

Hacia un portal Web de asesoría para las Pyme's

Deisy Pérez Hasbun, Yelitza Marcano Aular y Jorge Rua

Universidad del Zulia, Núcleo Punto Fijo.

dphasbun@hotmail.com - ymarcano@hotmail.com

Resumen

La investigación de la cual se extrae el presente artículo, tuvo como objetivo fundamental evaluar los elementos presentes en los portales web pertenecientes a las instituciones específicas de apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (Pyme) venezolana. La investigación tiene un carácter descriptivo y explicativo, con un diseño de campo, de corte no experimental-expofacto. Los instrumentos aplicados, permitieron recabar información mediante entrevistas estructuradas, no estructuradas y aplicación de una lista de cotejo para determinar los elementos de carácter organizativo y de servicio presentes en los portales web de instituciones a nivel nacional que prestan apoyo a la Pyme. Los resultados obtenidos en la evaluación de los portales, indican una clara identificación con su razón de ser y a pesar de poseer identidad, estructura organizativa, entre otros, no todos exponen su visión y misión. Adicionalmente proporcionan servicio de asesoramiento, divulgan material informativo en aspectos económicos, sociales y políticos, ofrecen enlaces y poseen mapa de sitio en el cual se permite descargar archivos. En virtud de lo expuesto se propone la creación de un Portal web dinámico para la Pyme que permita vincular el sector externo (comunidad, empresas, Pyme's), con el Núcleo de la Universidad del Zulia en Punto Fijo, actuando éste como ente asesor, contribuyendo a consolidar su crecimiento y desarrollo en el Estado Falcón y Venezuela.

Palabras clave: Asesoría, elementos, portal web, Pyme's.

Toward a Web Portal for Advising SMEs

Abstract

The study from which this article is extracted had the objective of evaluating elements in web portals belonging to specific support institutions for Small and Medium Enterprises (SMEs). The research has a descriptive, explicative character, with a field and a non-experimental -ex post facto design. Data collection instruments made it possible to obtain information using structured and non-structured interviews, and by applying a checklist to determine elements of an organizational and service-related character present in the web portals for national institutions that support SMEs. Results obtained from evaluating the portals indicate a clear identification with their reason for being, and, although they have identity and organizational structures among others, they do not expound their vision and mission. Additionally, they provide advisory service, disseminate informative material about economic, social and political aspects, offer links and have a site map that makes it possible to download files. In the light of the above, the study proposed creating a dynamic web portal for SMEs that would make it possible to connect the external sector (community, companies, SMEs) with the University of Zulia Nucleus in Punto Fijo so that the latter might act as an advisory entity, helping to consolidate its growth and development in the State of Falcon and Venezuela.

Key words: Advising, elements, web portal, SMEs.

Introducción

La Pequeña y mediana empresa (Pyme) está obteniendo cada vez mayor importancia en todos los sectores de la sociedad, por poseer ciertas ventajas para adaptarse a cambios estratégicos relacionados con su desarrollo, lo cual justifica cualquier inversión realizada en proyectos de apoyo dirigidas a ellas, teniendo mayor justificación económica y social. Según el programa de formación de Innovadores y Modernizadores de Empresas del Ministerio de Ciencia y Tecnología (2000), las tendencias mundiales reconocen que la Pyme es parte fundamental de la economía de un país, porque participa de forma muy elevada en las ventas totales, las exportaciones, el Producto Interno Bruto (PIB) y el empleo. Lo que trae como consecuencia, que cualquier dificultad en ellas repercute desfavorablemente en los indicadores macroeconómicos y sociales del país de que se trate.

El hecho de que la Pyme ha logrado aprovechar sus fortalezas, desarrollando su capacidad innovadora, negociadora y capitalizando los avances tecnológicos que se están produciendo en su ámbito específico de acción. Para Ramírez y otros (2002), esta capacidad, resume la importancia de la misma, en la generación de productos y empleo,

por mencionar dos variables decisivas en términos de desarrollo; fortalezas que deben ser aprovechadas por la gerencia, porque es quien produce las transformaciones necesarias para guiar la empresa hacia los fines propuestos.

En lo referente al Estado Falcón existen organizaciones vinculadas al desarrollo del sector productivo de la región, las cuales brindan apoyo a la Pyme. Algunas de ellas carecen de portales *web* en Internet y las que los poseen, muy pocas presentan un espacio dirigido a proporcionar algún tipo de servicio o información a estas empresas. Asimismo, se encuentran las instituciones de carácter privado en apoyo a la Pyme, las cuales ofrecen servicios de asesorías y elaboración de proyectos para el desarrollo de pequeñas empresas, asociaciones civiles y cooperativas.

