

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO

ANÁLISIS DE LA INTERNACIONALIZACION DE LAS PYMES ATRAVES DE
LA IMPLEMENTACION DE LA TECNOLOGÍA EN LA CIUDAD DE
BARRANQUILLA DEL SECTOR TEXTIL

Presentan:

JULIETH POLO
ISABELLA BECARÍA
ISAAC CUENTAS

TUTOR

EDUARDO SALAZAR

INTERNACIONALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD

NOVIEMBRE DE 2021
BARRANQUILLA, ATLÁNTICO
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Ejercicio Investigativo
Como parte del Proceso de Formación para la Investigación

Presentan:

Julieth Polo
Isabella Becarías
Isaac Cuentas

Dirigido por:
Ana Beatriz Blanco

PANEL DE SUSTENTACIÓN

PhD. Ana Beatriz Blanco Ariza
Coordinadora Investigación, Extensión y
Proyección Social

Firma

Eduardo salazar
Tutor

Firma

XXXX
Primer jurado

Firma

XXXX
Segundo jurado

Firma

PhD. Ronald Prieto Pulido
Decano de la Facultad de Administración y
Negocios

PhD Gisella Rodriguez
Directora Programa de Administración de
Empresas

Barranquilla, Colombia

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios primeramente por estar siempre a mi lado y no soltarme de su mano nunca, a mis padres por su paciencia y tolerancia, sobre todo a mi papa Alexander Polo que ya no se encuentra conmigo pero fue mi mas grande apoyo; a mis profesores por sus valiosos aportes a mi crecimiento personal y profesional, a las personas que me apoyaron en la realización de este trabajo, a las personas que han permanecido a mi lado por quién soy; y no por lo que represento para ellos.

ÍNDICE

INTRODUCCION.....	1
CAPÍTULO 1. PLEANTAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1. Descripción del problema.....	3
1.2. Formulación del problema.....	8
1.2.1. Pregunta problema	8
1.2.2. preguntas secundarias	8
1.3. <i>Objetivos</i>	8
1.3.1. <i>Objetivos general</i>	8
1.3.2. Objetivos especificos	8
1.4. Justificacion	9
1.5. Delimitacion	12
CAPITULO 2. MARCO TEORICO.....	13
2.1. Pymes en latino america	15
2.2. El acceso a la tecnología como catalizador de la productividad	16
CAPÍTULO 3. MARCO METODOLÓGICO.....	19
3.1. Enfoque mitológico.....	19
3.2. Tipo y diseño de investigación.....	19
3.3. Fuentes primarias y secundarias.....	20
3.4. Herramientas y estrategias metodológicas	20
3.5. Hipótesis & variable.....	21
3.6. Poblacion & muestra.....	22
3.7. Procedimiento mitológico	22
3.8. Técnica de recolección de datos.	24
CAPÍTULO 4. INFORME DE RESULTADOS & DISCUSIÓN	25
4.1. informe descriptivo de resultados	25
4.2. correlaciones de datos	31
CONCLUSIONES Y LIMITACIONES.....	32

LISTA DE REFERENCIAS.....	33
---------------------------	----

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Clasificación pymes.....	3
Tabla 2: Tipo y diseño de investigación.....	19
Tabla 3: Población y muestra.....	22

LISTA DE GRÁFICOS

Grafico 1:	25
Grafico 2:	26
Grafico 3:	27
Grafico 4:	28
Grafico 5:	29
Grafico 6:	30

RESUMEN

El objetivo de investigación determinar las herramientas tecnológicas que utilizan las pymes en Barranquilla para la internacionalización de sus productos o servicios, identificando el nivel en que se encuentra la misma y como están las diferentes empresas en Barranquilla, El método consistió en la revisión bibliográfica acerca del aspecto fundamental de las organizaciones que permita a las pymes participación en mercados Internacionales acerca de la competitividad empresarial, , es prioridad la reactivación del sector agroindustrial en el departamento y ayudara en la generación de conocimiento sobre las pymes de barranquilla

Palabras claves: Pymes, globalización, internacionalización, Barranquilla, tecnología

ABSTRAC

The research objective to determine the technological tools used by SMEs in Barranquilla for the internationalization of their products or services, identifying the level at which it is located and how the different companies are in Barranquilla. The method consisted of a bibliographic review about the Fundamental aspect of the organizations that allows SMEs to participate in international markets regarding business competitiveness, the reactivation of the agro-industrial sector in the department is a priority and will help in the generation of knowledge about the SMEs of Barranquilla.

Keywords: SMEs, globalization, internationalization, Barranquilla, technology

INTRODUCCIÓN

Las empresas a nivel local en Barranquilla se ven enfrentadas a lograr un gran objetivo que es la internacionalización en la búsqueda de esta se pueden utilizar diferentes tipos de recursos, Estrategia, planes de acción, planes económicos, Herramientas de tecnología, entre otros.

Según las RAE (Real Academia Española) el cual nos define que es la internacionalización se define como: “Acción y efecto de internacionalizar.” En otras palabras, la internacionalización es el proceso en el cual las organizaciones crean oportunidades para poder abarcar el mercado internacional ya sea con su producto o Servicio.

Este también busca no solo poder posicional tu producto o servicio sino también poder llegar a tomar lugar en la encomia del lugar al cual se accedió.

Con el fin de conocer y poder entender los ítems importantes al momento de una organización internacionalizarse, nos enfocamos en un sector específico buscando conocer y aclarar la pregunta de: ¿Que herramientas tecnológicas están empleando para la internacionalización las pymes de Barranquilla?

Anhelando llegar a un objetivo claro de Determinar las herramientas tecnológicas que utilizan las pymes en Barranquilla para su internacionalización de sus productos o servicios.

Con este deseo de lograr dicho objetivo tomamos en cuentas ciertos aspectos de nos ponemos como meta para lograr obtener información que nos permita aclarar las dudas tales como lo son:

- Revisar los procesos que utilizan para exportar las pymes de Barranquilla
- Determinar los niveles de eficiencia con base en las herramientas tecnológicas

utilizadas en la producción de las pymes de Barranquilla

- Analizar si las pymes de Barranquilla alcanzan la productividad con las herramientas tecnológicas disponibles, siendo competitivas en el mercado internacional.

CAPÍTULO 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) siempre han estado presentes en el mundo, no importa en qué continente, país o ciudad estén siempre estarán presentes, en la economía local estas empresas tienen un papel importante en la economía local del país. las empresas pymes representan un porcentaje del 70% del empleo en el país; a pesar de todo lo anterior nombrado y de los logros que han tenido las empresas pymes pueden verse en dificultades y barreras al momento de de crecer, la gran mayoría de estas empresas reciben ayuda de parte del gobierno nacional para poder seguir desarrollándose y creciendo.

