Resumen

Este trabajo de investigación se desarrolló con el objetivo de analizar la manera en que se emplean los recursos financieros, tecnológicos y de servicio, determinando el impacto que tienen estos factores en el emprendimiento y crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, en el municipio de Mexicali, Baja California. El instrumento de medición fue un cuestionario, el cual obtuvo una fiabilidad de 0.92, aplicándose a una muestra de 745 empresas. Los resultados señalan que los recursos financieros, están siendo administrados correctamente, con niveles óptimos de capital de trabajo, impactando positivamente la liquidez y rentabilidad. Por otra parte, la mayoría de las empresas mantienen un nivel tecnológico sostenible y cuentan con sistemas de información principalmente de facturación electrónica, contabilidad, nómina e impuestos, para cumplir con las disposiciones fiscales vigentes en México. El servicio al cliente afecta el crecimiento de las empresas, derivado principalmente de la satisfacción obtenida, a través del trato y la información que se le brinda sobre el producto o servicio que ofrecen las empresas, así como el seguimiento que se da posterior a la venta, impactando positivamente en la permanencia y rentabilidad.

Palabras Clave: Recursos financieros, tecnologías de la información, servicio al cliente, emprendimiento.

Abstract

This research work was developed with the objective of analyzing the way in which financial, technological and service resources are used, determining the impact that these factors have on the entrepreneurship and growth of small and medium enterprises, in the municipality of Mexicali, Baja California. The measuring instrument was a questionnaire, which obtained a reliability of 0.92, applying to a sample of 745 companies. The results indicate that financial resources are being properly managed, with optimal levels of working capital, positively impacting liquidity and profitability. On the other hand, most companies maintain a sustainable technological level and have information systems mainly electronic invoicing, accounting, payroll and taxes, to comply with the tax provisions in force in Mexico. The service to the client affects the growth of the companies, derived mainly from the satisfaction obtained, through the treatment and the information that is offered to him on the product or service that the companies offer, as well as the

follow-up that occurs after the sale, positively impacting permanence and profitability.

Keywords: Financial resources, information technologies, customer service, entrepreneurship.

JEL CODE—M13

INTRODUCCIÓN

Hoy en día la mayoría de los emprendimientos que surgen son a través de la creación de micros y pequeñas empresas, las cuales representan a nivel mundial, el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado, de ahí la relevancia que tienen este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño al incidir éstas de manera fundamental en el comportamiento global de las economías nacionales (Sánchez & Sarmiento, 2011).

Actualmente las empresas deben constantemente desarrollar estrategias que les permitan adelantarse y diferenciarse de sus competidores, desarrollando ventajas competitivas que aseguren su permanencia en el mercado y ser más rentables, siendo una estrategia primordial la forma en que se utilizan sus recursos y brindan el servicio a los clientes, en virtud de que de ellos depende la operación de la empresa. Los entornos competitivos motivan a las empresas a buscar herramientas que les permitan sobrevivir, aprovechar eficientemente sus recursos y dar más valor al cliente (Valencia-Arias, Gutiérrez, Montoya, Umba & Montoya, 2017). Este punto se vuelve más importante en las empresas de menor tamaño, que son más vulnerables a los cambios que se presentan en el mercado. En este sentido, Rodríguez, Vásquez & Mejía (2013), refieren que es difícil que estas empresas permanezcan en el mercado, debido a las economías de escala, acceso a fuentes de financiamiento, acceso a los mercados de exportación, poder de negociación frente a proveedores, acceso a capacitación y asistencia técnica, a tecnologías de punta, y en general a los mecanismos que contribuyen a fortalecer su nivel de competitividad.

Por ello, ante los cambios en el entorno empresarial y la escasez de los recursos financieros y monetarios, es vital que los emprendedores propietarios de este tipo de empresas, administren de manera adecuada los recursos financieros que poseen, principalmente de aquellos de los que depende su operación, los cuales

son representados por el capital de trabajo, siendo sus principales elementos: el efectivo, cuentas por cobrar, inventarios y las cuentas por pagar de corto plazo. La forma en que se administran y controlan estos recursos, afectan la capacidad de inversión, producción, solvencia, liquidez y la rentabilidad de la empresa, en virtud de que los cambios en estos indicadores repercuten, entre otras cosas, en la capacidad de cada empresa para mantener un precio competitivo y participar en nuevos mercados.

Ante dicho escenario es importante, que quien tiene un negocio, cuente desde un principio, con las herramientas básicas para encauzarlo adecuadamente. De igual manera, Rangel, Aguilera, González & Pomar (2014), señalan que son diversos los recursos o factores internos que inciden en el éxito competitivo de las empresas pequeñas, siendo los más importantes, la tecnología, la innovación, los recursos comerciales, los recursos humanos, las capacidades directivas, los aspectos financieros, la cultura y la calidad del producto o servicio. Por lo tanto en los últimos años se han incrementado los estudios sobre la actividad emprendedora, los cuales se han enfocado principalmente en identificar aquellos aspectos o razones que los empresarios consideran relevantes para crear una empresa (Alvarado & Morales, 2018).