Lo anteriormente expuesto, es punto de partida para el presente estudio, cuyo objetivo es evaluar los elementos presentes en los portales web dinámicos pertenecientes a las instituciones específicas de apoyo a la Pyme venezolana y la propuesta de creación de un Portal web dinámico para las mismas, actuando en este sentido el personal de investigación de la Universidad del Zulia en Punto Fijo, como asesor, contribuyendo al crecimiento, desarrollo y consolidación de la Pyme de la Península de Paraguaná.

La metodología fue descriptiva y explicativa, con un diseño no experimental-expofacto, aplicando lista de chequeo (check list) a cinco (05) portales disponibles en la página www.venezuelaproductiva.gov.ve: Centro de Extensión, Desarrollo Educativo y Consultoría Organizacional (CENDECO), Fundación para el Desarrollo Sostenible (FUNDES), Centro de Divulgación del Conocimiento Económico (CEDICE), Confederación Venezolana de Industriales y la Pyme (CONINPYME) y Programa Bolívar. También destaca la aplicación de un cuestionario, estructurado con veintitrés (23) preguntas cerradas dirigidas a los directivos de cuarenta (40) Pymes ubicadas en el Estado Falcón.

1. La Tecnología de Información en la Pyme

Para Chiavenato (2003) en la sociedad actual, la mayor parte del proceso productivo se lleva a cabo en las organizaciones, éstas se agrupan en la categoría de pequeñas y medianas, lo cual en la actualidad se conoce con el nombre de Pyme, siendo las mismas, según Gispert (2001) entes claves para la economía y desarrollo de un país, pues contribuyen con la absorción de mano de obra calificada, proporcionando más del 75% de empleo y debido a que el número de trabajadores que la conforman (entre cinco y cien), las hace ser flexibles.

La Pyme, según Anzola (2003) se caracteriza por ser empresa de tipo familiar, constituidas como una sociedad en la cual el dueño es el aportante del capital necesario para las operaciones normales de la empresa, quien tiene la concentración de todas las actividades; no cuentan con capital técnico-financiero significativo de instituciones privadas ni del gobierno y operan en mercados locales y regionales que tienden a no cambiar continuamente.

En lo que se refiere a las ubicadas en los países de América Latina y el Caribe, se observa la relevancia en la que coincide CEPAL (2003); González (2003) y Marcelo (2006), relacionada con la estructura industrial de dichos países, encontrándose estas empresas, en un estado frágil frente al mundo empresarial globalizado por la apertura de los mercados, el desarrollo de la tecnología y la revolución en las telecomunicaciones, entre otros; ambiente compuesto además por mercados cambiantes que las obliga a ser cada día más competitivas y a convertirse en empresas innovadoras.

En Venezuela, según estudio realizado por Fundación para el Desarrollo Sostenible (Fundes) (2002), revela entre otros: la falta de información, conocimiento, educación y actualización; pocos centros de apoyo a la Pyme; ineficiencia y alto costo de la energía y telecomunicacio-

nes; poca disponibilidad de recursos humanos calificados, acceso a tecnología de información y comunicación, disponibilidad de recursos financieros para obtener tecnología avanzada y competir en la economía global.

En relación a la tecnología de información en la Pyme, se coincide con Dogson (2001), que afirma en que la misma representa un apoyo para el desarrollo de estrategias en el aumento de la productividad y su grado de eficiencia. La carencia o posición de las tecnologías de información describen la forma de actuación y desempeño en una empresa y que la carencia de las mismas ha generado una pérdida creciente de prestigio.

Las tecnologías de información son diversas cuando se aplican en la innovación y presentan un conjunto de elementos transformadores de la globalización de los flujos de información. En este sentido, González (2002) las considera indispensable en la integración de los procesos organizacionales porque permiten adecuarse al mundo globalizado y tomar ventajas frente otras compañías compitiendo de una manera inteligente. Adicionalmente, el uso de las tecnologías de información en la Pyme permite satisfacer muchas necesidades demandando la obtención de resultados para mejorar la producción y administración.