Las PYMES en Colombia se enfrentan constantemente a desafíos y obstáculos, como el no impulsar la economía del mercado local, no tener actividades mercantiles internacionales competencia y crecimiento en el mercado nacional y el contar con herramientas que ayuden a su productividad y permitan abrirse mercado en el exterior.

Cuando hablamos de empresas PYMES en colombia la Ley 905 del 2004 “para que una empresa sea considerada Micro, Pequeña o Mediana” nos habla de tres categorias de empresa las cuales son:

Tabla 1. Clasificación pymes

Tamaño	Numero de trabajadores	Activos totales
Microempresa	10 empleados maximo	activos inferiores a 500 salarios mínimos legales vigentes
Pequeña empresa	11 a 50 empleados	Activos desde 501 hasta 5000 salarios mínimos legales vigentes
Mediana empresa	51 a 200 empleados	Activos desde 5.001 hasta 30.000 salarios mínimos legales mensuales vigentes

Elaboración: fuente propia basada en Nieto Y Timote (2015)

su crecimiento y presencia en el país han sido notorias así lo ha sostenido el ministerio de comercio de la nación haciendo dando una clara cifra que muestra que el 90% de las empresas del país son empresa micro, pequeñas y medianas (pymes) también añadiendo que generan el 79% del empleo en Colombia y corresponden al 50% del PIB del país. todos estos datos dejan clara la importancia de las empresas pymes en el territorio colombiano y lo que significan para la economía del país.

El papel que juegan las Pymes en nuestro país es cada vez más notorio dentro del marco económico, ya que estas, agrupa el mayor número de unidades productivas y durante estos últimos años se ha podido identificar una relación muy importante entre el crecimiento del producto interno bruto y la tasa de creación de este tipo de empresa.

Del mismo modo, las compañías de mayor tamaño y las Pymes enfrentan una amplia competencia que las hace ver obligadas a vincularse en dinámicas productivas, ya sea como proveedores de insumos y servicios empresariales o como productores finales. Aún así, tiene gran desventaja con las grandes empresas al momento de requerir créditos, ya que como se sabe, cuando son proveedores de cadenas o formas de gran tamaño, no les pagan de contado, sino en plazos que pueden llegar a los 6 meses.

Según estudios del Instituto Global McKinsey en el año 2019, aproximadamente el 60% de las pymes colombianas no cuentan con un acceso a financiamiento, y esta es la razón por la que la mitad de las pequeñas y medianas empresas en Colombia se quiebra después del primer año y solo 20% sobrevive al tercero.

Una de las posibles causas de la alta mortalidad es que, según Mckensy, el 62% de las Pymes no cuenta con acceso a préstamos financieros, claves para su crecimiento y desarrollo. Y además, la mayoría de ellas presentan educación financiera limitada y basan sus decisiones en personal con poco conocimiento del tema.

Otro de los factores que hace complejo el escenario crediticio para las pymes

colombianas es que el 75% de las transacciones realizadas son hechas usando dinero en efectivo y los avances en tecnología casi no se usan para mejorar la eficiencia en los negocios. "La gran mayoría de los pagos en las economías emergentes usan efectivo, mientras que los pagos digitales son ampliamente utilizados en las economías avanzadas", asegura el informe.

No por nada el Gobierno se ha enfocado en las MIPYMES y ha estado trabajando para crear diferentes programas, mecanismos de apoyo y leyes que ayuden exclusivamente a este tipo de empresas al fortalecerlas y brindarles desarrollo empresarial, estas empresas cuentan con ayuda del gobierno para poder seguir desempeñando sus labores.

En el proceso de la internacionalización Empresarial no solo basta con estar presente de una manera física en otros lugares, sino más que todo se busca tomar lugar en la economía de dichos lugares; en el proceso del éxito de la internacionalización empresarial se deben tener en cuenta diferentes aspectos los cuales influenciaran como la cultura del lugar donde deseamos establecer nuestra presencia también el ambiente, reglas sanitarias, reglamentaciones entre otras.

También se debe tener en cuenta que lo más importante sería poder tener una idea de negocio estable la cual los garantice el éxito de nuestra organización al momento de ofrecer nuestros servicios o productos en dicha localización la cual deseamos establecernos como organización.

¿La internacionalización tiene un modelo a Seguir o unas pautas las cuales están establecidas para lograr esto?

La respuesta sería NO; al momento de tratar este tema no se puede generalizar o establecer un modelo esquemático el cual se lleve a cabo, para lograr el objetivo. La internacionalización puede variar dependiendo del sector de la empresa, de su tamaño,

país u actividad. Se puede comenzar y llevar acabo el proceso de diferentes formas.

podemos nombrar algunas fases que se pueden llegar a vivir al momento de la búsqueda de la internacionalización las cuales son:

- **ACTIVIDAD IMPORTADORA:** Esta fase se basa en el hecho de que las empresas al momento de poder importar materia prima, productos, maquinarias, etc. Se dan cuenta que el mercado internacional brinda unas mejores opciones al momento de tratar de este tipo de objetos anteriormente nombrados, El importar es el primer paso que dan las empresas para animarse a poder internacionalizarse ya que comienza a establecer relaciones con organizaciones del exterior, conocer normas y leyes, comenzar a conocer precios y valores en el mercado, entre otras.
- **EXPORTACION:** Tras una experiencia como importar, se puede concluir o comenzar a desear de igual forma de cómo la organización compra a empresas en el exterior. También el comenzar a vender sus servicios o productos en el mercado internacional.
- **IMPLANTACIÓN COMERCIAL:** Se toma la decisión de organización de poder establecerse de una forma física tangible en el exterior, abriendo una oficina, punto de atención o similar para comenzar de desarrollar movimientos o actividades comerciales en el lugar.
- **INVERSIONES EXTERIOR:** Es cuando la organización decide establecerse en el exterior con fines de desarrollar producción, en otras palabras, comenzar a fabricar si se es una empresa manufacturera o establecer oficinas para desarrollar ventas si se trata de una empresa de enfoque comercial.
- **GLOBALIZACIÓN DE LA EMPRESA:** Es cuando la empresa toma lugar en otras partes del mundo y se convierte en una organización global, se desarrolla

de manera global, fijando su lugar de producción, investigación, entre otros en el lugar que más le convenga geográficamente y económicamente.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Pregunta problema

¿Que herramientas tecnológicas estan empleando para la internacionalizacion las pymes de Barranquilla del sector textil?