Cabe señalar que, pese a su problemática, las micros, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs), constituyen un factor importante para el crecimiento y desarrollo (Figuroa, Ramírez & Pérez, 2011). El análisis de las condiciones que enfrentan las pequeñas empresas establecidas o de nueva creación, de acuerdo con Arias, Pelayo, Michel & Velázquez (2013), se han convertido en un tema relevante para el entendimiento del desarrollo de un país. De esto se deriva el interés creciente por estudiar la situación y condiciones de operación de estos negocios, con el fin de identificar los factores que influyen en su desempeño y permanencia en sus sectores de actividad. Los cambios en el entorno de negocios causan mayor incertidumbre en las MiPyMEs, que en las compañías grandes, debido en parte a la cantidad limitada de recursos e información con que cuentan para llevar a cabo sus operaciones. Por ello, el objetivo de esta investigación fue determinar la forma en que estas empresas utilizan sus recursos financieros y tecnológicos, así como el servicio que brindan al cliente y su afectación en el crecimiento y permanencia de las empresas.

REVISIÓN LITERARIA

Emprendimiento

En la actualidad existen grandes retos a los que se tienen que enfrentar las diferentes economías, las nuevas reformas laborales, la necesidad de aumento de productividad empresarial, la recuperación de puestos de trabajo, encontrar nuevos nichos y vías de negocios y la creciente competencia en los mercados, entre otros, los cuales pueden ser amenazas muy serias para las regiones y países. Frente a estos escenarios, se intenta buscar soluciones y es en el sistema empresarial de menor tamaño en donde se han depositado esperanzas factibles, de convertirse en un pilar del nuevo modelo económico y de relaciones laborales. Siendo de gran importancia el impulso y apoyo de la actividad emprendedora, por lo que se ha convertido como máxima prioridad para los diferentes niveles de gobierno, que incluyen el emprendimiento en el diseño de estrategias encaminadas a la mejora del empleo y de la competitividad económica (Guerrero et al., 2016). De este modo los emprendedores juegan un papel crucial en la transformación de las sociedades de ingresos bajos caracterizadas por la productividad reducida y, a menudo, por el autoempleo de subsistencia, en economías dinámicas caracterizadas por la innovación y el aumento del número de trabajadores bien remunerados (Lederma, 2014).

El emprendimiento es una capacidad humana que puede aprenderse, desarrollarse y mejorarse de manera continua a través de procesos de formación integrales, los cuales deben orientarse al desarrollo de competencias que le permitan al individuo adquirir una visión empresarial y tomar decisiones responsables para su proyecto de vida (Arias & Castillo, 2011). Sin embargo, para poder comenzar un negocio lo más importante es tener los recursos financieros o los medios de financiación, pero que también son considerados la mayor limitante para mantenerse en operación (Gómez, 2015).

Recursos Financieros

El aspecto financiero es un elemento fundamental en las empresas, debido a que cualquier negocio requiere tener una estabilidad financiera, para poder seguir operando. Nava & Marbelis (2009), señalan que el aspecto financiero es prácticamente el soporte que válida la lógica en lo empresarial o de negocio de las empresas en sus respectivos enclaves, además de que es necesario garantizar la estabilidad financiera de las empresas, para que puedan cumplir con los objetivos sociales. De igual manera, la toma de decisiones concernientes a la administración financiera de una u

otra forma, directa o indirectamente, a corto o a largo plazo, influye en las situaciones generales de las empresas. Asimismo, Anzola (2010), refiere que la importancia del factor financiero para las empresas, corresponde a que está directamente relacionado al capital disponible con que cuenta por lo menos para su operación normal y con el cual la empresa comenzará a desarrollarse.

Argüelles, García, Fajardo & Medina (2013), establecen que un gran número de entidades cierran operaciones, al no obtener los resultados financieros esperados. En este sentido, Aguilar (2012), menciona que la permanente preocupación financiera de las empresas está centrada en gran medida en la forma en la que utilizan los activos, en qué forma los vuelven rentables y cómo logran que sean verdaderamente productivos. Asimismo, Reyes & Briceño (2010), señalan que las principales causas de un bajo crecimiento en las organizaciones se deben, entre otras, a la carencia de políticas financieras y operacionales, y a la desarticulación entre las políticas de costos, precios y comercialización. De ahí, la importancia de que los emprendedores se capaciten en el manejo de las finanzas de sus empresas, estableciendo estrategias para lograr una mejor administración de los recursos y en consecuencia tener una mayor productividad, mejorando su liquidez y rentabilidad de la empresa.

En toda empresa es necesario cuidar los elementos que conforman el capital de trabajo de la misma, al ser los activos circulantes necesarios para lograr mantener su operación y poder cumplir con sus compromisos en el corto plazo, siendo el efectivo, el medio a través del cual principalmente puede cumplir con los mismos. Para ello, los empresarios requieren analizar sus periodos de ventas, es decir, los días que en promedio la empresa requiere para desplazar sus inventarios, así como los días de espera para recuperar el dinero derivado de sus ventas a crédito y comparar este tiempo de recuperación del efectivo, contra el periodo que tiene para cumplir con los pagos de sus proveedores, por las mercancías o insumos adquiridos para el desarrollo de su actividad comercial. De este modo se destaca que la creación y el éxito de una empresa dependen de muchos factores socioeconómicos, siendo uno de los principales el tener una estructura de capital en óptimas condiciones, además de contar con apoyo de financiamiento para el desarrollo de empresas innovadoras productivas y de servicios (Alvarado & Morales, 2018).

