.2 Relación de hallazgos

6.2.1 Análisis de las entrevistas

De acuerdo a lo observado en la figura 2 se instauraron los componentes teóricos de la rentabilidad para la población de la empresa en estudio, donde se estableció que la rentabilidad es un beneficio monetario obtenido de una inversión inicial basada en unos criterios de evaluación pero a su vez todo es un pronóstico para profundizar en el resultado final para deducir si es pérdida o ganancia y se deben visualizar los diferentes escenarios y variables que podría enfrentar un proyecto con esto se puede determinar el valor del dinero en el tiempo.

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Figura 8. Correlación entre rentabilidad y tecnología



Fuente: elaboración propia

Se observa en la figura 9 que se agruparon los conceptos que pueden determinar si hubo resultado favorable no solo a nivel financiero por el uso de las herramientas tecnológicas ya que esto abarca los procesos productivos y comunicación entre las diferentes áreas de la empresa llevando a la toma de decisiones en cuanto a inversión en proyectos ya que proporciona datos de valor para evaluar distintas formas de financiación que pueden ser medibles de maneras distintas ya que existe un costo asociado a los recursos que allí se emplearon, se debe tener en cuenta también que estas inversiones pueden darse al inicio, durante y al final de cada proyecto.

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

metodología del área contable, incorporando un software de gestión empresarial conocido como ZENSMART. En el proceso administrativo Arqco anteriormente designaba a un personal idóneo bajo el cargo de la coordinadora administrativa y contable para digitalizar las facturas de venta, las facturas de costos y gastos detallando las retenciones aplicadas para la validación periódica mes a mes. Esta información era validada y registrada por un profesional competente externo el cual reportaba a mes vencido, el comportamiento contable y declaración de impuestos.

Zensmart es un software de gestión empresarial tipo outsourcing que ofrece los recursos humanos para ejercer las actividades de acompañamiento y asesoría virtual. Esta plataforma nos brinda los registros y las novedades contables vigentes, acceso ilimitado a la información contable poniendo a disposición la información en tiempo real para el manejo de Tesorería, entrega de reportes enfocado al análisis, seguimiento y manejo de operaciones, entrega mensual de estados financieros, monitoreo de las reservas de impuestos, notificaciones y seguimiento de Calendario Tributario, bajo un criterio estricto de seguridad y confidencialidad en la nube.

Arqco en su proceso de gestión empresarial incorporo zensmart con el propósito de optimizar tiempos de operación administrativa y facilitar el manejo de información contable, aportando datos numéricos en tiempo real como creación de terceros, facturación electrónica, estado de cartera, inventario, manejo de capital, tabulación de ingresos y egresos, así mismo detalla la reserva de impuestos para la toma de decisiones gerenciales.

Así mismo contempla otro tipo de herramientas tecnológicas como AutoCad que es un programa muy nombrado que se utiliza para diseñar y dibujar por ordenador, para llevar a cabo trabajos y proyectos, en esta empresa este programa le brinda al cliente visualizar su propio diseño o lo que espera plantear en un proyecto futuro. Este programa también permite realizar planos de estructuras y planos de edificios, proyectos de paisajismo y jardinería, la implementación del mismo ha aportado ingresos rentables a la compañía siendo un ejemplo Derco Colombia SAS el cliente más nombrado de Arqco para este tipo

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

de herramienta tecnológica en las que le diseñado varios concesionarios, así mismo mucho clientes se han obtenido por medio de este plus.

Otra herramienta tecnológica implementada por esta empresa es BIM (Building Information modeling) siendo una plataforma internacional que sirve para diseñar, construir y operar una edificación de forma colaborativa en un espacio virtual, lo cual aporta beneficios como optimizar la planeación, identificar los riesgos en el momento preciso, mejorar diseños, lo más importante de esto en el área operativa es que le optimiza tiempos y aporta un mejor manejo y control eficiente de la ejecución de la obra, y con un incremento en el área financiera.

Adicional esta Office una herramienta básica que todos las áreas usan para la rápida interpretación de números y bases de datos, cartas, comunicados entre otras, y correos corporativos por medio de la plataforma Webmail que es confiable y nos aporta comunicación entre clientes, proveedores y todo el equipo interno de la compañía, siendo una herramienta que la empresa opta para el envío de las cotizaciones, recepción y envío de contratos e información privada, así mismo para la solicitud de requerimientos siendo una herramienta que su implementación por ser correos corporativos le da valor de seriedad y seguridad al cliente.