1.2.2. Pregutas secundarias

¿las pymes de Barranquilla del sector textil cuentan con herramientas tecnológicas que permitan alcanzar los niveles de eficiencia en la produccion?

¿ Cuales son los procesos que utilizan las pymes de Barranquilla del sector textil para la innovacion y generación de valor agregado a sus productos?

¿ Las pymes de Barranquilla del sector textil logran alcanzar la productividad con las herramientas tecnológicas disponibles, para ser competitivas en el mercado internacional?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivos general

Determinar las herramientas tecnológicas que utilizan las pymes en Barranquilla del sector textil para su internazionalizacion.

1.3.2 Objetivos específicos

- Revisar las herramientas tecnologicas que utilizan para alcanzar los niveles de eficiencia en la producción las pymes de Barranquilla del sector textil.
- Determinar los procesos que utilizan las pymes de Barranquilla del sector textil para la innovaxin y generación de valor agrogado a sus productos.
- Analizar si las pymes de Barranquilla del sector textil alcanzan la productividad con las herramientas tecnológicas disponibles, siendo competitivas en el mercado internacional.

1.4 justificacion

La presente investigación busca brindar información de suma relevancia acerca de las pymes de barranquilla que desarrollan la internacionalización en un enfoque tecnológico, la internacionalización de las empresas ante todo de las pymes han venido creciendo y desarrollándose con mayor interés desde el año 2000; Las pymes son de gran importancia para la economía colombiana siendo estas consideradas factores fundamentales. la globalización se a visto un crecimiento de una manera acelerada cambiando por completo el ambiente y el entorno del mercado mostrando retos nuevos para estas organizaciones y asi mismo oportunidades de crecimiento haciendo el mercado mas competitivo, para poder asumir estas oportunidades las empresas adoptaron el modelo de la internacionalización.

la internacionalización es un proceso gradual o secuencial que genera a las empresas la creación y establecimiento de nuevos vínculos entre empresas y mercados internacionales que involucran el conocimiento y compromiso que se adquiere a través de las diferentes etapas que debe atravesar la empresa y que le permitirán proyectarse a mercados más distantes (Johanson, Jan; Vahlne, Jan-Eril,) ¹.

El proceso de internacionalización queda a disposición de organizaciones que comercian en un mercado cuyo entorno es siempre dinámico, sujeto a cambios y generalmente volátil. De esta forma, los movimientos de los mercados se vuelven impredecibles, y los procesos de adaptación comienzan a ser una tarea difícil inclusive para las empresas más flexibles (Sherlock & Reuvid, 2004, p. 46) de esta manera la

¹ . Johanson, J., & Vahlne, J. (1977). he internationalization process of the firm—a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of international business studies* , págs. 23-32.

internacionalización se convirtió en una área de estudio importante como una estrategia para incursionar en los mercados internacionales.

La internacionalización tiene 3 enfoques importantes, este trabajo tratara uno de estos enfoques, el enfoque tecnologico donde manejan unos modelos y teorías :

- Teorías pioneras basadas en tres modelos
- Teorías de segunda generación
- Modelos contemporáneos.

La tecnología es el conocimiento y la utilización de herramientas tecnológicas y los sistemas con el fin de servir con un propósito determinado.

La importancia de la tecnología a lo largo del desarrollo del ser humano ha sido crucial para poder adaptarse y romper barreras que no solo nos limitaban; La tecnología es herramientas la cual nos brinda conocimientos el cual nos permite hacer las cosas más fácil, el usar, crear, administrar e intercambiar información, entre otras muchas ventajas que nos brinda; esta ha jugado roles importantes en los aspectos de la salud, ciencia, economía, comercio, industria. Cada vez es más fundamental y de mayor importancia la tecnología en las empresas e industrias para poder cubrir sus necesidades y también ayudar el logro de objetivos específicos, mejorando sus procesos y brindándole una eficacia la cual se necesita en estos tiempos los cuales se encuentra mucha competencia en el mercado local y mercado global.

Los beneficios más importantes que logra la tecnología en las empresas es el ahorro de tiempo y la reducción de costes son los motivos que más destacan

Por lo anterior entendiendo la importancia de la internacionalización de la pymes y la tecnología en el mercado global, podemos comparar la teoría de estos diferentes modelos con la aplicación de estos en las pymes de barranquilla, analizar la aplicación y saber que estrategias son utilizadas y cuantas pymes aplican al internacionalización en su

enfoque tecnológico.

La investigación es factible porque se tiene acceso a la información y recursos necesarios para realizarlo, con un tutor que guía, y cuenta con el respaldado de un grupo de investigación; Es pertinente porque se estudiara un aspecto fundamental de las organizaciones que permita a las pymes mejorar su competitividad y participación en mercados Internacionales; Es relevante porque de acuerdo al plan de desarrollo propuesto por la gobernación del Atlántico, es prioridad la reactivación del sector agroindustrial en el departamento y ayudara en la generación de conocimiento sobre las pymes de barranquilla.

1.5 Delimitacion

El trabajo se desarrollara en la ciudad de Barranquilla, a lo largo de los proximos 3 semestres para determinar cuantas y como trabajan las pymes en el desarrollo de la internacionalización con un enfoque tecnológico, esta investigación, da lugar al análisis profundo y sustentado en datos estadísticos de la situación de las pymes en la intercionalizacion , así como de los elementos y modelos desde la parte teórica, .

CAPITULO 2. MARCO TEORICO

la internacionalización de las pymes colombianas es un proceso que paso a paso se ha ido construyendo y tomando posición en los mercados globales. Se podría afirmar que en la actualidad existen compañías multinacionales de origen colombiano que se desempeñan exitosamente como jugadores en mercados globales globales.

La internacionalización es “el conjunto de actividades que la empresa desarrolla fuera de los mercados que constituyen su entorno geográfico natural” Un proceso las pymes colombiana están llevando acabo para ser parte de nuevos mercados que se encuentran en constante crecimiento y que brindan obtener mejores márgenes de rentabilidad.

Algunos puntos para tener en cuenta en el proceso de la internacionalización de las pymes en Colombia son los siguientes:

- Poder entender que este será un proceso a largo plazo, el cual llevara un tiempo en poder dar el resultado esperado.
- Podemos saber si la pyme está en condiciones de exportar, conocer datos estadísticos que permitan conocer el volumen de producción y venta y variaciones inventarios.
- Verificar que la tecnología de su pyme se adapte a la producción de bienes destinados a la exportación.
- Tener en cuenta los sistemas de transporte y de comunicaciones.
- Tener presente las condiciones políticas, económicas, sociales y culturales del lugar de mercado donde se quiere llegar.

