



LAS REDES COLABORATIVAS Y EL USO DE LAS TIC EN LAS NUEVAS COMUNICACIONES ORGANIZACIONALES

COLLABORATIVE NETWORKING AND THE USE OF ICT IN NEW ORGANIZATIONAL COMMUNICATIONS

CÉSAR AUGUSTO SILVA-GIRALDO ¹, YOHANNA MILENA RUEDA-MAHECHA ¹, ANGÉLICA MARÍA MORENO-SUÁREZ ²

¹ Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia

² Centro de Investigación Científica, Empresarial y Tecnológica de Colombia, Colombia

KEYWORDS

Communication
Innovation
MSMES
Networks
Collaborative
Competitiveness

ABSTRACT

The article presents the challenges faced by MSMEs from the use of new organizational languages from the use of collaborative networks, seeking to understand and analyze the interaction of communities seeking through creative thinking the construction of networks and the use of technologies, based on the theories of change under a social approach, generating organizational competitiveness processes from the social and cultural changes of internal and external customers. To this end, the design of an organizational communication strategy aimed at micro, small and medium-sized enterprises was proposed.

PALABRAS CLAVE

Comunicación
Innovación
MIPYMES
Redes
Colaborativas
Competitividad

RESUMEN

El artículo presenta los retos a los que se enfrentan las MIPYMES a partir del uso de nuevos lenguajes organizacionales desde el uso de las redes colaborativa, buscando entender y analizar la interacción de las comunidades buscando por medio del pensamiento creativo la construcción de redes y el uso de las tecnologías, basado en las teorías del cambio bajo un enfoque social, generando procesos de competitividad organizacional a partir de los cambios sociales y culturales de los clientes internos y externos. Para ello se propuso el diseño de una estrategia de comunicación organizacional dirigida a la micro, pequeña y mediana empresa.

Recibido: 21/ 09 / 2022

Aceptado: 23/ 11 / 2022

1. Introducción

La comunicación se convierte en el punto de partida para gestionar la interacción humana en los grupos internos y externos, la cual forma parte del contexto en el que se formulan los procesos y procedimientos organizacionales. Por tanto, la gestión de la comunicación de una empresa u organización combina una serie de cuestiones diferentes, donde las redes colaborativas y el uso de las TIC deben ser considerados como una estrategia de competitividad organizacional.

Hay muchas razones para justificar el uso de las TIC (en adelante, las TIC) en el entorno empresarial, especialmente en los procesos de comunicación organizacional, incluida la conversión y adquisición de datos, la difusión y el uso de la información resultante de las conversaciones diarias. Aunque las TIC se pueden utilizar de varias formas, es importante considerar diversas herramientas de colaboración (Tecnología de la información colaborativa) que pueden intercambiar la información necesaria y facilitar la cooperación empresarial en las relaciones interorganizacionales. El interés en tales procesos se justifica porque una de las principales razones por las que las empresas no pueden adoptar y desarrollar procesos internos y cooperar con empresas, grupos y organizaciones de interés (o partes interesadas) es el problema relacionado con el intercambio de información y conocimientos básicos. Para desarrollo. El desafío es implementar el desarrollo de alianzas.

Las organizaciones entienden que la información es uno de los recursos estratégicos necesarios para seguir siendo competitivas. La justificación de tal enfoque en la adecuada gestión de los sistemas de información, constituye un requisito básico (Aguila et al., 2000; Alvarez, 2005; Iglesias et al., 2005; Pereira y Chaparro, 2005; entre otros). Un sistema de información se puede definir como „un conjunto de componentes interrelacionados que capturan, procesa, almacenan y difunden información y conocimiento, y soportan y controlan adecuadamente los sistemas operativos y de toma de decisiones“ que ayudan a los gerentes a resolver problemas organizacionales. El campo del diseño de sistemas de información puede lograr los siguientes objetivos: 1) proporcionar y respaldar objetivos y estrategias comerciales. 2) proporcionar a todos los niveles de la organización la información necesaria para el desempeño de la función o misión, con el seguimiento y verificación necesarios; 3) preparar su adaptación y desarrollo antes del inicio del proceso, teniendo en cuenta que la información debe cambiar con el tiempo. En este sentido, es importante considerar que la información tiene un costo y un uso, por lo que debe ser adecuadamente gestionada en una organización a través de los sistemas de información. La información y los sistemas de información deben administrarse como cualquier otro recurso comercial para que podamos mejorar la información a un costo mínimo.

La gestión estratégica siempre ha prestado gran atención al papel de las tecnologías de la información y la comunicación en la formulación e implementación de la estrategia comercial, más específicamente, para comprender su impacto en los resultados comerciales y proporcionar información para lograr resultados comerciales, ventajas competitivas.

Las organizaciones utilizan las capacidades de las TIC para gestionar mejor sus recursos de información porque permiten: 1) la creación, el acceso, la transmisión, el intercambio, el cifrado y el almacenamiento de información y conocimiento y 2) las relaciones de colaboración para adquirir, difundir y utilizar información y conocimiento. mediante acceso, intercambio y gobierno electrónico (Cegarra et al., 2005), y 3) Flexibilidad en el intercambio de información y conocimientos para mejorar las asociaciones. Aunque existen muchas formas en las que las TIC pueden utilizar Internet como medio, las empresas conocen tres tipos de herramientas (Cegarra et al., 2005): 1) sitio web o presencia en línea, 2) herramientas de colaboración, 3) Herramientas comerciales y de comercio electrónico. Todos estos pueden ser cooptados, enumerados, etc. bajo la apariencia de „herramientas de comercio electrónico“: 1) Sistema de trabajo en equipo (STG), Sistema de comunicación electrónica (ECS) (Meroño, 2005), 2) Información interorganizacional o interorganizacional (SIOS) (Pereira y Chaparro, 2005), 3) tecnología de Internet (MAT) para comercio electrónico y gestión empresarial (Sandulli et al., 2005), y finalmente, 4) tecnología EDI para intercambio electrónico de datos y coordinación de actividades con proveedores y clientes (Martínez y Pérez, 2005). Todos ellos pueden considerarse herramientas de colaboración entre organizaciones y pueden usarse para diferentes procesos comerciales y niveles de colaboración.