Según Kotler (2001) los sistemas de información y bases de datos son las tecnologías de información más utilizadas por los empresarios en la búsqueda de soluciones en el ámbito de los procesos internos, permitiendo crear ambientes de oficina mejor organizados, sin embargo algunas veces la implantación de éstos, fracasa debido a la falta de un procedimiento de planificación, que contribuya a evaluar indicadores de gestión, modelar escenarios y obtener reportes de negocios para reaccionar rápidamente a los cambios de mercado.

En Venezuela, muchas empresas carecen de la capacidad instalada en el área de computación y telecomunicaciones necesarias para automatizar sus transacciones básicas, vigilar la evolución de los indicadores en tiempo real y hacer comercio electrónico. Avalando a Stein (2001) se plantea que mientras más tiempo pase será más difícil para estas empresas cubrir la brecha creciente entre ellas y las que cuentan con estas capacidades (Stein, 2001).

Sin embargo, otras resisten la aplicación de dichas tecnologías a sus procesos organizacionales, por temor a cambios en la cultura organizativa (dejar viejas técnicas e incorporar nuevas) y a la escasa participación de los usuarios finales en el levantamiento de los requerimientos, diseño y desarrollo de estas aplicaciones. Por ello, Schreyer (2000) plantea que para la implementación, se requiere involucrar a todos los entes del proceso (gerencia, clientes y proveedores), coordinando los diferentes niveles jerárqui-

cos de la empresa y buscando experiencia en el desarrollo e implementación de proyectos de esta índole.

Una de las estrategias utilizada por excelencia por la Pyme para exponerse ante el mundo global es la promoción de sus bienes y servicios a través de una página *web*, permitiendo a estas empresas comercializar sus productos de la forma más barata y eficaz, obteniendo un incremento en sus negocios, disminuyendo sus costos operativos y mejorando la relación con sus clientes. González (2003) afirma que muchas empresas no aprovechan los beneficios aportados por esta tecnología y sólo diseñan una página *web* para tener presencia en la red.

Las páginas *web* para la Pyme se han convertido en un comunicador excelente, encontrándose en ellas diversidad de información desde los detalles más específicos de un producto hasta la aplicación de un procedimiento en la compañía, lo cual ayuda al visitante en la toma de decisiones. Del mismo modo, son responsables de proveer información de interés para los clientes y empleados de una organización, buscando generar contenidos, difundir experiencias y casos de interés para el empresario en diversos temas de importancia. Según Schreyer (2000) las organizaciones empresariales, instituciones y empresas privadas, se están esforzando en proveer cada día mayor y mejor información a través de sus portales, colocando mayores funcionalidades y cantidad de servicios a sus usuarios y visitantes a través de la *web*.

La masificación del uso de Internet es una estrategia que pretende incrementar el número de usuarios conectados a la red y crear así un mercado de interés para la Pyme, en el cual puedan promover sus productos y servicios propiciando nuevas oportunidades para el comercio, ganar motivación a través de la generación de contactos de negocios, penetrar nuevos mercados, incluso diseñar estrategias de exportación y conocer mejor las necesidades de sus clientes, y así prestar mejores servicios y soluciones.

Para Emergia (2006) las Pyme's están entrando en Internet principalmente con el objetivo de promocionar y publicitar su negocio, aumentando la presentación de sus productos y servicios al mercado, ofreciendo información e interactuando con los usuarios, resultando ventajosa en el aumento de sus ingresos, la globalización, en la ampliación del mercado y en el impacto en el comercio off-line y el online, demostrando la utilización del sitio web por parte de los usuarios, para obtener la información necesaria en la toma de decisión de compra, efectuándose ésta posteriormente en el centro comercial físico de la empresa.

Con lo anteriormente expuesto, se puede evidenciar la importancia de la utilización de esta tecnología, permitiendo a la Pyme penetrar en nuevos mercados donde antes eran sólo permisibles a las grandes empresas poseedo-

ras de recursos, expandirse suficientemente para tener una cobertura global y obtener un mejoramiento en sus procesos internos. A través de la implantación de sistemas de información desarrollados bajo un ambiente *web* pueden tener acceso a bases de datos remotas o a la realización de operaciones en diversas localidades.

2. Resultados de la Evaluación de las instituciones de apoyo a la Pyme

2.1. Elementos presentes en los portales *web* de las instituciones específicas de apoyo a la Pyme

La exposición de los elementos presentes en los portales *web*, responde a fijar una dinámica relacional de información en el usuario, que hace uso de la Internet como medio para establecer la comunicación y el canal por donde se transmite. Cada uno de estos elementos son: identificación con la organización, servicios, enlaces y otros.

