

USO DE INTERNET EN EMPRESAS

Ruth Noemí Martínez
Javier Isaac López Maidana
Denisse Susana Parra Villalba
Estudiantes de Cuarto Curso de Contaduría Pública

Maryan Paiva de Páez
Licenciada en Administración de Empresas y Marketing, Máster en Administración de Negocios
maryanpaivapaez@gmail.com

Recibido: 18/11/2015 - Aprobado: 10/06/2016

RESUMEN

Internet constituye una vía de comunicación y una fuente de recursos de información a escala mundial (Ibar, 2015). La era de la informática y las comunicaciones está tomando un gran protagonismo y al transcurrir de los años evolucionarán junto con la manera de ver el mundo. En el Paraguay, específicamente en la ciudad de Encarnación, el acceso a Internet para algunas empresas es muy limitado en comparación a otros países de Latinoamérica, situación que estanca el desarrollo pleno y la automatización de las mismas. El objetivo general del trabajo fue analizar el nivel de utilización de Internet en las empresas del casco urbano de la ciudad de Encarnación. Se trata de una investigación del tipo exploratoria-descriptiva. El enfoque es cuantitativo y se aplicó la técnica de la encuesta, con un cuestionario con preguntas cerradas o dicotómicas a responsables de empresas ubicadas en el casco céntrico de la ciudad de Encarnación, que brindan distintos tipos de servicios. Existe un importante número de empresas que cuentan con el servicio de internet y este facilita en gran medida las actividades laborales. La mayoría de las empresas utilizan este servicio para brindar una mejor atención a sus clientes, reduciendo tiempos en las operaciones y también para la comunicación entre sucursales. El precio es una condicionante al acceso al servicio para los pequeños comercios.

Palabras claves: Internet – empresa.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día la tecnología avanza a pasos desmesurados y con ella muchos otros factores, como las comunicaciones, los procesos tecnológicos y las formas de pensar del hombre. Muchas empresas aprovechan este avance a través de la utilización de Internet como un arma, que las ayuda a desarrollar nuevas y más sistematizadas actividades que las ponen un paso más adelante en el mercado, facilitando así varias tareas.

Internet constituye una vía de comunicación y una fuente de recursos de información a escala mundial (Ibar, 2015). La era de la informática y las comunicaciones está tomando un gran protagonismo y al transcurrir de los años evolucionarán junto con la manera de ver el mundo.

Tener una página web ofrece a cualquier empresa la posibilidad de que proporcione información a sus clientes y ofrezca servicios adicionales a los clientes como instrucciones sobre el uso de los productos, documentación legal, seguimientos de pedidos, el cobro de una línea de determinados servicios o productos; acceder a otras páginas de Internet tanto de clientes como de la competencia que sirve para darse cuenta de lo que están haciendo para mejorar y ellos poder aplicar medidas para ganar mercado.

Sirve de publicidad ya que es como un anuncio que todos los días y a todas horas estará presente, promueve la comunicación con los clientes y sus proveedores, ofrece la posibilidad de encontrar información sobre nuevos proveedores, genera una buena imagen para los clientes y con esto permite aumentar el número de clientes y el volumen de ventas de la empresa. Permite ahorro de costes y tiempo ya que disminuye el tiempo de envío y recepción de mensajes debido a su carácter inmediato. Ello además produce una disminución de los costes de transacción.

Puede ayudar a la empresa a lograr un aumento de la productividad, ya que con las nuevas tecnologías se automatizan los procesos aumentando la eficiencia y rapidez de los mismos. Internet ayuda a las empresas a informar e informarse mejor, aumenta su capacidad de comunicación y abre las puertas a una nueva forma de transacción directa entre vendedor y comprador. Es posible la creación y descarga de software libre, por sus herramientas colaborativas, encontrar soporte técnico de toda clase sobre alguna herramienta o proceso; el seguimiento de la información a tiempo real es posible a través del Internet (Mejía, David, 2015).

Copaco es la única empresa del país a la cual la Comisión Nacional de Telecomunicaciones le permite el acceso a la fibra óptica internacional, por lo que una reducción en sus costos deberá reflejarse también en los demás servicios ofrecidos por los proveedores privados. Ofrece su conexión de 64 kbps a 25 dólares y la de 128 kbps a 30 dólares, por lo que se estima que el precio básico permitiría la conexión a la mencionada velocidad de 128 kbps por segundo. (Sacleiro, 2007)

Las estimaciones de penetración de internet en Paraguay en 2013 eran del 25%, porcentaje que ascendió al 37% en 2014 y que este año ya alcanzaría el 45%, con la expectativa de cerrar el año en alrededor del 50%.

