

Bienvenidos a Razón y Palabra.



Primera Revista Electrónica especializada en Comunicación



Junio - Julio
2004

Sistemas y Tecnologías de Información en las Micro y Pequeñas Empresas



Número actual

Números

Editorial

Sitios de

Novedades

Ediciones



Proyecto
Internet

Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

Por Lourdes Orozco
Número 39

Empezar un negocio no es una tarea fácil, hay que llevar a cabo múltiples tareas antes que si bien uno puede realizar solo, definitivamente otras no. ¿Motivos? Falta de tiempo, conocimiento, personas, etc. Eso es lo de menos, lo que si podemos asegurar es que en algún punto del camino nos perdemos y a veces el no saber como empezar o cerrar algo puede llegar a aterrorizar y desertar. Es por ello que actualmente los gobiernos de varios países están creando programas para impulsar y apoyar la creación de nuevas empresas.

El caso de las Incubadoras de Empresas es un ejemplo claro de que existen emprendedores dispuestos a aprender como poner su propio negocio y afortunadamente están exigiendo que dichos servicios de orientación sean de la mejor calidad. Las Incubadoras de Empresas no proveen el capital que necesita el emprendedor sino que ofrecen servicios útiles para armar y fundamentar las bases de un negocio, sea del rubro que sea. Así se han convertido en una opción más para este nuevo mercado de emprendedores que creen en sueños e ideas ambiciosas.

En el presente ensayo no me voy a detener en analizar o cuestionar la metodología creativa que utilizan los diferentes programas para originar una idea viable de negocio, sino que más bien voy a centrarme en las diferentes aplicaciones para crear una estrategia administrativa en el negocio, es decir, que tipo de herramientas necesita tu negocio para operar y ser productivo. Por supuesto no sin antes dar una breve pincelada de lo que hace una "Incubadora de empresas"; y como su nombre lo dice, el concepto de "incubar" un negocio comprende desde la gestación misma de la idea hasta su estructuración y nacimiento. Dicho proceso de crecimiento se da en varias etapas que culminan finalmente cuando el negocio no requiere o necesita de los servicios básicos, es decir, que por sí solo sea capaz de operar en el mercado, sustentando con un crecimiento económico más sólido y autónomo que le permita o asegure mayores posibilidades de sobrevivencia y éxito en un futuro a largo plazo (2 años aproximadamente).

La consolidación y madurez como empresa se irá dando a la par de la estrategia administrativa del negocio y de su capacidad para mantenerse a la vanguardia en tecnologías y sistemas que le permitan mantenerse por arriba o a la par de la competencia.

Retomando lo anterior y resumiendo lo que se pretende con el presente ensayo es que el lector tenga el conocimiento básico o una noción más amplia sobre los requerimientos tecnológicos que requiere una empresa en general antes de entrar en el panorama de gestación de nuevos negocios, es decir, enfatizar la parte de canalizar recursos económicos, tecnológicos y de estrategia para la operación diaria de un negocio. Y a lo largo del desarrollo del presente documento se irán respondiendo cuestionamientos precisos como: ¿cuáles son los retos que enfrentan los nuevos emprendedores al comenzar a operar su negocio?, ¿cómo afecta

el escenario económico de nuestro país para lograr dichos retos?, etc.

Así pues, explicaremos el rol que juegan las nuevas tecnologías y sistemas informáticos dentro de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES).

El contenido del ensayo será dividido de la siguiente manera para su mejor comprensión:

1. Importancia de las MIPYMES en nuestro país, el entorno económico actual y posibilidades de crecimiento.
2. Importancia del manejo y administración de la Información en las MIPYMES
3. Sistemas de información aplicados a MIPYMES
 - El caso *SRM*
 - El caso del *CRM*
 - Estudios y aceptación de diferentes software *CRM*.
 - TIPS para considerar la compra de un software *CRM*.
 - TIPS para las empresas vendedoras de software para este nuevo nicho de mercado.
4. Otras tecnologías aplicadas a MIPYMES.
5. Conclusiones

Desarrollo

Importancia de las MIPYMES en nuestro país, el entorno económico actual y posibilidades de crecimiento

Actualmente, en nuestro país, existe la enorme necesidad de desarrollar el potencial emprendedor para impulsar la creación de nuevas empresas y fortalecer así la creación de empleos y el desarrollo social y económico de la comunidad.