- Conocer y observar a la competencia.

También se podría nombrar las formas de internacionalización que se podrían utilizar en las pymes colombianas las cuales son: Exportación, acuerdos de cooperación contactuales y acuerdos de cooperación accionales.

- Exportación: es el método más sencillo y más común en las pymes para empezar en la internacionalización, la producción de encuentra en su lugar de origen desde donde se envían para abastecer los mercados globales.

Acuerdos de cooperación contactuales:

- Licencia: En los negocios una licencia es un acuerdo de dos empresas de distinto origen geográfico en el cual una empresa concede a la otra parte el derecho de usar su proceso productivo, una patente, una marca registrada u otros activos intangibles a cambio de un pago fijo mensual estipulado.
- Franquicias: es un modelo de entrada en el mercado internacional que consiste en un acuerdo entre el franquiciador (franquiciante) y el destinatario o franquiciado (persona natural o jurídica), el cual el primero (franquiciante) cede al segundo la explotación de los derechos de uso de determinado nombre o marca también como sistemas de producción y mercado del producto.

Acuerdos de cooperación accionales o inversiones en el extranjero:

Consiste básicamente en que una empresa extranjera llega a un acuerdo con una empresa local para poder inyectarle capital u otros tipos de activos. (tecnología, maquinaria, materia prima, etc.) para crear una nueva empresa en el mercado local.

Pymes en america Latina

Un aproximado del 97% de las compañías en América Latina son pequeñas o medianas empresas PYMES, que cuentan de 1 a 200 empleados, las cuales suman más de 11 millones de emprendimientos en los cinco mayores mercados hispanoparlantes de la región: Argentina, Chile, Colombia, México y Perú. Las PYMES son responsables de más del 60% del empleo en América Latina y de un cuarto de su PIB. Estos ecosistemas de PYMES son la demostración de una amplia variedad de estructuras operativas que incluyen compañías medianas organizadas, pequeños negocios establecidos y microempresas.

Si bien algunas de estas PYMES son bastante sofisticadas, muchas son vulnerables a los riesgos asociados a una mala planificación estratégica, falta de acceso al financiamiento y un aumento de la competencia de firmas más grandes y sofisticadas. América Latina padece crónicamente de baja productividad, lo cual se refleja aún más entre las PYMES.

La empresa consultora McKinsey en el año 2019 informa que casi el 50% de las horas laborales se puede automatizar invirtiendo en nuevas tecnologías. Un informe de la CEPAL reveló que la productividad de las PYMES en América Latina alcanza el 40% de las grandes empresas, en comparación con el 70% obtenido por las PYMES en países de la OCDE. Claramente, las condiciones están dadas para impulsar la productividad de las PYMES en América Latina, un paso fundamental para mejorar el crecimiento económico general en la región.

El acceso a la tecnología como catalizador de la productividad

Debido a sus procesos informales y falta de documentación, las instituciones financieras consideran solvente sólo al 50% de las PYMES. Más aun, es poco común que las PYMES en América Latina facturen el 100% de sus ventas.

Las herramientas de gestión empresarial, administrativas y financieras disponibles para las PYMES en América Latina, por lo general, son poco idóneas para las necesidades de los emprendedores latinoamericanos. La mayor parte del software de contabilidad, de plataformas CRM y de otros sistemas ERP está diseñada para corporaciones, estos programas se encuentran sobredimensionados y son demasiado complejos para pequeñas empresas y, en la mayoría de los casos, dichas herramientas tienen un precio prohibitivo. Se ha ahondado poco en el mercado de las aplicaciones de software de contabilidad, facturación y administración para PYMES debido a la deficiente adaptabilidad del producto al mercado.

Con mayor urgencia, las tecnologías basadas en la nube y plataformas SaaS pueden ayudar a las PYMES a reducir costos mediante el establecimiento de estados financieros más transparentes, en los cuales se registre debidamente las ventas, los gastos, el inventario, los proveedores, los impuestos y la planilla de sueldos. Estas herramientas posibilitan el ahorro de tiempo, permitiendo a los empleados completar rápidamente las tareas administrativas y concentrarse en actividades más rentables.

Las ventajas tecnológicas en América Latina obligarán a las PYMES a evolucionar o perecer. Los emprendedores más astutos aprovecharán la tecnología para impulsar la productividad mediante la reducción de costos, la mejora del rendimiento y el aumento de las ventas para competir contra organizaciones más grandes.

La globalización va a un ritmo acelerado por la tecnología y las comunicaciones; poder comprar o vender, pagos y transferencias en línea hacen más fácil las transacciones de bienes y servicios, además podemos analizar más rápidamente las variables que afectan nuestro negocio, como la evaluación de la competencia, proveedores, comportamiento de los clientes, situaciones políticas o económicas del país con el cual queremos interactuar, es más hasta el clima, cuando esta es una variable determinante para la toma de decisiones, pero para entender mejor esto comencemos con que es la globalización, es un proceso coherente de varios sucesos que contienen cierta complejidad; este proceso manifiesta interdependencia entre países con el fin de incrementar la variedad y volumen de intercambio de bienes y servicios, lo cual conlleva a una acelerada evolución de la tecnología. (Rabanal, 2003)¹¹

La globalización de entrada a al E- Business o comercio electrónico que es un cambio completo en lo que corresponde a la compra tradicional y esto se da por la globalización de los mercados, El E Business es toda actividad económica que se realiza por internet, desde venta de objetos tangibles hasta servicios por prestar, básicamente es la añadidura de la tecnología de comunicación para realizar actividades de negocios por internet.

El E-business cuenta con muchas ventajas como lo pueden ser:

- No hay necesidad de movilizarse para realizar el negocio
- Ahorras tiempo y dinero
- No hay necesidad de una localización física
- No existen límites geográficos
- Servicios las 24 horas los 7 días de la semana
- Cerrar compras y negocios al mismo instante

Entre otras muchas ventajas que se pueden acoplar al tipo de consumido. Una desventaja que se puede presentar en es la mucha competencia que se presenta.