En uno o dos años, el precio de internet podría bajar hasta 30% si se instala en el país el IXP, un punto de intercambio de internet. “Los operadores de internet compran entre 60% y 70% más caro de lo que les sale a los vecinos. Los estudios hablan de que entre 30% y 40% de los costos pueden disminuir, aunque no de manera inmediata porque para eso se debe generar un tráfico local”(ABC Color, 2015)

En el Paraguay, específicamente en la ciudad de Encarnación, el acceso a Internet para algunas empresas es muy limitado en comparación a otros países de Latinoamérica, situación que estanca el desarrollo pleno y la automatización de las mismas.

Este problema podría deberse a los altos precios del servicio, falta personal calificado para esta área, falta de modernización de empresas o de presupuestos en las mismas en el sector tecnológico.

Si las empresas continúan sin invertir en la modernización de sus servicios necesitarían de más esfuerzos para realizar simples tareas que serían aún más fáciles con el uso de esta herramienta muy utilizada en el nuevo milenio. Se dificultarían los procesos de obtención de datos, envíos de información y comunicación con otras empresas entre otros servicios que mejorarían su desempeño, cada día sería más difícil y las mismas quedarían atrás en comparación con las empresas que sí utilizan estos servicios.

La inversión en el sector tecnológico en las empresas mejoraría las comunicaciones y se agilizarían los procesos de obtención de datos que serían de utilidad en la toma de decisiones; sin desestimar la utilidad como otro medio de difusión de sus productos para llegar al consumidor final de sus bienes y servicios.

En ese contexto se buscó dar respuesta a la interrogante: ¿Qué utilización le dan a internet las empresas de la zona urbana de la ciudad de Encarnación, ubicadas en la Avda. Bernardino Caballero? Las empresas ubicadas en este circuito brindan distintos tipos de servicios como préstamos, de telecomunicaciones, ventas al por mayor entre otros servicios, para toda la zona urbana del Distrito de Encarnación y su zona de influencia.

Considerando su condición de ciudad fronteriza, sus habitantes se dedican al comercio de distintos rubros. Hoteles con interesantes infraestructuras y numerosos locales gastronómicos ofrecen un servicio eficaz a quiénes por motivos laborales o turísticos llegan a esta ciudad.

Debido a la incorporación de la tecnología y la necesidad de obtener respuestas rápidas y actuar de manera inmediata frente a las actuales situaciones de mercado; se vuelve prácticamente fundamental la utilización de internet en las empresas.

El objetivo general del trabajo fue analizar el nivel de utilización de Internet en las empresas del casco urbano de la ciudad de Encarnación; los específicos, determinar las características que presenta el servicio de internet utilizado en las empresas, los beneficios que obtienen las empresas por el uso de internet, e indagar la frecuencia de uso de Internet en las empresas.

METODOLOGÍA

La investigación es del tipo exploratoria-descriptiva porque comprende un primer acercamiento al objeto de estudio (Kotler Philip, 2006). El enfoque es cuantitativo y se aplicó la técnica de la encuesta. Los datos fueron recolectados a través de cuestionarios con preguntas cerradas o dicotómicas, preguntas en abanico y preguntas de estimación a las empresas del cono urbano de la ciudad de Encarnación para determinar el nivel de consumo de internet y los distintos usos y respecto a los servicios que se facilitan al utilizar el servicio de Internet.

La vía de contacto con los informantes fue personal. Se acudió asimismo a fuentes secundarias: informes periodísticos, libros, páginas de internet.

La población estuvo constituida por las principales empresas ubicadas en la Avenida Caballero de Encarnación, que brindan distintos tipos de servicios como préstamos, de telecomunicaciones, ventas al por mayor entre otros servicios, en toda su zona urbana, haciendo un total de 80 empresas. De ellas se tomó una muestra compuesta por 52 empresas del cono urbano de la ciudad de Encarnación, ubicadas en la Avda. Bernardino Caballero

entre las calles Antequera y Honorio González. El muestreo fue probabilístico aleatorio simple (Kotler Philip, 2006, p. 105-106). Las personas involucradas en la investigación fueron los funcionarios de las empresas estudiadas y usuarios finales que usufructúan el servicio.

RESULTADOS

Los datos cuantitativos obtenidos de la encuesta resultan interesantes: el 92,30% de las empresas ubicadas en el área de estudio poseen internet debido a las “ventajas que conlleva su uso”; el 7,70% restante desconoce el servicio.

