

Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), como herramienta para la incorporación de las empresas del Valle del Cauca, en proceso de globalización

Yesid Hernández Rodallegas

Universidad Santiago de Cali
Facultad de Ingeniería
Tecnología de Sistemas
Santiago de Cali
2019

CONTENIDO

	Pág.
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
2. OBJETIVOS	8
2.1 GENERAL	8
2.2 ESPECÍFICOS	8
3. JUSTIFICACIÓN	9
4. FUNDAMENTOS TEÓRICOS	10
4.1 LAS TIC COMO VENTAJA COMPETITIVA	10
4.2 MODELO DE SHANNON Y WEAVER	11
4.3 PROCESO DE GLOBALIZACIÓN	12
5. METODOLOGÍA	14
5.1 MÉTODO	14
5.2 MODELO UTILIZADO	15
5.3 SELECCIÓN DE LA MUESTRA	16
5.4 ACTIVIDADES	17
6. DESARROLLO	18
6.1 DESEMPEÑO DE LAS TIC EN EL POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL DE LAS EMPRESAS VALLECAUCANAS	18
6.2 PRINCIPALES HERRAMIENTAS TIC Y SU CONTRIBUCIÓN A LA GLOBALIZACIÓN DE LAS PYMES EN EL VALLE DEL CAUCA.	26
6.3 CASOS DE ÉXITO DE EMPRESAS VALLECAUCANAS, QUE HAN LOGRADO SU EXPANSIÓN INTERNACIONAL A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS TIC.	34

7. CONCLUSIONES	42
8. BIBLIOGRAFÍA	43

RESUMEN

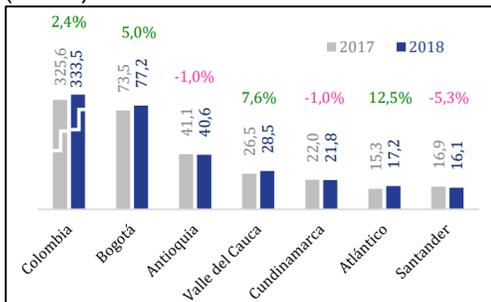
En esta investigación se pretende analizar la influencia de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), en el proceso de globalización de las PYMES del Valle del Cauca. Para esto, en primer lugar, se determina, mediante una revisión de literatura, el desempeño que han tenido las TIC en el posicionamiento internacional de las empresas vallecaucanas; en segundo lugar, se identifican las principales herramientas TIC y la manera como estas contribuyen a la globalización; en tercer lugar, se investigan algunos casos de éxito de empresas vallecaucanas, que hayan logrado su expansión internacional a través de la implementación de las TIC. Como metodología se realiza una revisión de diversas teorías y estudios, acerca de las empresas que han hecho uso adecuado de las TIC, lo que permitió determinar el aporte de las herramientas tecnológicas, en la eficiencia de la producción, corrección de errores, mejoras en los productos y comercialización de los productos. Finalmente se concluye que las dinámicas empresariales de la actualidad han traído consigo diferentes cambios que se encuentran fundamentados y direccionados por los constantes avances tecnológicos que han facilitado los procesos tanto internos como externos de las organizaciones.

Palabras clave: Tecnologías de la información y Comunicación (TIC), globalización, PYMES, mercados internacionales.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Valle del Cauca, es un departamento ubicado al suroccidente de Colombia. En cifras globales del país, se tiene que, en Colombia, durante el año 2018 fueron creadas 333.487 empresas, lo que significó un crecimiento del 2.4%, en relación al año anterior. De estas, 28.499 empresas se crearon en el Valle del Cauca, lo que para el departamento implicó un incremento del 7.6%, en relación al 2017 (Gráfico 1) (Cámara de Comercio de Cali, 2019).

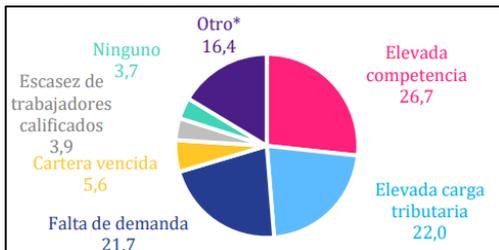
Gráfico 1. Número de empresas nuevas y renovadas en la Cámara de Comercio de Cali (miles) 2010-2018



Fuente: (Cámara de Comercio de Cali, 2019)

En cuanto a las principales problemáticas de las empresas vallecaucanas, según un informe presentado por la Cámara de Comercio de Cali (2018), se pudo identificar que esta corresponde principalmente a la elevada competencia, en un 26.7%, seguido por la carga tributaria, en un 22%; finalmente, se encuentra la falta de demanda, en un 21.7%, tal como se evidencia en el Gráfico 5.

Gráfico 2. Principales problemas de las empresas (%) I Semestre 2018 – Afiliados 15 Cámaras de Comercio



Fuente: (Cámara de Comercio de Cali, 2018).

Dado este panorama, en la actualidad, las empresas colombianas se enfocan en ser competitivas y entrar a la globalización, lo cual puede ser fortalecido por medio de la implementación de las tecnologías de la comunicación. Según (Silva , 2005), las empresas logran descubrir que gran parte de sus problemas internos se relacionan con el uso de las tecnologías de la comunicación y el mal manejo de

ciertas herramientas, lo que de alguna manera les estaría impidiendo el acceso al mercado internacional o el ganar reconocimiento nacional; partiendo del hecho de que las TIC emergen como instrumentos transversales a la sociedad, de manera que penetran y se integran en ella, trayendo efectos sobre todas las actividades, influyendo en la manera de aprender, comunicarse y gobernar.

Una cosa es segura, que el resultado ha sido que éstas tecnologías emergen como instrumentos transversales a la sociedad, es decir, penetran y se integran prácticamente en todas las actividades y hoy no es posible prescindir de ellas, puesto que en sí mismas pautan el tiempo, la manera de trabajar, aprender, comunicarse y de gobernar.

Por lo anterior, en el Valle del Cauca, se ha logrado identificar que algunas PYMES hacen uso de las TIC para adaptarse al contexto actual del mercado; mientras que, para otras al no contar con las herramientas y los conocimientos necesarios, les representa una problemática reciente que deben enfrentar, (Begoña & Ixone, 2002). Lo anterior, es percibido a través de ciertas PYMES, que, al implementar las TIC, han logrado minimizar barreras de comercialización, y, por ende, el incremento de sus ingresos y optimización de ciertos procesos; por otro lado, se ha identificado que otras PYMES aun no le dan un manejo adecuado a las TIC.

En este sentido, (Delgado & Simão, 2015), mencionan que la implementación de las TIC es útil en el contexto actual de las empresas, especialmente, en las áreas administrativas de las empresas, los procesos de producción y el crecimiento empresarial. Además, el uso de las mismas al interior de las empresas debe tener en cuenta los problemas que estas van a solucionar, en torno a la función específica de cada herramienta, los requerimientos específicos de conectividad y la seguridad del sistema a implementar.

Por consiguiente, para (Delgado & Simão, 2015), al identificar la utilidad y las necesidades de la empresa se pueden establecer las herramientas TIC adecuadas para solucionar los obstáculos presentados y ser más competitivos. Los retos que afrontan las organizaciones, corresponden a la dificultad de adaptación de los trabajadores a las nuevas tecnologías y la falta de especialización para su manejo adecuado. En la actualidad, Colombia ha establecido ciertas políticas para establecer el uso adecuado de las TIC; no obstante, para algunas organizaciones este tema no resulta muy interesante, lo que tiene como consecuencia un subdesarrollo de las empresas y su aislamiento, en un entorno de globalización.

Por otro lado, en (Gálvez E. , 2014) se investiga acerca del impacto de las tecnologías de la investigación en las micro, pequeñas y medianas empresas, lo que conllevó a que se denotara que, en estas empresas, la implementación de este tipo de herramientas es mínima y que esto no influye en los procesos de producción o en el área de administración. En la revisión bibliográfica que realiza el autor, se logra identificar que las empresas chilenas que hicieron uso de las TIC, en un nivel alto, han generado un gran impacto de innovación en lo que refiere a los *stakeholders*.

En este sentido, el estudio de (Gálvez E. , 2014), ha reconocido los grandes beneficios que han obtenido las empresas al hacer uso de las TIC, aunque esta utilización ha sido un poco tímida, se denota que las empresas micro, pequeñas y medianas, encuentran una facilidad en la optimización de sus productos, la maximización de la prestación de sus servicios y la incursión en nuevos modos de comercializar los productos.

Lo anterior, tiene como causa principal, el interés de las empresas por ser más competitivas, sin embargo, no todos los empresarios consideran que sea relevante invertir en este tipo de tecnologías; por lo que se tiene como consecuencia su escaso uso y la prevalencia de errores en áreas, administrativas y de producción.

Por lo anterior, se puede afirmar que existe una noción global sobre la importancia que tienen las TIC, en lo que se refiere al proceso de globalización, pero al no conocerse acerca de los beneficios y su importancia al interior de las compañías, muchos empresarios han obviado estas herramientas. Esto tiene como consecuencia un atraso y el aislamiento de las organizaciones en el mercado global, conllevando a que los servicios que se ofrezcan al cliente no cumplan con todos los requisitos. De este modo, se precisa establecer información cualitativa en lo que refiere a este tipo de sucesos en el Valle del Cauca, ya que en la actualidad existen pocas investigaciones respecto a esta problemática. Es por esto, que resulta relevante estudiar sobre ello, analizar las posibles causas del porqué sucede y sentar las bases para que se abra camino a la implementación de las TIC como una herramienta elemental en las empresas del Valle del Cauca.

Con el fin de precisar acerca de la importancia del uso de las TIC en las PYMES, como herramienta para la globalización, se traerá a colación el ejemplo de cinco empresas, las cuales pusieron en práctica estrategias mediante las TIC y lograron excelentes resultados.

2. OBJETIVOS

2.1 GENERAL

Analizar la influencia de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), en el proceso de globalización de las PYMES del Valle del Cauca.

2.2 ESPECÍFICOS

- Determinar a través de una revisión de literatura, el desempeño que han tenido las TIC en el posicionamiento internacional de las empresas vallecaucanas.
- Identificar las principales herramientas TIC y la manera como estas contribuyen a la globalización de las PYMES en el Valle del Cauca.
- Investigar cinco casos de éxito de empresas vallecaucanas, que hayan logrado su expansión internacional a través de la implementación de las TIC.

3. JUSTIFICACIÓN

Para establecer la influencia que genera la incorporación de las TIC en las empresas del Valle del Cauca en el proceso de la globalización, es necesario realizar un estudio y comparación con los diferentes planteamientos teóricos implementados, en relación al objeto de estudio a abordar en el presente trabajo. Este es el caso de las empresas vallecaucanas, especialmente las PYMES, las cuales forman parte importante de la economía del país y ofrecen retos sobre el área de administración, producción y competitividad; procesos que pueden ser más eficaces y aumentar los beneficios obtenidos al tener en cuenta el uso adecuado de las TIC.