Las empresas que utilizan sistemas de información, comercio electrónico y herramientas TIC a menudo trabajan juntas para obtener una ventaja estratégica al considerar asociaciones comerciales. Estas TIC se pueden utilizar como socios colaborativos, contratos entre dos o más empresas para desarrollar conjuntamente TIC, como una herramienta para ayudar a gestionar proyectos colaborativos, independientemente de su propósito. (Arévalo Pacheco, S., & Ramírez Solano, 2018)

Existen dos razones principales para el crecimiento de diversas formas de cooperación en el sector de las TIC como objeto de acuerdos de asociación. Por un lado, es muy difícil para las empresas desarrollar estas herramientas internamente, por otro lado, las empresas en el campo de las TIC sienten que el ciclo de vida de sus productos es cada vez más corto, lo que requiere mucho esfuerzo. en términos de tiempo y los costos asociados con el mantenimiento de su competitividad. El segundo es el uso de la tecnología de la información colaborativa para mejorar la colaboración y considerarla como una herramienta para gestionar proyectos colaborativos empresariales para lograr objetivos colaborativos o lograr una gestión eficaz. Encuentran que los sistemas de

información colaborativos agregan valor a la gestión de servicios, aumentan la productividad, flexibilidad y competitividad global de las organizaciones que los utilizan, y permiten relaciones colaborativas, y el análisis entre los actores internos y externos de la empresa también revela una relación positiva entre el intercambio de información, el uso extensivo de las oportunidades de Internet y la difusión de estas tecnologías de información y comunicación colaborativa en las organizaciones, promoviendo las relaciones. (García, M. L. S., & Sánchez, 2013)

Todo ello demuestra que las TIC colaborativas son vistas como herramientas de apoyo base de la cooperación. Su contribución es importante en dos aspectos. El primero menciona la formación y desarrollo de acuerdos de cooperación y el papel de estas herramientas; Luego, en el segundo paso, presente las principales variables regulatorias afectadas por estas herramientas. (Giraldo, C. A. S., Salazar, O. C., & Rangel, 2018)

Tanto en la formación del contrato de sociedad como en su gestión, existe la transferencia de información y conocimiento entre las partes colaboradoras, que pueden ser factores clave para el desarrollo exitoso de la relación sistemas y organizaciones cooperativas, convenios de cooperación entre empresas (Martínez y Briones, 2004).

En primer lugar, antes de empezar a contactar con socios potenciales, las TIC más utilizadas son Internet y las bases de datos. Luego, los socios potenciales deben ser seleccionados y el proceso de negociación informado de manera más fluida mediante correo electrónico, chat, simuladores y otros sistemas de apoyo a la decisión. (Martínez y Briones, 2004)

Una vez que se completa la fase inicial y se establece la asociación, se debe planificar el proceso de colaboración. Si se establece la base para un acuerdo exitoso, todos los miembros de la organización involucrados en el evento deben ser informados y de qué se trata el acuerdo. Finalmente, se debe desarrollar un plan de acción para implementar los cambios necesarios en la organización.

La Implementación efectiva de estrategias de asociación. Para ello podemos utilizar diversas tecnologías de la información y la comunicación, la intranet de la empresa, que favorece la comunicación interna y el intercambio de conocimiento, una red de conocimiento, o la cooperación y el intercambio de conocimiento con infraestructura técnica y software informático o cualquier programa informático (software) que permita trabajar en un equipo.

Con qué grupos quiere cooperar la organización, depende de las necesidades y objetivos de la cooperación y del deseo de la otra parte, destacando que los participantes más frecuentes son los proveedores y clientes. Por un lado, esto se debe a que el uso de diversas TIC colaborativas permite una relación más cercana con los proveedores, ya que permite transferir información esencial sobre las necesidades de las empresas para los productos que desean, así como una mejor comprensión de los consumidores. Deseo que se puede interpretar y actuar. Y, por otro lado, creemos que estas TIC colaborativas fomentan la cooperación con los clientes gracias a relaciones crecientes de calidad y mejoras de desarrollo continuo, que se reflejan en procesos de adaptación y desarrollo de nuevos productos y servicios en el mercado de referencia.

Por tanto, la aplicación de las TIC con fines colaborativos facilita la creación de conocimiento por parte de las empresas, ya que fortalece y mejora las relaciones que los actores dentro de la firma (para socios, directivos y empleados) con actores externos (grupos de interés o partes interesadas, otras organizaciones y públicos). organizaciones). Dadas las fuertes interrelaciones de la organización con clientes y proveedores, explicadas anteriormente, y el alto dinamismo y competencia disponible, las TIC pueden conducir a una relación continua y de mejor calidad con proveedores y clientes, por un lado combinando sus avances en producción y sistemas de gestión, para transformar la estructura de los sectores empresariales, fomentando las relaciones interorganizacionales, como un medio importante para obtener una ventaja competitiva, facilitando contenido informativo sobre el uso de sus productos y su aplicación en el proceso productivo y creando nuevos negocios con el compromiso de los empleados y una excelente comunicación con los trabajadores sociales corporativos. (Martínez Dávila, K. M., & Rodríguez Gutiérrez, 2018)

El conocimiento recién creado impulsa la innovación, de ahí el uso de las TIC con fines colaborativos y las herramientas de comercio electrónico como soporte para grupos de empresas que comparten información y sistemas de gestión del conocimiento. Son herramientas que tienen un impacto gerencial en las organizaciones en todos los aspectos de la gestión colaborativa de proyectos. Además, valoran positivamente las relaciones interorganizacionales entre líderes creativos que quieren colaborar con otras empresas; facilitar el desarrollo de modelos organizacionales mediante la implementación de proyectos entre empresas para un mayor desarrollo tecnológico y un mejor aprovechamiento del conocimiento técnico. (Martínez Salazar, M. D. P., & Cardozo Molano, 2014)

La revisión de la literatura muestra que el desarrollo de las TIC colaborativas incide en la cooperación y la innovación, promueve la transferencia de información, ahorra costos y tiempo, y es beneficioso para el desarrollo del conocimiento interno de la empresa, por lo que se analiza el campo del uso de las TIC para demostrar buenos resultados. cooperación entre empresas y clientes, tecnología Comunicación entre actividades de innovación, coordinación de actividades de la cadena de suministro y transferencia de conocimiento, etc. reveló una correlación positiva significativa entre el uso de TI colaborativa y sus beneficios estratégicos resultantes. Tiene un papel moderador positivo. (Jálabe, A. M., Mora, C. P. V., Giraldo, C. A. S., Suárez, A., & Villamizar, 2018)

El impacto de las TIC colaborativas en variables organizacionales relacionadas con la colaboración. Existen diversas variables organizacionales que influyen en la formación y desarrollo de los protocolos asociativos, entre las que se destacan el tamaño, la complejidad y los sistemas de toma de decisiones. A medida que las organizaciones crecen en tamaño y complejidad, el uso de TI colaborativa facilita las relaciones colaborativas entre organizaciones. (Luque Asín, 2013)