El 97,92% de los encargados de las empresas respondieron que “facilita su labor al realizar actividades en la empresa”. El 62,5% de las empresas encuestadas respondió que sí obtienen muchos beneficios; 35,42% bastantes beneficios, 2,08% pocos beneficios.

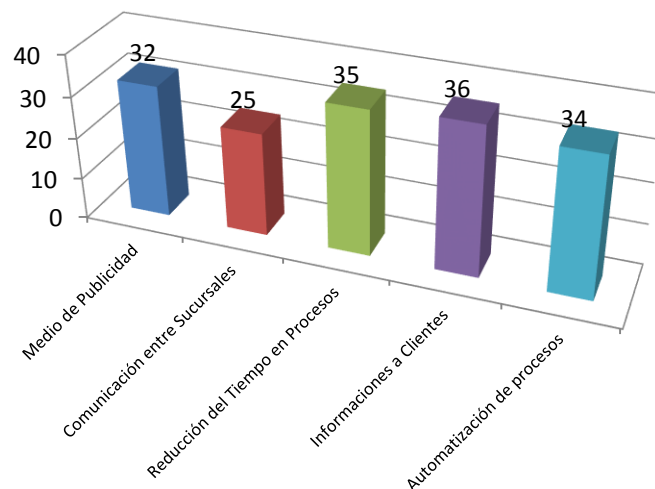


Gráfico 1. Beneficios y usos de internet (Fuente: Elaboración propia)

Las empresas consideran que pueden obtener y utilizar este servicio como medio de publicidad, comunicación entre sucursales, para reducir del tiempo en procesos, brindar informaciones a clientes y automatizar procesos. El 93,75% de las empresas encuestadas respondió que siempre tiene disponible el servicio cuando lo necesitan, el 6,25% respondió a menudo.

El 60,42% de las personas observaron muchas mejoras con la utilización de internet; el 33,33%, bastantes mejoras, el 6,25% pocas mejoras. El 77,08% de las empresas posee página web y de las que no lo tienen, el 75% desearía tenerlo.

El 100% de las empresas conocen las ventajas y desventajas de contar con el servicio para con sus gestiones laborales. El 75% de las empresas creen que necesitan obligatoriamente contar con el servicio de Internet para su mejor desempeño. El 100% observaron mejoras en

negocios de su entorno con el uso de Internet .El 100% de las empresas menciona que el punto más importante a la hora de adquirir un servicio de Internet es el precio.

CONCLUSIÓN

Los datos recolectados indicaron que existe un importante número de empresas, ubicadas en la muestra de estudios que cuentan con el servicio de internet y que este facilita en gran medida las actividades laborales. Las firmas que están a la vanguardia de los avances tecnológicos se destacan por sobre el resto debido a un mayor acceso a la información casi instantánea con todo el mundo que facilita el desarrollo de la empresa.

La automatización de procesos y la reducción del tiempo para realizar los mismos es uno de los mayores beneficios en las empresas locales. La mayoría de las empresas utilizan este servicio para brindar una mejor atención a sus clientes, reduciendo tiempos en las operaciones y también para la comunicación entre sucursales.

En cuanto al precio, el acceso al servicio para los pequeños comercios se está volviendo más accesible y es este el punto más importante a la hora de la decisión sobre la adquisición del servicio.

Es necesario que las empresas que no estén integradas con las nuevas tecnologías lo hagan porque de lo contrario perderán mercado contra las que están continuamente desarrollándose y siguiendo el ciclo de avance tecnológico que el mercado exige cada vez más, invertir en el área de informática para mejorar la organización y facilitar trámites entre sucursales, implementar la compra y venta de productos o servicios por internet.

REFERENCIAS

- Benassini, M. (2001). *"Introducción a la Investigación de Mercados" 2da Edición enfoque para America Latina*. Pearson Educación.
- Gunter Platzer. (09 de Mayo de 2006). *Nueva Economía y Globalización*. Obtenido de <http://ecoglob-gunterplatzer.blogspot.com/2006/05/internet-en-la-empresa-imprescindible.html>
- Ibar, A. (2015). *Introducción a Internet*. Obtenido de http://paginaspersonales.deusto.es/airibar/Ed_digital/HTML/Internet.html
- Kotler Philip, K. K. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Le Roy Miller, R. –M. (1990). *Microeconomía (3ra Edición)*. En R. –M. Le Roy Miller, *Microeconomía (3ra Edición)* (págs. 247-248). México: MCGRAW-HILL .
- Mejía, David. (Octubre de 2015). *Ventajas y Desventajas del Internet*. Obtenido de <http://www.alumnosonline.com/notas/ventajas-desventajas-internet.html>