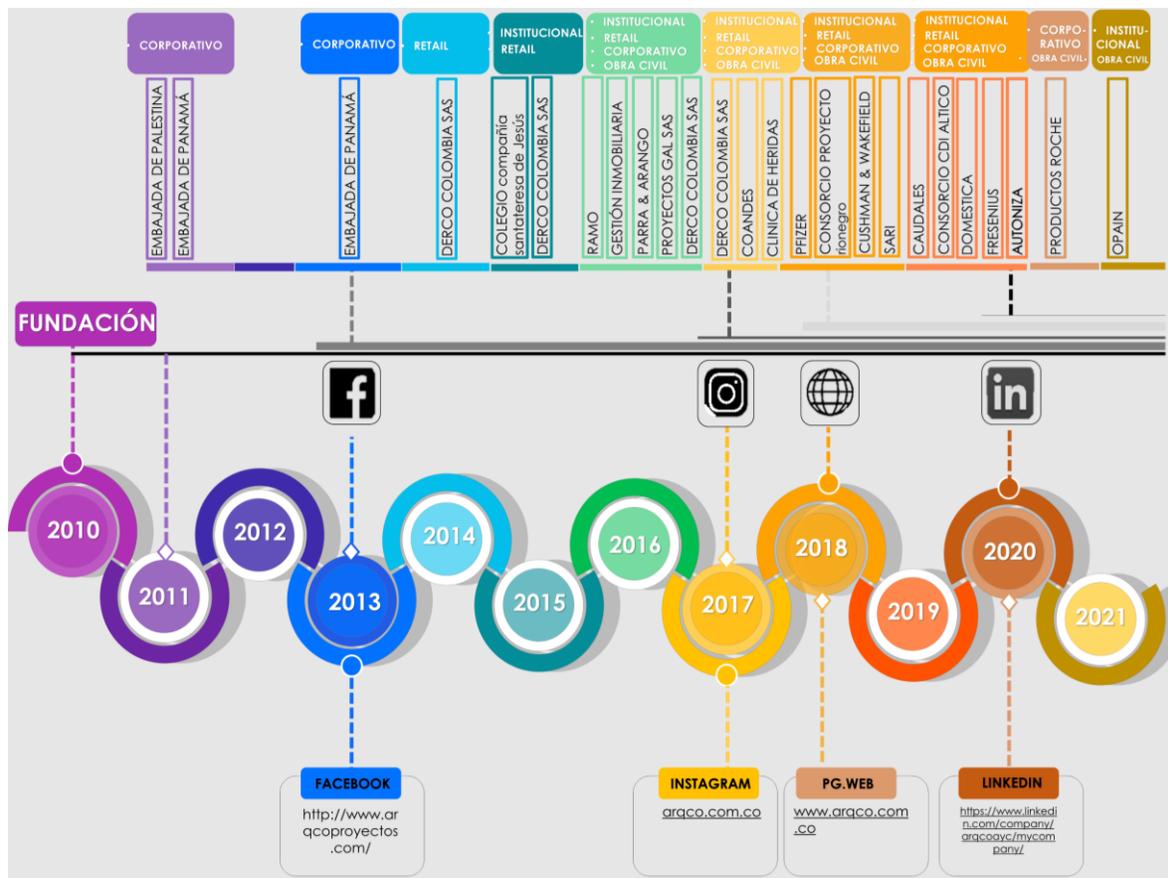
6.2.2.2 Redes sociales y canales virtuales

De acuerdo en lo observado en la figura 11 Arqco fue fundada en el 2010, en el transcurso de los años fue implementado las redes sociales como Facebook en el 2013, Instagram en el 2017 y LinkedIn en el 2020 y canales virtuales como la página web en el 2018 en la imagen queremos resaltar la variedad de clientes captados en el traspaso de los años a medida que se iban implementado las redes sociales, teniendo un resultado favorable para la compañía respecto a la adquisición de clientes, así mismo fue ampliando la cobertura de las metodologías como inicialmente era solo a cliente corporativos, lo cual al día de hoy y gracias a otras herramientas tecnológicas nombradas anteriormente está incursionando cliente de tipo institucional, retail y obra civil, en el análisis que se hizo visualmente en los

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

balances, estados financieros y libros contables se evidencia un ligero aumento en los ingresos siendo positivo después de la implementación de las redes sociales y canales virtuales, de igual forma se tuvo que un alto grado de acercamiento a la nómina lo cual tuvieron que aumentar el personal en el área comercial para una mayor atención y captación de clientes que atiende estas herramientas y estar al tanto de los requerimientos y peticiones por estos medios, de tal forma cada uno cuenta con una línea empresarial, así mismo se confirma que la compañía viene incursionando en el mercado lo cual implica estar en contacto directo con la actualidad.

Figura 12. Línea de tiempo en la implementación redes sociales y canales virtuales



Fuente: elaboración propia

7. Conclusiones

El uso de las herramientas tecnológicas y TICS impone un papel fundamental en las MIPYMES (García & Sánchez 2013; Bermeo, et al, 2020; Jones y Brunello 2014) los cuales afirman un impacto positivo en la rentabilidad (Vera-Colina, Melgarejo-Molina & Mora-Riapira, 2014; Barona-Zuluaga & Rivera-Godoy 2012) una permanencia en el mercado, un constate mejoramiento y un aumento productivo de la compañía (García, Bedoya & Ríos 2009; Fernández Portillo 2016; Castaño 2015; Rodriguez, et al, 2020), generando incremento en la competitividad (Mora-Riapira, Vera-Colina & Melgarejo-Molina 2015; Albarracín 2014).

Las MIPYMES han optado por implementar las TIC para mejorar los procesos administrativos e incrementar la productividad (castro & Erazo 2016; Jones y Brunello 2014) apalancando la construcción de estrategias orientadas a la competitividad y la innovación (Albarracín 2014, Martínez Caraballo, et al, 2017; Tarapuez, Guzmán & Hernández 2016), que conlleva al cambio, la evolución, y a nuevos procesos (Castells y Pasola 2003) para el desarrollo de la economía en el sector empresarial (Santoreli 2013), la tecnología en las empresas dinamizan y diversifican la economía facilitando la interacción entre personas (Carrión 2020; Flores Cueto 2009).