Los beneficios que ven las organizaciones al usar herramientas colaborativas de TIC y comercio electrónico para reducir la complejidad organizacional son dos: operativos y estratégicos. Los beneficios operativos son mejoras en las operaciones diarias de una organización, por ejemplo, reducciones en errores administrativos o costos de inventario. La ventaja estratégica, por otro lado, se refiere al desarrollo de estrategias comerciales a través de la formación de relaciones externas con proveedores, clientes y competidores. Cuando la introducción, el procesamiento y el acceso a datos compartidos por dos o más organizaciones entran en relaciones de colaboración y colaboración, las TIC colaborativas ofrecen ventajas significativas a los usuarios en sus usos, aunque estos no son fáciles de determinar, lo que dificulta la integración de tecnologías de gobierno electrónico en los procesos comerciales. Sin embargo, los avances en las TIC pueden ofrecer herramientas de alta capacidad, cuyo objetivo es proporcionar a las organizaciones sistemas de información y decisión empresarial permitiéndoles operar en un entorno colaborativo integrado y colaborativo.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

El presente artículo de investigación tiene por objetivo general:

Diseñar una estrategia para la innovación y desarrollo en las MiPymes por medio de redes colaborativas y el uso de las TIC.

2.2. Objetivos específicos

A partir del objetivo general anteriormente planteado, se han definido los siguientes objetivos específicos:

Realizar un diagnóstico sobre la innovación y desarrollo en las MiPymes.

Identificar los factores y cambios que influyen positiva como negativamente al interior de las MiPymes por medio de la innovación y desarrollo.

Determinar la estrategia que permita la innovación y desarrollo en las MiPymes por medio de redes colaborativas y el uso de las TIC

3. Metodología

La Investigación se desarrolló en el municipio de Bucaramanga del departamento de Santander y la población objeto de estudio fueron empresas formales que se encuentran caracterizadas como MiPymes.

A partir de un tipo de investigación descriptiva se analizó como las redes colaborativas y el uso de las TIC pueden llegar a fortalecer las MiPymes. Teniendo presente diversas variables, como lo son la innovación, mercadotecnia y las tecnologías aplicadas a la comunicación.

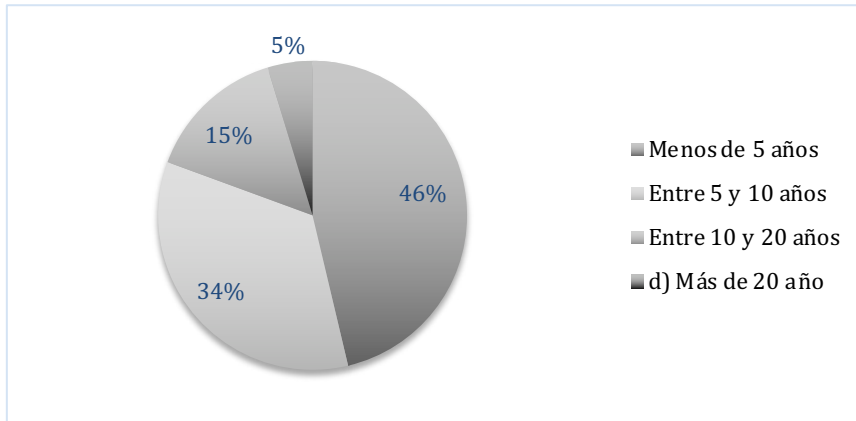
Para la recolección de la información se usó la técnica de la encuesta por medio de un cuestionario aplicado a los líderes de las MiPymes ubicadas en Bucaramanga, así como entrevistas semiestructuradas a los actores de los procesos asociativos de la región.

Partiendo de los anterior se dieron las siguientes etapas: 1) Se usaron las bases de datos con que cuenta la cámara de comercio de Bucaramanga y la Corporación Universitaria Minuto de Dios, con el fin de realizar una revisión sistemática que permitiera identificar los factores positivos y negativos que influyen en el uso de las TIC y las redes colaborativas. 2) En una segunda fase, se realizó la aplicación de una encuesta a la población objeto de estudio, 3) Se diagnóstico la necesidad de procesos de comunicación, innovación y desarrollo en la micro y pequeña empresa, 4) Se identificaron los factores y cambios que influyen positiva como negativamente al interior de la micro y pequeña empresa por medio de la comunicación, innovación y desarrollo, 5) Se determino la estrategia que permita el proceso de comunicación, la innovación y el desarrollo en la micro y pequeña empresa por medio de redes colaborativas y el uso de las TIC.

4. Resultados

A partir del diagnóstico de comunicación, innovación y desarrollo de las empresas, se presenta los resultados a continuación.

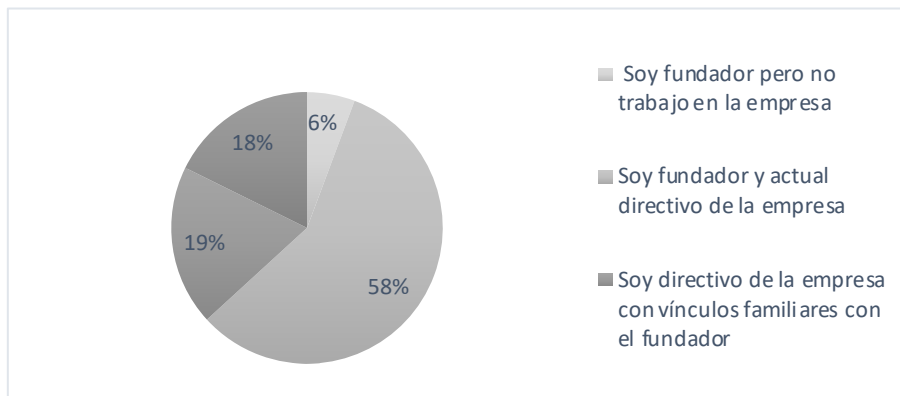
Figura 1. tiempo de antigüedad en la organización



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

En el grupo de personas encuestadas aproximadamente un 50% (46.3%) llevan menos de 5 años en la organización, tiempo que se considera vital para la sobrevivencia de una pequeña y mediana empresa, es fundamental tener en cuenta que para el año 2018 según CONFECAMARAS solo el 30% de las empresas fundadas en Colombia superaban los 5 años.