Establecer estrategias para administrar adecuadamente los elementos del capital de trabajo, es vital para que una empresa se mantenga en operaciones. Siendo la administración del efectivo de principal importancia en cualquier negocio, porque es el medio para obtener mercancías y servicios. Ceballos (2015), define al efectivo, como el dinero en circulación al cual pueden ser convertidos todos los activos líquidos. El objetivo fundamental de la administración financiera de las cuentas por cobrar es incrementar las ventas rentables de la empresa, al extender el crédito comercial a los clientes que cuentan con un adecuado historial crediticio. De ahí la relevancia de establecer controles que permitan un adecuado seguimiento y recuperación de las cuentas por cobrar. De igual forma, en las empresas comerciales una de las decisiones más importantes que debe tomar la administración es la cantidad adecuada de inventarios que debe adquirirse y los mecanismos de control que deben establecerse para su manejo. Madroño (2010), señala que dentro de los recursos que posee una empresa el inventario es el de mayor significación porque es uno de los activos más grandes existentes en una empresa, es decir, es el de mayor inversión, que no sólo es importante por su cuantía sino porque de su adecuado manejo proceden las utilidades de la empresa.

La importancia de una administración eficiente del inventario, para la operatividad de la empresa no está a discusión, debido a que esta actividad asegura tener los productos adecuados en el momento necesario (Sánchez, Moras, Cortés, Hernández & Ferrer, 2013). Espinoza (2013), señala que las insuficiencias de inventarios pueden provocar interrupciones en la prestación del servicio con el nivel requerido y pérdida de confianza de los clientes.

La adecuada administración de los recursos financieros con que cuenta una empresa, le permite tener un mejor desempeño y esto se ve reflejado en sus indicadores financieros, como lo son productividad, liquidez y rentabilidad. En caso de que estos no sean favorables, se deben establecer estrategias encaminadas a mejorar esos indicadores. Amor-Tapia & Tascón (2014), afirman que la rentabilidad de las empresas es un medio para revertir un ambiente competitivo.

Tecnologías de la Información

Sin duda los factores tecnológicos tienen un efecto en el desempeño de las empresas, sobre todo hoy en día, donde el mercado requiere de empresas ágiles, que respondan de manera inmediata a los cambios, ante la fuerza de sus competidores. En este sentido las

empresas de nueva creación, o los nuevos emprendedores, deben considerar este tipo de factores al momento de llevar a cabo su plan de negocio, en virtud de que se encuentran inherentes a todas las áreas que integran a la empresa y tienen influencia en la forma en que opera y se desarrolla. Con la utilización de las tecnologías, las empresas se ven como una conjunción de procesos administrativos, productivos, comerciales, entre otros. Además, de que permiten agilizar, abaratar o potenciar las actividades que contribuyen a que la empresa avance, e incluso en algunos casos contribuyen a potenciar sus actividades de aprendizaje e innovación (Peirano & Suárez, 2006).

En la actualidad las empresas en México, están cambiando la forma de llevar a cabo sus operaciones, tanto de manera interna como externa, esto debido a la implementación de las tecnologías de la información, ya sea por modernizarse, hacer más eficientes sus procesos, mantener una comunicación con sus clientes y proveedores, o bien, por disposiciones fiscales, como lo es la obligatoriedad de que las empresas lleven a cabo su facturación y contabilidad de forma electrónica, así como la declaración de sus impuestos. Ante ello, es necesario que las empresas rediseñen sus procesos cambiando los viejos paradigmas de administración, operaciones y de competencia, por nuevas estructuras organizacionales mejor adaptadas a los modernos esquemas de negocios y a las condiciones industriales, que han evolucionado a una acelerada globalización de bienes y servicios y hacia complejos modelos económicos con nuevas formas de competir (Scheel & Rivera, 2009). De acuerdo con Arias, Pelayo, Michel & Velázquez (2013), el acceso a la tecnología e información es un factor importante a considerar al analizar el desempeño de las pequeñas empresas.

En los últimos años los países con economías emergentes han registrado un incremento significativo en el dinamismo empresarial, utilizando como estrategia central el apoyo a la innovación (Maldonado, Lara & Maya, 2018). Es por ello, que las organizaciones requieren ser innovadoras, lo cual es factor clave para que estas puedan competir en un entorno global, siendo capaces de ofrecer bienes y servicios diferentes a los que el resto de empresas ofrecen (Fernández, 2007). Petit (2007) señala que la naturaleza innovadora y la generación de valor social y/o económico que definen al proceso de emprendimiento dentro de la sociedad del conocimiento, le confieren el título de factor crítico para su desarrollo. Por lo que el emprendimiento económico constituye la nueva tecnología de la

gerencia empresarial innovadora que acelera el surgimiento de nuevas iniciativas e impulsa el crecimiento y desarrollo económico de los países. De igual forma Vargas, Bahena & Cordón (2018), mencionan que entre las MiPyMEs, se pueden identificar diversas prácticas de innovación responsables enfocadas a la optimización interna, transformación organizacional y diseño de sistemas.