En este sentido, son muchos los autores que abordan la problemática desde una perspectiva crítica, por medio de análisis de las posibles causas y consecuencias que versan sobre la no implementación de las TIC en el sector empresarial, lo cual permitirá establecer aportes significativos en este tema y obtener resultados que puedan ser comparados; determinando cuáles pueden ser los pasos a seguir para mejorar esta problemática (Gálvez E. , 2014).

De este modo, los motivos que conllevaron a realizar la presente investigación, consiste en comprender los efectos positivos que ha tenido la implementación de las TIC en procesos de producción, área administrativa y eficacia en las tareas a desarrollar. Estos actualmente se están enfrentado con un mercado competitivo y con el fenómeno de la globalización, debido a los cambios constantes a los que se ha sometido el mercado. Se busca entonces, informar a la comunidad académica, acerca de los beneficios y de los ámbitos actuales que atraviesan las empresas, producto del uso de herramientas de la información y de la comunicación.

Por su parte, el interés personal de realizar el presente trabajo consiste en poner en práctica los conocimientos que se han obtenido a lo largo de la formación profesional y que conlleve a complementar los conocimientos, permitiendo una profundización que incrementen el interés por continuar aprendiendo. Así mismo, se espera proponer un factor diferencial, en relación con el uso de las tecnologías, en este caso, consistente en que las MIPYMES, puedan conocer acerca de la eficacia del uso de las diferentes herramientas electrónicas, para realizar publicidad de sus empresas.

4. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

4.1 LAS TIC COMO VENTAJA COMPETITIVA

Actualmente, las tecnologías de la información y la comunicación han presentado un gran avance, beneficiando a las diferentes organizaciones del mundo; no obstante, según (Bocanegra & Vázquez, 2010), este tipo de crecimiento y aporte innovador no se ha presentado de modo equitativo en todas las empresas existentes. Los aportes que incluyen estas nuevas tecnologías, no se limitan únicamente al sector de la producción o administrativo, sino que, ha abarcado la identificación de clientes, la comunicación al interior de las empresas, la prestación de servicios y el seguimiento de quejas y reclamos que los usuarios tienen sobre un servicio o producto prestado.

Con todo ello, se demuestra que las herramientas que ofrecen las TIC, el conocimiento de las mismas y la implementación en las empresas ha tenido como consecuencia positiva una mejora en la competitividad y en la satisfacción del cliente. De este modo, el uso de las TIC para (Bocanegra & Vázquez, 2010), es primordial en el proceso de la distribución, puesto que, por medio del comercio electrónico se hace posible disminuir procesos que conllevan más tiempo o que requieren más gastos; por ello se tiene: los códigos de barra, sistemas de intercambio electrónico y lectores ópticos. Procesos que facilitan la comunicación de información y efectividad en los procesos.

Otro factor de apoyo en la distribución, consiste en el acercamiento que se tiene con el cliente exterior y que posibilita que la organización sea competitiva. Lo anterior, resulta ser uno de los aportes fundamentales que brindan las TIC, ya que por medio de las tecnologías se puede entender que es lo que el cliente desea obtener del servicio o producto y la creación de estrategias de venta que configuren en su totalidad un producto diferenciado del mercado. En este sentido, para (Bocanegra & Vázquez, 2010), no es correcto pensar que el uso de las TIC se limita únicamente a los computadores, sino que, estas integran instrumentos de reconocimiento de datos, sistemas de seguridad, herramientas de comunicación y métodos de estudio del mercado.

En suma, resulta importante que las empresas que aún hacen uso del comercio tradicional incursionar en el mercado de las TIC, puesto que, al estar limitadas a ciertas herramientas la organización no podrá crecer y eliminará la posibilidad de crear más vacantes de empleos; además de no resultar competitiva para el mercado. Las problemáticas que se encuentran en las micro, pequeñas y medianas

empresas, como bien lo menciona (Bocanegra & Vázquez, 2010), consisten en que normalmente en este tipo de organizaciones existe una prevalencia por prácticas empresariales que no permiten que se de este nuevo paso, entre ellos está el miedo a la inversión en estas tecnologías y el miedo sobre la adaptación que puedan tener los trabajadores ante los cambios tecnológicos.

4.2 MODELO DE SHANNON Y WEAVER

Por su parte, (García L. , 2011), menciona que el modelo Shannon y Weaver¹ esclarece la manera en como la comunicación puede ser eficaz; por medio de cada uno de los siguientes elementos: fuente de información, trasmisor, fuente de interferencia, destino y receptor. Es decir, que este modelo tiene en cuenta los elementos que hacen parte del proceso de comunicación y la interacción de los mismos con el sistema en general.

El modo como este modelo comprende la información es entendido por (Gálvez E. , 2014), de la siguiente manera:

“el modelo es un conjunto que es el resultado de una determinada porción de información que proviene de un mensaje, que tiene una capacidad relativa al medio por el cual se está transmitiendo y que es medida por un sistema binario²”

Los objetivos que se buscan alcanzar con este modelo, se encaminan a la mejora de la comunicación de la información, por medio de:

- La velocidad en la generación del mensaje y la transmisión del mismo a su destino.
- La capacidad y alcance de los canales de comunicación que se encuentran disponibles.

¹ Teoría de la información que hace uso de modelos matemáticos que posibilitan hacer el estudio de la comunicación en una organización.

² El sistema binario es el que permite que se pueda generar preguntas que son respondidas por dos variables: sí o no; que permiten que se pueda comprender y obtener información necesaria.

- La traducción correcta de cada uno de los mensajes obtenidos; evitando a toda costa los ruidos que puedan afectar la comunicación y factores que den paso a la ambigüedad.

Lo anterior, resulta importante para (Gálvez E. , 2014), porque al interior de una organización, el uso de la información y su trasmisión permiten que se genere una confianza al interior de la empresa, teniendo como resultado que la información llegue de manera oportuna a su destino. Para el éxito de la información se debe tener en cuenta la eficacia y mejora de las variables que constituyen el sistema de comunicación; identificando los posibles problemas que puedan aparecer y solucionándolos.

4.3 PROCESO DE GLOBALIZACIÓN

El origen de la globalización comprende un proceso de cambios sociales que se han presentado de manera rápida y que ha generado diversas polémicas. Por este motivo, (Martín, 2013), menciona que ha generado grandes impactos en el mundo, especialmente, en el mercado donde se establece diversas perspectivas teóricas, ideológicas y epistemológicas. Para el autor, esta lucha y encuentro de diferentes perspectivas ha sido confuso para los teóricos de modo que se han establecido cuatro posturas que versan sobre este proceso.

Primero, la globalización se da junto con las primeras civilizaciones humanas, de este modo este fenómeno es comprendido como una red de conectividad compleja; por lo que, se puede interpretar que se comprende como un intercambio de información que se vincula con el desarrollo humano y que da como resultado conocimientos diversos, intercambios comerciales y conocimientos científicos que han dado lugar a grandes avances del mundo.

Segundo, la globalización tiene inicio en la modernidad europea, donde los teóricos establecen los diferentes pasos que ha tenido la globalización y que tienen lugar en determinados años; se encuentran involucradas: por la aparición de imperios comerciales, revolución industrial y la segunda guerra mundial (Martín, 2013).

Tercero, la globalización surge a partir de la revolución industrial, época en la cual tuvo lugar la denominada “gran aceleración” que es identificada como la una globalización arcaica que dio origen a nuevos modos de comunicaciones de carácter físico como lo fue la locomotora y surge el daguerrotipo, fuente principal de la creación de la fotografía.

Cuarto, la globalización percibida como un producto del capitalismo en este sentido, se menciona un periodo de tiempo que va desde la Segunda Guerra Mundial y que se establece con la aparición de las tecnologías de la comunicación y la información; que posibilitó la apertura del mercado y que posee características diferentes de las otras perspectivas (Martín, 2013).

Para (Reyes , 2001), la globalización es una teoría que tiene como principal interés la interdependencia de las diversas disciplinas que se presentan en cada uno de los países del mundo; especialmente, en los avances que hacen referencia a las comunicaciones entre diversos países, creación de canales de comunicación, influencias socioculturales de otros países y diversas perspectivas políticas. Son dos cuestiones que se encuentran a la raíz de la globalización y que se están presentando actualmente: primero, la estructura de un sistema económico a nivel mundial y segundo, los cambios que se han presentado en la misma. Los cuales resultan ser elementos que se encuentran a la base de este fenómeno y que su comprensión permitiría entender las modificaciones que se presentan en todas las áreas de la cotidianidad.

Continuando con lo anterior, (Reyes , 2001), menciona que la globalización entendida como una teoría de desarrollo conlleva a que se tengan en cuenta dos perspectivas: primera, como un fenómeno que refiere a la interrelación que se presenta en diversas partes del mundo, especialmente a: relaciones comerciales, aspectos financieros y comunicaciones. Segundo, como una teoría que ofrece una integración de cada uno de los países del mundo, cuya interrelación involucra: relaciones comerciales, crecimiento económico, comunicaciones entre varios países y aumento de turismo. Por esto, uno de los elementos más relevantes de la globalización según (Reyes , 2001), consiste en que ha permitido la comunicación y crecimiento cultural en varios países, integrando no únicamente a sectores financieros y comerciales; sino a las personas que habitan el mundo y que permite que por medio de las tecnologías estas personas puedan conocer el mundo. Aunque, la globalización se encuentre enfocada en los procesos financieros y el flujo de dinero, se debe reconocer el aporte social que brinda.

En suma, la importancia de las TIC consiste en que permite disminuir los procesos que en épocas anteriores representaban cierto tiempo y ciertas limitaciones; lo anterior, aplica tanto para las actividades diarias como para las labores que son llevadas a cabo en las organizaciones. De este modo, la TIC potencializan el mercado e involucran a las empresas en procesos que los integran en el proceso de la globalización, como también les permite ser competitivos en el mercado actual; los cuales son factores elementales que permiten satisfacer al cliente, establecer nuevos empleos, disminuir costos y ofrecer productos diferenciales.

5. METODOLOGÍA

5.1 MÉTODO

Para la elaboración de esta investigación se tendrán en cuenta las diversas teorías y estudios realizados por investigadores, acerca de las empresas que han hecho uso adecuado de las TIC, lo que permitirá estudiar el aporte de estos elementos en la eficiencia de la producción, corrección de errores, mejoras en los productos y herramientas de comunicación que vuelvan más efectivos los procesos administrativos. Todo ello, para mejorar la toma de decisiones, donde tienen lugar las tecnologías de la información y la comunicación, particularmente, sobre temas relacionados con la productividad de la empresa y la competitividad del mercado empresarial.

Es así como los resultados de la presente investigación se podrán analizar, por medio de los planteamientos y acercamientos teóricos abordados en este documento; los cuales, brindarán información sobre el panorama general del uso y consecuencias de las TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas.