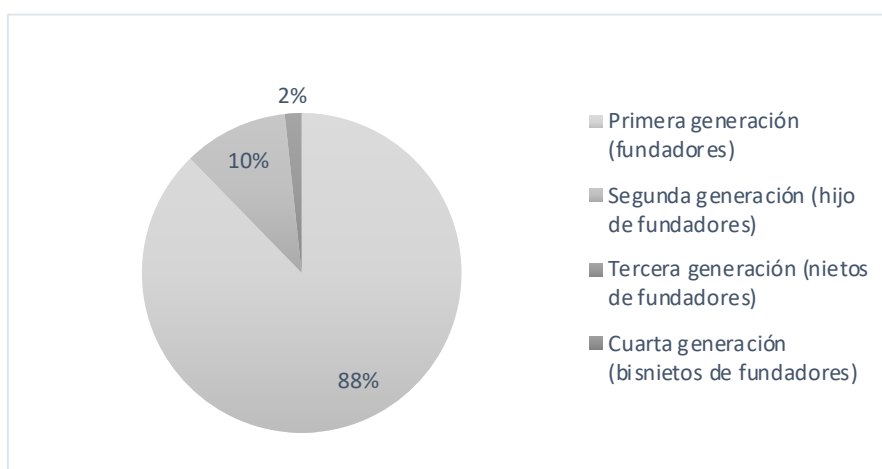
Figura 2. Relación actual con la empresa



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

El 87% de las personas encuestadas tienen vínculos directos de familia, siendo los fundadores de las organizaciones los que representan mayor participación en los ciclos administrativos y misionales de la empresa.

Figura 3. Generación que dirige actualmente la empresa

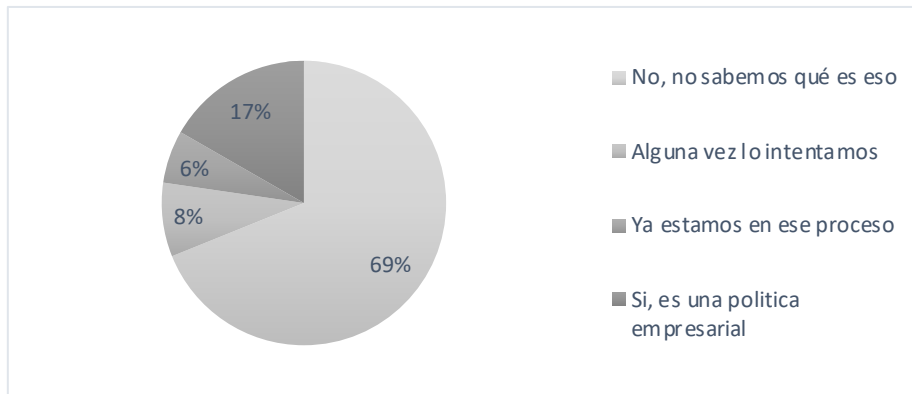


Fuente(s): propia de los autores, 2022.

El planteamiento de las estrategias transgeneracionales, se justifica en esta abrumadora muestra, en Colombia alrededor de 16 millones de personas según CONFECAMARAS, dependen de las pequeñas y medianas empresas.

Lo cual es un indicador de la importancia que representan para la economía estas organizaciones, en esta muestra específica el 88% de los fundadores son los mismos que desarrollan y sostienen el negocio.

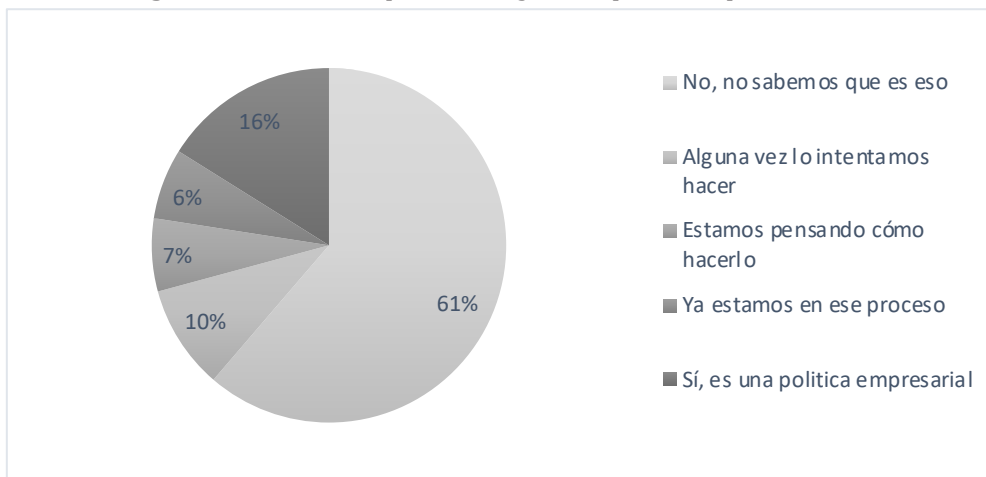
Figura 4. Asamblea familiar estructura organizativa



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

El 69% de las personas encuestadas no tienen claro el concepto de separar la estructura organizacional de la estructura familiar, aun así, se puede evidenciar que el 17% si lo tiene

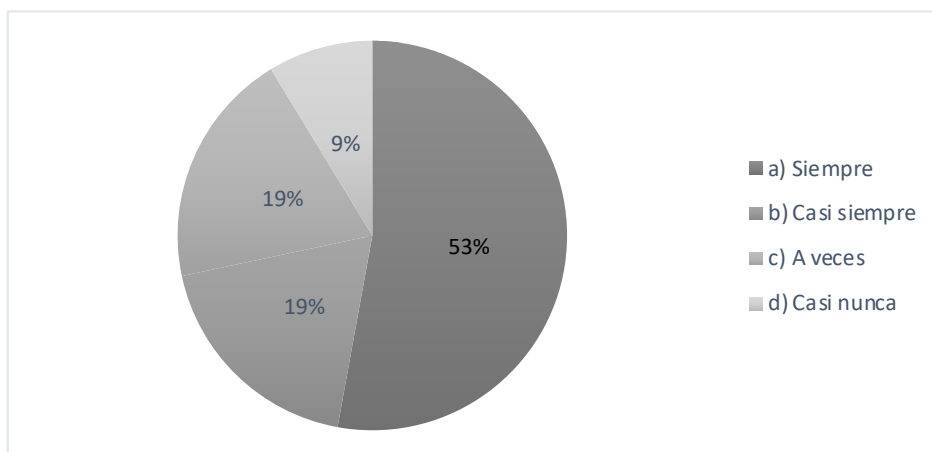
Figura 5. Selección de personal según competencias profesionales



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

El personal es contratado por ser miembro de la familia que conforma dichas empresas en un 61% no se sabe si tienen competencias para el rol que ejerce, sin requerir selección alguna por competencias profesionales; aunque podemos ver en un 16.1% que ya se busca aplicar algunas políticas de selección con base en competencias profesionales que son factores

