

3. METODOLOGÍA

En este capítulo se presenta la metodología para la caracterización de la situación actual de todas las tecnologías de información que las organizaciones o negocios emplean en sus operaciones diarias.

Básicamente la estructura consiste de 4 fases, iniciando con la fase 1 para conocer la situación de las empresas de la región y fue descrita con suficiente profundidad en la tesis de Poom (2011), de sus resultados, se propone un análisis y con ello se establece la fase 2 relacionada con una propuesta de seguimiento de redes sociales en las empresas. En la fase 3 se realiza la identificación de los criterios y parámetros para determinar el uso de las redes sociales en las empresas para pasar a la fase 4 relacionada con el proceso de elaboración de la base de datos y un análisis de los resultados (figura 3.1).

Una vez que se han desarrollado las 4 fases de la metodología, se está en posibilidad de establecer un conjunto de propuestas de estrategias para aprovechar las redes sociales.

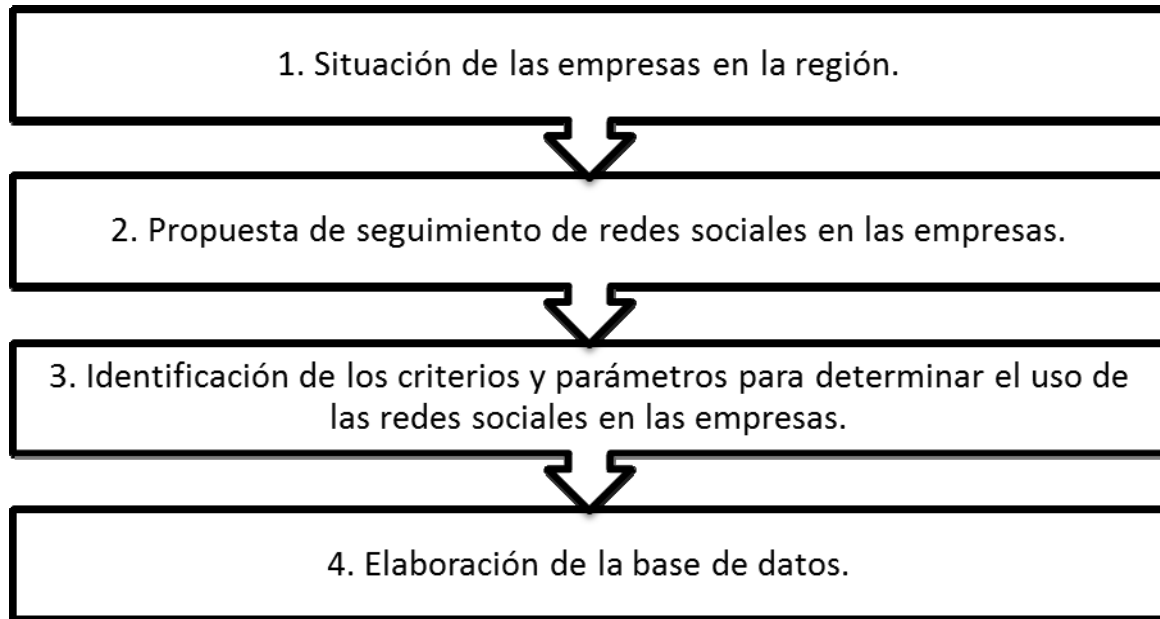


Figura 3.1 – Fases de la Metodología.

A continuación, se presenta una descripción de cada una de las fases de la metodología, así como parte de la estructura que se llevó a cabo en cada fase, antes de la implementación.

Fase 1: Análisis de la situación de las empresas en la región.

La economía sonorenses nuevamente se encuentra en crecimiento. Se recupera después de ser golpeada por la peor recesión mundial de la historia reciente, cuando según las estimaciones de la Secretaría de Hacienda del Estado, durante el 2009 el PIB estatal disminuyó 4.8 por ciento.

Durante el 2010 el repunte de la actividad económica en el Estado ha mostrado un avance positivo, que se ha manifestado en el comportamiento de las diversas variables económicas de coyuntura, que junto con la reactivación y mayor dinamismo de la economía estadounidense, en particular de su sector manufacturero, ha conllevado a un aumento de la actividad económica del Estado. Aunado a esto, el mejor desempeño de cifras recientes de otros indicadores económicos, tales como la producción de automóviles; las ventas de las cadenas comerciales afiliadas a la

ANTAD⁶; las ventas de energía eléctrica; la producción minera y el incremento de los trabajadores asegurados en el Instituto Mexicano del Seguro Social, permitió a la Secretaría de Hacienda del Estado modificar su estimación inicial del PIB⁷ con un nuevo pronóstico. Éste refleja una revisión al alza de 1.9 puntos porcentuales respecto a la anterior, proyectándose para el año de 2010 una tasa de crecimiento anual aproximada de 5.4 por ciento, así como un valor del producto cercano a los 210,858 millones de pesos a precios constantes⁸ de 2003 y de 313,410 millones de pesos corrientes⁹. Sin embargo no hay que descartar los riesgos que persisten, donde el principal de ellos que enfrenta la economía sonorenses es que la recuperación en Estados Unidos reduzca su ritmo, lo cual afectaría principalmente las actividades de exportación en Sonora (Gobierno del Estado de Sonora, 2010).

Para comenzar con el estudio, se tomó como base, el total de las empresas sonorenses que han sido registradas en el padrón del Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM, 2010); el cual, es el instrumento oficial, responsabilidad de la Secretaría de Economía del gobierno Mexicano, para la enumeración de las empresas de todo el país. SIEM, presenta información catalogada por localidad, tamaño, sector y actividad, lo que permitió la selección de las empresas sonorenses dentro del directorio nacional.

El compendio de las empresas sonorenses agrupo a un total de 5,805 empresas dentro del estado (de todos los estratos y sectores económicos), número que fue reducido a 1,384 empresas candidatas para la realización del estudio, las cuales fueron aquellas que tenían una dirección de contacto electrónico (personalizado) registrado en la base de datos del directorio de empresas. Este filtrado, rescata a las empresas a las que les era aplicable el instrumento de medición.

⁶ ANTAD, Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales.

⁷ PIB, el producto interno bruto es una medida macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de un país durante un período determinado de tiempo.

⁸ La expresión precios corrientes, en economía, define los precios de los bienes y servicios según su valor nominal y en el momento en que son considerados.

⁹ Precios constantes son aquellos que, pertenecientes a periodos distintos, son corregidos el uno con respecto al otro mediante un factor, normalmente la inflación.

Un total de 132 accedieron a iniciar el llenado de la encuesta, 51 respondieron de manera parcial los cuestionarios y 80 completaron el cuestionario, de las cuales: 27 pertenecen al sector servicios, 18 al sector industrial y un total de 35 empresas al sector comercio (Poom, 2011).

Fase 2: Propuesta de seguimiento de redes sociales en las empresas.

Al finalizar el análisis en la primera fase, se encontró que las empresas a las que se les aplico el cuestionario tienden a estar fuera del contexto de las tecnologías de la información, principalmente en el Internet.

Con los resultados que se obtuvieron, se paso a postular un grupo de propuestas para resolver los conflictos de no tener una presencia sólida en la red. En esta fase, se hizo un análisis y se determinó la necesidad de realizar un seguimiento de todas las empresas en cada una de las redes sociales que se especificaron anteriormente en la figura 2.13.

Fase 3: Identificación de los criterios y parámetros para determinar el uso de las redes sociales en las empresas.

Para esta fase, fue necesario realizar un sondeo/consulta de las redes sociales, en la cuales, cada una de las 80 empresas se encontraba registrada. Esto fue posible gracias a que la SIEM, dispone de la base de datos que contiene los contactos de correos electrónicos de al menos una persona de cada empresa. Posteriormente, se diseño y estructuro una base de datos que en los siguientes apartados se mostrará.

Es pertinente aclarar que estas redes sociales, son las principales redes sociales que se usan en México, basándose y reorganizando los datos obtenidos y dados a conocer por Valadez (2009), mismos que se pueden ver en la sección 2.9.1 y reubicando esos datos dependiendo de los números de suscriptores en las redes sociales.

Fase 4: Elaboración de la base de datos.

Con los parámetros y criterios establecidos, se paso a hacer un filtrado de la información que se obtuvo de la investigación de cada una de las empresas y su presencia en cada una de las redes sociales.

La base de datos con la información recaudada puede ser consultada en el ANEXO.