Por tanto, se requiere de la recopilación de información enfocada en las TIC y su innovación en las PYMES, teniendo en cuenta los diversos aspectos abordados y los beneficios que se obtienen en cada una de las áreas de la empresa. Lo que permitirá la identificación de un diseño, adecuación y validación de ciertos conocimientos que se obtengan de la recolección de datos, para constituir una perspectiva apropiada para alcanzar los resultados que se desean.

De este modo, la metodología que se plantea en este estudio permitirá esclarecer el rol de cada una de las herramientas TIC al interior de las empresas, así como su uso para mejorar los procesos de transmisión de la información, seguimiento de los procesos de producción y la importancia de introducir a los trabajadores a la evolución de la innovación.

Por consiguiente, la metodología consistirá en un estudio cualitativo que tendrá en cuenta la investigación de bases de datos, que permita evidencia la evolución en las concepciones teóricas y prácticas que se han presentado en las empresas a lo largo del tiempo y el cambio del mercado; todo ello, por medio del uso de las TIC. Pues se considera que tanto los análisis previos de los investigadores como la experiencia personal de funcionarios que trabajan en una empresa vallecaucana, permiten obtener información relevante para la investigación.

5.2 MODELO UTILIZADO

Dado lo anterior, para el desarrollo de esta monografía se utilizará el método propuesto en (Universidad Veracruzana, 2017); el cual consiste en los siguientes pasos:

Cuadro 1. Metodología para el desarrollo de la monografía

Paso	Elemento	Descripción
1	Introducción	proporciona una descripción precisa, breve y suficiente de cada una de las partes del documento.
2	Problemas a resolver	Establecer el diagnóstico de los problemas detectados. Es posible que al realizar el análisis entre la situación actual y deseada surjan varios problemas a resolver, si esto sucede hay que priorizarlos.
3	Objetivos	constituyen el “para qué” del trabajo y se refieren a lo que se desea lograr con el experimento, determinando metas concretas, debidamente cuantificables, éstos deben ser escritos de una manera precisa y clara.
4	Justificación	Se sustentan las razones por las cuales elige un tema de monografía por compilación, dónde se detona el interés de una investigación como tal, además debe aclarar los alcances, la extensión y profundidad, considerando el tiempo que tiene para desarrollar el documento recepcional.
5	Fundamento teórico	Es la exposición organizada de los elementos teóricos generales y particulares (metodologías y procesos de otros trabajos similares planteados por investigadores reconocidos y/o por estudiantes) así como la explicación de los conceptos básicos en que se apoya la actividad realizada.
6	Resultados	Es la parte del documento donde se exponen los resultados obtenidos, los cuales deben dar respuesta a los objetivos propuestos.
7	Conclusiones y Recomendaciones	Deben ser redactadas con claridad y precisión ya que en ellas se presenta, el análisis de los resultados para comprobar los objetivos planteados, la justificación del proyecto, los alcances o limitaciones, la relación entre los resultados obtenidos, aportaciones logradas, deducciones obtenidas de la comparación y/o relación entre la teoría y la práctica.
8	Referencias bibliográficas	Se debe demostrar la factibilidad de este tipo de investigación, en la compilación de todas las fuentes de información; este es un punto relevante en la calidad de la monografía.
9	Anexos	En caso de existir, se incluyen en una sección, al final del documento

Fuente: Elaboración propia a partir de (Universidad Veracruzana, 2017)

El motivo por el cual se utilizó esta metodología, es porque dentro del campo de la ingeniería de sistemas, las TIC, juegan un papel fundamental, por tanto, se requiere fundamentar desde la teoría, la manera como el uso de estas herramientas en las empresas, pueden contribuir para que las PYMES incursionen en otros mercados. Esto implica que el ingeniero de sistemas aporte sus conocimientos en cuanto a la implementación de las herramientas tecnológicas que contribuyan con este propósito. Así mismo, los resultados generados en esta investigación, son claves para que el ingeniero de sistemas, pueda fortalecer sus conocimientos prácticos en cuanto a la implementación de programas que les ayuden a las PYMES, a globalizar su mercado objetivo.

5.3 SELECCIÓN DE LA MUESTRA

A continuación, en el Cuadro 2, se presentan las características de la muestra seleccionada para esta investigación, así como la fuente de donde se tomó la información. Las cinco empresas seleccionadas corresponden a una muestra no probabilística, este tipo de muestra, según Sampieri, Fernández & Baptista (2014), supone un procedimiento de selección, orientado mediante las características de la investigación, más que por un criterio estadístico. Por tanto, esta muestra fue tomada de manera intencional, teniendo en cuenta que este es un trabajo monográfico donde lo que se busca es demostrar la influencia de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), en el proceso de globalización de las PYMES del Valle del Cauca.

Las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento

de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de

generalización. Se

Cuadro 2. Características de la muestra

Empresa	Ubicación	Características	Fuente
Open International Systems	Carrera 103 No. 16-20	Empresa estadounidense con sede en Cali, dedicada a proveer soluciones para empresas de servicios públicos	(Open, 2017).
Grupo Carvajal	Cra. 28F # 72L – 79 Barrio El Poblado	Dedicada a actividades como la educación, los empaques, la información, la pulpa y el papel, las soluciones de comunicaciones y la tecnología y servicios	(Márquez, Vega, & Fernández, 2011).
Colombina S.A.	Cr36 Dg29-86 Lado Occidental	Es una compañía global enfocada en cautivar al consumidor con alimentos prácticos y gratificantes, fundamentado así su actividad en el bienestar y compromiso de su capital humano.	(Colombina, 2016).
Hamburguesas El Corral	Carrera 8 #13-47	Empresa colombiana creada en el año de 1983, dedicada principalmente a la venta de hamburguesas; la organización implementó un estilo original y único en la decoración, combinando de esta forma elementos pop y retro de una manera altamente armoniosa	(El Corral, 2015).
Pan pa' ya	Aeropuerto Alfonso Bonilla. Entrada Nacional 3 2do Piso	La empresa exporta productos étnicos colombianos horneados y congelados listos para calentar y consumir, como almojábanas, pan de bonos, pan de bonos rellenos, pan de yucas y buñuelos.	(Pineda, Sanabria, & Santana, 2011)

Fuente: Elaboración propia

5.4 ACTIVIDADES

Cuadro 3. Descripción de actividades

Fase	Fuentes	Actividades
Determinar a través de una revisión de literatura, el desempeño que han tenido las	Libros Artículos científicos y académicos	Recopilación de información

TIC en el posicionamiento internacional de las empresas vallecaucanas.	Trabajos de grado	Clasificación de la información Análisis
Identificar las principales herramientas TIC y la manera como estas contribuyen a la globalización de las PYMES en el Valle del Cauca.	Estudios relacionados Informes Datos oficiales	Redacción del documento
Investigar algunos casos de éxito de empresas vallecaucanas, que hayan logrado su expansión internacional a través de la implementación de las TIC.	Informes Sitios web oficiales	

Fuente: Elaboración propia

6. DESARROLLO

6.1 DESEMPEÑO DE LAS TIC EN EL POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL DE LAS EMPRESAS VALLECAUCANAS

A continuación, se presenta la información recopilada a través de libros, artículos científicos, académicos y trabajos de grado; que dan cuenta del papel que han jugado las TIC, para que las empresas colombianas se pudiesen posicionar en mercados internacionales, teniendo como factor relevante, el proceso de globalización que vive el país. Luego de hacer una depuración de la información encontrada, en el presente apartado se da cuenta de los resultados obtenidos.

Como ha sido anteriormente enunciado, las herramientas ofrecidas por medio de las tecnologías de la información y la comunicación permiten que las organizaciones empresariales tenga la oportunidad de entrar en las dinámicas de los mercados internacionales, los cuales como es sabido, giran en torno a fenómenos económicos como lo son la globalización y el derrumbamiento de fronteras comerciales y mercantiles, aspectos que han sido impulsados por lo que se denominó como la apertura económica, la cual, ingresa a Colombia a través de las Constitución Política de 1991 en el gobierno de César Gaviria. Por ello, se trae colación las consideraciones que han tenido diferentes autores sobre el desempeño y el papel que juegan las tecnologías de la información y la comunicación dentro de las empresas Vallecaucanas que quieren o pretenden iniciarse en procesos de internacionalización.

Habiendo claridad en lo anteriormente enunciado, se parte, primeramente, de la investigación (Cruz & González, 2012), donde se enfocaron en el marketing territorial y las tecnologías de la información dentro de un estudio realizado en municipios como Tuluá, Buga y el Darién. Para ello, los autores en mención tuvieron en cuenta el reconocer que las regiones se enfrentan cada vez a procesos de internacionalización que implican el buscar alternativas dentro de sus localidades que permitan generar procesos de desarrollo endógeno. Siendo así, tuvieron presente que es por medio de las TIC que se pueden implementar herramientas que no sólo puedan fortalecer la educación, sino que así mismo, se convierten en un medio que ayude a promover dichos territorios.

De igual forma, estos autores han tenido presente que una de las características del mundo moderno, es la competitividad en todos los campos de la economía, por lo que, en primera instancia, se han desarrollado productos en los que se permitieron alcanzar altos niveles de competitividad. Para ello, ha tenido como referente teórico el hecho de que la productividad es la relación entre lo que se produce y los recursos humanos y que, por otro lado, la competitividad la concibieron como la capacidad de producir bienes y servicios que puedan competir con éxito en los mercados globales, generando de esta forma un crecimiento sostenible en el largo plazo y por tanto contribuyan a mejorar los ingresos y la calidad de vida de sus habitantes.

De esta manera, luego de haber hecho énfasis en la productividad y la competitividad, los autores tuvieron presente lo relacionado con las tecnologías de la información y las comunicación, respecto de lo cual, no duraron en afirmar que para las diferentes regiones del mundo, se ha convertido en un reto elevado el poder implementar herramientas de mayor difusión y el uso de la información y el conocimiento, en el contexto de la nueva economía, la cual se centraliza en la revolución tecnológica de las TIC y los procesos de digitalización teniendo en cuenta las dinámicas de los mercados internacionales y sus procesos (Cruz & González, 2012).

Por consiguiente, en (Cruz & González, 2012) se tuvo presente que el desarrollo de las TIC en Colombia dentro de los últimos años ha sido importante, fundamentalmente porque como se ha evidenciado, aspectos como la telefonía móvil y el internet banda anchas se han posicionado fuertemente. Lo anterior, se ha presentado no sólo por la iniciativa privada de las diferentes corporaciones, sino también por el impulso que desde el Ministerio de las TIC se ha dado en con herramientas como gobierno en línea, por lo que en el Valle del Cauca y en general en Colombia, se han hecho esfuerzos importantes para implementar proyectos de TIC con la finalidad de conectar todos los sitios de la región y mejorar los niveles de competitividad.

Por otra parte, se tiene presente de igual manera, el trabajo construido en (Albarracín, 2014), donde se enfocó en analizar las tecnologías de información y comunicación, como una innovación presente dentro de las MIPYMES de Colombia, para lo cual, tuvo en cuenta lo evidenciado dentro de los procesos corporativos del Valle del Cauca y Santiago de Cali. Por ello, el autor tuvo presente que el uso generalizado de las TIC es uno de los principales rasgos diferenciadores de la actividad económica de los tiempos actuales, lo cual se ha constituido como un factor central para poder alcanzar la competitividad empresarial teniendo como escenario la economía internacional.

