COVID-19



IMPLEMENTACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS ONLINE EN LAS PYMES DE MÉXICO: TELETRABAJO Y COMERCIO ELECTRÓNICO DURANTE EL COVID-19.

IMPLEMENTACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS ONLINE EN LAS PYMES DE MÉXICO: TELETRABAJO Y COMERCIO ELECTRÓNICO DURANTE EL COVID-19.

IMPLEMENTATION OF ONLINE TECHNOLOGIES IN MEXICO: TELEWORKING AND E-COMMERCE DURING COVID-19

Edwin C. Ortega

Maestro en Dirección de Organizaciones, Docente del CBTis No. 179 de Tulancingo de Bravo Hidalgo. México, correo electrónico: edwinchofo.ortega.cb179@dgeti.sems.gob.mx / https://orcid.org/0000-0002-3124-8581.

Liliana de J. Gordillo

Doctora en Dirección y Marketing, Docente Investigadora de la Universidad Politécnica de Tulancingo, Hidalgo, México, correo electrónico: liliana.gordillo@upt.edu.mx/ Orcid: https://orcid.org/0000-0001-9982-7283.

Objetivo

Examinar la implementación de las tecnologías online en las PyMes de México durante el confinamiento provocado por el virus COVID-19.

Descripción del contexto

Las PyMes son el efecto de una fusión de los factores de producción (tierra, trabajo y capital), constituyen unidades sociales y económicas que se fundan con el objetivo de producir bienes, servicios o ambos, generan en conjunto el 42% del Producto Interno Bruto del País y el 78% del empleo, encontrándose activas dentro del territorio nacional más de 4.5 millones de unidades económicas, de este gran total, 2.7% corresponden a PyMes (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020).

Bajo este contexto las PyMes se han visto afectadas con mayor profundidad desde el 27 de febrero de 2020 cuando se detectó el primer caso de COVID-19 en México y a un aumento paulatino de los contagios a nivel nacional (Secretaría de Salud [SSA], 2020). Lo que obligó al Gobierno Federal a emitir en el primer trimestre de 2020, un aislamiento de carácter voluntario, el cierre de unidades económicas de naturaleza no esencial (centros nocturnos, ferias, billares, casa de juegos, gimnasios, empresas dedicadas a eventos masivos, balnearios, centros recreativos, etc.) y el establecimiento de un semáforo epidemiológico para normar su apertura (Secretaría de Economía [SE], 2020).

Revisión de la literatura

Las PyMes mexicanas ante el COVID-19

Los consumidores demandan productos y servicios que satisfagan sus necesidades, actualmente influidas por el teletrabajo, el aislamiento y el distanciamiento social, lo que cambia radicalmente las tendencias preestablecidas de consumo, afectando directamente la demanda de las PyMes en México (Navarro, 2021).

Así mismo, seis de cada diez PyMes ofertaron servicios y productos en alguna plataforma electrónica, de ese total dos orilladas por la cuarentena, en términos porcentuales representa un aumento del 94% si se compara con 2019, cuando únicamente 20% de las pequeñas y medianas organizaciones ofertaba en e-commerce, motivado por una intensificación en adquisición de productos y servicios en intervalos de tiempo semanales, aumentando 42% para los primeros y 50% para los segundos (Claude, 2021). Con cientos de miles de organizaciones cerradas y una tendencia al alza de venta en redes sociales, las PyMEs mexicanas buscaron nuevas opciones de posicionamiento, las empresas han tenido la necesidad de crear contenido en redes sociales (Jais, 2021).

Teletrabajo en PyMes mexicanas ente la emergencia sanitaria

De acuerdo con lo publicado el 30 de marzo de 2020 por el que se establecen las acciones para atender la emergencia sanitaria en México generada por el virus SARS-CoV2, deja en claro el cierre de pequeñas y medianas empresas que pertenecen a sectores económicos no indispensables. Es así como la revolución tecnológica gestada con mayor profundidad en la última década, generó una necesidad en las pequeñas y medianas empresas de adaptar para sí mismas las nuevas tecnologías de información (Ismael y Solís, 2020).

Lo descrito con anterioridad reconfiguró la forma de trabajo de empleadores y empleados, tomando notoriedad el teletrabajo, esta forma de empleo resurgió como una opción indispensable para la continuidad de funciones y de fuentes de empleo de organizaciones no esenciales, desempeñando un papel primordial en esta emergencia sanitaria, no obstante, únicamente solo dos de cada diez empresas podrían hacer frente a esta contingencia debido a un rezago tecnológico y una nula inversión en formación tecnológica y equipos de trabajo (Pérez, 2020).

Los retos de la digitalización

Las tecnologías digitales son un instrumento capaz de identificar tendencias y de flexibilizar los procesos operativos al contexto externo actual. Esto implica un reto inmenso en dos vertientes, el primero por parte de las PyMes y el segundo que recae en el ámbito de las políticas públicas, en lo que refiere al área de influencia de la organización, el fin es digitalizar procesos internos y generar presencia en línea, lo que requiere recursos financieros, tecnológicos y humanos especializados, limitados generalmente en las pequeñas y medianas empresas, requiriendo de una planeación financiera para la inversión en este rublo (Navarro, 2021).

Metodología

El enfoque de estudio es cualitativo con un diseño de investigación documental que utiliza la hermenéutica centrándose en la interpretación de la experiencia humana, no siguiendo reglas específicas, (Hernández et al. 2014).

Hallazgos

El formato utilizado para dicha sistematización se presenta en la tabla 1.