La mayoría de las MiPyMEs, han logrado aplicar las tecnologías de la información, conociendo la capacidad de las mismas para mejorar su rendimiento, sin embargo, en la mayoría de los casos, su adquisición e implementación no es realizada con el objetivo de lograr una ventaja competitiva, basada en esta tecnología y los aportes de la misma al resto de las actividades, sino que es adquirida para adaptarse al mercado y a la competencia y sobrevivir (Scarabino & Colonnello, 2009). De igual manera Fernández, López, Rodríguez & Sandulli (2007), señalan que no es suficiente invertir en tecnologías de la información, sino que se requiere de una serie de inversiones adicionales y prácticas organizativas específicas, es decir, no es la inversión en tecnologías por sí sola, sino la naturaleza del uso que se le dé a dicha inversión, la que determina el desempeño alcanzado por las empresas.

Servicio al Cliente

Los emprendedores deben estar conscientes de que uno de los factores de mayor importancia para lograr mantener en operación a la empresa, es precisamente el servicio que se brinda al cliente, a través del cual se generan las ventas y las utilidades de la empresa.

Un buen servicio al consumidor lo puede ofrecer cualquier empresa; sin embargo, las empresas de menor tamaño, que es donde se ubican la mayor parte de los emprendedores, tienen un mayor potencial que las empresas grandes para alcanzar esta meta (Suárez & Martín, 2008). Además, la conexión permanente con el mercado les permite entender lo que los clientes necesitan en cada momento. Esto es una de las claves del éxito de los emprendedores (Morales-Gualdrón & Pineda, 2015).

Varios factores son determinantes al momento de diferenciarse y obtener ventajas competitivas, siendo uno de estos factores el servicio, el cual de acuerdo con González & Manfredi (2016), es el elemento que verdaderamente agrega valor, siendo allí donde radica la diferencia que hace más atractiva una oferta frente a otras. En este mismo sentido, Morales-Gualdrón & Pineda (2015) refieren que la permanencia en el mercado de estas empresas se debe más a la visión

empírica que tiene el emprendedor del negocio, a su constancia en la aplicación de prácticas administrativas heredadas de su entorno familiar y experiencia previa en el negocio, que a un estilo formal de gestión de servicio que los caracterice. En ese sentido, Quijano, Arguelles, Sahuí & Magaña (2013), la planeación de las MiPyMEs, se circunscribe solo al corto plazo; estableciendo que la forma en que fomentan y permanecen en el mercado tiene una base empírica donde no se realizan estudios sobre su situación y estar en posibilidades de aprovechar las oportunidades del sector y del mercado en conjunto.

El personal de las pequeñas y medianas empresas tiene un contacto más directo y continuo con sus clientes, debido a su tamaño reducido, lo que facilita un mayor entendimiento de sus necesidades y la posibilidad de brindarles un mejor servicio (Suárez & Martín, 2008). A su vez Morales-Gualdrón & Pineda (2015), refieren que las características del empresario por sí solas no tienen incidencia en la supervivencia de la empresa, sino que es su forma de gestionar la calidad de servicio la que incide en la supervivencia, la cual está definida parcialmente por los valores y las creencias propias del emprendedor.

METODOLOGÍA

La investigación desarrollada fue cuantitativa, no experimental, con un diseño de tipo transeccional o transversal. El instrumento de medición elaborado para esta investigación fue un cuestionario, constituido por 82 ítems, que permitieron evaluar los factores que inciden en el emprendimiento y crecimiento de las pequeñas y medianas empresas. Los factores analizados fueron los administrativos, dentro de los cuales se midieron aspectos relacionados con el servicio al cliente, financieros, tecnológicos y de innovación de la empresa. La muestra a la cual se aplicó el instrumento fue de 745 empresas, ubicadas en el municipio de Mexicali, Baja California. La fiabilidad del instrumento se obtuvo a través del coeficiente de Alpha de Cronbach siendo este de 0.92, por tanto, se considera que los ítems utilizados para medir los factores establecidos son adecuados.

RESULTADOS

En relación a la forma de administrar los recursos financieros en la empresa, principalmente en lo que se refiere al capital de trabajo con el que cuentan las empresas para operar diariamente, se determinó que la mayoría de ellas, que representan el 71%, no cuentan con un volumen elevado de inventarios y tienen una rotación adecuada de los mismos; logrando con ello una recuperación eficiente de su inversión y minimizar los costos de mantenimiento.

Dentro de las estrategias que establecen las empresas para aumentar sus ingresos, se encuentra el realizar ventas a crédito, situación que en la actualidad ha venido en aumento. Sin embargo, solo el 38% otorga crédito a sus clientes, por tanto un 62%, realizan sus ventas de contado, lo cual permite una mayor liquidez. A su vez, el 68% de las empresas que otorgan crédito a sus clientes, señalan que los importes de sus ventas trimestrales son superiores al total de las cuentas por cobrar, esta situación permite a la empresa tener una adecuada liquidez y poder dar cumplimiento a sus compromisos.

El ciclo financiero de la empresa, es vital para un buen funcionamiento, el cual es determinado a través de los periodos de venta y recuperación de su cartera de clientes, en este sentido, se pudo observar que el periodo de pago de sus pasivos es menor a 30 días en el 69% de los casos, en tanto, que el periodo de crédito que otorgan a sus clientes es menor a 20 días en el 56% de las empresas analizadas, por lo cual, la mayoría de las empresas poseen un adecuado ciclo financiero, siendo mayor el periodo de pago, que el tiempo en que recuperan sus cuentas por cobrar.