Siendo así, el autor en mención sostiene que han sido diversos los estudios que han demostrado que las Tecnologías de la Información y la Comunicación se han convertido en herramientas y agentes que facilitan la consolidación competitiva de las empresas, por lo que las TIC se convierten en herramientas de apoyo a la gestión empresarial, apalancando para ello la construcción de estrategias que se encuentren orientadas a la competitividad y la innovación, contribuyen a la sostenibilidad de una organización y sus dinámicas comerciales y económicas.

La diferencia del planteamiento en (Albarracín, 2014) en comparación con otros autores, se encuentra evidenciado en el nexo causal que une a su juicio, a las tecnologías de la información y la comunicación con las organizaciones empresariales, toda vez que este destaca la importancia de la innovación como el puente convergente de ambos postulados. Por ello, encuentra que la innovación no es más que una especie de introducción de un nuevo o significativamente mejora producto, ya sea este un bien o un servicio, por lo que considera que la innovación de un proceso de integración de la tecnología existente para poder crear y mejorar un producto, un proceso o un sistema preexistente.

De esta forma, el autor plasmó a manera de conclusión, que las tecnologías de la información y la comunicación tienen una relación directa con los procesos de internacionalización que tienen las empresas Vallecaucanas y colombianas en general, toda vez que por este medio, se alcanzan niveles elevador de productividad y competitividad que permita competir con las dinámicas que se encuentran en constante convergencia dentro de la economía moderna, por lo que la innovación debe ser el resultado de dicha exposición de factores.

Del mismo modo, la investigación acuciosamente escrutada permite establecer para los empresarios y gerentes tienen diversas implicaciones, especialmente en los relacionado con las inversiones que se presenten dentro del sector de las TIC,

puesto que así se hace énfasis en la importancia que tienen la innovación para el mejoramiento de la internacionalización de una empresa sin importar el sector económico al que pertenezca.

Por otra parte, se encontró de igual forma el proyecto de investigación presentado en (Moncada, 2014), donde se realizó un estudio enfocado en la generación de valor de las empresas del sector de tecnologías de la información y la comunicación en la ciudad de Santiago de Cali, dentro de un periodo comprendido en los años 2010, 2011 y 2012. Para ello, se enfocó especialmente en empresas de informática, radio, televisión, telefonía y redes, las cuales como es sabido tienen un vínculo esencial y fundamental con la utilización de las tecnologías de la información.

De esta manera, se tiene en cuenta que por medio del trabajo realizado por la autora en mención, se logró evidenciar el crecimiento y la disminución del sector TIC en Cali, lo que se alcanzó por medio del análisis de indicadores financieros y de valor que permitieron mostrar que durante los años 2010, 2011 y 2012, las empresas informáticas alcanzaron a generar valor a sus socios, mientras que empresas de radio, televisión, telefonía y redes tuvieron como resultados análisis que aportaron significativamente a la toma de decisiones gerenciales.

Siendo así, en (Moncada, 2014) se plantea que, para la realización de su investigación, se realizó el análisis de indicadores financieros e inductores de valor, con la finalidad de poder conocer la generación de valor de las empresas del sector TIC de la ciudad de Cali, por lo que, a partir de la información financiera del balance general, estado de resultados y estado de flujo de caja, se pudo seleccionar toda la información por cada sector. De esta forma, también se tuvo presente la clasificación del tamaño de las empresas por medio de la utilización de lo esbozado dentro de los lineamientos de la ley 905 de 2004, toda vez que se agrupó la información recogida tanto por sectores como por subsectores. Por tanto, se pudo evidenciar que:

El sector TIC está compuesto por tres subsectores anteriormente mencionados: Actividad de Informática, Telefonía y Redes, Radio y Televisión, de esta clasificación se realizó una revisión detallada de cada empresa para corroborar si realmente pertenece al sector y subsector relacionado, de allí, se identificaron varias que no pertenecían al sector TIC, correspondientes a otros sectores comerciales y de servicios, seguido, la dirección del proyecto aprobó se excluyeran las empresas que su actividad no corresponde al sector objeto de estudio (Moncada, 2014).

Lo anterior, conllevó a que también se realizara un estudio al comportamiento económico de las empresas TIC y su competitividad frente a otras empresas locales del sector por medio de indicadores financieros y de valor, por lo que se evidencia que estas empresas pueden aumentar las posibilidades de crecimiento, así como también, obtener información real para la toma de decisiones, toma de acciones a corto y largo plazo, posicionamiento, fortalecimiento y del mismo modo apalancamiento financiero a nivel global, por lo que todo ello se encuentra en cabeza de la gerencia de cada organización empresarial (Moncada, 2014).

De acuerdo a lo anterior, en (Moncada, 2014) se planteó como objetivo general el determinar si las empresas grandes y pymes del sector TIC de la ciudad de Santiago de Cali, han generado o destruido valor durante los años 2010, 2011 y 2012, así como también trazó como objetivos específicos el aplicar los indicadores de generación de valor a las empresas TIC de Cali en el periodo de estudio, y por último, el realizar un análisis de tendencia de los indicadores de generación de valor en los años de estudio.

De acuerdo con los lineamientos esbozados, la autora consideró que su investigación y el desarrollo de los objetivos planteados, se debía llevar a cabo por medio de una metodología de estudio bibliográfico, descriptivo y estadístico de la información financiera de las empresas TIC de Cali durante los años ya mencionados, para lo cual utilizó como instrumentos de recolección de información bases de datos de la superintendencia de sociedad, estados financieros, bibliografías, estudios estadísticos, proyectos de investigación relacionados, proyectos de inversión de la alcaldía local y empresas municipales de servicios públicos, periódicos y revistas.

Por ello, a manera de conclusión la autora sostuvo que las empresas TIC de Santiago de Cali, conformadas por los subsectores de la informática, radio, televisión, telefonía y redes, presentaron índices de utilidad operacional del 7%, demostrando que las empresas de informática generaron rentabilidad a sus socios, lo cual contrasta con lo atinente a las empresas de radio, televisión y telefonía, toda vez que estas si presentaron pérdidas para sus socios y no tuvieron trascendencia internacional alguna.

Otro de los ejemplos que se trae a consideración con respecto a la influencia de las tecnologías de la información dentro de las organizaciones empresariales, es lo relacionado con el caso del Sistema Integrado de Transporte Masivo de Cali, el cual le apostó a ser el primer sistema de transporte masivo del país con redes WiFi totalmente gratuitas. En este sentido, se tiene en cuenta que, desde diciembre del año 2012, dicha empresa les ha ofrecido a los usuarios de forma gratuita la conexión a internet dentro de más de 47 estaciones del MIO, convirtiéndolo en el primer

sistema de transporte con una cobertura de redes inalámbricas de cerca del 85%. (Metrocali, 2013).

Con la implementación de las TIC en esta empresa, lo que se ha pretendido es generar mayores dinámicas de información y comunicación con el usuario, logrando así que hasta la fecha, un millón de personas se encuentra conectadas con las redes ofrecidas, lo cual ha presentado un impacto positivo dentro de los niveles de competitividad que se pueden medir tanto a nivel nacional como a nivel internacional, toda vez que por medio de la prestación de dicho servicio, la organización empresarial analizada adquiere calidades que no son fáciles de alcanzar y que por tanto, permite que se adentre en la internacionalización que demanda los diferentes sectores económicos del mundo, posicionándose a la vanguardia de las tecnologías, y transformando las herramientas otorgadas por las TIC en procesos de innovación que contribuyen a la generación y fortalecimiento de indicadores de competitividad.

Otra de las investigaciones para tener en cuenta, es la presentada en (García & Jaramillo, 2012) quienes se enfocaron en la exploración del uso de tecnologías de la información y la comunicación para el proceso de abastecimiento en empresas grandes de los sectores de fabricación de alimentos y productos químicos y farmacéuticos en la ciudad de Cali, Yumbo y Palmira. Por ello, y para poder establecer el alcance de la aplicación de tecnologías de la información y a la comunicación en este sector, se realizó por parte de las autoras una investigación previa de estudios y proyectos de grados anteriores que trataban sobre el tema en cuestión, así como de igual forma, se planteó la exploración mediante el uso de una encuesta estructurada para la recolección de información con 14 empresas. Por lo anterior, se tiene en cuenta que:

Los resultados mostraron que la mayoría empresas encuestadas han venido invirtiendo desde años anteriores en tecnologías de información y comunicación y por tal motivo utilizaban la herramienta ERP para apoyar su proceso de compras, por otra parte, se encontró que esta implementación les ha traído diversos beneficios como minimizar el error humano, simplificar y analizar el proceso de compras y monitorear y regular el comportamiento de este proceso. Sin embargo, a través de esta exploración se halló que las empresas no tienen conocimiento de todas las TICs que pueden apoyar el proceso de compras y qué beneficios pueden obtener a partir de su implementación (García & Jaramillo, 2012).

Por lo anterior, dentro de la contextualización, las autoras mencionadas han sostenidos que el proceso de abastecimiento ha jugado un papel importante dentro de la estrategia organización de una empresa, toda vez que de esta forma se

presenta una influencia directa en el margen de utilidad, por lo que un proceso de compras efectivo puede conllevar al éxito de la mayoría de las organizaciones. Por consiguiente, argumentan que el abastecimiento ha cambiado de una función de respaldo a una estrategia competitiva de una corporación, por lo que las empresas han volteado su mirada y enfocado su atención en las TIC.

En este orden de ideas, García y Jaramillo (2012) sostienen que los beneficios de implementar las TIC en el proceso de abastecimiento se clasifican en dos grandes categorías: la eficiencia y la eficacia. Con respecto a la primera de estas, se ha dicho que incluye menores costos de abastecimientos, así como ciclos de menor duración, menos compras sin control o no autorizadas, una información mejor organizada y una mayor integración de las funciones de abastecimiento con los sistemas clave de departamento de operaciones.

Por otra parte, con respecto a la eficacia, la autora considera que incluye un mayor control sobre la cadena de proveedores, por lo que una administración proactiva de los datos clave del abastecimiento y decisiones de compra de mayor calidad dentro de las organizaciones. Así, se encuentra como objetivos dentro de esta investigación el evaluar la aplicación y beneficios de las TIC disponibles en el área de abastecimientos; el explorar la aplicación de las tecnologías de información en dos sectores industriales de la ciudad de Cali, Yumbo y Palmira; el presentar los resultados obtenidos determinando el grado de aplicación de las TIC en procesos de compras de las empresas visitadas; y por último, el elaborar una propuesta de investigación que permita aprovechar las oportunidades en la utilización de TIC.