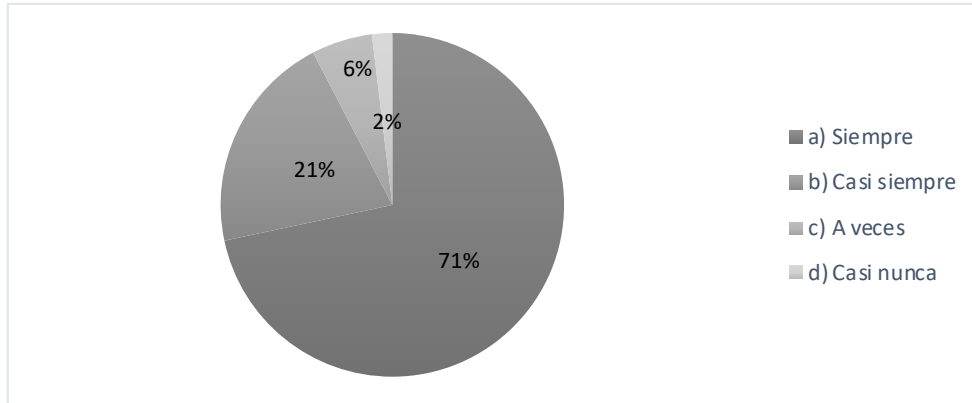
Figura 6. El núcleo familiar en la MiPymes en los procesos de comunicación, creación y crecimiento.



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

Es importante conocer como el núcleo familiar incide en el crecimiento de la empresa, se observa que el 53% de los encuestados manifiesta que, si incide notoriamente el núcleo familiar en el crecimiento de la empresa, razón por el cual se considera importante ese apoyo mutuo y reciproco del núcleo familiar para el crecimiento y bienestar de la empresa, tan solo el 9% argumenta que casi nunca incide, es posible que dentro de la empresa no exista ese vínculo con algún familiar.

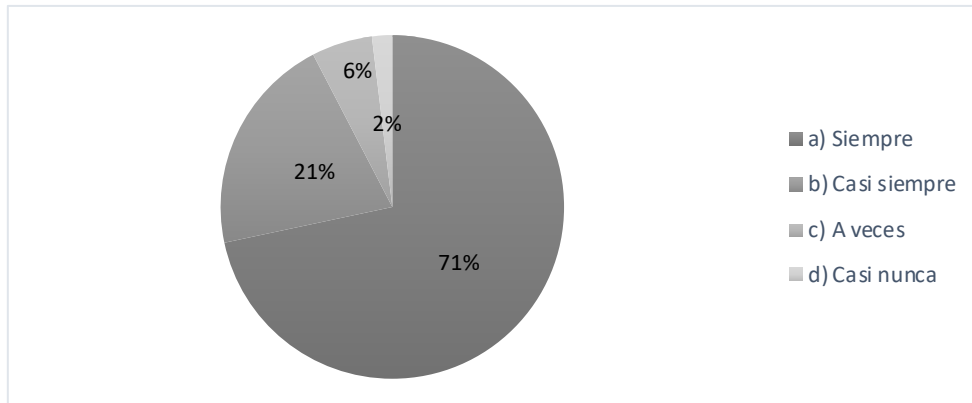
Figura 7. La comunicación en el manejo del buen clima laboral y el trato dentro de las microempresas



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

Es indispensable que dentro de la empresa se maneje el buen clima laboral y un buen trato en el entorno, con ello se observa que el 71% de los encuestados manifiesta que siempre se maneja un buen clima laboral y el respeto es mutuo dentro de la organización pues cada quien maneja sus propios roles dentro de la organización, tan solo el 2% de los encuestados argumentan que casi nunca se maneja, esto puede estar repercutiendo que dentro del entorno no se genere el progreso en todas las áreas que comprende una organización.

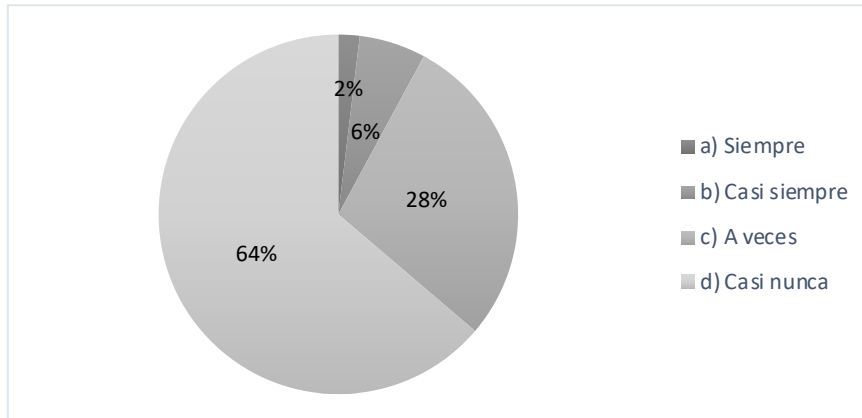
Figura 8. Comunicación externa uso de tecnologías de la información para promover productos o servicios



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

El uso de las tecnologías de la información son la nueva era para las diferentes empresas, el aprovechamiento de la tecnología ha venido evolucionando constantemente y facilitando a los usuarios una interacción más rápida para ofrecer sus productos y servicios en el mercado, se evidencia el 55% de los encuestados, siempre consideran importante el uso de estos medios, esto quiere decir que dentro de la empresa si se manejan y se saca provecho de las TICS para promover sus productos y servicios, frente a un 12% que manifiesta que casi nunca promueve sus productos o servicios a través de las tecnologías, sería interesante conocer la razón por la cual hacen uso de estos pero de una manera esporádica.

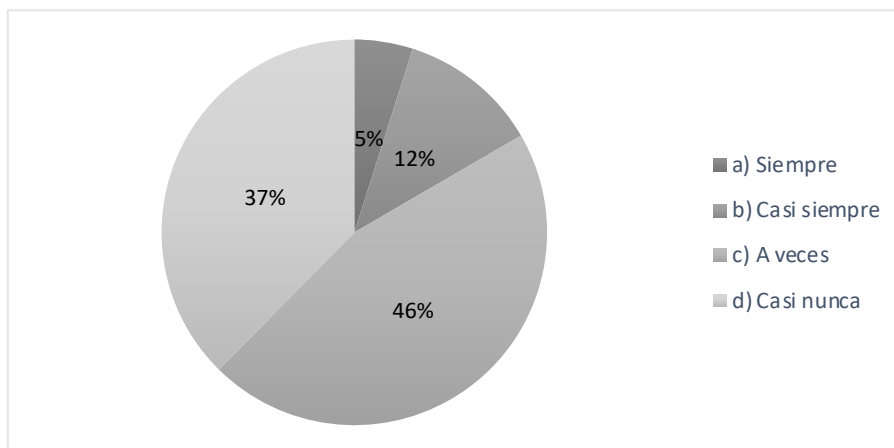
Figura 9. La comunicación en los conflictos internos a nivel gerencial y familia empresaria



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

Los resultados en las encuestas permiten evidenciar que el 64% de los encuestados, manifiesta que casi nunca se presentan conflictos en la empresa debido a conflictos internos en la familia, esto quiere decir que cada quien separa los conflictos internos y no involucra lo laboral con lo personal, siempre respetando los roles que cada quien desempeña dentro de la organización, frente a un 2% que manifiesta que siempre se generan conflictos esto podría estar desmotivando el conflicto de intereses por la empresa.