El financiamiento es un medio a través del cual las empresas obtienen recursos para mantener su operación o bien para llevar a cabo diversos proyectos, que ayuden a su crecimiento o desarrollo económico. En este sentido, el 62% de las empresas manifestaron obtener créditos a través de sus proveedores, siendo la forma más común y el tipo de financiamiento más barato, en virtud de que en la mayoría de los casos estos no cobran intereses. En tanto, un 33% utiliza los créditos bancarios como fuente de financiamiento y solo el 11% ha recibido algún tipo de apoyo económico por parte del gobierno para la operación de su empresa, aun cuando este tipo de programa ofrecen tasas de interés preferenciales, no son una fuente de financiamiento muy solicitada.

A su vez, el 68% de las empresas que utilizan algún tipo de crédito, manifestaron que el monto de los gastos financieros derivados de los mismos, no representan más del 10% de las ventas mensuales, lo cual indica, que tienen capacidad de cobertura para el pago de los intereses.

Las empresas deben mantener un capital de trabajo neto positivo, para garantizar el poder seguir operando en el corto plazo, es decir, que los recursos o activos que posee sean mayores a sus pasivos de corto plazo. De esta manera las empresas demuestran que tienen la capacidad para cumplir con sus compromisos. En este sentido, el 58% de las empresas cuentan con una solvencia adecuada, sin embargo, una cantidad muy importante del 42%, manifestó haber tenido problemas para liquidar algunos pasivos.

Es vital para las empresas poder evaluar la eficiencia con que se han venido administrando sus recursos, midiendo de esa manera su productividad. En este aspecto, el 71% de las empresas han incrementado su productividad y 22% han permanecido sin cambio, esto muestra que la forma en que están manejando sus recursos financieros es adecuada, principalmente los que integran el capital de trabajo, por tanto, su ciclo financiero se encuentra en un nivel óptimo, fortaleciendo de esa manera la solvencia de la empresa. Respecto a la capacidad de la empresa para generar utilidades, se pudo observar que el 64% de los emprendedores encuestados consideraron que han tenido un incremento en la rentabilidad de su empresa, así como un 27% manifestó que ha permanecido estable, situación que asegura su permanencia en el mercado.

En cuanto a los recursos tecnológicos con que cuentan las empresas, de acuerdo con la tabla 1, se tiene que 65% de los encuestados disponen de internet de banda ancha, lo cual favorece su operación, pues cuando una empresa no cuenta con banda ancha tiene problemas con la fluidez de la información tanto dentro como fuera de la empresa. En relación al uso de correo electrónico para contactar a sus proveedores o bien que los clientes puedan tener una comunicación con la empresa, se aprecia que 59% de las empresas sí lo utilizan, lo cual brinda seguridad con la información que se está manejando.

Una tendencia para llevar a cabo la compra o venta de productos, es hacerlo a través de una página web, donde la empresa puede mostrar lo que ofrece al cliente, promociones, datos de contacto, entre otros; sin embargo, solo el 34% cuenta con ella. Actualmente, es importante para una empresa tener una página web, ampliando así la posibilidad de aumentar sus clientes y sus ventas. Por otra parte, sólo el 12% cuenta con internet corporativo, aun cuando este tipo de servicio es importante dentro de una empresa, al brindar todas las características fundamentales dentro de una red de internet, como lo son confiabilidad, seguridad, disponibilidad y velocidad. Este servicio es más fiable que el internet convencional, ya que las empresas requieren de una red que esté funcionando las 24 horas, que sea rápida y segura.

Tabla 1: Recursos tecnológicos que posee la empresa

Recursos Tecnológicos	Sí	No
Internet de banda ancha	65%	35%
Correo electrónico	59%	41%
Página web	34%	66%
Internet corporativo	12%	88%

Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta aplicada a empresarios.

Las nuevas tecnologías y el creciente uso de las redes sociales, han dado un mayor impulso al comercio electrónico, el cual presenta ventajas para los clientes, en cuanto a la comodidad, disponibilidad de mayores horarios de atención y la optimización del tiempo, sin embargo, solo el 22% de las empresas encuestadas, realizan ventas por medio de internet, situación que de acuerdo con Mazzarol (2015), afecta negativamente a la empresa, en virtud de que las

empresas que no estén incursionando en este tipo de ventas se pueden rezagar e incluso desaparecer. Además, de que son una gran oportunidad para poder alcanzar una mayor cantidad de clientes a nivel regional, nacional e incluso internacional. Adicionalmente, es importante monitorear las necesidades de los clientes, analizar la competencia y las tendencias del mercado, para estar en condiciones de seguir operando en forma eficiente,

lamentablemente solo el 26% ha contratado algún servicio de estudio de mercado. De igual forma las empresas han venido cambiando la forma en que realizan la adquisición de sus productos o insumos, así como la búsqueda de nuevos proveedores, no solo a nivel local y nacional, si no que a través del uso de las tecnologías, ha permitido que algunos de sus suministros sean de importación, lo que en ocasiones permite obtener precios más bajos, siendo esto una ventaja ante sus competidores, sin embargo, sólo un 23% realiza sus compras a través de esta modalidad.