Por consiguiente, a manera de conclusión las autoras de esta investigación sostuvieron las ventajas que se presentan por medio de una plataforma de información, toda vez que permite a las empresas, encontrar a la par de la competitividad a nivel internacional, ya que incorpora mejoras y rediseña procesos, reduce costos, mejora la administración de la información, incrementa la comunicación con los proveedores, se obtienen informes de control de desempeño y se obtiene información histórica sobre las diferentes etapas de la gestión de compras.

Finalmente, se tiene en cuenta la investigación realizada por Aguilera, Ávila y Solano (2017), los cuales se enfocaron en analizar las TIC en la formulación estratégica de las pymes de Santiago de Cali. Para ello, tuvieron presente que la dinámica empresarial ha presentado diversos cambios suscitados entre otros aspectos por los avances tecnológicos, por lo que el auge de la sociedad del conocimiento y aspectos tales como la innovación, han llevado a que las organizaciones empresariales utilicen herramientas que faciliten la formulación de

estrategias organizaciones que sean acordes con la actualidad de un medio ambiente que se encuentra en constante cambio y con un aspecto turbulento. De esta manera, se tuvo en cuenta que:

Las empresas en la actualidad afrontan numerosos desafíos en un contexto altamente competitivo, la competencia ya no se realiza a nivel, regional, sino que se compite a nivel global; por esta razón, una de las preocupaciones dentro de los enfoques administrativos es definir como aumentar el nivel de competitividad en un entorno que exige a las empresas cada vez mejores resultados (Aguilera, Ávila, & Solano, 2017).

Siendo así, a juicio de los autores, la implantación de tecnologías de la información y las comunicaciones en las organizaciones, han podido agilizar, modernizar y dinamizar los procesos administrativos y operativos, aumentando así la competitividad y la productividad total de una empresa, por lo que la utilización de las TIC contribuye brindando un soporte necesario para cumplir con los objetivos que se trazan las organizaciones, por lo que de esta forma, se presenta un fortalecimiento interno y externo en las empresas.

De esta manera, los autores concluyen, que, una vez realizado en análisis de los factores externos, se puede afirmar que las pymes pueden asignar a cada uno de los aspectos examinados, en relación con el entorno tecnológico, calificaciones promedio que pueden variar en diferentes rangos, por lo que estas empresas en Santiago de Cali perciben como una oportunidad la posibilidad de accesos a nuevos programas o software y su uso en las organizaciones. Lo anterior, viene acompañado con la concepción de que las TIC para las empresas se presenta como una oportunidad de innovación, que les permite de una u otra manera adentrarse en las dinámicas de un mundo globalizado que presenta una economía cambiante.

Aquí vale la pena traer a colación el modelo de Shannon y Weaver mencionado anteriormente, puesto que, a partir de él, se puede afirmar que las TICs, se convierten en el principal elemento para transmitir la información a los entes externos de la empresa, es decir, a los posibles clientes, permitiendo además la interacción con ellos, incluso en tiempo real, fortalecimiento de este modo, la imagen de la empresa y el ofrecimiento del portafolio de productos o servicios.

Se percibe entonces que el desempeño de las TIC en el posicionamiento de las empresas vallecaucanas, se ha favorecido, gracias a la velocidad en la generación del mensaje y en la transmisión a sus oyentes. Del mismo modo, los avances

tecnológicos han traído consigo un mayor alcance en los canales de comunicación disponibles para dar a conocer los diversos productos y servicios que ofrecen las empresas.

En todo esto, se evidencia el cumplimiento de la teoría de Shannon y Weaver, en la medida que el uso de la información y su respectiva trasmisión, hacen que la empresa pueda generar confianza en su interior, viéndose reflejado en el hecho de que la información se pueda transmitir de manera oportuna. Sin embargo, para que esta comunicación se lleve a cabo de manera efectiva, es necesario que se tenga en cuenta la integración de las diversas variables que constituyen el sistema de comunicación en las organizaciones.

6.2 PRINCIPALES HERRAMIENTAS TIC Y SU CONTRIBUCIÓN A LA GLOBALIZACIÓN DE LAS PYMES EN EL VALLE DEL CAUCA.

Con el propósito de encontrar las principales herramientas TIC utilizadas por las empresas, así como la manera en que estas contribuyen para la globalización de las PYMES en el Valle del Cauca, fue necesario recurrir a estudios en relación a esta problemática, principalmente al realizado por Gálvez (2014); también se recurrió a informes y datos oficiales, lo que abrió un panorama de la realidad que se vive en Santiago de Cali, en cuanto al uso de las TIC en las empresas.

Se encuentra entonces que ante la implementación de herramientas TIC en las PYMES para contribuir a la globalización, se tiene en cuenta que el uso generalizado de las tecnologías de la información y la comunicación, se ha constituido como uno de los principales rasgos distintivos de la actividad económica de hoy día, lo cual se constituye como un factor no sólo esencial sino también fundamental para que se alcancen los niveles de competitividad y productividad empresarial deseados, los cuales deben permitir el estar a la par con las organizaciones internacionales a la hora de prestar los servicios ofrecidos (Gálvez E. , 2014) . Ante ello, es menester mencionar que:

Las tecnologías de información y comunicación hacen parte de las tendencias emergentes que habitualmente se identifica con las siglas TIC y se refieren a la utilización de medios para almacenar, procesar y difundir cualquier tipo de información entre los diferentes actores o elementos que componen un sistema organizacional cerrado o abierto. Las tecnologías de la información y la comunicación

han transformado progresivamente la forma como se gestionan los recursos al interior de las organizaciones. Las TIC agregan valor a las diferentes actividades y operaciones que le permite a una Entidad ser competitiva, moderna y prestar un servicio centrado en la misión institucional (Vega & Reyes, 2015).

Siendo así, se tiene en cuenta que las dinámicas empresariales de la actualidad han venido trayendo consigo diferentes cambios que se encuentran fundamentados y direccionados por los constantes avances tecnológicos que han facilitado los procesos tanto internos como externos de las organizaciones. Es por ello por lo que Aguilera, Ávila y Solano (2017) han sostenido que lo anteriormente descrito ha conllevado a que las empresas se acerquen a la implementación de herramientas que faciliten la formulación de estrategias organizacionales acordes con la actualidad de un ambiente económico y empresarial cambiante y que en ocasiones puede llegar a ser turbulento.

De esta forma, el desarrollo de las TIC dentro de las PYMES en Colombia ha presentado una insuficiencia, por lo que la mayoría de los pequeños y medianos empresarios del Valle del Cauca no han estado totalmente convencidos de la utilización de estas herramientas para la generación de la facilitación de procesos internos y externos de sus organizaciones, lo cual se ha fundamentado a juicio de Higuera, Ávila y Cruz (2010) , en el hecho de que las PYMES no han estado preparadas oportunamente para comprender el alcance y las ventajas que tienen estas tecnologías.

Dicho de otra forma, las PYMES pueden llegar a adquirir e implementar tecnologías que les permita crecer y estar a la vanguardia del mundo, por lo que estas organizaciones pueden no sólo invertir de forma directa en estas tecnologías, sino que también pueden adquirirlas por medio de la contratación de servicios de proveedores que se enfoquen en el ofrecimiento de estos productos.

No obstante, se hace la salvedad de que, para poder implementar cualquier tipo de tecnología de la información y comunicación, los gerentes de las empresas primeramente deben de informarse de todas las ventajas que a nivel de operatividad y competitividad la herramienta les pueda ofrecer, para que así se obtenga una mejora en el funcionamiento de la empresa. Aunque, no obstante, se trae a consideración las principales herramientas TIC que pueden llegar a contribuir a la globalización de PYMES en el Valle del Cauca.

Primeramente, se tiene en cuenta la herramienta denominada Customer Relation Managemen, dentro de la cual, se utilizan las TIC para buscar una gestión eficaz de

la relación entre las PYMES y los clientes, para de esta forma propender por tener la información pertinente en lo atinente a gustos costumbres, necesidades de información y eficiencia transaccional, por lo cual, se busca la integración de los elementos tecnológicos de la ingeniería social, entre las cuales se encuentran las redes sociales, los blogs, los foros, los twits y los wikis entre otros (Cruz & González, 2012).

Igualmente, esta herramienta ha sido definida por otros autores como un modelo de gestión de las organizaciones que se centraliza en la orientación al cliente, por lo que el acercamiento entre la PYME y el cliente genera una sensación de confianza y fidelidad que permite que los consumidores se encuentren a gusto y sientan la necesidad de volver más seguido, por lo que así esta herramienta contribuye a la globalización de las PYMES del Valle del Cauca.

Cruz y González (2012) traen a consideración la herramienta Electronic Supply Chain Management, por medio de la cual se buscan soluciones a través de la implementación de las TIC para poder articular proveedores y clientes de una manera cooperativa en toda la cadena de suministros y valor, incluido lo que se conoce como el Green SCM, por el objetivo de poder mitigar el impacto de los elementos que afectan negativamente el medio ambiente, por lo que las PYMES al utilizar esta herramienta, entran en procesos de globalización en materia de sostenibilidad ambiental y operativa.

Otra de las herramientas que mencionan Cruz y González (2012) es la denominada M-Commerce, la cual hace alusión a la implementación de procesos de comercio móvil, por medio de los cuales se realiza la compra y venta de productos y servicios por medio de dispositivos de mano conectados a manera inalámbrica, como lo son los teléfonos celulares y los asistentes digitales personales. Ante ella, los autores en mención sostienen que esta es una de las tecnologías más revolucionarias de los últimos años, las cuales permiten que las PYMES puedan entrar en procesos de globalización exitosos.

Siendo así, las tecnologías emergentes anteriormente traídas a colación pueden contribuir para que las PYMES del Valle del Cauca alcancen niveles altos de competitividad en materia empresarial, aunque debe hacer la salvedad de la tecnología no soluciona los problemas por sí sola, sino que debe estar de forma conjunta con un personal humano capacitado que pueda aportar de forma positiva a la culturización y utilización de las TIC dentro de las diferentes áreas que componen la empresa.

Por otra parte, el uso del internet y computadoras es por regla general la herramienta TIC que más ha sido utilizadas dentro de las PYMES, para lo cual se debe tener en cuenta que este tipo de empresas configura más del 90% de las empresas no sólo a nivel departamental, sino también a nivel nacional. Ante dicha situación, Higuera, Ávila y Cruz (2010) argumentan que el uso de computadoras, internet y utilización de la web se han constituido como elementos básicos para la apropiación de las TIC, por lo que estos autores por medio de metodologías apropiadas han afirmado que casi el 100% de las PYMES han utilizado este tipo de tecnologías.

Igualmente, la computación móvil es una herramienta que tienen las PYMES para obtener procesos de globalización exitosos, puesto que estas son redes móviles o tecnologías inalámbricas que se utilizan para los servicios telefónicos y los servicios públicos, permitiendo que se pueda recibir y transmitir señales. Es por ello, que entre estas se encuentran las redes Wifi que permiten que las PYMES puedan establecer, a juicio de Higuera, Ávila y Cruz (2010), infraestructuras sólidas y de dicha forma poder tener acceso rápido y económico a la información de la empresa en diferentes partes del mundo, lo cual se puede alcanzar de igual forma con la Wilmax, la cual tiene la misma función que las redes Wifi pero pueden llegar a soportar conexiones a la red más pesada y por tanto mantienen niveles de velocidades de hasta 75 mega bits por segundo.