Tabla1

Sistematización de experiencias

Sistematización de experiencias				
País/México. Autores:	**Nuevas tecnologías de la información. Teletrabajo.**	**Nuevas tecnologías de la información. Comercio electrónico.**	**Acciones y estrategias.**	**Dificultades**
(Claude, 2021).	N/A	Aumento del 42% y 50% en la adquisición de productos y servicios respectivamente en plataformas de E-commerce, aumento del 10% en canales de venta digitales.	Cambios en infraestructura y logística en páginas web de pequeñas y medianas empresas, se hace uso de plataformas preestablecidas como MercadoLibre y Amazon.	Falta de capacitación y prontitud de la estrategia a causa de un cierre inesperado por el virus COVID-19.
(Jais, 2021).	Necesidad de personal dedicado a crear presencia en línea que llega hacer uso del home office.	Toma relevancia la creación de contenido multimedia en redes sociales y comunidades en línea.	Posicionamiento estratégico en redes sociales y creación de comunidades online.	Dificultad en crear contenido que aporte valor agregado a la vida del cliente final.
(Ismael y Solís, 2020).	Almacenamiento de documentación en la nube, videoconferencias y ambientes de aprendizaje personalizados.	N/A	Flexibilizar la estructura operativa de la organización.	Nula supervisión directa, dificultad de trabajo en equipo y bajo nivel de compromiso laboral.
(Pérez, 2020).	Las reguladas en el artículo 311 de la Ley Federal de Trabajo.	N/A	Inversión en tecnología y capacitación tecnológica dirigida a clientes internos.	Discrepancia en las estructuras organizacionales de las PyMes en México, rezago tecnológico, nula inversión en formación tecnológica y equipos de trabajo.

(Morales, 2020).	Teletrabajo a partir del confinamiento Tareas administrativas desde casa	Uso de redes sociales, herramientas de teleconferencias, gestión de ventas y creación de leads, programas administrativos contables en línea y educación continua.	Mercadeo en línea Manejo de la nube Cobro online	Cierre de empresas. Reducción de consumidores, Disminución de ventas y de ingresos Pérdidas de recursos humanos por despidos

Fuente: *Elaboración propia a partir de Hernández et al. 2014.*

Conclusiones

El confinamiento que actualmente se vive a causa del COVID-19 ha impulsado la implementación de nuevas medidas para adoptar tecnología, gestadas hace ya algunos años, estructurando un contexto dependiente de la tecnología, del cual forman parte las PYME's de México. Partiendo del análisis que se realiza de los diferentes autores mencionados con antelación, la digitalización en la cual se han adentrado dos de cada diez PYME's durante este periodo de confinamiento, ha iniciado de forma desigual, pues actualmente la comunicación es unidireccional con una presencia en línea en fase de construcción. Sin embargo, el COVID-19 ha cerrado a un millón de organizaciones y permanecerá presente al menos a corto plazo, por lo que, solo dos de cada diez empresas podrán hacerle frente con estas herramientas, debido a un rezago tecnológico, nula inversión en formación tecnológica y equipos de trabajo, es decir su estructura organizacional no cuenta en la mayoría de casos con la flexibilidad necesaria para implementar el trabajo remoto que ha desempeñado un papel primordial en esta emergencia sanitaria y ha permitido a las PYME's de sectores no esenciales seguir desempeñando sus funciones y conservar las fuentes de empleo necesarias para su operación.

Finalmente, la figura reguladora del Estado debe estar presente, pues mientras el uso y popularidad de las plataformas electrónicas crece exponencialmente, aumenta en ese mismo sentido su proporción e influencia en la oferta y mercado, por lo que se debe asegurar piso parejo para todas las organizaciones, sin dejar de lado los derechos del cliente interno, externo y final.

Fuentes bibliográficas

Claude, P. (2021, febrero). *Informe de gestión* – 2021. AMVO - Asociación Mexicana de Venta Online. https://www.amvo.org.mx/estudios/informe-de-gestion-2021/

Hernández S. R., Collado, C. F., Lucio, P. B., Valencia, S. M., y Torres, C. P. M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education.

Instituto Naconal de Estadística y Geografía. (2020, 2 diciembre). *Encuesta sobre el Impacto Económico Generado por COVID-19 en las Empresas (ECOVID-IE) 2020.* INEGI. https://www.inegi.org.mx/programas/ecovidie/2020/

Ismael, J., y Solís, C. (2020). El teletrabajo, la utilidad digital por la pandemia del COVID-19. *Revista Latinoamericana de Derecho Social,* 125–155. https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/derecho-social/article/view/15312/16387

Jais, M. (2020, marzo). *Estatus del marketing de influencers 2020.* LaunchMetrics. https://www.launchmetrics.com/es/landing/estatus-marketing-influencers-2020

Morales, M (2020). *Pymes en Latinoamericana y el efecto del coronavirus: Retos y soluciones.* Tendencias en la Investigación Universitaria Vol. XI. Fondo Editorial Servando Garcés. www.doi.org/10.47212/tendencias2020vol.xi.1

Pérez, Emmanuel. (2020). La industria 4.0 y las nuevas formas de trabajar: una perspectiva desde el caso mexicano en tiempos del COVID 19. Lan Harremanak - *Revista de Relaciones Laborales.* 10.1387/lan-harremanak.21737.

Secretaría de Economía. (2020, 13 mayo). *La secretaria de Economía, Graciela Márquez, presenta el plan de reapertura de las actividades sociales, educativas y económicas.* Gobierno de México. https://www.gob.mx/se/articulos/la-secretaria-de-economia-graciela-marquez-presenta-el-plan-de-reapertura-de-las-actividades-sociales-educativas-y-economicas

Secretaría de Salud (SSA). *Aviso Epidemiológico - Casos de infección respiratoria asociados a Coronavirus (COVID-19).* https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/549946/Comunicado_Tecnico_Diario_COVID-19_2020.04.30.pdf