En México actualmente las empresas por disposición de las leyes vigentes en materia tributaria, tienen la obligación de llevar su facturación, contabilidad y pago de nóminas de manera electrónica, por lo cual, han venido realizando inversiones en diversos recursos tecnológicos que les permitan cumplir con esa normativa, sin embargo, solo un 56% de las empresas sí cuentan con un sistema de información para el desarrollo de estas actividades. Este porcentaje es bajo, en virtud de que el contar con estos sistemas de acuerdo con Alonso (2008), permite a cualquier empresa, sin importar el giro o tamaño, recopilar, integrar, analizar y dispersar información interna y externa de manera eficaz y eficiente, ayudando de esa manera a que la empresa tenga un mejor desempeño.

En relación a la posición tecnológica de las empresa, el 42% de los encuestados consideraron que es sostenible, es decir, las tecnologías que emplean son las mismas que utilizan las empresas del sector y sólo realizan nuevas inversiones cuando se comprueba que la competencia obtiene buenos resultados con su utilización, en tanto, 33% consideró tener un buen nivel tecnológico, por lo que la tecnología adquirida por la empresa o el uso que hace de ella, posiciona a la empresa por delante de la competencia, 14% lo consideran fuerte, por tanto, llevan a cabo el desarrollo interno de tecnologías que utilizan con el fin de obtener mejores resultados que la competencia, mientras que en el 11% es débil.

La falta de financiamiento siempre ha sido un obstáculo para que las empresas no se desarrollen o lleven a cabo inversiones, lo mismo sucede en el caso de la innovación. En este sentido, el 29% de las empresas financiaron esta actividad con créditos personales, en tanto, que un 71% buscaron financiamiento externo, pero solo el 42% tuvieron éxito en obtenerlo. Esto refuerza lo establecido por Rodríguez (2011), quien refiere que, dentro de las principales barreras para la adopción de tecnologías, se encuentran las limitaciones presupuestales. De igual forma, Quijano, Arguelles, Sahuí & Magaña

(2013), señalan que estas empresas no cuentan con estrategias, para el financiamiento de proyectos destinados a la inversión en tecnologías.

En relación a las empresas, que llevaron a cabo inversiones en tecnologías, se tiene que 67% de las empresas adquirieron maquinaria o equipo para realizar nuevos productos o mejorar los procesos de producción de un producto o prestación de un servicio, sin embargo, sólo el 28% de las empresas cuentan con un plan de actividades de innovación.

En relación a la forma en que la empresa brinda el servicio a sus clientes, uno de los puntos importantes para mantener a un cliente, es cumplir en tiempo y forma con la prestación del servicio, o bien con la entrega oportuna de sus productos, en este aspecto, el 70% de las empresas, realizan acciones encaminadas a ello, sin embargo, un 30% no lo hace, lo cual puede ocasionar que los clientes se encuentren insatisfechos con el servicio que se les brinda y no recomienden a la empresa, afectando de esa manera su imagen.

La información que brindan los clientes a las empresas es de gran ayuda para tomar decisiones e implementar estrategias, encaminadas a brindar un mejor servicio, en este sentido, solo el 36% de las empresas cuentan con un buzón de quejas y son revisadas frecuentemente, sin embargo, la mayoría que es el 64% de las empresas, no lo hacen, está situación puede llevar a la empresa a cometer errores, en relación al servicio que brinda, al no estar atento a las quejas de los clientes en caso de que existan, por tanto, un cliente que no se siente atendido, puede dejar la empresa.

Una empresa siempre debe cumplir con las fechas de entrega, así como el hacer válidas las garantías a sus clientes, buscando con ello su permanencia, al brindar un servicio adecuado y oportuno. En este indicador, el 78% de las empresas sí cumplen con ello, sin embargo, hay un 22% que no cumple con los tiempos prometidos, lo cual puede ocasionar que los clientes ya no se interesen en la empresa.

Para estar al tanto de las necesidades de los clientes y poder darles un seguimiento, es fundamental, que una vez concluida la venta, no se olvide al cliente, si no que se mantenga la empresa en comunicación constante, monitoreando su experiencia con el servicio o producto adquirido, en relación a ello, el 68% de las empresas sí realizan de manera permanente un seguimiento de pos venta, siendo que el 32% restante no lo hace, situación que puede hacer sentir al cliente como una falta de atención o interés en él.

Respecto a la seguridad que tienen los clientes con el producto o servicio recibido, se determinó que un 86% de las empresas, consideran que sus clientes se sienten seguros de los productos o servicios recibidos. Otro indicador favorecedor, es el hecho, de que el 85% de las empresas brindan una atención personalizada, esto debido a las características propias de las empresas de menor tamaño, donde la atención es directa y el emprendedor puede conocer de manera inmediata las necesidades o sugerencias de los clientes.

CONCLUSIONES

Una implementación adecuada de la administración financiera es vital para que las empresas de menor tamaño puedan alcanzar competitividad, rentabilidad y desarrollo, generar mayores empleos y ampliar su mercado, de lo contrario no podrán desarrollarse y corren el riesgo de no sobrevivir. Por tanto, los emprendedores a cargo de este tipo de empresas, deben realizar una adecuada planeación, organización, control y dirección de los recursos financieros con que cuenta la empresa. El 62% de las empresas realizan sus ventas de contado lo cual les genera una recuperación inmediata del efectivo, brindando con ello liquidez. En relación a la forma en que las empresas financian sus operaciones, la mayoría que es el 62% lo hace a través de sus proveedores, siendo un costo financiero mínimo. Esta situación permite a la empresa disminuir sus gastos financieros generando una mayor utilidad. En este sentido, el 64% de las empresas ha logrado un incremento en su rentabilidad.