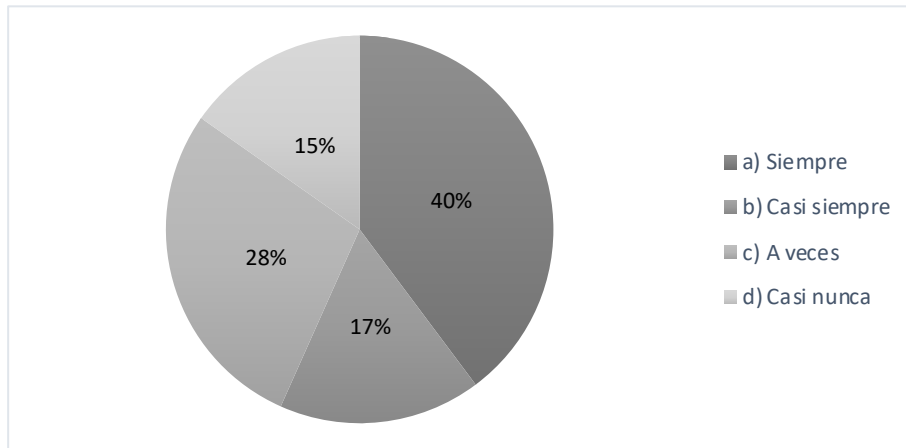
Figura 10. Los temas laborales se tratan en espacios familiares



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

Los resultados en las encuestas permiten evidenciar que el 46% de los encuestados, tratan a veces temas laborales en espacios familiares, esto quiere decir que si es importante estar en constante comunicación de lo que suceden en la empresa frente a un 5% que considera que siempre tratan temas laborales en espacio familiares, esto quiere decir que para ellos es relevante estar en constante comunicación abordando los temas de todo lo que sucede dentro de la organización sin importar el ambiente donde se encuentren.

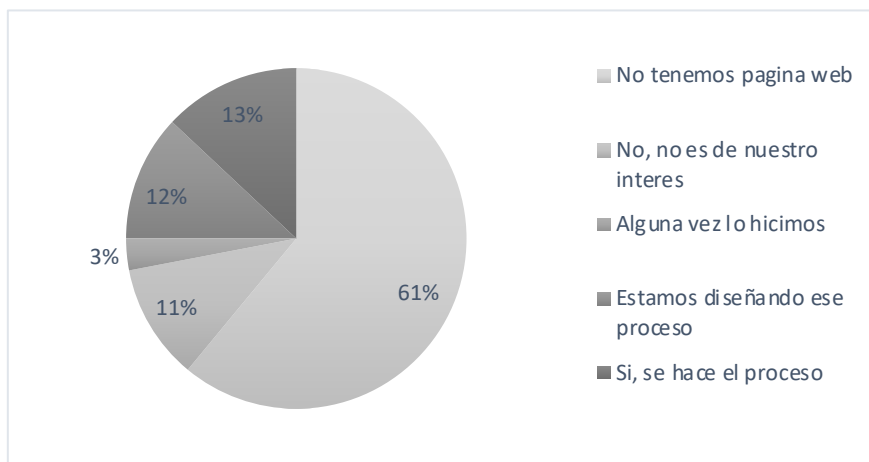
Figura 11. Es importante que los familiares cercanos continúen en las MiPymes a través del tiempo



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

La importancia de dar continuidad a la empresa a través de algún familiar, según los encuestados manifiesta el 40% que siempre es importante dar continuidad a la empresa a través de las generaciones puesto que con ello tienen claro la visión de su negocio en el futuro y se refleja el interés en dar continuidad a la misma, frente a un 15% que manifiesta que casi nunca darían continuidad a su negocio con algún familiar, se puede observar que en su momento no cuentan con un familiar idóneo y de confianza para dejar en manos de un tercero la empresa para su futura administración.

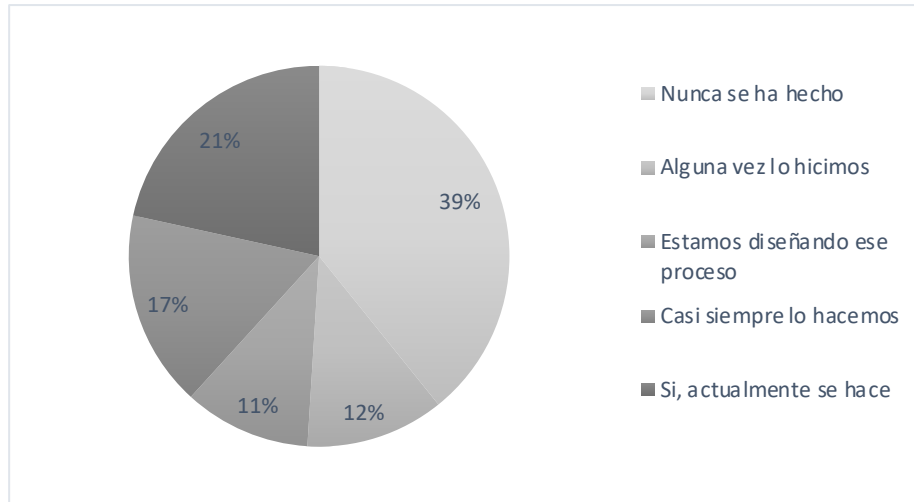
Figura 12. Red interna para manejo de la comunicación



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

El interés una vez más de las microempresas se genera a través del cliente directo, resaltando ellas su funcionalidad a través de la tradición familiar, pues en un 61% de las empresas no cuenta ni siquiera, y con una cifra muy inferior solo un 13% utiliza medio digitales.