En la actualidad el comercio electrónico ha significado una gran ventaja de competencia y crecimiento en las empresas, brindándoles fuerza de ventas ya sean grandes empresas o pymes. Está claro y se puede dar por hecho que los consumidores están totalmente acostumbrados a realizar sus compras online y un alto porcentaje de las ventas que se realizan hoy en día son online, esto apunta a la importancia y trascendencia que tendrá el E- Business en esta década

CAPITULO 3: MITOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1 Enfoque mitológico

La actual investigación se sustenta en el paradigma deductivo, esto radica en la aplicación de los principios epistemológicos del positivismo lógico, de considerar los hechos de manera objetiva para interpretar la realidad, Se utilizarán técnicas de estadística básica y avanzada para poder procesar estos datos, razón por la que toma fuerza este paradigma en el presente estudio ya que se vale de técnicas cuantitativas para realizar los análisis y finalmente comunicar las conclusiones del estudio.

3.2 Tipo y diseño de investigación.

TIPO	DISEÑO DE INVESTOGACION
Evaluativo	El proceso consiste en el análisis de datos y la presentación de informes en un proceso riguroso y sistemático que implica la recopilación de datos sobre organizaciones, procesos, proyectos, servicios y/o recursos.
Propositivo	La investigación propositiva se caracteriza por generar conocimiento, a partir de la labor de cada uno de los integrantes de los grupos de investigación
No experimental	la investigación no experimental se realiza cuando, durante el estudio, el investigador no puede controlar, manipular o alterar a los sujetos sino que se basa en la interpretación o las observaciones para llegar a una conclusión.
Enfoque cuantitativo	La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables y estudia las propiedades y fenómenos cuantitativos. Ente las técnicas de análisis se encuentran: análisis descriptivo, análisis exploratorio, inferencial univariable, inferencial multivariado, modelización y contrastación.

Tabla 2: elaboración propia

3.3 Fuentes primarias y secundarias.

Las fuentes primarias de información las componen los diferentes como bases de datos de revistas especializadas para la elaboración del marco teórico de la investigación, antecedentes del estudio .

Se recurre a fuentes secundarias de información la implementación del instrumento para la recolección de datos.

3.4 Herramientas y estrategias metodológicas

Las herramientas y estrategias que se van a usar :

- Entrevistas
- Revistas
- Enncuestas

Por medio de estas herramientas se ejecutara un analisis de datos sobre las pymes de implementacion de tecnologia en la ciudad de barranquilla, asi podemos alcanzar un éxito establecido, para redactar datos de las pymes aumentando la actividad, dinamica en los procesos y nuevas oportunidades, eficiencia mejorada de procesos y dinámica con el potencial de la empresa, factores de las PYMES en la estructura organizativa , como se ve a partir de los datos recopilados a través de una herramienta de construcción de columnas que es beneficiosa para la empresa.

Este es el tipo de investigación que vamos a abordar. Esta es una investigación mixta. Es el proceso de recolección de datos cuantitativos y cualitativos para responder a la encuesta.

3.5 Hipótesis y variable

La hipótesis a investigar es descriptiva da un valor que nos pronostica a una solución problemática ya planteadas, ella es la uso de tecnología en las pymes de Barranquilla, atlántico para poder lograr la internacionalización, el concepto de la tecnología es muy importante en la búsqueda de los negocios nacionales e internacionales y que permite ser competitivo y más productivos dando la capacidad a las pymes de poder lograr mejor productividad, competencia en los términos de productos, calidad, costos y que al final será una ventaja para que el negocio sea rentable y estable para el poder competir en mercados internacionales.

La adaptación de la tecnología en los procesos industriales de las pymes en la capital del atlántico hace parte fundamental de sus procesos ya que se constituye una parte clave para lograr jugar un papel importante en mercados extranjeros. en el sector de las pymes en la parte tecnológica no solo genera mayor rentabilidad y productividad, sino que también fortalecer y consolidar la marca para lograr posicionarse en un mercado extranjero cara al futuro.

En las pymes industriales una dificultad que tienen es poder lograr la internacionalización, haciendo lo imposible con bajos niveles de inversiones y ayudas. Con las tecnologías que han podido contar las pymes han sido competitivas en el mercado local y aun han podido establecerse en el mercado, las empresas que han podido afianzar la tecnología en sus procesos industriales han visto un mayor crecimiento no solo en el mercado local sino también en mercado internacional logrando el objetivo de las internacionalización de sus productos y servicios; con esto se puede poner en evidencia los problemas que cuantas algunas pymes viéndose afectadas al momento de no lograr o no contar con una tecnología de calidad e importancia en sus proceso, las probabilidades de expandirse en marcados extranjeros en baja para este tipo de pymes.

3.6 Población y muestra.

Población:	531
Muestra:	30
Tipo de muestreo	Por conveniencia

Tabla 3: elaboración propia

Pequeñas y medianas empresas del sector textil localizadas en el departamento del atlántico (Colombia)

3.7 Procedimiento metodológico

El método para la ejecución de la investigación es de orden cuantitativo: se aplicarán un instrumentos de recolección de información tipo encuesta, posteriormente, con la recolección de datos, se implementarán técnicas de estadística descriptiva básica para presentar los datos (análisis de medidas de tendencia central para datos agrupados), se analizarán las diferencias entre expectativas y percepciones a partir de la media obtenida en las dimensiones de la calidad evaluadas por cada factor; Para garantizar la fiabilidad de las mediciones hechas por el instrumento se aplicará el coeficiente del Alfa de Cronbach a nivel general.

Etapas

El formato de la encuesta se hace utilizando la Suite de Google con el aplicativo Forms para asegurar que a medida que se obtengan las respuestas de los usuarios se puedan organizar los datos y posteriormente aplicar las encuestas de percepción a los mismos clientes. Los ítems de la encuesta son afirmaciones que se deben responder con la escala Likert de 1 a 5 en las que 1 es “Nunca”, 2 es “Casi nunca”, 3 es “

Ocasionalmente”, 4 es “Casi siempre”, 5 es “Siempre”

Etapa 2

en la última etapa de los procedimientos metodológicos se aplicará el procesamiento de los datos obtenidos en la aplicación de los instrumentos de medición. En esta etapa se procederá a describir los resultados con las medidas de tendencia central moda, media, máximo, mínimo y desviación estándar junto con la prueba del Alfa de Cronbach para medir la fiabilidad del instrumento.

El Alfa de Cronbach (α) es un método empleado para calcular el coeficiente de confiabilidad, analizando hasta qué punto medidas parciales obtenidas con los diferentes ítems son consistentes entre sí y por tanto representativas del universo posible de ítems que podrían medir ese constructo (Gliem & Gliem, 2003). A través de este coeficiente se determina la consistencia interna del instrumento, determinando el grado en que los ítems que hacen parte de una escala guardan una correlación entre sí, considerando que cuanto más cercano sea el valor a uno, ($\alpha \rightarrow 1$) más consistentes serán los ítems entre sí.