Dentro de los componentes teóricos de la rentabilidad se puede determinar que es un indicador financiero importante para medir el éxito de una compañía (Garzon 2019) que está basada en resultados arrojados de un análisis financiero mediante el cual gerentes y propietarios toman decisiones donde concluyen realizar una inversión inicial en pro de generar un impacto positivo al interior de la compañía (Roa & Montañez 2018; Llanes 2012) este rendimiento se ve reflejado en el tiempo (Sánchez 2002) y así deducir perdida o ganancia sobre el capital invertido (Aguirre, Prieto & Escamilla 1997) la planificación financiera y trazabilidad de operaciones permite la optimización de los recursos existentes y pronosticar proyectos futuros (Barreto Granda 2020).

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

La rentabilidad es el beneficio principalmente económico, un rendimiento medible porcentualmente derivado de una inversión, es uno de los indicadores importantes que pauta el funcionamiento de la compañía determinando ganancias o de las pérdidas obtenidas sobre el capital invertido, permitiendo estimar proyectos futuros. Las fuentes de financiamiento para las MYPYMES son fundamentales para que se generen inversiones que brinden rentabilidad y potencien el crecimiento de las empresas. La rentabilidad también se puede definir como la relación entre ingresos y costos producto del uso de activos de la compañía en actividades que generen dividendos. Dentro de la investigación se encuentra que las compañías con mayor rentabilidad en el mercado son las que presentan alto índice de endeudamiento ya que amplían sus horizontes de acceso a financiación.

Las herramientas tecnológicas es una forma de intercambiar información comercial donde se agilizar proceso lo cual reduce tiempo y costo, son programas que puede usar el equipo de trabajo, tienen que ser fáciles de implementar que aporten a la buena elaboración de tareas y obtener los resultados esperados, los canales virtuales son estrategias que adoptan las empresas como marketig digital que contribuyen a la creación e impulso de marca, mejora y potencialización de un producto o servicio ofrecido, y las redes sociales son lugares en internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información personal o profesional; por lo tanto permite crecer una marca Por medio de esas piezas de contenido y promociones lo que generan mayor comunicación a los clientes potenciales ayudando a crear una comunidad más interactiva.

El uso de las herramientas tecnológicas, canales virtuales y redes sociales tiene una necesaria y única relación con la rentabilidad, lo cual favorecen la productividad, mejora los procesos, aprovechamiento de recursos humanos y tecnológicos, aportan la imagen de la marca, en la web o en las redes, pero en el caso que estamos estudiando no se puede monetizar, es un proceso de tiempo y de trabajo constante para que realmente las redes sociales aporten en esa parte monetaria y económica, el apoyo a la innovación en las empresas está basado en un proceso que va superando dificultades etapa por etapa analizando los obstáculos para seguir avanzando. Se debe tener presente que las micro, pequeñas y medianas empresas presentan una desventaja frente a las grandes empresas

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.
respecto al comercio digital, situación que se puede equilibrar con la aplicación del e-business.

A partir de los resultados encontrados se deben considerar futuras investigaciones con un enfoque cuantitativo que valide en muestras numéricas el impacto en la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá, aunque en este estudio de caso no se encontró la relación directa en cuestión monetaria entre la implementación de las TICS con la rentabilidad se sugiere realizar un análisis en otras MIPYMES en la ciudad de Bogotá para que genere datos más descriptivos, que determinen si el efecto de la inversión da pérdidas o ganancias.

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

8. Recomendaciones

Se esperaba realizar la entrevista de manera presencial para tener la oportunidad de conocer a los directivos de la compañía pero debido a la pandemia se ejecutó por medio de una video llamada por Meet, así mismo, debido a las restricciones de bioseguridad no fue posible desarrollar trabajo de campo a profundidad, así mismo, se esperaba presentar el análisis de la información fundamentados en un programa que determinara resultados más asertivos de las respuestas arrojadas en la entrevista, pero por temas de presupuesto se decidió estimar los resultados basándonos en nube palabras en Word Art, profundizando en cada respuesta.

Se invita a la Corporación universitaria minuto de Dios, facultad de ciencias empresariales, postgrados de especialización en gerencia financiera, compañeros y colegas a continuar con la investigación sobre el impacto en la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá, siendo un tema de suma importancia como preliminares en temas rentables, financieros y de innovación, con aportes pioneros en la competitividad del mercado y el incremento de la productividad empresarial, se sugiere realizar nuevos estudios de causalidad con el fin de determinar la relación de complementariedad entre el uso de las TICS, la inversión del capital y el retorno esperado.

Se recomienda a la organización analizar detalladamente el indicador de rentabilidad más con enfoque financiero que con enfoque productivo ya que este ha sido el objetivo del estudio de caso que finalizamos, los directivos en su visual deducen que la implementación de estas herramientas ha impactado en la mejora de la imagen de la marca y los ha acercado más al usuario sin intermediarios obteniendo una reducción en los costos por lo mismo es relevante analizar estos indicadores financieros con el propósito de futuras investigaciones para obtener una orientación con respuestas asertivas a la rentabilidad con resultados cuantitativos, de igual forma se recomienda realizar este tipo de investigaciones de impacto en la rentabilidad con la implementación de las TICS en las MIPYMES en otras ciudades o

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.
sectores del país, teniendo en cuenta que fue realizada en una empresa del sector de la
sector de la construcción y obras civiles.