Figura 13. Estrategias de servicio al cliente

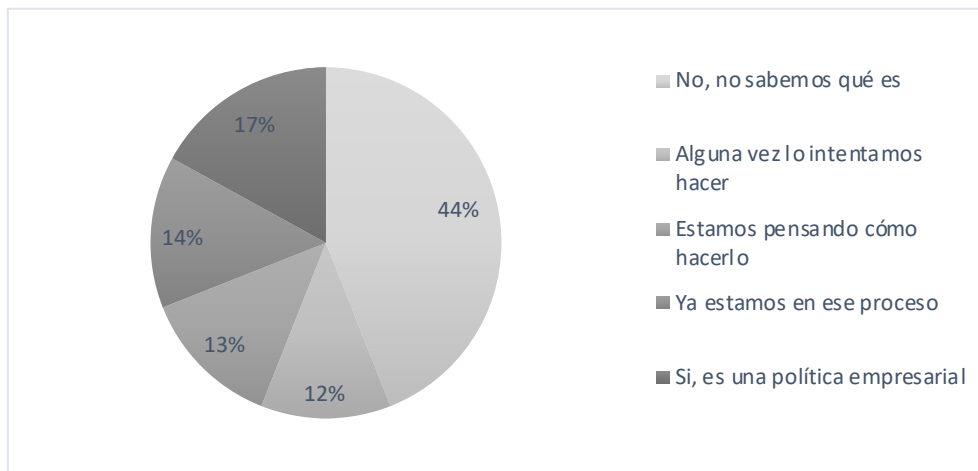


Fuente(s): propia de los autores, 2022.

El 39% no ve la necesidad de ofrecer un buen servicio al cliente, esto permite analizar que existe un exceso de confianza en cuanto a su producto o servicio ofrecido; El 16,9% ve que el cliente es la parte más importante para el buen funcionamiento de su empresa y por ello busca las estrategias e implementación de técnicas y políticas de mejora de servicio.

El 11% posee una gran preocupación por la implementación de programas de gerencia del servicio, ya que el cliente para ellos es el potencial de su negocio porque son los encargados de comprar y comercializar su producto a las demás personas.

Figura 14. Análisis de fidelización de los clientes

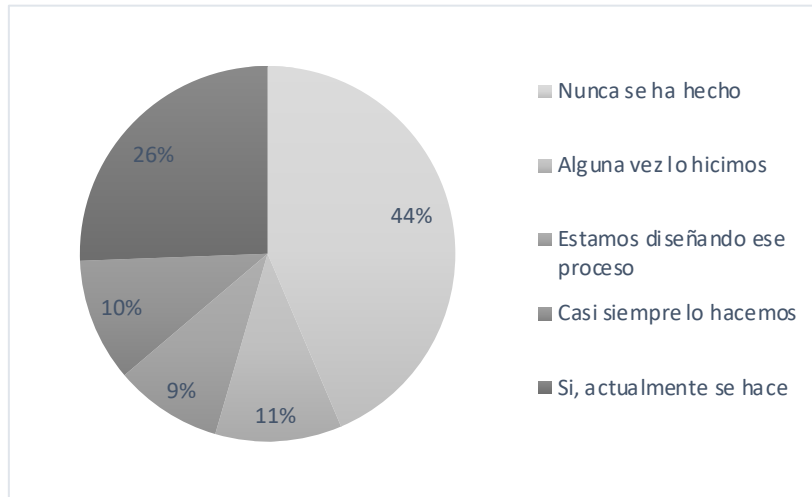


Fuente(s): propia de los autores, 2022.

Se evidencia un gran desconocimiento en cuanto a las estrategias de fidelización y retención de clientes, puesto que el 44% de las empresas desconoce esta estrategia de mercadeo con el cliente.

Solo el 12% lo toma como una política de calidad dentro de su empresa y como una mejora continua de sus procesos y productos. Evidenciando la importancia de mantener a sus clientes para que sigan comprando y comercializando su producto.

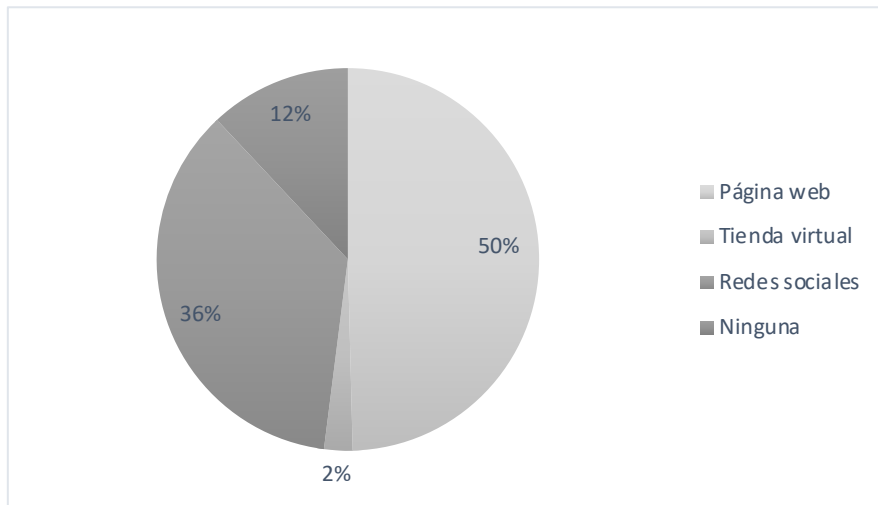
Figura 15. Sistema de sugerencias, quejas y reclamos como proceso de comunicación externa



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

De acuerdo con el estudio realizado, se observa que es común para este grupo de microempresarios, que no se adopten sistemas de mejoramiento continuo, basado en sugerencias, quejas y reclamos del cliente, pues el 44% nunca ha utilizado la información de sus clientes, en otras palabras, no ha escuchado a sus clientes, con el fin conocer sus expectativas, preferencias, necesidades, lo que le gusta o por el contrario le disgusta del servicio, si tiene alguna inconformidad o queja; los beneficios o valores que percibe del servicios, y de esta manera mejorar o fortalecer sus productos o servicios; en contraste el 9% de los microempresarios apenas se encuentra diseñando ese proceso.

Figura 16. Medios TIC para el desarrollo de la empresa



Fuente(s): propia de los autores, 2022.

Para la mitad de los empresarios encuestados, ninguno de los medios de tecnología de la información, página WEB, tienda virtual, o alguna red social, es utilizado para el desarrollo de la empresa.

Aunque parece insignificante, algunos de los empresarios que hacen parte de este estudio, dan sus primeros pasos en la implementación de TIC en sus negocios, observando que un 2% de ellos tiene tiendas virtuales, lo que representa un avance importante teniendo en cuenta el perfil de empresas que hace parte del estudio.

5. Discusión

El estudio permitió conocer como las redes colaborativas permite generar unos cambios fundamentales en los entornos organizacionales, adicional generar un proceso de comunicación fundamentado en la utilización de TIC, bajos los conceptos de innovación y desarrollo empresarial.