Tabla 4 :

interpretación de los resultados del Alfa de Cronbach

RANGO		
$\alpha >$	0.90	Es Excelente
$\alpha >$	0.80	Es Bueno
$\alpha >$	0.70	Es Aceptable
$\alpha >$	0.60	Es cuestionable
$\alpha >$	0.50	Es pobre
$\alpha \leq$	0.50	Es Inaceptable

Fuente: George & Mallery, (2003).

3.8 Técnica de recolección de datos.

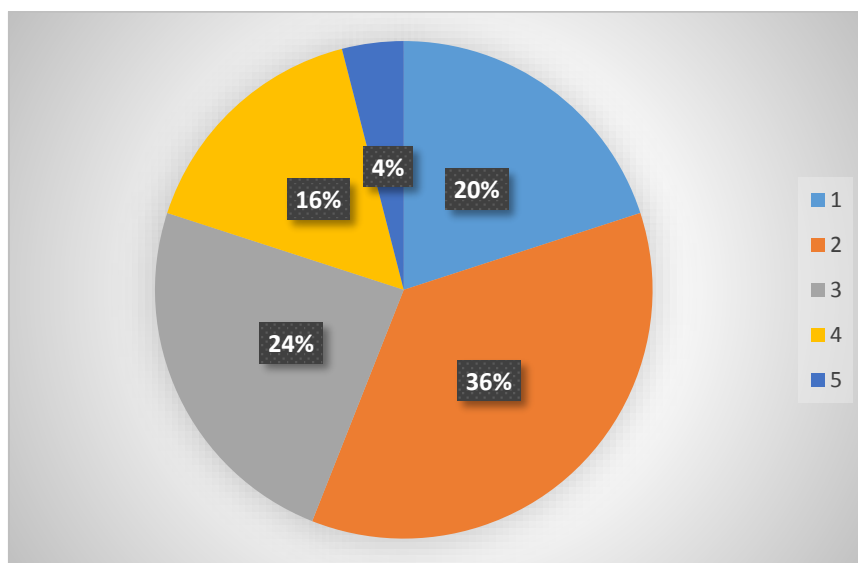
La técnica de recolección de datos fue una encuesta y consistió en obtener datos directamente de los sujetos de estudio las Pequeñas y medianas empresas del sector manufacturero localizadas en el departamento del atlántico a fin de conseguir opiniones para lograr el análisis y el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

CAPÍTULO 4: INFORME DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Informe descriptivo de resultados:

1. ¿La organización emplea diversas herramientas tecnológicas para el comercio electrónico, digitalización de procesos, networking y gestión de las relaciones con los clientes?

Grafica 1

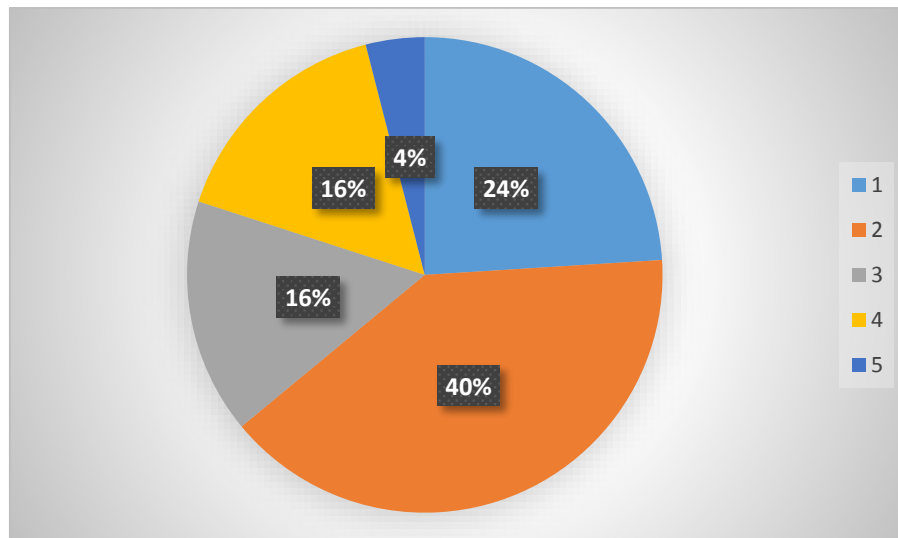


Fuente: elaboración propia

De las 25 empresas encuestadas, solo el 20% de las organizaciones emplea herramientas tecnológicas diversas para el comercio electrónico como digitalización de procesos, networking y gestión de las relaciones con los clientes.

2. **¿La organización fomenta el desarrollo de habilidades de trabajo en equipo orientados a la aplicación de la práctica de innovación y co-creación para generar valor agregado a productos y procesos?**

Grafica 2

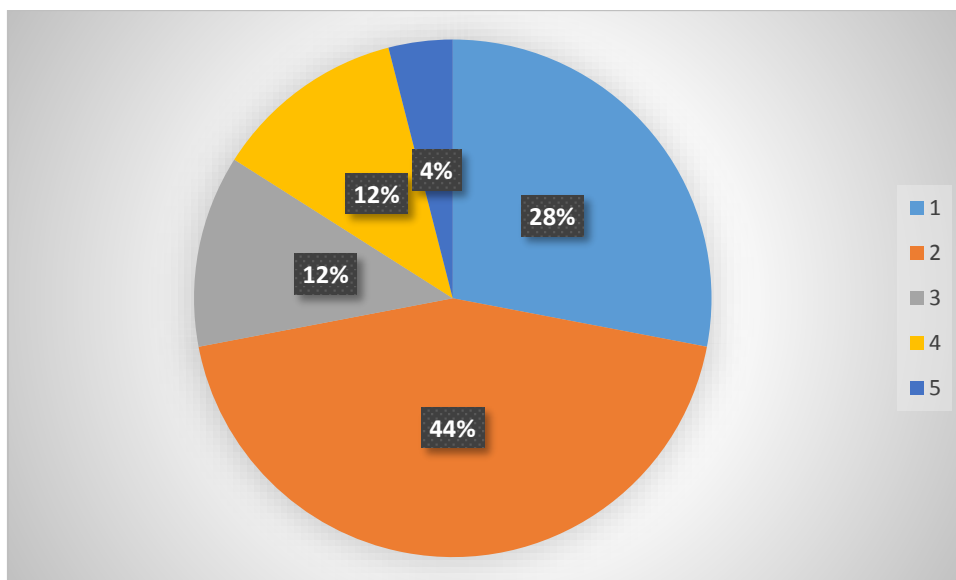


Fuente: elaboración propia

Podemos identificar que solo 20% de las organizaciones de las 25 que fueron encuestadas fomenta el desarrollo habilidades de trabajo en equipo orientados a la practica de innovación y co-creación para generar valor agregado a productos y procesos.