La importancia radica principalmente en que las empresas generan empleos y éstos aumentan la calidad de vida de las personas al distribuir la riqueza del país a los hogares menos afortunados. En particular las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) de nuestro país cargan aún más con una responsabilidad mayor ya que "...soportan a más de 60% de la generación de empleos nacionales". ("En suspenso.."2004)

Sin embargo existen ciertas dudas sobre la cifra anterior ya que ni el propio INEGI tiene idea sobre el número de MIPYMES en nuestro país.

La cifra aceptada es de 2.6 millones. Además tiene una encuesta de micronegocios que suma 4 millones 414mil 600 establecimientos, y de ellos 462 mil 971 se ubican en el área de manufactura. Del total de micronegocios registrados casi 11% no cuenta con equipamiento. ("En suspenso.."2004)

Pero independientemente de que las cifras sean correctas o no, lo que nos queda claro es que en el país existe una clara mayoría de MIPYMES sobre las empresas grandes. Además si a esto le agregamos lo último sobre indicadores económicos del primer informe de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) sobre la situación económica en el primer trimestre del 2004 encontramos que

De preservarse la tendencia observada recientemente en las actividades productivas del país, se anticipa que durante el primer trimestre de 2004 la tasa de crecimiento anual del PIB podría ubicarse por arriba de 3.0 por ciento. ("Informe..."2004)

Lo anterior es un aliciente para que los nuevos emprendedores continúen buscando nuevas alternativas para iniciar negocios ya que el crecimiento económico se está dando con una tendencia constante. Además de que

Durante enero de 2004 la inversión en maquinaria y equipo registró un incremento mensual de 2.8 por ciento en cifras ajustadas por estacionalidad, lo que representa una expansión anualizada de 39.1 por ciento. Con dicho aumento, la inversión en este rubro acumula tres expansiones consecutivas. Ello ha permitido que actualmente el componente de tendencia ciclo de la inversión total muestre una evolución ascendente. ("Informe..."2004)

Pareciera que las cifras siguen aumentando e incluso el empleo formal de la economía sigue aumentando sistemáticamente

En particular, durante el primer trimestre de 2004 se generaron 129 mil 23 puestos formales, según consta en registros de afiliación de trabajadores al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). Esta generación de empleo es la mayor que se haya registrado para un periodo similar desde el año 2000. Asimismo, entre el 15 de enero y el 31 de marzo, la afiliación total de trabajadores al IMSS se incrementó en 216 mil 305 personas, la mayor cifra para un periodo similar en los últimos cuatro años. ("Informe..."2004)

Si todo este escenario positivo le agregamos que

La inversión impulsada por el sector público ha crecido a tasas elevadas. Se han otorgado mayores recursos a las entidades federativas y municipios, y se ha continuado con los apoyos dirigidos a la inversión de empresas y familias, así como a la población de menores ingresos y oportunidades. ("Informe..."2004)

Sin embargo no todo es color de rosa para los nuevos empresarios y MIPYMES de nuestro país ya que también existen otros puntos de vista con respecto al escenario económico del país. Tal es el caso del presidente de la comisión de las PYMES DE CONCAMIN, Andrés Olivella que señala que

La mayoría de las PYMES se han debilitado a causa de la ruptura de cadenas productivas, al atraso tecnológico y carencia de financiamiento... señala además la falta de cumplimiento a la ley para el desarrollo y competitividad de las PYMES emitida en el 2002 donde el gobierno federal, estatal y municipal se comprometen a comprar al menos 35 % de sus adquisiciones a este tipo de empresas. ("En suspenso..."2004)

Además si a este escenario le agregamos un artículo publicado en MSN Tecnología nos dice el autor, Flores (2004), que "las nuevas tecnologías de la información todavía no logran consolidarse en México. Según un estudio elaborado por *The Economist Intelligence Unit* <<http://www.eiu.com>> con ayuda del Instituto para el Valor de los Negocios de IBM <<http://www-1.ibm.com/services/bis/ibv.html>>, este país latinoamericano descendió una posición en un listado de 60 naciones sobre preparación electrónica, situándose ahora en el lugar 31 con una calificación promedio de 5.56 sobre un máximo de 10 puntos.