Al generar el proceso se pudo establecer que a pesar de las fechas de creación de las organizaciones MiPymes que hicieron parte del proceso, el mayor porcentaje está fundamentado en un ciclo de vida que esta afectado por realidades del entorno y por continuos cambios que se dan en los mercados.

En las organizaciones los diferentes vínculos que se dan dado por la tradición o la cultura organizacional

propia de las empresas y que se diferencia una de otras permite la creación de nuevos paradigmas basado en las realidades propias del mercado y del diario vivir del entorno empresarial.

Las personas jurídicas son intangibles, que no podemos ver o tocar, solo sus estructuras físicas, pero son las formas como se comunican los colectivos internos y externos los que permiten diferenciar los diversos lenguajes que se dan, es decir desde el punto de vista de familias empresarias, que es una de las estructuras fundamentales del entorno de las MiPymes, permite identificar conductas que pueden llegar a impactar a nivel de la realidad del entorno competitivo de las empresas, los entornos familiares o viceversa.

La influencia de la familia al interior de los diferentes cargos en las organizaciones permiten identificar una posición de conservación del tiempo de las estructuras organizaciones, pero se puede llegar a indagar la necesidad de procesos más estructurados, basados en planes estratégicos, desarrollo o dirección que permita tener una misión y visión basado en los objetivos organizacionales y que se han comunicados a todos los niveles jerárquicos de la empresa para que el mensaje sea claro desde los niveles familiares y externos, y de esa manera la organización genere cambios reales basado en las realidades del entorno y los cambios que en algunos casos se convierten en amenazas que podrían afectar el ciclo de vida de las organizaciones.

6. Conclusiones

Una organización aprovecha el poder de las TIC para administrar mejor sus recursos de información, ya que lo permiten; crear, acceder, transferir, compartir, cifrar y almacenar información y conocimiento.

Recopilar, difundir y utilizar la información y el conocimiento derivados de las alianzas, a través del acceso, el intercambio y la dirección brinda flexibilidad en el intercambio de información y conocimientos para fomentar las relaciones de cooperación de manera interna o externa por medio de redes colaborativas.

Si bien las TIC pueden adoptar muchas formas con Internet como medio, las empresas conocen tres tipos de herramientas: sitios web o presencia en Internet, herramientas de colaboración, herramientas transaccionales y comercio electrónico.

Todos ellos pueden tomar el nombre de "Herramienta de negocios electrónica" con fines de colaboración. Asimismo, los sistemas de trabajo en equipo (STG), los sistemas de comunicación electrónica (ECS), los sistemas de información interorganizacionales o interorganizacionales (SIIOS), la tecnología de Internet (MAT) para el comercio electrónico y la gestión empresarial, y finalmente la tecnología EDI para el intercambio electrónico de datos, y coordinación operativa con proveedores y clientes. Todos ellos pueden considerarse como herramientas de colaboración entre organizaciones y pueden aplicarse a diferentes procesos comerciales y niveles de colaboración.

7. Agradecimientos

El presente texto nace en el marco de un proyecto UNIMINUTO "Diseño de una estrategia para la innovación y desarrollo en las MIPYMES por medio de redes colaborativas y el uso de las TIC"

Referencias

- Afanador, É. R., & Sandoval, L. S. G. (2012). Aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el proceso de exportación. orientado a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de Bucaramanga. *Revista Estrategia Organizacional*, 1(1), 13-17.
- Albarracín, E. J. G., Erazo, S. C. R., & Palacios, F. C. (2014). Influencia de las tecnologías de la información y comunicación en el rendimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas. *Estudios gerenciales*, 30(133), 355-364.
- Arévalo Pacheco, S., & Ramírez Solano, C. D. (2018) Propuesta de diseño de modelo de gestión para la implementación de TIC's en las mipymes de Bogotá.
- Cáceres Báez, N. J. (2015). Mapa Tecnológico Sectorial Para Determinar El Nivel De Apropiación Y Uso De Tic En Las Mipyme Del Departamento De Santander (Doctoral dissertation, Universidad Industrial de Santander, Escuela De Ing. De Sistemas).
- Chaparro Figueredo, R. (2014). Ventajas para las mipymes colombianas de emplear el sistema de gestión de calidad, según la NTC ISO 9001: 2008 y NTC 600.
- 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. *Enl@ ce: Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento*, 10(1), 85-104.
- Giraldo, C. A. S., Salazar, O. C., & Rangel, A. N. (2018). Impacto social de la educación financiera Caso: Uniminuto regional Bucaramanga, Santander Colombia. *Revista Boletín Redipe*, 7(1), 116-123.
- Icontec. (23 de 04 de 2018). Certificación NTC 6001, Modelo de Gestión para la pequeña y mediana empresa.
- Iracheta, J. M., Prida, B., & Abarca, C. (2000). Metodología práctica para el diseño e implantación de sistemas de la calidad según las normas ISO-9000 en pequeñas y medianas empresas. *Dirección y Organización*.
- Jálabe, A. M., Mora, C. P. V., Giraldo, C. A. S., Suárez, A., & Villamizar, C. (2018). Estudio de los factores de resistencia al cambio y actitud hacia el uso educativo de las TIC por parte del personal docente. *Boletín Redipe*, 7(2), 53-63.
- López, G. M. A. (2015). Uso de las TIC en las PYME del sector industrial del Área Metropolitana de Bucaramanga. *I+ D revista de investigaciones*, 6(2), 125-136.
- Luque Asín, R. (2013). Implementación de las TIC en las mipymes colombianas con actividad comercial.
- Martínez Dávila, K. M., & Rodríguez Gutiérrez, J. R. (2018). Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC' s) para la mejora de la productividad en las pequeñas empresas del sector metalmecánico del rubro de mobiliario metalmecánico de Lima Metropolitana.
- Martínez Salazar, M. D. P., & Cardozo Molano, F. (2014). Productividad, innovación y uso de tecnologías de información y las comunicaciones (tic) como factores de desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (mipyme) en Bogotá (Doctoral dissertation, Universidad del Rosario).
- Mintic.gov. (25 de 10 de 2016). MinTIC lanza su estrategia para que las Mipyme.
- Muñoz Arroyo, M. I. (2017). Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y la participación en el mercado internacional de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector textil y confecciones de Lima Metropolitana-año 2016.
- Silva Giraldo CA, Celis Salazar O, Rangel AN (2019). Finanzas Creativas y Nociones en Ciudadanía - Educación Financiera. Editorial EIDEC. Disponible en: <https://www.editorialeidec.com/product/finanzas-creativas-y-nociones-en-ciudadania/>
- Villafranco, G. (2017). Sólo 6% de Pymes aprovecha las tecnologías de la información.