3. ¿La organización posee certificaciones en estándares de calidad y normalización de productos o procesos?

Grafica 3

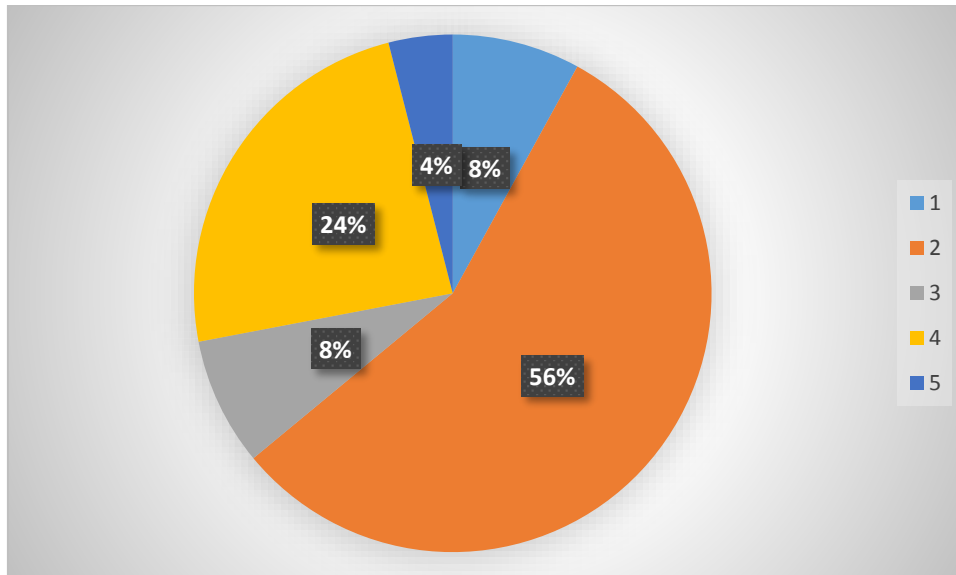


Fuente: elaboración propia

De las 25 empresas que fueron ecuestadas, solo el 16% cuenta con certificaciones en estándares de calidad y normalización de productos o procesos

4. ¿La organización se encuentra adelantando o piensa iniciar el corto plazo procesos de certificación en estándares de calidad?

Grafica 4.

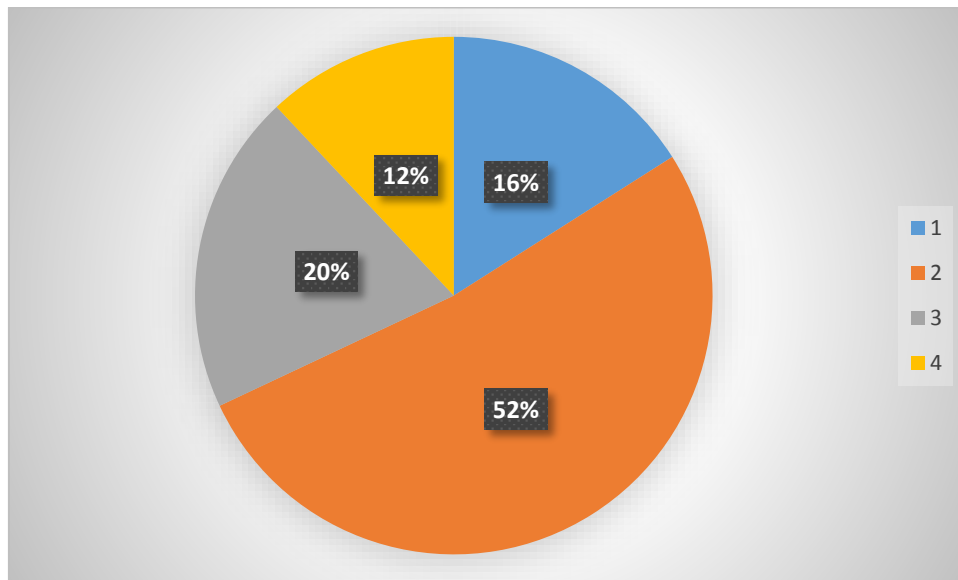


Fuente: elaboración propia

De las 25 empresas que fueron encuestadas, solo el 28% de las organizaciones esta iniciando o piensa iniciar a corto plazo procesos de certificación en estándares de calidad

5. ¿Existe en la organización un programa o presupuesto para innovación y desarrollo de productos o mejora de procesos?

Grafica 5

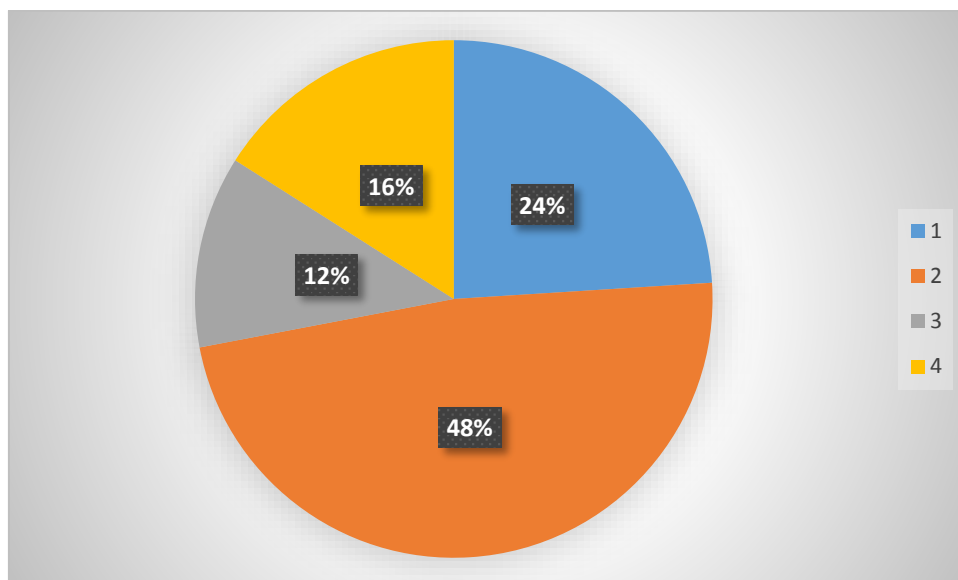


Fuente: elaboración propia

Solo el 32 % de las organizaciones de las 25 empresas que fueron encuestadas, aplica en la organización un programa o presupuesto para innovación y desarrollo de productos o mejora de procesos.