Otras de las herramientas que pueden utilizar las pymes es lo atinente a la video conferencia, las cuales son unas comunicaciones que se hacen de forma simultánea y bidireccional, juntando el audio y el vídeo, lo cual llega a permitir que se efectúen reuniones con grupos de personas que se encuentran ubicadas en lugares lejanos, por lo que así se facilita a comunicación entre PYMES, cuando estas se encuentran alejadas geográficamente, permitiendo de esta manera una manera cómoda y económica de realizar negocios o transmitir informaciones sin llegar a producir gastos en desplazamiento y viáticos (Higuera, Ávila, & Cruz, 2010).

El comercio electrónico es otra de las herramientas que las PYMES del Valle del Cauca pueden implementar para obtener impactos positivos en materia de globalización, puesto que esta herramienta constituye en la compra y venta de servicios y productos por medios electrónicos, los cuales son el internet y otras redes que se utilicen por medio de las computadoras.

Cabe resaltar que esta herramienta ha sido regulada por la ley colombiana, la cual la ha conceptualizado como aquella que abarca las cuestiones suscitadas por toda relación de índole comercial, sea o no contractual, y que se estructure a partir de la

utilización de uno o más mensajes de datos o por cualquier otro medio similar donde prime la tecnología y la información (Ley 527, 1999).

Las redes de banda ancha, a pesar de estar en su mayoría implementadas en todas las redes de internet del Valle del Cauca, son otra de las herramientas que las PYMES pueden utilizar para entrar en la globalización de sus mercados, toda vez que estas cuenta con transmisión de información por medio de una alta velocidad, las cuales puede permitir que se visualicen las aplicaciones tipo multimedia, entre las cuales se encuentran las de reproducir vídeos de alta calidad por medio de la televisión.

Por ello, Higuera, Ávila y Cruz CC sostienen que el servicio de internet con banda ancha permite a las PYMES varias alternativas de conectividad con alta velocidad, las cuales pueden ser distribuidas para operaciones con los clientes, negociaciones con proveedores y alianzas con posibles social, por lo que así se amplía la publicación de servicios y negociaciones.

Con el fin de tener una percepción más clara acerca del impacto que han generado las TICs, como instrumento para que las empresas se pudiesen incorporar en el proceso de globalización. En el cuadro 4 se evidencian los resultados descriptivos del estudio realizado por Gálvez (2014), donde se observa que el grado promedio de utilización de las TIC en las MIPYMES colombianas es aceptable (3,32 sobre 5,0), por lo que se percibe que algunas empresas no aplican ninguna de las herramientas o prácticas consultadas. Situación que resulta preocupante puesto que cada día el mercado incrementa sus exigencias en el desarrollo de las tecnologías.

Otro aspecto importante que se observa, es que, según las MIPYMES consultadas, en comparación con sus competidores, tienen un desempeño innovador muy satisfactorio, esto, teniendo en cuenta que innovación global media fue de 4,22, siendo especialmente destacables en su orden la valoración que hacen de su innovación en productos y/o servicios 4,32, en procesos 4,29 y por último en gestión 4,16 (Gálvez E. , 2014).

Cuadro 4. Descriptivos de las variables

	Media	Desviación Estándar	Min	Max
<i>Grado de utilización de las TIC</i>	3,32	2,53	0	8
<i>Innovación:</i>				
Productos y/o servicios	4,32	0,731	1	5
Procesos	4,29	0,727	1	5
Gestión	4,16	0,788	1	5
Innovación global	4,22	0,701	1	5

Fuente: (Gálvez E. , 2014)

En el Cuadro 5, se exponen los resultados de la estimación realizada para examinar las relaciones entre el grado de utilización de las TIC, y los cuatro tipos de innovación, los cuales se clasifican en: productos y/o servicios, en procesos, y en gestión, más el rendimiento global (Gálvez E. , 2014).

Cuadro 5. Uso de las TIC e innovación

Tabla 5. Uso de las TIC e innovación				
	Innovación en productos	Innovación en procesos	Innovación en gestión	Innovación global
Grado de utilización de las TIC (Beta, t)	0,084** (2,049)	0,016 (,384)	0,32* (,758)	0,709** (,019)
Tamaño (Beta, t)	-0,024 (-,577)	0,048 (1,164)	0,055 (1,298)	0,019 (,516)
Edad (Beta, t)	-0,046 (-1,305)	0,011 (,301)	0,048 (1,268)	-0,018 (-,547)
VIF más alto	1.409	1.404	1.340	1,410
F R2 ajustado	1,946** 0.003	1,018 0.000	2,305* 0.005	2,656** 0.005

Fuente: (Gálvez E. , 2014)

Tal como se pudo observar en la información anteriormente descrita, el uso de las TIC en las MIPYME genera un impacto positivo en los diferentes tipos de innovación

analizados en esta investigación (a excepción de la de procesos). Para tener una mayor claridad de este grado de influencia, en el Cuadro 6 se presenta una síntesis de los resultados encontrados por Gálvez E. (2014).

Cuadro 6. Resultados del impacto de las Pyme

Factor	Resultado
Impacto del uso de las TIC en la innovación de los productos y/o servicios de las MIPYME	Se encuentra para esta relación un estadístico positivo y significativo (0,084**), lo que indica que el uso de las diferentes herramientas y prácticas de TIC analizadas, hace que mejoren en forma importante los productos y/o servicios existentes en la empresa, así mismo que mejore la propensión a comercializar otros nuevos, pudiendo ampliarse así el portafolio de la organización. Se comprueba también la validez global del modelo ya que la F tuvo un valor de 1,946
Impacto del uso de las TIC en la innovación de los procesos de las MIPYME	Para esta relación no se encuentra un estadístico significativo, esto indica que los resultados de esta investigación no permiten demostrar que el uso de las diferentes herramientas y prácticas de TIC al interior de la MIPYME, contribuyan a que haya cambios o mejoras en sus procesos productivos, o que haya una mayor propensión a adquirir nuevos equipos; por lo anterior no es posible comprobar la segunda hipótesis planteada en el trabajo
Impacto del uso de las TIC en la innovación en la gestión de las MIPYME	Para esta relación se encontró un estadístico positivo y significativo (0,32*), esto indica que el uso de las diferentes herramientas y prácticas de TIC que la empresa hace genera cambios o mejoras en su dirección o gestión, en sus compras o aprovisionamientos, y en sus procesos de comercialización y ventas. De igual manera se comprueba la validez global del modelo ya que la F tuvo un valor de 2,305*
Impacto del uso de las TIC en la innovación global de las MIPYME	En este caso se encuentra nuevamente un estadístico positivo y significativo (0,709**), esto indica que el uso de las diferentes herramientas y prácticas de TIC al interior de la MIPYME contribuyen a que en general, la organización tenga un mejor desempeño innovador. Así mismo para el modelo se halla un estadístico positivo y altamente significativo (2,656**) con lo cual se comprueba su validez global.

Fuente: (Gálvez E. , 2014)

Dado lo anterior, y como elemento innovador para las empresas, se debe tener en cuenta que la estructura financiera y administrativa de las compañías, requieren incorporar una cultura de planeación, que introduzcan el aspecto de mercadeo digital, dada la importancia de las ventas en la empresa. Lo anterior no quiere decir que sin estrategias o políticas de mercadeo no se generen ingresos, pero sí que la inversión en un plan de marketing digital, puede incentivar la venta y generar mayores ingresos.

Por último, es importante sugerir que las empresas establezcan una visión y misión que involucre a todos los colaboradores de la empresa, en pro de mejorar desde el punto de vista organizacional. Se debe verificar entonces que, dentro de los procesos regulares de trabajo, las empresas deben dotarse de herramientas tecnológicas, que los lleven a un avance en este aspecto; lo que implica que se

incorpore una herramienta tecnológica de acuerdo con las necesidades de las organizaciones.

También se puede concluir que las empresas deben proponerse expectativas de crecimiento y proyección, a través del diseño de un plan estratégico, que le permita retroalimentar los procesos administrativos. De otra forma los socios pueden impulsar las fortalezas y oportunidades de la empresa, teniendo en cuenta necesidades de la misma.

6.3 CASOS DE ÉXITO DE EMPRESAS VALLECAUCANAS, QUE HAN LOGRADO SU EXPANSIÓN INTERNACIONAL A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS TIC.

En este apartado se presentan los principales casos de éxito de algunas empresas vallecaucanas, las cuales, gracias al uso de la tecnología han marcado la pauta, generando experiencias exitosas que pueden servir de ejemplo para que otras empresas, apliquen determinados usos tecnológicos dentro del contexto de la globalización de mercado. Para esto se recurrió a diversos informes y sitios web oficiales, los cuales brindaron información pertinente para el desarrollo de este apartado.

Como se ha establecido con anterioridad, las empresas a nivel mundial y por tanto las empresas del Valle del Cauca se han visto en la necesidad de acogerse a los diferentes medios y herramientas que les puedan garantizar tener procesos de globalización importantes, por lo que de esta forma las Tecnologías de la Información y la Comunicación aparecen como una alternativa de implementación importante para las organizaciones. Es así, como de forma seguida se trae a colación las situaciones que diferentes empresas ha pasado para poder lograr la expansión y la internacionalización de sus productos en el mercado mundial:

6.3.1 Open International Systems

Esta empresa se ha dedicado dentro de sus servicios a proveer soluciones para empresas de servicios públicos, por lo que para ello, han recurrido a la implementación de tecnologías de la información y la comunicación, especialmente al desarrollo de Software que han permitido otorgar soluciones a las compañías de servicios públicos que se encuentran con limitaciones a la hora de realizar sus facturaciones, por lo que la gestión realizada desde su gerencia, ha sido reconocida en el mundo y ha permitido que esta empresa alcance procesos de

internacionalización importante a la hora de ofertar su producto. Es así, como sus gestiones han sido destazadas por firmas internacionales importantes que se dedican a la investigación de las TIC, puesto que como se ha mencionado anteriormente el enfoque principal de esta organización es el desarrollo de tecnologías para los servicios públicos (Open, 2017).

Fundamentalmente, la distinción que ha recibido Open International Systems en el sector de las TIC se ha fundamentado esencialmente por el hecho de que esta organización es una de las proveedoras más antiguas y experimentadas del mercado, lo que les ha permitido poder construir y diseñar soluciones aptas a los modelos dinámicos de facturación emergente, por lo que así han mostrado una adaptabilidad que se debe destacar en torno a la implementación de las tecnologías de la información y la comunicación.

Siendo así, esta empresa se destaca en la implementación de funcionalidades como el Framework de desarrollo integrado y capacidad tecnológica de avanzada, la cual permite soportar más de tres millones de clientes finales en la nube, por lo que obtuvo por esta razón, el reconocimiento de Gartner como una empresa líder en investigación de las TIC.