Con respecto a la *identificación de la organización*, se observó que las consultoras evaluadas internalizan la identidad, característica importante para añadir valor agregado a la organización, constituyendo ésta el principio fundamental de su existencia manteniéndola viva y dándole cabida a la derivación de la misión y la visión. Asimismo, todas las consultoras exponen en su portal la estructura organizativa y sólo cuatro (04) exponen la razón de ser de las mismas mediante la misión, uno de los principios corporativos de la empresa que brinda un soporte para las decisiones internas y es punto de partida para dar a conocer la organización en un mercado.

En lo concerniente a la visión, sólo CENDECO y CE-DICE exponen en su portal, lo que quieren y esperan ver en el futuro. Igualmente, CENDECO y FUNDES declaran el origen de la creación de la organización. CENDECO, exhibe los valores con los cuales se identifica y los objetivos perseguidos, aspectos fundamentales en los resultados esperados en el desarrollo y operacionalización concreta de su misión y visión.

En lo atinente a *servicios* prestados, sólo cuatro (04) de las consultoras proporcionan asesoramiento a la Pyme en las áreas de: asistencia técnica personalizada, información, capacitación del capital humano, programas *in company* y ponencias dirigidas a analizar problemas gerenciales, económicos, políticos y sociales de repercusión nacional. De igual manera, ofrecen servicio de correo electrónico, mediante la suscripción del usuario para recibir boletines informativos sobre eventos, sitios web, cursos, entre otros. CENDECO y CONINPYME, imparten cursos de capacitación presenciales, en la sede de la organización, mientras que CENDECO lo hace a distancia.

También se apreció en cuanto a la divulgación de material informativo, que CEDICE, FUNDES y CONINPYME, difunden acontecimientos de interés económico, social y político dirigido a la Pyme. CEDICE, FUNDES y CENDECO, divulgan en su portal eventos llevados a cabo en su sede u otras entidades para fortalecer e impulsar la competitividad en la Pyme. Por su parte, CEDICE y CONINPYME proporcionan contenido de interés gerencial, con ayuda de escritorios de publicaciones de trabajos que contribuyen a la búsqueda de soluciones específicas a problemas detectados por el empresario Pyme nacional.

Sólo un portal (CEDICE), promueve la publicación de artículos de interés político, económico y social, para satisfacer las necesidades del empresariado Pyme. Del mismo modo, en la promoción de licitaciones de proyectos para encaminar negocios hacia el mercado internacional, destaca el portal del Programa Bolívar, mientras que CONINPYME manifiesta la publicación de boletines informativos de carácter oficial para la Pyme.

Se obtuvo igualmente, que FUNDES y CEDICE poseen enlaces con organizaciones de carácter nacional e internacional pertenecientes al sector Pyme, mientras que el Programa Bolívar y FUNDES proporcionan a sus usuarios enlaces con otros navegadores como Google, Yahoo, Terra, Opera e instituciones académicas del país.

Los resultados revelan además que las consultoras estudiadas presentan un mapa del sitio, donde el usuario puede conocer la composición de cada opción de la cual forma parte el menú principal, proporcionándole conocimientos diversos del tipo de información encontrada en el portal, permitiendo todos los portales del estudio, la descarga de archivos para la obtención de material informativo y práctico. Estos archivos pertenecen al editor de texto Acrobat Reader, el cual es utilizado en la lectura de archivos de texto, gráficos, entre otros.

A su vez, la interfaz gráfica de CENDECO, CEDICE, FUNDES y CONINPYME, refleja un diseño sencillo y amigable; ofreciendo sólo el portal de FUNDES la adaptación del lenguaje seleccionado por el usuario (Inglés, Español). FUNDES y CEDICE proporcionan un buscador interno, como facilitador de información en el portal visitado, el cual garantiza una búsqueda rápida y avanzada de la información solicitada.

2.2. Evaluación de los servicios ofertados por empresas consultoras hacia la Pyme del Estado Falcón

El Estado Falcón concentra un gran número de Pyme que contribuyen al desarrollo económico de la región, no

obstante, pese a que la Península de Paraguaná alberga una gran parte de éstas, los resultados revelan que el 50% de las consultoras se encuentran localizadas en el Municipio Miranda de la ciudad de Coro, el 50% restante, se ubica en su mayoría en el Municipio Carirubana de la ciudad de Punto Fijo. La configuración se hizo en función de la localización geográfica, sector económico, estructura organizativa, servicios ofertados, medios promocionales y satisfacción del cliente.