Después de este contraste de escenarios el positivo (del gobierno) y el pesimista (de empresarios y críticos) podemos deducir nuestras conclusiones sobre la situación de México.

En lo personal creo que las posibilidades de crecimiento de las nuevas MIPYMES se darán en la medida en que los mexicanos nos mantengamos positivos y trabajadores, enfocados y con una visión estratégica clara del negocio que queremos formar como emprendedores. Los indicadores macroeconómicos están de

nuestro lado pues nos indican que la riqueza se está dando, la distribución de los recursos depende de nosotros y de la actitud proactiva del emprendedor para buscar y obtener dichos recursos económicos necesarios para arrancar con éxito su negocio. No me cabe la menor duda de que impulsar la creación de las nuevas empresas y darles las armas a los nuevos emprendedores y administradores para forjar un negocio exitoso no es nada más responsabilidad del gobierno o de las Incubadoras de Empresas, sino de los mismos emprendedores empresarios que deben poner su capacidad de liderazgo enfocado al servicio de los demás.

Importancia del manejo y administración de la Información en las MIPYMES

Levine, Locke, Searls, Weinberger (2000) [primera cita]

"Information is built to be managed" (Levine, et al, p.29) sin duda la información ha sido creada para administrarse. No importa que tipo de negocio o compañía se tenga, en la medida en que se aprenda a manejar y administrar la información serán los resultados a favor y productividad obtenida. No se trata de habilidad, sino de visión para implantar un sistema eficaz y preciso, simple y con calidad, seguro y útil a largo plazo.

Los nuevos emprendedores empresarios que comienzan a construir los "pininos" en sus empresas deben estar concientes de la importancia de una estrategia de negocios vinculada a los sistemas informativos de la empresa, por más pequeña que parezca en primera instancia, se debe tener la visión de un crecimiento que asegure la permanencia en el mercado. ¿Y cómo hacer esto? Con el correcto manejo del procesamiento de la información: la clave del éxito de "mi empresa"[cita subsecuente]: "You have two choices. You can continue to lock yourself behind faciel corporate words and happytalk brochures... or you can join the conversation." (Levine et al., p.29)

En "el Manifiesto de Cluetrain" encontramos esta cita que nos describe que la nueva manera de hacer negocios en el siglo XXI será a través de la red de Internet. Esto es muy cierto y es una visión clara de que la nueva "ágora" cambiaría la manera de interactuar entre las empresas y los mercados. Unido a esto, Cluetrain, no tenía idea de que además de la Internet, las nuevas empresas comenzarían a darle importancia al desarrollo de nuevas tecnologías para eficientizar sus procesos internos y tomas de decisiones. Pero al igual que en esos textos futuristas, hoy por hoy igual los negocios pequeños, grandes, micro... "deben unirse a la conversación" a mejorar sus sistemas de manejo de información por el bien de ellos mismos.

La administración de la información nos llevará a otro nivel que es la administración del conocimiento o "knowledge management" que veremos más adelante aplicado a las MYPIMES con un software especial.

Sistemas de información aplicados a MIPYMES

Antes de comenzar debemos definir primeramente que es un sistema de información como tal. Para ello citaré a Tello (2003) quien nos dice que "un Sistema es un conjunto de componentes que interaccionan entre si para lograr un objetivo en común". Cabe señalar que en dicho sistema debe existir una lógica entre sus partes, es decir, que todos los elementos del sistema deben estar ligados y controlados de manera que se logre el objetivo del sistema.

Y ¿cuál es el objetivo del sistema? El mismo objetivo de la estrategia de negocios. Y ¿qué es la estrategia de negocio? Es el plan global de la empresa que debe comprender la misión, visión, alcance y objetivos a largo plazo, mediano y corto plazo (por supuesto basados en los recursos humanos, tecnología, capacidad económica y financiera de la empresa, etc); además de comulgar con la cultura organizacional que se tiene o pretende lograr en la organización.

Ahora bien, entraremos en materia y profundizaremos un poco sobre algunos software que actualmente se utilizan dentro de la administración de las MIPYMES; también recapitularemos algunos tips de la bibliografía con respecto a lo que se requiere para efectuar una compra inteligente de estos sistemas y finalmente también algunos tips también para aquellas empresas proveedoras de este tipo de productos dada la creciente demanda o población de este mercado de MIPYMES en el país.

El Caso SRM

Es importante señalar que el caso de este software *Supplier Relationship Management* (SRM) provee al empresario y a su negocio, según Anderson, Hope-Ross (2004) en su artículo "SMBs Embrace SRM Solutions via Service Providers" [primera cita]. El ciclo de vida de un SRM incluye lo siguiente:

1. Desarrollar valor de ingeniería y estrategia
2. Identificar y evaluar materia prima
3. Negociar contratos
4. Crear transacciones por contrato específico de precios
5. Administración y monitoreo de materia prima y relaciones, incluyendo crisis.

Además del ciclo de vida de un SRM es importante señalar cuáles son los requerimientos para instalar un sistema de información de este tipo y para ello continuo citando a Anderson, et al. (2004) [cita subsecuente] donde nos muestra un esquema [Figura1] que resume "la demanda" de un SRM, es decir, los requerimientos necesarios para que un cliente MIPYME pueda tener una adaptación completa de este sistema.

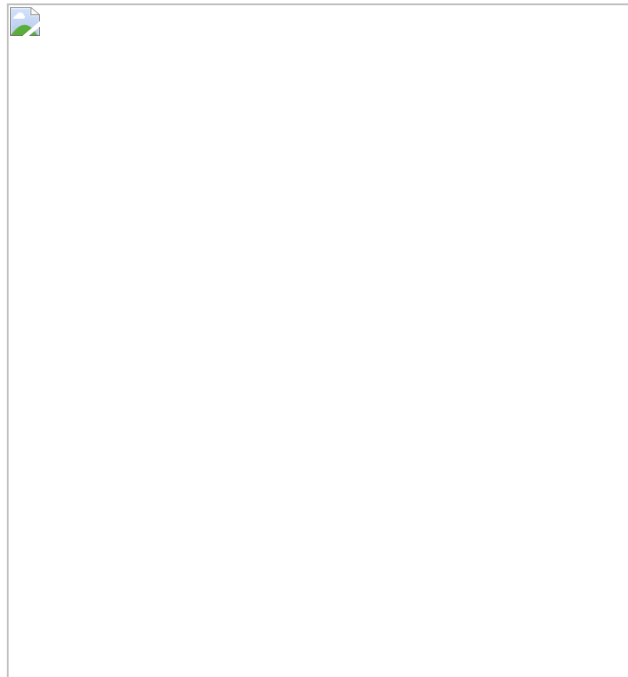


Figura 1 SRM "On Demand" "SMBs Embrace SRM Solutions via Service Providers"
Fuente: Anderson, R. et al. (2004). [Gartner Local Data Base].

Como podemos observar en la Figura 1, "la demanda" es un proceso que combina *software*, *hardware* y el valor de los servicios para dar solución a un problema de negocios -en este caso el SRM que atiende a los proveedores- pero dicho proceso puede ser aplicado a cualquier tipo de sistemas, sea para proveedores o clientes-.

Sin embargo no todo es color de rosa, ya que para algunos pequeños negocios o MIPYMES los inconvenientes u obstáculos son más grandes de lo que se podría visualizar en los beneficios como por ejemplo:

- Los costos por instalación y capacitación son muy elevados para una empresa pequeña.

- Existe poca competencia en cuanto a aplicaciones y soluciones del SRM
- Limitada habilidad para influir en los comportamientos de los proveedores y sus relaciones debido a las "limitadas" compras de mercancía.

Todos los anteriores podríamos decir que son las barreras de entrada para un emprendedor empresario en sus primeras etapas de instalación de software para su área estratégica. Pero no todo es negro, Anderson et al. (2004) nos comenta de manera optimista que para el 2007 [cita subsecuente], "el 75% de las MIPYMES que adopten tecnología SRM podrán ver total o parcialmente los resultados en sus empresas".

En conclusión podemos estar de acuerdo con Anderson, et al (2004) [cita subsecuente] "Properly managed supplier relationships improve cost control and contribute to business innovation and growth". Esto quiere decir que el correcto manejo de las relaciones con proveedores contribuye a la innovación y crecimiento del negocio.

El caso del CRM

En el caso del Customer Relationship Management es diferente la historia. Según Vermond, los pequeños negocios tienen mayor capacidad de obtener resultados rápidamente al adaptar un CRM en sus procesos internos, ya que su tamaño les da la flexibilidad que requiere.

Pero ¿qué es exactamente un CRM?

Es una aplicación que administra relaciones con clientes. Permite conocer las preferencias de consumo entre ellos, incrementar su lealtad mediante un servicio de excelencia, e impulsar una administración más oportuna y eficaz con proveedores. (Ramírez, 2004)

Lo cierto es que "CRM permite que los pequeños negocios se vean como grandes" (Vermond, 2004).

Pero para que se vea grande un pequeño negocio ¿Cuáles son las metas se deben buscar en un sistema CRM? Según Vermond (2004) los siguientes 10 puntos serían esas metas:

1. Análisis de ciclos de ventas
2. Integración de un sistema de contabilidad de back.
3. Apertura a estandarizar la tecnología.
4. Crecimiento del flujo de información entre la empresa y los empleados.
5. Tiempo real de reportes
6. Automatizar el flujo de trabajo
7. Contacto y compaginación de la administración
8. Soporte para negocios globales
9. Habilidad para proveer soluciones rápidas a las necesidades imprevistas
10. Diversificación y crecimiento

Estudios y aceptación de diferentes software CRM

Continuando con las aplicaciones de CRM en las MIPYMES tenemos un estudio realizado en Estados Unidos que se publicó a finales del 2003, dicho estudio fue publicado en la base de datos local de *Gartner*. A continuación mostraré los datos más interesantes al respecto.

En cuanto a los beneficios obtenidos por el *software CRM* en las MIPYMES se encuestaron 130 empresas MIPYMES en Estados Unidos que han aplicado algún tipo de CRM en sus procesos y los resultados fueron los siguientes:

Tabla1. SMBs Report High User Satisfaction with CRM software.
Fuente: Close W. (November 2003) [@ 2003 Gartner local database]

Retorno de la inversión	64% contestaron que sí
Aumentar la eficiencia	95% contentaron que sí
Aumentar la utilidad	46% dijeron que sí
Aumentar la efectividad	95% dijeron que sí
Bajar costos	68% dijeron que sí
Creación de ventaja competitiva	66% dijeron que sí

Como podemos observar en la Tabla 1 es claro que entre un 95% y 64% de los usuarios se sienten satisfechos con este tipo de productos, sólo un 46% -que es también aceptable- comento que la utilidad aumentaba al invertir en un *software CRM*.

¿Pero cuál es el mejor CRM?

Sobre las preferencias de un tipo de *software CRM*, en este mismo estudio y tomando en cuenta las características anteriores de la tabla se realizó un *rating* de cada uno de los *software*. A continuación muestro la tabla correspondiente a dichos *ratings*:

Tabla 2. SMBs Report High User Satisfaction with CRM software.
Fuente: Close W. (November 2003) [@ 2003 Gartner local database]

SOFTWARE	PUNTAJE
Onyx	2750
Epicor	2669
Oncontact	2488
Siebel	2417
SalesLogix	2379
Saratoga Systems	2204
Privotal	2200
Microsoft CRM	2076
SalesForce.com	2016

En la Tabla 2 podemos observar que el *Microsoft CRM* se encuentra en un nivel bajo con respecto a la mayoría de los CRM que se encuentran en el mercado estadounidense. Esto lo debe tomar en cuenta quizá un nuevo emprendedor mexicano para buscar otras alternativas de *software* antes de irse por la corriente e instalar el CRM de *Microsoft*, sabemos que no siempre el pionero es la mejor opción. Y para comprobar esto, en otro artículo de Gartner, Close (2003) nos dice sobre el *Microsoft CRM* que éste "tiene baja respuesta en su sistema" comparado con *Onyx* y *Sales Force*.

En conclusión podemos decir que un CRM es un sistema mucho más aplicable en las MIPYMES que el SRM, esto es quizá a la resistencia de los empresarios por dejar sus antiguos hábitos en la compra de sus materias primas y mercancías o en los costos elevados por instalación y capacitación de éste último *software*. Pero cabe señalar que muchas de las veces es por desconocimiento de los beneficios que otorga el SRM.

TIPS para considerar la compra de un *software CRM*

Ahora pasemos a los tips, pues bien, antes de comprar un CRM, los pequeños empresarios o futuros empresarios deben tomar en cuenta ciertos criterios. Según Disbrow [13] (2003) algunos tips o pasos que se tienen que hacer para escoger un buen CRM son los siguientes: "Formar un equipo multidisciplinario para detectar las necesidades más importantes del negocio e incluir un equipo de profesionales que determinen la negociación legal". También es importante crear "una propuesta, el documento de criterio y evaluación de la propuesta, un crédito creíble, negociar las licencias y protección para el futuro, negociar el mantenimiento y capacitación de los sistemas."

En resumen, lo que nos quiere decir Disbrow es que no descuidemos definir nuestras necesidades para después investigar lo más posible sobre el *software* ideal para cubrir dichas necesidades y que en la negociación de compra de dicho *software* optemos por la mejor en cuanto a instalación, licencias,

futuras licencias y capacitación. Personalmente yo le agregaría la variable de posibilidad de crecimiento y de innovación de tecnología.

TIPS para las empresas vendedoras de software para este nuevo nicho de mercado.

Para no dejar incompleta las partes con respecto a la compra de un software CRM es importante poner los ojos en el otro escenario, con esto me refiero a las empresas que venden a las MIPYMES estos sistemas.

Según Brown (2003) en su artículo "SMBs: The biggest little outsourcing market in the world" nos dice que un vendedor de Sistemas Informativos inteligente debe entender primero que no todos los pequeños negocios operan igual. Hay que detectar sus primeras necesidades. Resumiendo

- Detectar quien es la persona que desarrolla o toma la decisión sobre las IT en la empresa-cliente.
- ¿Cuál es el modelo que adopta la MIPYME para sus relaciones y entregas a clientes?

Cabe señalar que el mercado de las MIPYMES es todavía más grande y no se limite a la venta de CRM sino también de SRM como vimos anteriormente sus características; y para ilustrar esto tenemos que según Anderson et al. (2004) [cita subsecuente] "Más del 35% de las MIPYMES todavía utilizan el papel, los manuales de procesos y reportes de pedidos, incluso el e-mail, teléfono y fax para hacer sus transacciones con proveedores." Esto es una muestra de que el mercado de MIPYMES tiene muchas posibilidades para los vendedores y sumando algunos de los tips anteriores, dichos vendedores tendrán gran posibilidad de ofrecer una propuesta más realista a su pequeño cliente en crecimiento y mayores posibilidades éxito en la venta por supuesto.

Otras tecnologías aplicadas a MIPYMES.

Finalmente no podemos terminar este artículo sin apuntar que existen otras tecnologías o sistemas para aplicar en las MIPYMES además del SRM y el CRM. Tal es el caso de los (Servicios de aplicación a Proveedores) PSA una nueva alternativa para la toma de decisiones de las MIPYMES.

Según Cubague (2003) si no tienes dinero para comprar una aplicación SRM o CRM no debes preocuparte porque un PSA es la respuesta.

Se fundamenta en ofrecer una solución de red integrada y total, que incluye software, hardware, cableado, mantenimiento, soporte, conectividad con accesos fijo o móvil, actualización constante y servicios. La idea consiste en alquilar en vez de comprar, en vez de afrontar grandes gastos.

La idea de un PSA es eliminar las barreras económicas o tecnológicas de adquisición, operación y mantenimiento de aplicaciones o recursos reservados tradicionalmente para empresas grandes.

No podemos olvidar que otra tecnología que pueden aplicar las MIPYMES son las ventajas que la misma web les ofrece y en el artículo de "Adoption of Web Enablement can improve SMB Business", Browning (2004) nos comenta que muchas aplicaciones de Internet y soluciones web deben ser tomadas en cuenta por los pequeños negocios y sus directivos para hacer crecer sus relaciones con los clientes y algunos de esos puntos clave son los siguientes:

- Desarrollar *e-commerce*
- Optimizar la efectividad de tu *web site*.
- Construir nuevos servicios *web*
- Utilizar procesos administrativos de *web*

- Adoptar negocios de proveedores basados en intercambios por Internet
- Capacidad de improvisar con el desarrollo de nuevas aplicaciones en la *web*

Antes de concluir el artículo me gustaría comentar una tecnología más que se ha aplicado en algunas MIPYMES y que es importante señalar.

Bewayo (1994) nos comenta que la tecnología de "electronic management" o monitoreo electrónico es una aplicación que se realizó en Estados Unidos en principios de los noventa en negocios pequeños en un principio para analizar la productividad de los empleados, pero que sin embargo este tipo de tecnología tiene el objetivo de recolectar información en más campos. En el caso de las MIPYMES no solo consiste en colocar cámaras y micrófonos y una persona monitoreando el comportamiento de las demás en la oficina.

Más que apoyar la administración en estos campos, las conclusiones a las que se llegaron después de analizar otras variables se llegó a la conclusión de que la "administración electrónica" puede llegar a deteriorar el ambiente laboral si los empleados se sienten amenazados o vulnerables ante las cámaras, bajando su productividad. Lo cierto es que sí se puede aplicar dicha tecnología para capacitar a los nuevos empleados y eso es precisamente lo que puede llegar a ser útil dentro de un pequeño negocio pues se tiene el registro y las bases, si bien se puede llegar a poner a prueba al nuevo personal.

Conclusiones

Para finalizar este artículo sobre "SISTEMAS Y TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS" recapitularé los puntos más importantes anteriormente tratados.

- Las MIPYMES en México son el principal motor para impulsar la economía de nuestro país pues soportan más del 60% de los empleos. Y representan el 98% del total de empresas.
- Las tecnologías y sistemas de información influyen directa e indirectamente en la permanencia de cualquier tipo de negocio en este contexto globalizado que vivimos actualmente.
- El manejo eficiente de la información y el conocimiento, combinado con una buena estrategia de negocios es la clave del éxito.
- Las MIPYMES deben integrar su información y conocimiento a los sistemas de información y a la tecnología para mantenerse en el mercado.
- Las MIPYMES que saben administrar sus recursos efectivamente, generalmente son aquellas que han llevado a la práctica la aplicación de un sistema de información en su negocio.
- Los sistemas informáticos en sí mismos no le dan a la empresa el éxito que esperan sus directivos, se debe de trabajar en manera conjunta con su gente e involucrarlos para ver los resultados.
- Se debe estar renovando e innovando en sistemas y tecnología si se quiere sobrevivir en el mercado. Esto debe ser una estrategia y visión del negocio clara para los directivos y la gente que trabaja en la empresa.
- Para los vendedores y programadores de nuevos sistemas o software el mercado de las MIPYMES es un nuevo nicho de mercado que atacar siempre y cuando se este en constante comunicación sobre cuáles son las necesidades de éstas.
- Los negocios que están en constante retroalimentación con sus clientes suelen ser los que tienen mayores utilidades, es por eso que es muy recomendable obtener un *software CRM* para mantener a tus clientes cerca.

- Los software para la toma de decisiones no están lejos de las MIPYMES y hay opciones para adquirir éstos y los beneficios pueden ser muchos.
- La tecnología de administración electrónica puede utilizarse en las MIPYMES para la capacitación de nuevos empleados, más hay que tener cuidado con no afectar el ambiente laboral.
- No hay que olvidar los beneficios de tener un sitio web bien estructurado con forma y funcionalidad para abrir nuestra empresa al cliente y darnos a conocer. Internet es una herramienta nada más, no hay que olvidar que la estructura interna de nuestra empresa requiere de una operación o arquitectura de sistemas más compleja.

Como conclusión final y rescatando los puntos anteriores, es importante subrayar que la importancia del manejo adecuado de la información en las organizaciones esta totalmente ligado a la estrategia administrativa del negocio y que ambas necesitan una de la otra para mantener una ventaja competitiva en la empresa. Las nuevas tecnologías y sistemas informáticos dentro de las MIPYMES son imprescindibles para asegurar un crecimiento sostenido del negocio; y que a pesar de la situación económica del país o del panorama pesimista que muchos críticos argumentan, en lo personal, creo que se debe pensar en positivo y ser visionario si se es que uno se dice ser un "verdadero emprendedor". Hay que aprender a pensar en global y seguir adelante, economizando y optimizando los recursos que se tienen: humanos, tecnológicos y de información.

Referencias:

- Levine, Locke, Searls, Weinberger. (2000) *The Cluetrain Manifesto: the end of business as usual*. New York. Perseus Publishing.
- Vermond, Kira (April 2004) *The CRM scrum*. CMA MANAGEMENT. 24-27.
- Anderson, R. Hope-Ross, D (March 2004). "SMBs Embrace SRM Solutions via Service Providers" [*Gartner Local Data Base*].
- Chesher, M & Skok W. (1998) Roadmap for Successful Information Technology Transfer for Small Businesses. [*EBCO Local Data Base*]. 16-22.
- Bewayo, E. (1994) Electronic Management: Exploring its impact on small business. *ACM Ethics in Computer Age*. 162-165.
- Brodman .J & Johnson. D. (1994) *What a Small Businesses and Small Organizations say about the CMM*. LOGOS International Inc. 331-340.
- Thong, J., Yap. C. & Raman K. (1993) *Top management support in small business information systems implementation: how important is it?* *ACM Ethics in Computer Age*. 416-425.
- Williams G. (May 2004) The power of small business: It's a small world after all. *Entrepreneur Magazine from EBCO Local data base* 39-43.
- Germain. A (1998) Think and watch your business increase. *VARbusiness [PROQUEST DIRECT on line data base]*
- Carter, Terry (April 2004) Recipe for growth. *ABA journal* vol.90 p85.
- Maselli, J. (March 2002) Diving CRM's future? Check out Microsoft past . *Information Week* , [*PROQUEST DIRECT on line data base*]
- Close, W. (December 2003) SMBs Boost Their CRM maturity with software. [*Gartner Local Data Base*].
- Close W. (November 2003) SMBs Report High User Satisfaction with CRM software. [*Gartner Local Data Base*].
- Disbrow, J. (May 2003) SMBs Software deals require more than a good price. [*Gartner Local Data Base*].
- Brown, R. (February 2004) Midsize Business applications outsourcing user wants and needs. [*Gartner Local Data Base*].
- Browning J. (March 2004) Adoption of Web enablement can improve SMB Business. [*Gartner Local Data Base*].
- "En suspenso, Compras de gobierno a pymes". (Mayo 2004) *El Financiero.. [ISI EMERGING MARKETS]*.
- Ramírez, José Antonio. (Marzo 2004) Software adaptado a tu negocio. URL: <http://www.soyentrepreneur.com/pagina.htm?N=14407&Ad=S> (Recuperado en 19 mayo 2004)
- Data Management (2004) UR.: <http://sbinfocanada.about.com/od/datamanagement/> (Recuperado en 19 mayo 2004)
- Claire, R. (2004) *The easiest filling system*. URL: <http://sbinfocanada.about.com/cs/management/qt/filingssystemrc.htm> (Recuperado en 19 mayo 2004)
- Chongva J. (2004) Mastering Your Filing System. URL: <http://sbinfocanada.about.com/cs/management/qt/filingssystemjc.htm> (Recuperado en 19 mayo 2004)
- Reh, J. (2004) Data Integration, The Key To Profits. URL: <http://management.about.com/library/weekly/aa102102.htm> (Recuperado en 19 mayo 2004)
- (2004) Professional Help for your business. URL: http://smartpages.com/biz_services/content/help_for_biz.jhtml (Recuperado en 19 mayo 2004)
- Flores, R. (Mayo 2004) México, sin avances en la adopción de las tecnologías de información. URL:

<<http://www.t1msn.com.mx/tecnologia/software/art303softmexti/>> (Recuperado en 19 mayo 2004)
Tello, J. (2003) Sistemas de Información URL:
<<http://www.josetelloguzman.i-p.com/ISSisInfo.htm>> (Recuperado en 19 mayo 2004)
Guzmán, A. & Chavez, E. (2003) ¿Son sólo para empresas grandes? URL:
<<http://www.asidegroup.com/SonlosDSSoloparalasgrandesempresas.pdf>> (Recuperado en 19 mayo 2004)
Cubague, H. (2003) Los PSA...nueva alternativa en las PYMES. URL:
<<http://www.gestiopolis.com/lidera/revistas/edic9/psa.htm>> (Recuperado en 19 mayo 2004)
(2004) Informe sobre la situación económica. Primer trimestre 2004 URL:
<<http://www.shcp.gob.mx/index01.htm>> (Recuperado en 19 mayo 2004)

Lic. María de Lourdes Orozco Guerrero

Coordinadora de formación empresarial, ITESM Campus Guadalajara, Jalisco, México.