Igualmente, a lo mencionado, se encuentra la solución Open Smartflex de Open International Systems, el cual es un sistema de información modular que puede soportar todos los procesos de ciclo de negocios de un operador de servicios públicos, el cual es altamente flexible al ser construido en reglas convergentes, lo que logra posicionar a la empresa como una de las más importantes en el mercado nacional e internacional gracias al desarrollo de las TIC (Open, 2017).

6.3.2 Grupo Carvajal

Primeramente, se hace la reseña de que el Grupo Carvajal se ha destacado como un conglomerado multinacional que busca marcar la diferencia al contar con casi 30 mil empleados que se encuentran enfocados en el bienestar de los clientes y en la sostenibilidad de la organización. Por ello, se destaca que esta organización se dedica a factores como la educación, los empaques, la información, la pulpa y el papel, las soluciones de comunicaciones y la tecnología y servicios (Márquez, Vega, & Fernández, 2011).

Igualmente, se ha destacado como el grupo colombiano lidera en la producción de papel con más de cien años en el mercado nacional, por lo que Ochoa, Ríos y

Solano (2011) destacan que desde 1904 esta organización se posicionó en el centro de Cali supliendo las necesidades de esta ciudad de forma exclusiva, hasta que con la presentación de la segunda guerra mundial, diferentes empresarios del país decidieron apoyar la producción de papel lo que ocasionó el inicio del posicionamiento de esta empresa a nivel nacional.

Ante la diversidad de los servicios que ofrece, el Grupo Carvajal al momento de tener una consolidación dentro del mercado nacional, empezó a incursionar en procesos de internacionalización en la década de los ochenta, los cuales fueron enfocados a juicio de Márquez, Vega y Fernández (2011) en el sector de la información por medio de redes telefónicas sistematizadas, permitiendo así denotar que las tic han estado presentes en el éxito que ha acompañado a esta compañía al momento de entrar a los mercados de otros países.

Es por ello, que dentro de los factores de éxito que destacan Márquez, Vega y Fernández (2011) se encuentra posicionados los relativos a la innovación de los procesos, los cuales han tenido una centralización en la contribución que hace la tecnología y la información. Ante esta situación, el Grupo Carvajal se ha enfocado en el desarrollo de soluciones integradas de tercerización de procesos de negocio y tecnologías de información en diferentes sectores de la economía, para de esta manera poder apoyar a los clientes que pretenden transformar sus negocios.

Es así como Américas BPS se construyó como una marca pionera en el concepto de Bussines Process Services en Colombia, por lo que ha venido desarrollando procesos de negocios únicos centrados en la tecnología y el talento humano, y por tanto buscando una construcción y mejoramiento de la propuesta de valor de sus clientes, para que así se pueda incrementar su eficiencia operativa y generar un impacto positivo e inmediato en su negocio. Este tipo de enfoque tecnológico ha conllevado a que el Grupo Carvajal tenga presencia en diferentes países como lo son Argentina, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú, República Dominicana, Venezuela y por supuesto Colombia (Grupo Carvajal, 2016).

6.3.3 Colombina S.A.

Colombina S.A se ha autodefinido como una compañía global enfocada en cautivar al consumidor con alimentos prácticos y gratificantes, fundamentado así su actividad en el bienestar y compromiso de su capital humano, buscando de igual forma el desarrollo de marcas líderes y productos innovadores de alto valor percibido y dirigido a la base del consumo por medio de una comercialización eficaz (Colombina, 2016).

Ante dicha situación, cabe resaltar que, en el año de 1928, el señor Hernando Caicedo dedicado a la corta de caña y producción de panela en trapiche, decide empezar a buscar la producción de azúcar, alcanzando en su primer año un total de 100 toneladas vendidas. Es así como posteriormente crea su propio ingenio, utilizando para ello equipos tecnológicos importado de Estados Unidos, lo que causaría que para en 1935, Colombina lanzara al mercado nuevas variedades de dulces, por lo que sus productos tuvieron tanto éxito que eran denominados colombinas a nivel nacional, hasta que en la década de los sesenta, por medio de técnicas europeas, Colombina empezó a fabricar rellenos y mermeladas con sabores naturales de frutos rojos y reemplazando los sabores artificiales (Beltrán, Candela, & Gutierrez, 2010).

La internacionalización de Colombina se dio para la década de los sesenta, donde se alcanzó el posicionamiento en el mercado norteamericano, toda vez que con la construcción de una planta se pudo alcanzar la finalidad de competir directamente con las marcas Estadunidenses.

Es así como Beltrán, Candela y Gutiérrez (2010) traen a colación que para la década de los ochenta, Colombina se posicionó como el segundo mayor productor y vendedor de caramelos y derivados en Estados Unidos, por lo que esto logró que la empresa ampliara sus horizontes y entrara en otros mercados con una fuerza relevante, especialmente en Centroamérica donde se dio apertura a una fábrica productora y distribuidora en Guatemala.

En la actualidad, Colombina se ha seguido conservando como el principal productor de dulces y caramelos en el país y uno de los principales en el mundo, alcanzando para ello niveles de competitividad importantes ante agentes extranjeros, por lo que esta organización ha visto en el desarrollo de la tecnología la oportunidad de mejorar sus procesos y construir niveles de competitividad, productividad y sostenibilidad elevados.

6.3.4 Hamburguesas El Corral

Como es sabido, Hamburguesas El Corral es una empresa colombiana que fue creada en el año de 1983, por lo que su primer restaurante fue posicionado en el centro de la ciudad de Bogotá, donde se implementó un estilo original y único en la decoración, combinando de esta forma elementos pop y retro de una manera altamente armoniosa. Posteriormente a ello, la organización presentó una expansión a nivel nacional importante que la conllevó a posicionarse como uno de

los restaurantes con más ventas realizadas, lo cual se debida a su receta con sabor tradicional y casero (El Corral, 2015).

Posteriormente a lo anterior y luego de haber llegado al mercado caleño, esta empresa empezó a tener procesos de internacionalización, donde pudo dar apertura a franquicias en países como Chile, Panamá y Ecuador, centrándose en la visión empresarial de poder dominar la industria global de servicios alimenticios por medio de la satisfacción del cliente, para así ser reconocidos por los empleados, clientes, competidores, proveedores, inversionistas y el público en general, por lo que es en este punto donde juega un papel importante el promover la innovación y la creatividad (Pineda, Sanabria, & Santana, 2011).

Para esta empresa, el promover la innovación y la creatividad venía ligado con el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, toda vez que así se podían tener procesos de internacionalización exitosos que les permitiera, que como en efecto sucedió, poder llegar a mercados internacionales donde desarrollen sus productos y se creen clientes fieles y en posicionamiento de la marca. Ante ello, para Hamburguesas.

El Corral, el desarrollo de las tecnologías es sumamente importante, puesto que por ello emplean un sistema de operaciones sumamente rígido, el cual les establece de forma expresa la manera en la que se deben desarrollar todas las actividades, entre las cuales se encuentran hasta las distancias que debe tener un refrigerador con la pared, y del mismo modo las temperaturas exactas en las cuales deben refrigerarse los productos y en las que se deben freír las papas (Pineda, Sanabria, & Santana, 2011).

Es por los argumentos anteriormente explicados, que autores como Pineda, Sanabria y Santana (2011), han sostenido que la implementación de las tecnologías de la información y la comunicación para el desarrollo y funcionalidad interna de esta organización, han permitido que dentro de la industria de restaurantes sea la más grande del país, reportando en muchos años ingresos operacionales de \$141.655 millones de pesos y una utilidad neta de \$2.722 millones. A lo anterior, argumentan los autores mencionados, se le suma que Hamburguesas el Corral se ubica segunda por debajo de Sodexo Colombia S.A en la categoría de expendedores de alimentos.

De la misma forma se reitera que las causas que conllevan al éxito de esta organización se encuentran fundadas especialmente en la innovación de sus productos y en campañas de marketing que involucran el uso de las tecnologías de

la información como medio para el acercamiento con los clientes, dentro de las cuales juega un papel fundamental la página web por medio de la cual ofertan sus productos y brindan una asesoría completa al público en general.

6.3.5 Pan pa' ya

El caso de esta empresa es otro de los que resulta llamativo para el presente trabajo, puesto que al igual que La Hamburguesería el Corral, ha presentado procesos de internacionalización, crecimiento y posicionamiento del mercado tanto a nivel nacional como internacional. Así, se cuenta con que esta empresa nació en Bogotá en el año 1986, contando para la fecha con cuatro empleados hasta que tres años después, un grupo de profesionales decidió comprarla con el sueño de convertirla en la panadería más importante y reconocida de Colombia.

Es así como posterior a una inyección de capital, la organización comenzó a presentar aumentos considerables en sus ventas y por tanto inició un proceso de expansión que la llevaría a tener sucursales en diferentes ciudades del país, entre las cuales se encuentran Bucaramanga y Santiago de Cali.

De esta forma y con el pasar de los tiempos, esta empresa demostró tener poder de adaptabilidad a los cambios que se producían por el fenómeno de la globalización, por lo que empezaron a destacar la importancia de las tecnologías para la gestión administrativa y organizacional. Es así como lograron abrirse al mercado extranjero con la apertura de sucursales en países como Estados Unidos, Canadá, España y Japón, este último gracias a la participación de la feria internacional Foodex.

Por ello en (Pineda, Sanabria, & Santana, 2011) se ha hecho un enfoque en el desarrollo que “Pan pa' ya!” ha presentado en materia tecnológica, puesto que esta empresa a pesar de no contar con un área de investigación y desarrollo, si presenta importantes búsquedas de oportunidades en materia de crecimiento e innovación por medio de fuentes tecnológicas. Es así como la mayor gestión tecnológica de esta compañía se enfoca en poder participar en diferentes ferias donde se informan para estar a la vanguardia de las nuevas tendencias y su manera de como introducirlas y aplicarlas en la compañía.

Es por lo anterior que diferentes empresas del sector de las TIC han volteado sus miradas al Valle del Cauca y el Suroccidente Colombiano, por lo que en (Cámara de Comercio de Cali, 2017) se destaca que por medio de una iniciativa del Ministerio

de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones se realizó la selección de 13 empresas que han completado un grupo de acompañamiento de las fase de crecimiento y consolidación de negocios de las TIC en la ciudad de Santiago de Cali, puesto que se ha hecho un reconocimiento a la influencia que tienen las TIC dentro de los procesos de crecimiento de las empresas.

Por otra parte, a pesar de no ser una organización empresarial, se tiene en cuenta al Departamento Administrativo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de la Alcaldía de Santiago de Cali, la cual ha hecho esfuerzos importantes para buscar las transformaciones sociales en el municipio de Santiago de Cali por medio de la utilización de las TIC. Es por ello que se trae como ejemplo la alianza realizada por parte de este departamento con algunas universidades de la ciudad, fundamentalmente la Universidad del Valle, la Universidad Autónoma de Occidentales y la Universidad ICESI, creando de esta manera un proyecto conjunto que tenía como enfoque la implementación de soluciones TIC al servicio de los habitantes del municipio de Cali.

Ante lo anterior, tanto el Departamento Administrativo de Tecnologías de la Información y las comunicaciones, así como los demás entes universitarios, se plantearon el fortalecer el uso y la implementación de las tecnologías de la información y la comunicación en las comunidades que presentaban mayores índices de vulnerabilidad de la ciudad, para que de esta forma pasaran a ser territorios conocidos a nivel nacional e internacional por aspectos superlativos propios de sus características como lo son la integración social, económica y cultural de su población (Campo, 2018).

Para la realización de lo anterior, se argumenta en (Campo, 2018) que se preocuparon por la realización de dos módulos, el primero de ellos abarcaba lo atinente a los procesos de gestión de laboratorios de innovación abierta, en donde se revisaron las experiencias de laboratorios urbanos para tener una referencia acerca de la funcionalidad de estos, mientras que el segundo módulo realizó una involucración de actividades que tenían como punto de partida capacitar en fabricación y contenidos digitales a las personas que componen estas comunidades.

Por lo anterior, la intervención realizada en estas comunidades que como fue dicho tuvo como eje central la implementación y publicación de las TIC, resultó ser un proyecto relevante que permitió a las personas acercarse a las tecnologías y adquirir experiencias y conocimientos para desarrollar proyectos por medio de plataformas digitales, permitiendo de esta manera mostrar a las demás regiones del país y a los

diferentes países del mundo, los aspectos que se pueden destacar dentro de las comunidades más vulnerables de Cali (Campo, 2018).

A esta iniciativa que es de carácter local, se le ha sumado una realizada por la Gobernación del Valle del Cauca para el fortalecimiento de la competitividad del sector TIC en el departamento, la cual hace un reconocimiento a la importancia que tienen las TIC para las empresas y las organizaciones en la actualidad, buscando la formación de capital humano para dirigir y trabajar en proyectos de industrias que se centren en la información y el conocimiento mediante la financiación de programas de formación en competencias específicas y certificaciones internacionales.

A ello, se suma la promoción para que las universidades del departamento trabajen sobre problemáticas que permitan al talento humano capacitado aportar a la innovación de las diferentes empresas que se interesen por la implementación de las TIC para alcanzar mayores indicadores en materia de productividad y competitividad que las posicionen en las dinámicas de la globalización, para adquirir así la capacidad de poder competir de forma directa con empresas internacionales (Gobernación del Valle del Cauca, 2016).

7. CONCLUSIONES

Luego de analizar la influencia de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), en el proceso de globalización de las PYMES del Valle del Cauca. Se encuentra que, a partir de información obtenida mediante libros, artículos científicos, académicos y trabajos de grado; se puede determinar que las TIC, han jugado un papel fundamental para las empresas vallecaucanas se pudiesen posicionar en mercados internacionales, en pro de la globalización de sus mercados.

Es así como, de acuerdo con la investigación realizada, mediante la implementación de herramientas TIC dentro de las organizaciones, es posible que se constituyan los rasgos distintivos de la actividad económica de hoy día, lo cual se constituye como un factor esencial para la realización de sus actividades comerciales.

En este sentido, las dinámicas empresariales de la actualidad han traído consigo diferentes cambios que se encuentran fundamentados y direccionados por los constantes avances tecnológicos que han facilitado los procesos tanto internos como externos de las organizaciones.

Por tanto, las tecnologías emergentes traídas a colación en esta investigación, pueden contribuir para que las PYMES del Valle del Cauca alcancen niveles altos de competitividad en materia empresarial. No obstante, para que esto se pueda dar, es necesario que las empresas se propongan expectativas de crecimiento y proyección, mediante planes estratégicos que les conlleve a retroalimentar los procesos de comercialización realizados.

Finalmente, con el propósito de ampliar el panorama en cuanto a las experiencias relacionadas con el tema de investigación, se traen a colación cinco casos específicos (Open International Systems, Grupo Carvajal, Colombina S.A., Hamburguesas El Corral y Pan pa' ya); en estas, se pudo evidenciar la manera como la implementación de las tecnologías de la información y la comunicación, les permitieron incursionar en nuevos mercados y hacer parte de la globalización.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, A., Ávila, G., & Solano, O. (2017). *Las TIC en la formulación estratégica de las pymes de Santiago de Cali-Colombia*. Obtenido de <http://revistasoj.s.unilibrecali.edu.co/index.php/entramado/article/view/495>
- Aguilera, A., Ávila, G., & Solano, O. (2017). *Las TIC en la formulación estratégica de las pymes de Santiago de Cali-Colombia*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v13n1/1900-3803-entra-13-01-00102.pdf>
- Albarracín, E. (2014). *Tecnologías de información y comunicación e innovación en las MYPYMES de Colombia*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n51/v30n51a08.pdf>
- Begoña, E., & Ixone, A. (2002). El desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación: un nuevo reto para el mercado de trabajo. *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 6(119).
- Beltrán, H., Candela, J., & Gutiérrez, A. (2010). *Internacionalización de las empresas colombianas casos exitosos: colombina S.A, Quala S.A, Casaluker S.A*. Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1621/1072645158-2010.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bocanegra, C., & Vázquez, M. (2010). El uso de tecnología como ventaja competitiva en el micro y pequeño comercio minorista en Hermosillo, Sonora. *Estudios Fronterizos Nueva Época*.
- Cámara de Comercio de Cali. (2017). *Apps.co eligió 13 empresas TIC que iniciarán su acompañamiento en el suroccidente colombiano*. Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3050/1019043439-2012.pdf?sequence=1>
- Cámara de Comercio de Cali. (2018). Confianza empresarial - Encuesta Ritmo Empresarial II semestre 2018. Informe # 416. *Enfoque Competitivo*. Obtenido de <https://www.ccc.org.co/inc/uploads/2018/08/Informe-ERE-N103.pdf>
- Cámara de Comercio de Cali. (2019). Ritmo Empresarial. *Grupo Estudios Empresariales y de Competitividad*. Obtenido de <https://www.ccc.org.co/inc/uploads/2019/01/Ritmo-Empresarial-N19.pdf>
- Campo, Ó. (2018). *Implementación de soluciones TIC al servicio de los habitantes del municipio de Cali*. Obtenido de <http://www.uao.edu.co/noticias/implementacion-de-soluciones-tic-al-servicio-de-los-habitantes-del-municipio-de-cali>
- Colombina. (2016). *¿Quiénes somos?* Obtenido de <http://sostenibilidad.colombina.com/es/>

- Congreso de la República. (1999). *Ley 527*. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=4276>
- Cruz, L., & González, V. (2012). *Marketing territorial y TIC. Caso de estudio centro del Valle del Cauca: Tuluá, Buga y El Darién*. Obtenido de https://www.usbcali.edu.co/sites/default/files/006_marketingterritorial.pdf
- Cruz, L., & González, V. (2012). *Marketing territorial y TIC. Caso de estudio centro del Valle del Cauca: Tuluá, Buga y el Darién*. Obtenido de https://www.usbcali.edu.co/sites/default/files/006_marketingterritorial.pdf
- Delgado, M., & Simão, J. (2015). Empresa y tecnologías de la información: una mirada a Bolivia y América del Sur. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 147-171.
- El Corral. (2015). *Historia*. Obtenido de <http://www.elcorral.com>
- Gálvez, E. (2014). Tecnologías de información y comunicación, e innovación en las MIPYMES de Colombia. *Cuadernos de Administración*, 72-78.
- Gálvez, E. (2014). *Tecnologías de información y comunicación, e innovación en las MIPYMES de Colombia*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n51/v30n51a08.pdf>
- García, P., & Jaramillo, P. (2012). *Exploración de uso de tecnologías de información y comunicación para el proceso de abastecimiento en empresas grandes de los sectores de fabricación de alimentos y productos químicos y farmacéuticos en la ciudad de Santiago de Cali, Yumbo y Palmira*. Obtenido de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/73118/1/exploracion_uso_tecnologico.pdf
- García, L. (2011). *Las Tic como herramientas de generación de valor y creación de ventajas competitivas en las Pymes del sector de servicios en Colombia*. Universidad Militar Nueva Granada.
- Gobernación del Valle del Cauca. (2016). *Importancia de las técnicas*. Obtenido de <http://www.valledelcauca.gov.co/secretariatic/index.php>
- Grupo Carvajal. (2016). *Carvajal Tecnología y Servicios*. Obtenido de <http://www.carvajal.com/index.php/tecnologia-y-servicios/>
- Higuera, A., Ávila, A., & Cruz, J. (2010). *Las tecnologías de información y comunicación aplicadas en el sector de las artes gráficas*.
- Márquez, S., Vega, E., & Fernández, J. (2011). *Proceso de internacionalización de los grupos económicos: el caso colombiano*. Obtenido de

<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4108/1010182245-2012.pdf?sequence=1>

- Martín, A. (2013). Sobre los orígenes del proceso de globalización. *Methodos: revista de ciencias sociales*, 7-20.
- Metrocali. (2013). *El MIO, primer Sistema de transporte masivo del país con red WiFi gratuita*. Obtenido de <http://www.mio.com.co/index.php/es/tutoriales/643-el-mio-primer-sistema-de-transporte-masivo-del-pais-con-red-wifi-gratuita.html>
- Moncada, L. (2014). *Generadores de valor de las grandes, medianas y pequeñas empresas del sector TIC en la ciudad de Cali durante los años 2010 1012*. Obtenido de <http://red.uao.edu.co/bitstream/10614/6342/1/T04404.pdf>
- Ochoa, H., Ríos, A., & Solano, N. (2011). *La innovación como competencia central en la internacionalización de las firmas latinoamericanas: el proceso de bico internacional, empresa del grupo Carvajal S.A*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v27n119/v27n119a02.pdf>
- Open. (2017). *Acerca de Open*. Obtenido de <https://www.openintl.com/es/>
- Pineda, Á., Sanabria, V., & Santana, A. (2011). *Internacionalización de las empresas colombiana casos de estudio pan pa" ya y hamburguesas el corral*. Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3050/1019043439-2012.pdf?sequence=1>
- Reyes, G. (2001). Teoría de la globalización: bases fundamentales. *Tendencias*, 43-53.
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación. Sexta Edición*. México: Mc Graw Hill.
- Silva, A. (2005). La globalización cultural y las tecnologías de información comunicación en la cibernética. *Razón y Palabra*. Obtenido de <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n64/varia/asilva.html>
- Universidad Veracruzana. (2017). *Monografía por Compilación*. México. Obtenido de <https://www.uv.mx/arquitectura/files/2017/05/MONOGRAFIA-POR-COMPILACION.pdf>
- Vega, L., & Reyes, L. (2015). *Impacto del uso de las tecnologías de información y las comunicaciones en la gestión judicial de la dirección seccional de administración judicial de Cúcuta*. Obtenido de http://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/2237/T_MBA_45.pdf?sequence=1