6. ¿Existen en la organización procesos sistematizados o automatizados?

Grafica 6



Fuente: elaboración propia

De las 25 empresas que fueron encuestadas, solo el 28% de las organizaciones cuenta con procesos sistematizados o automatizados.

4.2 Correlaciones de datos

1. Las organizaciones no emplean diversas herramientas tecnológicas para el comercio electrónico.
2. Las organizaciones que poseen certificaciones en estándares de calidad y normalización de productos o procesos, fomentan el desarrollo de habilidades de trabajo de equipo orientados a la aplicación de la práctica de innovación y co-creación para generar valor agregado a productos y procesos.
3. Las organizaciones en las que existe un programa o un presupuesto para la innovación y desarrollo de productos o mejora de procesos, se encuentran adelantando o piensan en iniciar en el corto plazo procesos de certificación en estándares de calidad.
4. Las empresas u organizaciones en las que ya existe un programa o un presupuesto para innovación y desarrollo de productos o mejora de procesos, cuentan con procesos sistematizados o automatizados.

CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

Para finalizar el presente informe de investigación, se presentan las conclusiones finales a la luz de los objetivos planteados al inicio del documento. Con relación a lograr determinar las herramientas tecnológicas que utilizan las pymes de barranquilla del sector del sector textil para su internacionalización, la muestra de empresas que participaron en el estudio nos indicaron que no manejan herramientas tecnológicas para la internacionalización.

Con relación los niveles de eficiencia con base en las herramientas tecnológicas utilizadas en la producción de las pymes de Barranquilla del sector textil, las empresas u organizaciones en las que ya existe un programa o un presupuesto para innovación y desarrollo de productos o mejora de procesos, cuentan con procesos sistematizados o automatizados.

Respecto a los procesos que utilizan las pymes de Barranquilla del sector textil para la innovación y generación de valor agregado a sus productos, las organizaciones encuestadas nos indican no cuentan, ni fomentan el desarrollo de la aplicación de la innovación para generar valor agregado a sus a sus productos.

Pocas empresas cuentan con programas de innovación que ayude en la productividad con las herramientas tecnológicas disponibles en las pymeas de barranquilla en el sector textil, haciéndolas poco competitivas en el mercado.

En cuanto a las limitaciones de la investigación, la restricción que se presentó fue el acceso a las organizaciones debido al fenómeno del COVID 19 que impidió aumentar el número de encuestados y, por ende, obtener una muestra más representativa.

LISTA DE REFERENCIAS

1. Arrollave tarez S, (2012) *internacionalización de la pyme latinoamericana: referente para el éxito empresarial en Colombia*. Medellin. Revista ciencias estratégicas: <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151325816009.pdf>
2. Barbosa, D. M. E., & Ayala, A. H. (2017). El uso de las TICs en las PYMES exportadoras. *Dimensión empresarial*, 15(1), 184-205.
3. Cardozo P, Chavarro A, ramirez A.(2006) *La internacionalización de pymes de alta tecnología de Bogotá. Casos de estudio*. Bogota <https://core.ac.uk/download/pdf/267883179.pdf>
4. Cardozo P, Chavarro A, ramirez A.(2006) *teorías de la internacionalización*. Bogota: <file:///C:/Users/osve/Downloads/Dialnet-TeoriasDeInternacionalizacion-4780130.pdf>
5. Castro, A. A., Ávila-Fajardo, G. P., & Rodríguez, O. J. S. (2017). Las TIC en la formulación estratégica de las pymes de Santiago de Cali-Colombia. *Entramado*, 13(1), 102-111.
6. Antúnez, A. M. C., Fernández, A. B. M., & Araujo, E. J. S. (2020). La situación financiera de las agencias de viaje en Córdoba (España). *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E36), 56-70.
7. J. Gelmetti, C. (2012). *Pymes globales: estrategias y prácticas para la internacionalización de Pymes* (2a. ed.). Ugerman Editor. <https://ezproxy.unisimon.edu.co:2258/es/lc/unisimon/titulos/78907>
8. Johanson, Jan; Vahlne, Jan-Eril. (10 de 09 de 2012). *The University of Adelaide*. Obtenido de <https://economics.adelaide.edu.au/downloads/servicesworkshop/The%2520Uppsala%2520Internationalization%2520Process%2520Model%2520Revis%20ited.pdf>
9. Montoya A, Montoya R, Castellanos O. (2010). *Situación de la competitividad de las Pyme en Colombia: elementos actuales y retos*. Bogota. <http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v28n1/v28n1a13.pdf>
10. Pardina Carranco, M. P. (2017). *Internacionalización de pymes*. Ministerio de Educación de España. <https://ezproxy.unisimon.edu.co:2258/es/lc/unisimon/titulos/49430>
11. Rabanal, N. G. (2003). *El entorno economico actual*. Madrid España: Spain Paraninfo, SA.

12. Robledo C,(2011). *Internacionalización de las empresas colombianas: más allá de las exportaciones*. Revista semana.
<https://www.semana.com/opinion/opinion-on-line/articulo/internacionalizacion-empresas-colombianas-alla-exportaciones/117071/#:~:text=Acerca%20de%20la%20internacionalizaci%C3%B3n%20de,%C3%A9stas%20en%20los%20mercados%20globales.&text=Es%20una%20actividad%20que%20requiere,carga%20operativa%20para%20las%20empresas.>
13. Romero I. (2006). *Las PYME en la economía global. Hacia una estrategia de fomento empresarial*.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362006000300003
14. Salazar-Araujo, E. (2021) Internacionalización de Pymes, La inserción de PYME'S del departamento del Atlántico (Colombia) en los mercados internacionales. ESEADE
15. Salazar-Araujo, E. J., Pozzo, D., & Cazallo-Antunéz, A. M. (2020, June). Innovation capacity vs. internationalization capacity: The case of Colombian manufacturing SMEs of the Atlantic region. In *2020 15th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)* (pp. 1-6). IEEE.
16. Sanchis Palacio, J. R. (2007). Creación y dirección de Pymes. Ediciones Díaz de Santos. <https://ezproxy.unisimon.edu.co:2258/es/lc/unisimon/titulos/52962>
17. Sarmina Peña, G., Caicedo, Y., & Delgado, S. A. (2018). Importancia de implementar el marketing digital en las pymes colombianas frente al Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos.