Reactivación y fortalecimiento a 5 Mipymes de neiva, mediante el desarrollo de soluciones digitales

Reactivation and strengthening of 5 MSMEs in Neiva, through the development of digital solutions

Juan Manuel Villalba Rincón
jmvillalba3@misena.edu.co, Semillero Pensadores Interesados en las Tecnologías Innovadoras y Creativas (PITIC), Centro de la Industria, la Empresa y los Servicios, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Colombia

María José Berrio Aldana
Semillero Pensadores Interesados en las Tecnologías Innovadoras y Creativas (PITIC), Centro de la Industria, la Empresa y los Servicios, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Colombia

Kevin Alejandro Cedeño
Semillero Pensadores Interesados en las Tecnologías Innovadoras y Creativas (PITIC), Centro de la Industria, la Empresa y los Servicios, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Colombia

Camilo Pérez Naranjo
cperez766@misena.edu.co, Semillero Pensadores Interesados en las Tecnologías Innovadoras y Creativas (PITIC), Centro de la Industria, la Empresa y los Servicios, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Colombia

Oscar Iván Ortiz
Semillero Pensadores Interesados en las Tecnologías Innovadoras y Creativas (PITIC), Centro de la Industria, la Empresa y los Servicios, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Colombia

Anyi Katherine Tamayo Saavedra
Semillero Pensadores Interesados en las Tecnologías Innovadoras y Creativas (PITIC), Centro de la Industria, la Empresa y los Servicios, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Colombia

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo desarrollar soluciones digitales para 5 MiPymes de la ciudad de Neiva, y con ello realizar un aporte a las estrategias de reactivación y fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes). Las MiPymes representan el 90% del sector productivo del país (DPN, 2019) y son el nicho empresarial más golpeado por la crisis sanitaria Covid19, la cual ha cambiado las dinámicas de consumo, obligándolas a subirse a la ola de la transformación digital para poder competir en un mercado que cambia constantemente y que cuenta con una población cada vez es más digital.

En ese contexto, las pymes están requiriendo el apoyo de todas las entidades gubernamentales y privadas, para expandir su presencial virtual y mejorar sus ventas, por lo cual el presente proyecto busca que desde la metodología formación por proyectos, la Tecnoacademia Neiva apoyé en la reactivación económica y en el fortalecimiento de la transformación digital de las pymes de la región, a través de soluciones digitales, incluyendo páginas web, apps móviles, estrategias de marketing, entre otras.

En este orden de ideas, la presente prepuesta de investigación plasma soluciones inmediatas a través del desarrollo de prototipos digitales mediante el uso de una metodología de investigación aplicada. En el documento se describe detalladamente el impacto positivo que obtuvieron las pymes con la implementación de estrategias de marketing y de plataformas digitales para la comercialización de productos y servicios.

En conclusión, las nuevas tecnologías de la información y comunicación juegan un papel fundamental en la expansión productiva de una empresa o negocio.

Palabras clave: *Transformación Digital, MiPymes, Marketing Digital, Activación Económica, Soluciones Digitales*

Abstract

The objective of this research is to develop digital solutions for 5 Micro, Small & Medium Enterprises - MSME in the city of Neiva, and thereby make a contribution to the strategies for the reactivation and strengthening of Micro, Small and Medium-sized Enterprises (MSME). MSME represent 90% of the country's productive sector (DPN, 2019) and are the business niche hardest hit by the Covid19 health crisis, which has changed consumption dynamics, forcing them to ride the wave of digital transformation to be able to compete in a market that is constantly changing and has an increasingly digital population.

In this context, SMEs are requiring the support of all government and private entities, to expand their virtual presence and improve their sales, for which the present project seeks that from the project-based training methodology, the Neiva Tecnoacademia supported the reactivation economy and in strengthening the digital transformation of SMEs in the region, through digital solutions, including web pages, mobile apps, marketing strategies, among others.

In this order of ideas, the present research proposal captures immediate solutions through the development of digital prototypes using an applied research methodology. The document describes in detail the positive impact that SMEs obtained with the implementation of marketing strategies and digital platforms for the commercialization of products and services.

In conclusion, the new information and communication technologies play a fundamental role in the productive expansion of a company or business.

Keywords: *Digital Transformation, MSMEs, Digital Marketing, Economic Activation, Digital Solutions*

Introducción

Hoy en día nos encontramos en un escenario de grandes cambios, la tecnología cada vez más está generando una disrupción en los contextos sociales y económicos, al punto que ha acelerado la digitalización de la población, quienes ahora realizan con mayor frecuencia compras online, trámites, consultas de internet, redes sociales para mantenerse informados; lo que ha hecho que las organizaciones, en especial las pequeñas y medianas empresas (pymes) hayan dejado ver la digitalización de su negocio como un "extra" y lo vean como un requisito para poder sobrevivir en el mercado. Y es que esta revolución digital se ha acelerado gracias a la crisis generada por el Covid-19, la cual obligó a los gobiernos a nivel mundial decretar confinamientos, trasladando todas las actividades a la virtualización, acciones que han traído bastantes efectos negativos en todos los sectores económicos y países como Colombia, han tenido que buscar políticas y estrategias que respondan al reto de activar la economía y aportar al desarrollo del tejido empresarial; especialmente en al fortalecimiento de las pymes, quienes son la principal fuente de empleo (DPN, 2019).

Por ejemplo, en el departamento del Huila, según un reporte de Cámara de Comercio (2019), en el 2019 hubo un aumento del 10,2% en las cancelaciones de las unidades productivas con respecto a la vigencia del 2018, cifra dada antes de la pandemia, pero además según el DANE (2020) Neiva la capital del Huila, se ha situado como una de las ciudades con mayor tasa de desempleo, atribuyendo este hecho al impacto negativo que han tenido las pequeñas y medianas empresas producto de la pandemia.

De acuerdo con lo anterior, podemos deducir que hay una gran necesidad en la ciudad de Neiva e inclusive en el departamento del Huila, de brindar apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas para que puedan reactivarse económicamente y logren subirse a la ola de la transformación digital, empezando por implementar soluciones digitales de comercio electrónico, la cual, según los expertos, es una tendencia que ha llegado para quedarse.

Pero, aunque actualmente existen diferentes estrategias de estado para mitigar la crisis y brindar alivios financieros al sector empresarial, y que desde el SENA a través de la estrategia de "Extensionismo Tecnológico" se está apoyando en el acompañamiento técnico de algunas empresas; la necesidad de apoyar la reactivación de la región es tan apremiante que se hace necesario anudar más esfuerzos, con el fin de llegar a más empresarios.

Por lo que resulta pertinente que jóvenes de diferentes Instituciones Educativas del Huila, a través del aprendizaje por proyectos desarrollado en Tecnoacademia Neiva, puedan aplicar sus conocimientos en el desarrollo de estas soluciones digitales, que incluyen desarrollo de páginas web, apps, marketing digital y gestión de clientes, herramientas mínimas que permiten que un negocio se posicione digitalmente, atrayendo a clientes que deberá mantener aun después de la pandemia.

Por lo anterior, este proyecto busca que desde la Tecnoacademia Neiva a través de la metodología formación por proyectos, apoye a la reactivación económica y al fortalecimiento de la transformación digital de las pymes de la región.

Metodología

Este proyecto, se estructura bajo la investigación científica mediante la metodología de investigación aplicada, ya que se centra en la solución de problemas en nuestro contexto, con el propósito de implementar soluciones para satisfacer necesidades concretas, proporcionando una solución a la creación del prototipo.

1. Etapa Inicial:

- Identificación de las necesidades de las pymes de Neiva
- Selección de las pymes a atender, de acuerdo con las necesidades y al talento humano disponible en el proceso de formación por proyectos.
- Diseño de las soluciones digitales de acuerdo al requerimiento del cliente.

2. Etapa de Desarrollo:

- Desarrollo de las soluciones Digitales.

3. Etapa de Implementación:

- Validación de las soluciones digitales para identificar mejoras.
- Analizar el impacto de la solución digital frente a los objetivos.

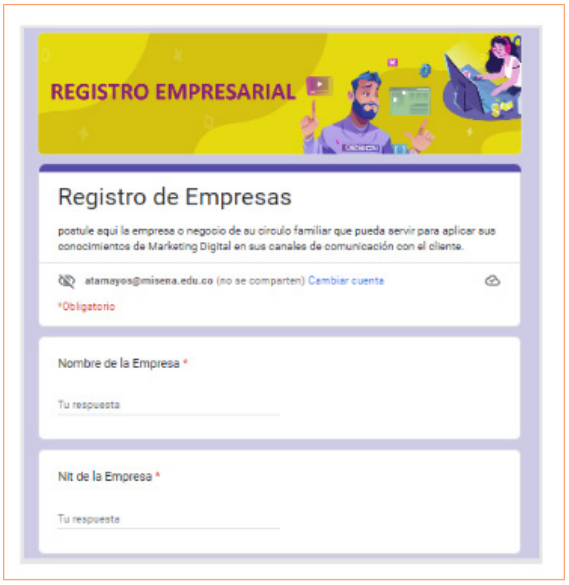
Población de estudio

Las Pymes del país constituyen uno de los gremios económicos más importantes del sector, pues en todas las regiones, departamentos y municipios encontramos medianos y pequeños establecimientos de comercio que no cuentan con estrategias tecnológicas adecuada, que les permita optimizar su productividad, es allí entonces donde esté proyectos pretende impulsar nuevas tendencias, mecanismos de solución que permitan el aumento de sus ventas y la interacción con un amplio portafolio de comercialización a través vía online.
Por lo anterior la población seleccionada está determinada por el universo de nuestro proyecto de investigación, la cuales son cinco pymes de la ciudad de Neiva que tienen necesidades en el posicionamiento de su negocio a través de la aplicación de soluciones digitales.

Resultados y Discusión

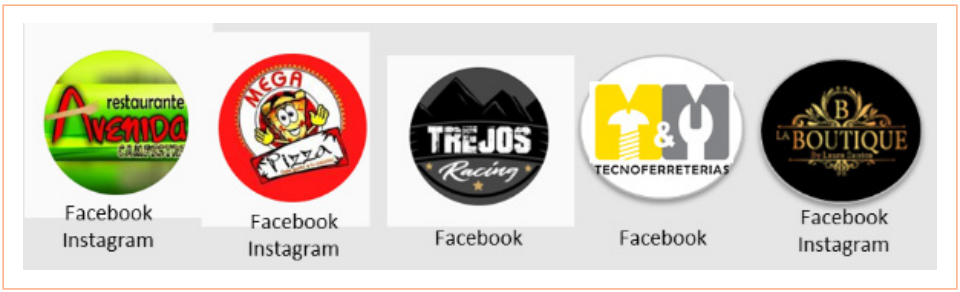
Teniendo en cuenta los resultados de la fase documental y el análisis de las necesidades del cliente, se encontró que las TIC (Tecnologías de la información y las comunicaciones) se han convertido en las principales habilitadoras de la transformación digital en las empresas y están contribuyendo a la innovación de los modelos de negocio (Cray, 2015), razón por lo que el presente proyecto dio como resultado la intervención de 5 empresas a quienes se les apoyó con el desarrollo de dos plataformas digitales y 3 planes de marketing digital, lo cual permitió conocer los productos y de esta manera impulsar, ayudar y fortalecer la actividad económica en el municipio de Neiva.
El proceso de selección de las empresas se realizó mediante el diseñó un formulario en Google forms tal como se muestra en la figura 1, el cual contiene 9 preguntas, las primeras 5 destinadas a captar información general de la Pymes y los 4 restantes con información necesaria para conocer el estado actual de la empresa frente a la crisis sanitaria del Covid -19 y a su presencia digital. El formulario fue compartido con algunos emprendimientos familiares de los aprendices de la Tecnoacademia Neiva con el fin de que los aprendices impactaran directamente a emprendimientos conocidos.

Figura 1. Formulario de postulación de MiPymes



Para el proceso de selección se tuvo en cuenta dos criterios, el primero que las empresas estuvieran legalmente constituidas en cámara y comercio, y segundo, que existiera disposición en facilitar el acceso de la información para su intervención digital. Basado en esto se seleccionaron 5 empresas de las 10 postuladas, las cuales son de sectores de la construcción, moda, alimentos y servicios automotriz, a continuación, se relacionan las empresas seleccionadas:

Figura 2. Logos de las empresas MiPymes seleccionadas para el presente proyecto

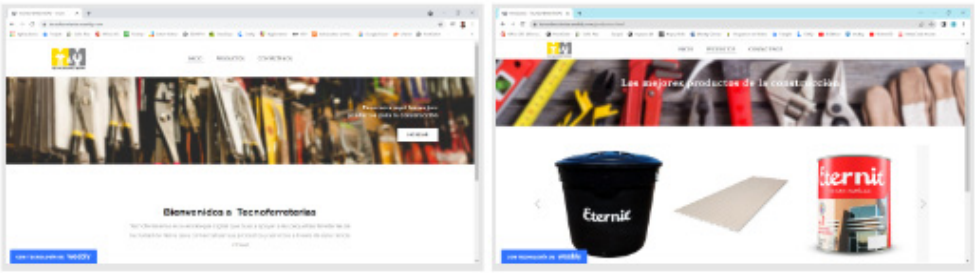


Como se puede observar en la figura 2, una vez seleccionadas se realizó una revisión de la presencia digital de cada una, encontrando en común, que ninguna de las empresas cuenta con una página web, solo hacen uso de algunas redes sociales, las cuales no reflejaban un correcto plan de contenidos y muchos de los casos sus redes sociales se encontraron desactualizadas.
Por lo anterior se estableció la intervención de cada una de las empresas, de acuerdo con las necesidades identificadas por fuentes secundarias y primarias (contacto directo) y como resultado se obtuvo los siguientes tres productos:

- **Plataforma Digital para la comercialización de productos y servicios sector de la construcción del municipio de Neiva.** Teniendo en cuenta que la empresa

Tecnoferreterias hace parte del sector de la construcción se realizó una plataforma digital con una interfaz amigable y accesible para el usuario, la cual puede ser integrada no solo por una empresa, sino que también permite un fácil acceso a los servicios y productos de una comunidad de ferreterías de la ciudad que se quieran vincular, con el fin de centralizar la información y permitir que los clientes puedan hacer consultas en un solo sitio. El diseño y la programación de sus funciones está desarrollada con un gestor de contenidos que permite la administración y publicación de contenidos a través de un editor 100% visual e intuitivo. Cabe resaltar que el prototipo cuenta con un formulario para vinculación de nuevas ferreterías que quieran ofrecer sus servicios y productos a través de la plataforma. Además, cuenta con el servicio de carrito de compras que facilita a los consumidores la compra de algún producto o servicio. Para versiones futuras se tiene proyectado una versión de plataforma o aplicación móviles con la cual esperamos que los clientes puedan solicitar servicios y productos a través de su dispositivo móvil.

Figura 3. Plataformas Tecnoferreterias



- **Plan de marketing para el posicionamiento digital de tres MiPymes del Municipio de Neiva.** De acuerdo con los objetivos planteados, se logró diseñar tres planes de marketing para las empresas MEGAPIZZA, TREJOS RACING Y RESTAURANTE AVENIDA CAMPESTRE, a las cuales se les analizó el estado inicial de su modelo de negocio, el entorno comercial y digital, para la identificación de las necesidades reales. El plan de marketing diseñado estuvo basado en la metodología SOSTAC y el enfoque estuvo direccionado a social media, especialmente al uso de plataformas más efectivas como lo son Instagram, Facebook y WhatsApp. En todo el proceso se logró mejorar la identidad corporativa o identidad visual de marca, se realizó un plan de contenidos de acuerdo con las tendencias de cada una de las redes sociales, se estableció indicadores de medición de la estrategia y se realizó transferencia a cada uno de los empresarios, con el fin de garantizar continuidad de la estrategia y que las empresas continúen generando productos y contenido de valor que les permita generar posicionamiento digital. A continuación, se puede detallar un ejemplo de los planes de social media realizados, los cuales contienen un planificador de proyecto con objetivos y métricas, los cuales se realizaron de manera general y especifica para cada empresa.

Figura 4. Ejemplo de Planes de Marketing Digital desarrollados

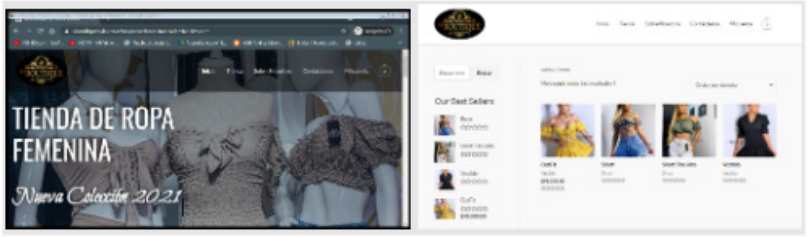
Y finalmente en la figura 5 se puede observar cómo la empresa Restaurante Avenida Rivera logró con el plan de social media en tan solo unas semanas, lograr alcanzar 106 cuentas y tener unas impresiones de usuarios de 679, con un crecimiento semanal de 13 seguidores y un aumento de actividad los fines de semana (viernes, sábados y domingo). El crecimiento de cuentas alcanzadas e interacción con usuarios aumento considerablemente y el empresario públicamente agradeció el apoyo de la Tecnoacademia por el apoyo en el posicionamiento de su empresa a través del uso de las redes sociales y por la conciencia generada de la importancia de publicar siempre basado en una estrategia orientada al cliente y no al producto.

Figura 5. Análisis de crecimiento estadísticas Instagram Restaurante Avenida Rivera

- **Plataforma web para la gestión comercial de la industria manufacturera del municipio de Neiva**. La tienda virtual es una herramienta basada en el sistema de gestión de contenidos Wordpress utilizado para construir, modificar y mantener sitios web, implementando funciones cruciales para la tienda online, como carrito de compras, página de pago, reembolsos con un solo clic, herramientas de marketing, un sistema de gestión de pedidos y otros complementos, esta plataforma es de fácil acceso de gran

oportunidad para que las MiPymes generan gran impacto y de esta forma promocionar productos. La usabilidad es de fácil acceso y diseño responsivo que permite la navegación fácil e intuitiva, cuenta con un dominio como parte esencial para el funcionamiento, A futuro se debe seguir alimentando la página, generando expectativa en los clientes para ser una gran vitrina digital expandiéndose, llegando al alcance de otras ciudades.

Figura 6. Plataforma Boutique By Laura Santos



Conclusiones

- Podemos concluir, que las nuevas tecnologías de la información y comunicación juegan un papel fundamental en la expansión productiva de una empresa o negocio. Además, se probó que las tecnologías digitales llenan la expectativa de los usuarios en cuanto en la solicitud de nuevos servicios y la adquisición de productos para el sector de la construcción.
- Los resultados obtenidos fueron favorables porque a través del prototipo de la tienda virtual se consolidó la información y se dio a conocer los productos de forma digital al alcance de los clientes, de manera significativa haciendo que a futuro se proyecte la empresa y se posesione a nivel local y nacional.
- El proyecto representó un aporte significativo para la reactivación económica de las MiPymes de la ciudad de Neiva y del Huila, solo con la implementación parcial de los diferentes productos, las empresas impactadas se han sentido visualmente más atractivas para sus clientes y tienen mayor visibilidad digital, que se espera que se transformen en nuevos clientes y ventas.

Referencias

Cámara de Comercio de Neiva. (2019). Dinámica Empresarial. Obtenido de Informes económicos: https://ccneiva.org/informes-economicos/#dinamica-empresarial

CINTEL. (2018). Nivel de madurez de transformación digital en las Empresas de Colombia. Obtenido de https://cintel.co/wp-content/uploads/2018/12/CINTEL-Informe_ITD_Vfinal.pdf

Confecámaras. (diciembre de 2019). Análisis Económico. Obtenido de Nuevos hallazgos de la supervivencia y crecimiento de las empresas en Colombia: http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2018/Cuadernos_An%C3%A1lisis_Econ%C3%B3mico/Cuaderno_demografia_empresarial/Cartilla17.pdf

DNP. (2019). Resumen del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022. Obtenido de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/PND-Resumen-2018-2022.pdf

DANE. (2020). Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/pres_web_empleo_rueda_prensa_abr_20.pdf

Muñoz Moreira, M. J., Vaca ortega, M. C., Mina Palacios, E. B., & Torres Panezo, M. S. (2020). Claves para la transformación digital de las pymes. Visionario Digital, 4(1), 67-80. doi: https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v4i1.1101

Cray, P. (01 de 09 de 2015). The Digital Transformation of Business. (H. Business, Ed.) Harvard Business Review.

Porter, M. (1996). What is Strategy? Cambridge, MA, Estados Unidos: Harvard business review.

We are social & Hootsuite. (2020). Digital 2020 Global Overview Report. NewYork. Obtenido de https://wearesocial.com/digital-2020

Sirera Martínez, A. (2015). Estudio sobre el uso de Big Data en Pymes. Tesis de pregrado Ingeniería Informática, Universidad Oberta de Catalunya, España. Obtenido de http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/42663/7/asireramTFG0615Memoria.pdf