Aun cuando los gobiernos han implementado programas de financiamiento para apoyar a los emprendedores en la creación y permanencia de empresas, solo una minoría del 11% ha utilizado este medio para financiar sus operaciones, siendo que en estos programas de financiamiento ofrecen tasas preferenciales. Por tanto, falta una mayor difusión de este tipo de programas o bien un acercamiento de los empresarios hacia las instituciones de gobierno que se encargan de estos programas.

En actualidad la forma de hacer negocios está cambiando, y el mercado requiere de empresas ágiles y que modifiquen sus esquemas tradicionales de operación e introduzcan tecnologías de información e innoven, marcando diferencias ante sus competidores a través de nuevos procesos, productos o servicios, independientemente del tamaño o giro.

La investigación, muestra que existen empresas que aún mantienen una posición tecnológica débil, si bien son una minoría del 11%, esta situación pone en riesgo su operación y continuidad.

Más del 50% de las empresas cuentan con sistemas de información, para dar respuesta a las nuevas disposiciones fiscales, pero falta que se utilicen para un mejor control de su información, más cuando reconocen la importancia de su implementación, para el desarrollo de productos o servicios innovadores, logrando con ello, permanecer en el mercado.

Sin lugar a dudas el brindar un buen servicio al cliente es uno de los elementos claves para desarrollar una ventaja competitiva, sobre todo cuando no hay diferenciación entre los productos o servicios que se ofrecen respecto a la competencia. En este sentido, las empresas de menor tamaño, como es el caso de la mayoría de los emprendedores, deben poner especial atención a este punto, añadiendo valor al servicio y que este sea una experiencia agradable, aprovechando esa cercanía que se tiene con el cliente y oportunamente dar respuesta a sus necesidades, o adecuarse a los cambios que se presentan en el entorno. Se observó que la mayoría brinda una atención personalizada, esto debido a las características propias de las empresas de menor tamaño, situación que se ha reflejado en el incremento de utilidades en el 64% de los casos corroborando así el impacto positivo en el crecimiento de las empresas.

Se detectó que la mayoría de los emprendedores carecen de procedimientos de control o interacciones con el cliente, debido a que no ofrecen un medio para recibir las quejas o sugerencias y conocer el nivel de satisfacción con el servicio brindado. Sin embargo, la mayor parte de las empresas consideran que sus clientes se sienten seguros de los productos o servicios que se les ofrece, lo que aumenta las probabilidades de que sigan demandando los productos o servicios, logrando con ello la permanencia de la empresa.

Se comprobó que la adecuada gestión de los recursos financieros, tecnológicos y de servicio al cliente influyen en el desarrollo de las empresas, el factor financiero mejora la rentabilidad, el factor tecnológico apoya en la promoción de la empresa y estabilidad, pero se puede aprovechar más en incrementar ventas. Siendo un área de oportunidad el servicio al cliente donde es necesario conocer sugerencias y nivel de satisfacción del cliente.

REFERENCIAS

- Aguilar, S.P. (2012). Un modelo de clasificación de inventarios para incrementar el nivel de servicio al cliente y la rentabilidad de la empresa. *Pensamiento & Gestión*, (32) ,142-164.
- Alonso, M. (2008). Responsabilidad social corporativa y buen gobierno el uso de las TIC's para construir un gobierno corporativo social electrónico en la empresa. *AECA: Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*. 82 (). 32-36.
- Alvarado, L. E., Ortiz, R.J. & Morales, R.D. (2018). Factores que influyen en el emprendimiento de un micronegocio familiar en México. *Revista de Economía del Rosario*, 21(1), 153-180.
Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/economia/a.6816>
- Amor-Tapia, B. & Tascón, F.M. (2014). Estimation of future levels and changes in profitability: the effect of the relative position of the firm in its industry and the operating-financing disaggregation. *Revista-de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 17(1), 30-46. doi:10.1016/j.rcsar.2013.08.002
- Anzola, S. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. México: Mc Graw Hill.
- Argüelles, L., García, R.A., Fajardo, M. y Medina, D.E. (2013). La supervisión, su impacto en la rentabilidad financiera de las PYMES: sector manufacturero. *Revista Internacional Administración & Finanzas (RIAF)*, 6(3) ,15-27.
- Arias, A.C. & Castillo, B.E. (2011). La educación para el emprendimiento y empresarismo virtual: potencialidades. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*. 32() Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194218638001>
- Arias, M., Pelayo, M., Michel, G. & Velázquez, J. (2013). Factores que inciden en el desempeño de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas en la región Costa Azul de Jalisco, México. *Global Conference on Bussines & Finance Proceedings*. Vol. 8. (2). 1374-1380
- Ceballos, S. (2015). La importancia de las estrategias para la administración eficiente del efectivo, *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, México, (julio 2015). Recuperado de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2015/ciclo-dinero.html>
- Espinoza, C.D. (2013). Metodología para la planificación de la inversión en inventarios en la actividad hotelera. (Spanish). *Retos Turísticos*, 12(1), 23-35.
- Fernández, R.I. (2007). La empresa participativa y las TIC. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (61), 69-72.
- Fernández, M. J., López, S.J., Rodríguez, D.A., & Sandulli, F. (2007). El impacto del uso efectivo de las TIC sobre la eficiencia técnica de las empresas españolas. *Estudios Gerenciales*, 23 (103), 65-84.
- Figuroa, H.E., Ramírez, A.O. & Pérez, S.F. (2011). Importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) en el crecimiento y desarrollo económico en México. Tavera, C.M. & Salinas, C.E. *Las MIPYME en México: Crecimiento, Financiamiento y Tecnología* (21-46). México: Instituto Politécnico Nacional.
- Guerrero, M., Urbano, D., Ramos, A.R., Ruiz, N.J., Neira, I. & Fernández, L.A. (2016). *Observatorio de Emprendimiento Universitario en España*. España: Crue Universidades Españolas-RedEmprendia-CISE.
- Gómez. V.A. (2015). Factores que afectan el emprendimiento: Una perspectiva desde los inmigrantes colombianos en Toronto. Pontificia Universidad Javeriana Bogotá. Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/19669>
- González, S.J. & Manfredi, L.C. (2016). EMCEL, ¿cómo ejecutar una buena recuperación del servicio?. *Estudios Gerenciales*, 32(140), 290-294. <https://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2016.09.001>
- Lederma, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación*. Washington: Creative Commons.
- Madroño, C.M. (2010). *Administración Financiera del Circulante*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Maldonado, M.B., Lara, B.G. & Maya, C.A. (2018). Actividad emprendedora y competitividad en el Ecuador. *Revista Global de Negocios*. 6(1), 29-44.
- Mazzarol, T. (2015). SMEs engagement with e-commerce, e-business and e-marketing. *Small Enterprise Research*, 22(1), 79-90.

- Morales-Gualdrón, S.T., Pineda, Z.U. (2015). Factores del perfil del emprendedor y de la gestión del servicio que inciden en la supervivencia empresarial: casos del oriente de Antioquia (Colombia). *Pensamiento & Gestión*, (38) 176-207. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64639792010>
- Nava, R., & Marbelis, A. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 14, (48), 606-628.
- Peirano, F., & Suárez, D. (2006). TIC's y empresas: propuestas conceptuales para la generación de indicadores para la sociedad de la información. *JISTEM: Journal of Information Systems and Technology Management*, 3 (2), 123-141.
- Petit, T.E. (2007). La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XIII (3), 495-506.
- Quijano, A. Arguelles, L., Sahuí, J. & Magaña, D. (2013). Estudio diagnóstico de aplicación de la Administración Estratégica en PYMES del sector turístico en Campeche, México. *Global Conference on Business & Finance Proceedings*. Vol. 8. (2). 618-628.
- Rangel J., Aguilera L., González M. & Pomar S. (2014). La Influencia de la Innovación y la Información Financiera en la Competitividad de la Pequeña y Mediana Empresa Manufacturera. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 9 (1), 847-858.
- Reyes, G. & Briceño, M.A. (2010). Propuesta de modelo financiero para crecimiento corporativo sostenible. *Finanzas y Política Económica*, 2(2), 57-64. Recuperado de http://portalweb.ucatolica.edu.co/easyWeb2/files/4_8_070_propuesta-de-modelo-financiero-para-crecimiento-corporativo-sostenible.pdf
- Rodríguez, G. (2011). Apropiación y masificación de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en las cadenas productivas como determinante para la competitividad de las Mipyme. *Criterio Libre*. 15(), 213-230.
- Rodríguez, B., Vásquez, R. & Mejía, Y. (2013). La Gestión de Calidad como Herramienta Esencial para la Competitividad de las Empresas de la Rama Metal Mecánica del Sureste del Estado de Coahuila. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 8 (2), 1772-1780.
- Sánchez, A. & Sarmiento, S. (2011). La innovación en las Pyme de México como impulsora de un desarrollo sustentable. *Revista Internacional La Nueva Gestión Organizacional*, 6 (12), 23-43.
- Sánchez, O.P., Moras, S.G., Cortés, R.G., Hernández, M.D., & Efraín Ferrer, C.E. (2013). Análisis comparativo de modelos matemáticos para calcular los niveles de inventario y minimizar los costos del almacén de refacciones de una empresa vidriera. *Revista de la ingeniería Industrial*, 7(1), 37-50.
- Scarabino, J., & Colonnello, M. (2009). Innovación empresarial en Argentina. Difusión de TIC's en las PyMEs. *Invenio*, 12 (22), 93-107.
- Scheel, M.C., & Rivera, G. Á. (2009). Utilización de las TIC y su impacto en la competitividad de las empresas latinoamericanas. *Universidad & Empresa*, 8 (16), 71-93.
- Suárez, N.T., Martín, M.M., (2008). Impacto de los capitales humano y organizacional en las estrategias de la PYME. *Cuadernos de Administración*, 21(32) 229-248. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20503510>
- Valencia-Arias, A., Gutiérrez, L., Montoya, L., Umba, A. & Montoya, I. (2017). Consideraciones acerca del emprendimiento estratégico como síntesis funcional de la identificación de oportunidades y la creación de ventajas competitivas. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*. 52, 143-159. Recuperado de <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/948/1395>
- Vargas, M.E., Bahena, A.I. & Córdón, P.E. (2018). Innovación responsable: nueva estrategia para el emprendimiento de mipymes. *Innovar*. 28(69), 9-27. Doi: 10.15446/innovar.v28n69.71 695. <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n69.71 695>.