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

9. Bibliografía

- Abor, J. (2005). El efecto de la estructura de capital sobre la rentabilidad: un análisis empírico de empresas cotizadas en Ghana. *La revista de finanzas de riesgo*.
- Abreu, J. (2012). Hipótesis, método & diseño de investigación (hypothesis, method & research design). *Daena: International Journal of Good Conscience*, 7(2), 187-197.
- Acosta, D. (2010). The effect of the IT based courses in the social welfare. *Revista de innovación educativa*, 62.
- Aeca. (1995) "La innovación en la empresa: factor de supervivencia". Documento, n° 7, Serie Organización y Sistemas.
- Aguirre, J.; Prieto, M.; Escamilla, J. (1997). Contabilidad de costos, gestión y control presupuestario, control de gestión, la función del controller. Tomo II. Cultural de Ediciones, S.A. España. 320 pp.
- Albarracín, E. J. G. (2014). Tecnologías de información y comunicación, e innovación en las MIPYMES de Colombia. *Cuadernos de administración*, 30(51), 71-79.
- Arqco Arquitectura y construcción SAS (2013) Facebook recuperado de <http://www.arqcoproyectos.com/>
- Arqco Arquitectura y construcción SAS (2017) Instagram recuperado de www.arqco.com.co
- Arqco Arquitectura y construcción SAS (2018) Pagina web recuperado de www.arqco.com.co
- Arqco Arquitectura y construcción SAS (2019) LinkedIn recuperado de <https://www.linkedin.com/company/arqcoayc/mycompany/>
- Auletta, N. (2009). Las empresas criollas y el mercadeo en la red. 15.
- Baena Paz, G. M. E., & Soria Villegas, F. D. (2014). Planeación prospectiva estratégica.
- Barona-Zuluaga, B., & Rivera-Godoy, J. A. (2012). Análisis empírico de la financiación de nuevas empresas en Colombia. *Innovar*, 22(43).
- Barreto Granda, N. B. (2020). Análisis financiero: factor sustancial para la toma de decisiones en una empresa del sector comercial. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(3), 129-134.
- Beltrán A., et al. (2014) Pymes, un reto a la competitividad. Bogotá, Colombia Universidad Externado de Colombia.

- Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.
- Bermeo-Giraldo, M. C., Montoya-Restrepo, L. A., Valencia-Arias, A., & Cardona, M. A. M. (2020). Incursión de las TIC en la gestión de la información financiera en las empresas pyme comerciales: estudio de caso. *NOVUM*, 1(10), 25-41.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2020). Cámara de Comercio de Bogotá. Recuperado de <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2020/Junio-2020/Las-mipymes-se-transforman-para-la-reactivacion>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2020). Cámara de Comercio de Bogotá. Recuperado de <https://www.ccb.org.co/observatorio/Economia/Economia-dinamica-incluyente-e-innovadora/Impacto-del-COVID-19>
- Carrión González, J. T. (2020). El impacto del e-commerce en las PYMES de la provincia de El Oro. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 473-479.
- Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. Bogotá: biblioteca electrónica de la universidad Nacional de Colombia, 2, 1-11.
- Castaño, S. F. (2015). Estrategias de Marketing Digital para las mipymes del Oriente Antioqueño. *Encuentro Sennova del Oriente Antioqueño*, 79-83.
- Castro, A. A., & Erazo, S. C. R. (2016). Metodología para la Inclusión de las TIC en las Pymes fundamentada en el Direccionamiento Estratégico. *Criterio libre*, 14(24), 149-167.
- CEPAL, N. (2009). Manual de la micro, pequeña y mediana empresa: una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas.
- Chetty, S. (1996). El método de estudio de caso para la investigación en pequeñas y medianas empresas. *Revista internacional de pequeñas empresas*, vol. 15, pág. 73-85.
- Contreras, I. (2006). Análisis de la rentabilidad económica (ROI) y financiera (ROE) en empresas comerciales y en un contexto inflacionario. *Visión gerencial*, 1, 13-28.
- Correa León, E. D. (2013). La implementación de las tic's en las mipymes textiles del Valle de Aburra en los procesos de aprovisionamiento nacional e internacional en la actualidad. Medellín, Colombia.

- Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.
- De La Hoz Suárez, B., Ferrer, M. A., & De La Hoz Suárez, A. (2008). Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma de decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales*, 14(1), 88-109.
- Departamento administrativo nacional de estadística (DANE). (31 de agosto de 2020). [larepublica.co](https://www.larepublica.co/economia/resultados-de-la-tasa-de-desempleo-de-julio-de-2020-en-colombia-segun-el-dane-3053149). Recuperado de <https://www.larepublica.co/economia/resultados-de-la-tasa-de-desempleo-de-julio-de-2020-en-colombia-segun-el-dane-3053149>
- Espinosa, F. R., Molina, Z. A. M., & Vera-Colina, M. A. (2015). Fracaso empresarial de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia. *Suma de negocios*, 6(13), 29-41.
- Fernández, P (2016). Acerca de los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación educativa cubana actual *Atenas* 2 34 1 15
- Fonseca Pinto, D. E. (2012). La prospectiva y el conocimiento de las tics en las pymes del departamento de Boyacá (Colombia). *Pensamiento & Gestión*, (33), 182-202.
- Fontana, A., & Frey, J. H. (2015). *La entrevista. Manual de Investigación Cualitativa Volumen IV Métodos de recolección y análisis de datos.*
- Flores Cueto, J. J., Morán Corzo, J. J., & Rodríguez Vila, J. J. (2009). Las redes sociales. *Universidad de San Martín de Porres*, 3, 1-15.
- Gálvez-Albarracín, E.J., Hernández-Fernández, L., & Molina-Morejón, V.M. (2016) *Departmentalización e innovación en las micro, pequeñas y medianas empresas de Colombia.*
- García, J. A. C., Bedoya, L. J. R., & Ríos, C. E. C. (2009). Modelo de gestión financiera integral para MIPYMES en Colombia. *Contaduría Universidad de Antioquia*, (55), 187-201.
- 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. *Enlace: Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento*, 10(1), 85-104.
- Garzón, M. T. R. (2019). Componentes organizacionales que explican la rentabilidad en las pymes colombianas. *Estudio de Ciencias Sociales y Administrativas de la Universidad de Celaya*, 9(1).

- Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.
- Gitman Lawrence, J. (1997). Fundamentos de Administración Financiera. 7ma Edic. México.
- Gitman, Lawrence (2003). Principios de Administración financiera. Décima edición. Pearson Educación de México, S.A. México. 559 pp.
- González, L. O., López, S. F., & Búa, M. V. (2007). La estructura de capital de la PYME: un análisis empírico. En Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro. Universidad de La Rioja, p. 29.
- Gonzalo Maldonado, G. (2010). La influencia de las TICs en el rendimiento de la PyME de Aguascalientes. INVESTIGACIÓN Y CIENCIA, 57.
- Guercio, M. B., Briozzo, A. E., Vigier, H. P., Martínez, L. B. (2020). La estructura financiera de las Empresas de Base Tecnológica. Revista Contabilidad & Finanzas, 31(84), 444-457.
- Gutierrez & Borja (2011). Internet como canal de distribución adicional en el sector de la distribución alimentaria. Estado de la cuestión. 1
- Hernández, A. (2002). Curso de Organización y representación de la información. Maestría en Ciencias de la Información y Bibliotecología. Facultad de Comunicaciones. Universidad de La Habana.(paper).
- Hernández,R., Fernández,C.y Baptista,P.(2014).Metodología de la investigación. Ciudad de México:McGrawHill
- Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. Revista reflexiones, 91(2).
- Hoyos, S. (2020). Asomovil: «El sector de las TIC tiene un exceso de regulaciones». Revista semana. Recuperado de:
<https://www.semana.com/tecnologia/articulo/como-esta-el-sector-de-las-tic-en-colombia-2020/295726/>
- Jones, C., & Brunello, M. (2014). E-readiness y adopción de e-commerce en Micro Pequeñas y Medianas empresas cordobesas. IX jornadas de docentes universitarios de sistemas y tecnología de la información, DUTI.
- Lavarone, P. G., & Lettry, R. N. (2012). Costos por órdenes de producción: su aplicación a la industria panificadora. Provincia de Mendoza-Argentina.

- Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.
- Llanes, M. D. (2012). Inmovilizado: El punto de partida de la liquidez. *Revista Universo Contábil*, 8(2), 134-145.
- López Rodríguez, C. E. (2016). El gerente competitivo y su rol en las mipymes: una perspectiva desde el marketing. *Equidad y Desarrollo*, 1(25), 209-224.
- Lopez-Rodriguez, C. E., Cardozo, C. E., Monroy, L., & González, E. G. (2019). El impacto del valor económico agregado (EVA) en la valoración accionaria de las empresas colombianas entre los años 2015 al 2018. *Revista Espacios*, 40(43).
- Macau, R (2004). Conocimiento y uso de las TIC en la PYME del departamento de Cordoba, Colombia, *Revistas Universidad Sergio Arboleda*, 38.
- Marín Elizalde, L. K. (2018): “Automatización contable como herramienta tecnológica para simplificar procesos de contabilidad en organizaciones.”, *Revista Contribuciones a la Economía* (julio-septiembre 2018).
- Martinez Caraballo, H., Prieto Pulido, R., Hernández-Fernández, L., Portillo-Medina, R., & Logreira-Vargas, J. . (2017). Desempeño financiero de las pequeñas y medianas empresas exportadoras de Barranquilla, Colombia. *Repositorio Universidad Simón Bolívar*, 18
- Miloş, L., & Miloş, M. (2015). Does short term debt affect profitability Evidence from the romanian listed companies. *Economy Series: ECO-TREND*, 228-233
- Ministerio de tecnologías de la información (2020). Cinco beneficios del uso de las TIC en las mipyme. Recuperado de <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/Noticias/125860:Cinco-beneficios-del-uso-de-las-TIC-en-las-mipyme>
- Ministerio de tecnologías de la información (2020). Empresarios del país podrán crear páginas web gratis y en solo 15 minutos para sus negocios. Recuperado de <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/Noticias/126655:Empresarios-del-pais-podran-crear-paginas-web-gratis-y-en-solo-15-minutos-para-sus-negocios>
- Ministerio de Tecnologías de la información (2020). Cinco beneficios del uso de las TIC en las mipyme. Recuperado de <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/Noticias/125860:Cinco-beneficios-del-uso-de-las-TIC-en-las-mipyme>
- Monge-Gonzalez, R., Alfaro-Azofeifa, C., & Alfaro-Chamberlain, J. I. (2005). *TICs en las PYMES de Centroamerica*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

- Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.
- Mora, M. A. A., & Franco, J. B. (2008). Efecto del ciclo de efectivo sobre la rentabilidad de las firmas colombianas. *Cuadernos de administración*, 21(36).
- Mora-Riapira, E. H., Vera-Colina, M. A., & Melgarejo-Molina, Z. A. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios gerenciales*, 31(134), 79-87.
- Morales-Morejón, M; Paz, A. C. (1995). La Bibliotecología, la Cienciología y la Ciencia de la Información y sus disciplinas instrumentales: Sua alcance conceptual. *Ciencias de la Información*, no 2, p. 70-88.
- Morillo, Marisela (2001). Rentabilidad financiera y reducción de costos. *Actualidad contable FACES* vol. 4, no 4, p. 35-48.
- Muñoz, M. A., Arenas, L. G., & García, C. (2017). Riesgo financiero: una aproximación cualitativa al interior de las mipymes en Colombia. *Aglala*, 8(1), 139-160.
- Nava Rosillón, Marbelis Alejandra. (2009) Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista venezolana de Gerencia*. vol. 14, no 48, p. 606-628.
- Neira, M.,Rallo, J.,Philipp, B. (2001) . La crisis suprime a la luz de la teoría austriaca del ciclo económico. *Revista de economía mundial*, 145-174.
- Organización mundial de la salud (2020). Preguntas y respuestas sobre la enfermedad por coronavirus (COVID-19). Recuperado de <https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses#:~:text=La%20COVID%2D19%20es,en%20diciembre%20de%202019>
- Perdigón Llanes, R., Viltres Sala, H., & Madrigal Leiva, I. R. (2018). Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 12(3), 192-208.
- Perelló, J. G. (1998). Sistemas de indización aplicados en bibliotecas: Clasificaciones, tesauros y encabezamientos de materias. En: Magán Wals, José Antonio, ed. *Tratado básico de biblioteconomía*. 3a. ed. Madrid: Complutense. p. 200-203.

- Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.
- Pinzón, M. M., & Osorio, M. G. (2017). Factores incidentes para crear valor compartido en las mipymes de Bogotá. *Suma de negocios*, 8(18), 96-105.
- Pozos, D., Lucila, F., & Acosta Márquez, M. P. (2016). Analysis and relevance in business development. *Pensamiento & Gestión*, (40), 184-202.
- Quintana, H. S. (2014). Financiamiento de las Mipymes del sector industrial en el municipio de Sincelejo. *Desarrollo Gerencial*, 6(2).
- Quintero, W., Arevalo, J. G., & Navarro, G. T. (2018). Perfiles de rentabilidad financiera de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) en Colombia: Un análisis discriminante multivariado (AMD) y de conglomerados. *Revista ESPACIOS*. ISSN, 798, 1015.
- Ramos, C. (2015). Los paradigmas de la investigación científica *Avances en psicología* 23 (1), 9- 17
- Red de Camaras de Comercio. (2021). *Confecamaras.gov.co*. Recuperado de <https://www.confecamaras.org.co/analisis-economico>
- Roa, M. D. P. B., & Montañez, G. A. P. (2018). Parámetros financieros para la toma de decisiones en pequeñas y medianas empresas del municipio Duitama, Colombia. *Revista de ciencias sociales*, 24(1), 67-84.
- Rodríguez, C. E. & Gil-Muñoz, M. D. (2020). Finanzas corporativas en las Empresas de Servicios Públicos de Subachoque y El Rosal Cundinamarca. *Semestre Económico*, 23(55), 25-46.
- Rodríguez, K. G., Ortiz, O. J., Quiroz, A. I., & Parrales, M. L. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Espacios*, 41(42), 100-118.
- Rodríguez, C. E. Suarez, L. M. Quiroga, F. J. A., & Areiza, Y. C. (2020). Indicadores de rentabilidad, endeudamiento y ebitda en el entorno de la inversión en las plataformas tecnológicas. Un estudio en administradoras de fondos de pensiones. *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 20(1), 61-75.
- Rodríguez Mora, M. R. (2016). Análisis del uso de las herramientas tecnológicas en la información de la actividad microempresarial del sector los ángeles del cantón vñces, provincia de los ríos.

- Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.
- Saavedra, M. L., & Hernández, Y. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo. *Actualidad contable faces*, 11(17), 122-134.
- Sánchez Ballesta, Juan Pedro. (2002) Análisis de Rentabilidad de la empresa. Análisis contable, p. 1-24.
- Sánchez, Juan Pedro (2002). Análisis de rentabilidad de la empresa. ([Http://www.5campus.com/leccion/anarenta](http://www.5campus.com/leccion/anarenta)).
- Schwandt, T. A. (1997). Investigación cualitativa: un diccionario de términos. Publicaciones Sage, Inc.
- Solís, Luis. (2005) Procesos de negocios de Pymes insertas en redes colaborativas SMSB negotiating processes inserted into collaborative. *Administración de operaciones*.
- Supo, D. J. (2012). Cómo validar un instrumento. Perú: Biblioteca Nacional del Perú.
- Tarapuez, E., Guzmán, B. E., & Hernández, R. P. (2016). Estrategia e innovación en las Mipymes colombianas ganadoras del premio Innova 2010-2013. *Estudios gerenciales*, 32(139), 170-180.
- Toro, J., & Palomo, R. (2014). Análisis del riesgo financiero en la PYMES. *Revista La Sallista de investigación*, 2 (11).
- Torrecilla, J. (18 de junio de 2020). Astraps. Recuperado de <https://www.astraps.com/articulo/1389/tipos-de-herramientas-tecnologicas/>
- Urueña, A., et al (2011). Las redes sociales en internet. *Observatorio nacional de telecomunicaciones y de la SI*.
- Valdés Díaz de Villegas, J.A. & Sánchez Soto, G.A (2012). Las MIPYMES en el contexto mundial: sus particularidades en México Iberóforum. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 7(14), 126-156.
- Valle Núñez, A. P. (2020). La planificación financiera una herramienta clave para el logro de los objetivos empresariales. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(3), 160-166.
- Vera-Colina, M. A., Melgarejo-Molina, Z. A., & Mora-Riapira, E. H. (2014). Acceso a la financiación en Pymes colombianas: una mirada desde sus indicadores financieros. *Innovar*, 24(53), 149-160
- Vickery, B. (1970). *Técnicas de recuperación de información*. Londres: Butterworths

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Vidal Ledo, M., Vialart Vidal, M. N., & Hernández García, L. (2013). Redes sociales. *Educación Médica Superior*, 27(1), 146-157.

Yin, R. K. (1994). Descubriendo el futuro del estudio de caso. *Método en la investigación evaluativa. Práctica de evaluación*, vol. 15, no 3, pág. 283-290.

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

ANEXOS

Anexo 1. Formato de validación del instrumento por parte de expertos

Impacto en la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

09 de junio de 2021.

Estimado experto:

Reciba un cordial y respetuoso saludo.

En esta oportunidad me dirijo a usted con la finalidad de solicitar su invaluable colaboración como experto para realizar una validación de contenido al instrumento anexo, el cual será aplicado a Docentes, por cuanto considero que su apreciación, observaciones y aportes serán de gran utilidad.

El instrumento a validar tiene como propósito recoger datos directos e información para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación que se realiza actualmente y que lleva por nombre: **Impacto en la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso**, esto con el objeto de: Identificar los impactos financieros ocasionados por el uso de las herramientas tecnológicas en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá a través de un estudio de caso.

Para llevar a cabo la validación del instrumento, usted deberá leer cuidadosamente las instrucciones y cada planteamiento expuesto en la hoja de evaluación.

Muchas gracias por su colaboración en la generación de conocimiento.

AUTORES:



Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Impacto en la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

INSTRUCCIONES:

Material brindado:

- Cuadro de objetivos. (si aplica)
- Hoja de Evaluación con planteamientos del instrumento.
- Constancia de Validación

1. Antes de iniciar con la evaluación, lea cuidadosamente el cuadro de objetivos proporcionado, con la finalidad de identificar las dimensiones de cada objetivo específico de la investigación.

2. En la hoja de evaluación marque con una X en la casilla que más se acerque o corresponda con su apreciación del ítem, la apreciación puede ser:

B: Bueno

R: Regular

D: Deficiente

3. Marque con una X en la casilla que más se acerque o corresponda con su recomendación:

M: Mantener

C= Cambiar

X= Eliminar

4. Dispone de una casilla para realizar todas las observaciones deseadas.

5. Una vez realizada la evaluación debe llenar la constancia de validación con sus datos personales.

Las categorías a evaluar son:

Redacción,

Calidad del ítem y

Pertinencia del ítem con la dimensión a estudiar.

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Impacto en la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Cuadro de Objetivos

Objetivo General: Identificar los impactos financieros ocasionados por el uso de las herramientas tecnológicas en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá a través de un estudio de caso.

| Objetivos Específicos | Categoría de análisis | Definición Conceptual | Dimensiones/Indicadores | Ítems |
|--|-----------------------|--|-------------------------|--------|
| <ul style="list-style-type: none">Establecer los componentes teóricos de la rentabilidad para el beneficio de la organización. | Rentabilidad | <p>Concepto general: Relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; cuando se trata del rendimiento financiero.</p> <p>Importancia al interior de la empresa: suministra indicadores financieros para el estudio de la información contenida en los estados financieros de las empresas, así mismo representa uno de los objetivos que se traza la organización para conocer lo invertido al realizar actividades en tiempos determinados.</p> | | 1 al 2 |

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

| Impacto en la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso. | | | |
|---|---|--|----------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Caracterizar las herramientas tecnológicas, canales virtuales y redes sociales al interior de las empresas. | <p>Herramientas tecnológicas, canales virtuales y redes sociales</p> | <p>Concepto de herramientas tecnológicas: son aplicaciones y programas utilizados en diversas funciones, los cuales están a disposición de las personas para facilitar el trabajo permitiendo intercambio de información dentro y fuera de la organización.</p> <p>Concepto de canales virtuales: como estrategias corporativas para mejorar, administrar, comercializar y potencializar el servicio o producto ofrecido de la mano con el área comercial todo vía online.</p> <p>Concepto de redes sociales: Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos.</p> | <p>3 al 5</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • Determinar el uso de las herramientas tecnológicas, canales virtuales y redes sociales como plataformas para potencializar la rentabilidad de la empresa estudiada. | <p>Rentabilidad desde las herramientas tecnológicas, canales virtuales y redes sociales</p> | <p>Pertinencia de la tecnología en la empresa: La tecnología permite en tiempo real la comunicación entre empleados, clientes y proveedores, ahorrando costos incensarios en transportes, visitas y viáticos, adicional incurre en perder tiempo valioso para gestionar otro tipo de actividades.</p> <p>Correlación entre rentabilidad y tecnología: la mejora de procesos requiere un mejor aprovechamiento de recursos financieros, humanos y tecnológicos, por ello para que las empresas cuenten con mayor ingreso requiere de inversiones en diferentes aspectos de innovación como la tecnología.</p> | <p>6 al 10</p> |

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Impacto en la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | | <p>Impacto financiero en la empresa de las herramientas tecnológicas: las herramientas tecnológicas generan una brecha en las relaciones comerciales que se puedan establecer con clientes internos y externos ya que el uso de estas contraen un acercamiento a posibles clientes aportando mejor comunicación con un impacto positivo en los ingresos de la compañía.</p> <p>Pertinencia de los canales virtuales en la rentabilidad: los canales virtuales imparten la posibilidad de obtener mayores relaciones comerciales que conllevan a incrementar las ventas para mejorar la rentabilidad de la compañía.</p> <p>Apoyo de las redes sociales para la rentabilidad: las redes sociales buscan potencializar la rentabilidad con el ánimo de incluirse en el liderazgo del mercado y así obtener mayores ingresos.</p> | | |
|--|--|---|--|--|

HOJA DE EVALUACIÓN

Los planteamientos deben ir con sus respuestas, si son cerradas.

| Planteamientos | | Alternativas | | | Recomendación | | | Observaciones |
|----------------|---|--------------|---|---|---------------|---|---|---------------|
| Nº | Ítem | B | R | D | M | C | E | |
| 1 | ¿Cuál es el concepto que tiene usted sobre la rentabilidad? | X | | | X | | | |

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Impacto en la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

| | | | | | | | | |
|----|--|---|--|--|---|--|--|--|
| 2 | ¿Qué importancia tiene la rentabilidad al interior de la empresa? | X | | | X | | | |
| 3 | ¿Qué conocimiento tiene usted sobre las herramientas tecnológicas? | X | | | X | | | |
| 4 | ¿Cuál es la definición que tiene usted sobre los canales virtuales? | X | | | X | | | |
| 5 | ¿Cuál es el concepto que tiene usted sobre las redes sociales? | X | | | X | | | |
| 6 | Describa Ud. cómo la tecnología ha impactado a la empresa | X | | | X | | | |
| 7 | ¿Cuál cree que es la relación que existe entre tecnología y rentabilidad y por qué? | X | | | X | | | |
| 8 | ¿Describa cuál fue el impacto del uso de la tecnología en la rentabilidad financiera de ARQCO? | X | | | X | | | |
| 9 | ¿Describa cuál ha sido el impacto de los canales virtuales en la rentabilidad de la empresa? | X | | | X | | | |
| 10 | ¿Considera que el uso de las redes sociales ayuda a la rentabilidad de la empresa? | X | | | X | | | |

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Impacto en la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Campo Elías López Rodríguez, titular de la Cédula de Ciudadanía N° 82393227 de profesión Administrador de Empresas, ejerciendo actualmente como Docente en la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO Hago constar que he revisado el instrumento desde un punto de vista de contenido.

Luego de realizar la observación, puedo formular las siguientes apreciaciones de forma general.

| | Valoración Cuantitativa (0-5) | Valoración Cualitativa |
|--------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| Redacción de los ítems | 5 | Apropiados respecto al objetivo |
| Calidad de los ítems | 5 | Apropiados respecto al objetivo |
| Pertinencia de los ítems | 5 | Apropiados respecto al objetivo |
| Promedio | 5 | |

Entregado en Bogotá a los 9 días del mes de junio de 2021.



Firma

Análisis de la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso.

Anexo 2. carta permiso de autorización estudio de caso

Bogotá D.C. Mayo 02 de 2021

Respetado Sr:

Juan Camilo Contreras Cardona
ARQCO ARQUITECTURA Y CONSTRUCCION SAS
Bogotá D.C.

REF: AUTORIZACIÓN ESTUDIO DE CASO

Por medio de la presente queremos solicitarle sea autorizado realizar un estudio de caso en la compañía que tiene en su representación Arqco Arquitectura y construcción sas teniendo su compañía como referencia para realizar nuestro proyecto de investigación sobre "Impacto en la rentabilidad a partir del uso de las herramientas tecnológicas, redes sociales y canales virtuales en las MIPYMES de la ciudad de Bogotá. Un estudio de caso". La información recolectada en el presente proyecto es con fines académicos, lo cual no busca afectar a la empresa, garantizando el cumplimiento de las consideraciones éticas establecidas en el programa de Especialización Financiera y la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Agradecemos la atención prestada.]

Cordialmente

María Fernanda Canastero Camacho
Estudiante
Especialización Gerencia Financiera

Diana Carolina Sanabria Gonzalez
Estudiante
Especialización Gerencia Financiera

Andrea Paola Dávila Lozano
Estudiante
Especialización Gerencia Financiera