Las consultoras objeto de estudio pertenecen al sector privado dirigiendo sus servicios a Pymes que en un 50% pertenecen al sector aduanero, hotelero y restaurantes; 25% pertenecen al sector contratista, clínico, farmacéutico, ferreterías, licores y panaderías; y otro 25% dedicadas al sector comercio de aparatos electrodomésticos, artículos de vestir, lencería, bebidas alcohólicas, entre otros.

En cuanto a la *estructura organizativa*, los resultados arrojaron que todos los portales (100%) poseen una clara definición de los roles de cada individuo, relación del cargo, definición de responsabilidades y funciones dentro de la organización. El 75% posee su estructura organizativa, permitiéndole a los empleados comprender la interacción entre los miembros de la organización, así como la relación entre ellos, por lo general están conformadas por pocos miembros, el otro 25% no posee tal estructura organizativa. Un 50% no tienen establecidas políticas y procedimientos para guiar el comportamiento de sus miembros en un momento determinado en la organización, otro 50% si tiene claramente establecidas estas políticas y procedimientos.

La *oferta de servicios de consultoría* en el área de tecnología, es la mayormente utilizada en las Pyme's para aumentar la productividad y eficiencia de sus procesos internos así como la reducción de costos, adecuándose de esta manera a los requerimientos exigidos en el mundo globalizado. Los servicios ofrecidos por las consultoras en el área de tecnología están relacionados con la incorporación o modernización de equipos tecnológicos, implantación de redes de comunicación, diseño e implantación de sistemas de contabilidad, entre otros.

Los *medios promocionales* utilizados por las consultoras como herramienta en la incorporación y utilización de nuevas tecnologías para dinamizar la manera en la cual se llevan a cabo las actividades en este sector empresarial, declaran el uso del correo electrónico para dar a conocer sus servicios, medio que permite exponer inquietudes relacionadas a las necesidades de la organización y posterior tratamiento por parte de la empresa consultora, así como al envío de materiales de interés en búsqueda de la solución más idónea.

De igual manera, las consultoras pueden usar varios medios a la vez para exponer sus bondades, destacando entre ellos, las páginas web y publicación de anuncios publicitarios en la prensa regional con un 75%, para exponer beneficios y ayudas que pueden obtener las empresas en el manejo de sus servicios, el 25% restante no utiliza estos medios. Utilizando además el 50% de las consultoras propagandas en radio local, 25% apela al mercadeo presencial, referencias y brochure informático (entrega de discos compactos con información completa de los servicios ofertados y los propósitos que persigue), dicho material es suministrado por personas allegadas a la organización y el otro 25% no utiliza ninguno de los anteriores.

La actualización de estos medios permite a los empresarios del sector Pyme estar al día con las novedades incorporadas en los procesos ofertados, sin embargo, hay desnivelación en la frecuencia de su actualización, el 50% lo actualizan siempre, 25% casi siempre y 25% casi nunca lo hacen debido a que no se encuentran formalmente establecidas en el mercado de la región; es decir, la organización posee muy poco tiempo en el mercado de las consultorías. Es por ello, que el empresario Pyme se desmotiva a la hora de adquirir estos servicios, por no tener conocimiento sólido de las nuevas estrategias empleadas en pro de la mejora organizacional, lo cual no garantiza a la empresa llegar a obtener una posición por encima de su competencia.

Las consultoras pueden utilizar varios medios para comunicarse con el cliente, el 100% utilizan el correo electrónico y la visita personal como medio en la culminación del servicio prestado al cliente Pyme. Un 50% estila la vía telefónica como medio para comunicar al cliente la culminación del servicio prestado, otro 50% prefiere la fijación de citas o visitas personales para discutir con más claridad algunas actividades a realizar en la prestación del servicio.

En cuanto al *tiempo de respuesta* de los servicios elemento vital para valorar la calidad del mismo en relación a la satisfacción del cliente, el 75% de las consultoras da respuestas a las solicitudes de servicios a sus clientes en menos de ocho (08) días, sin embargo, un 25% asegura variar su promedio entre ocho (08) días a dos (02) meses, debido al grado de dificultad y amplitud que puede presentar el tipo de servicio solicitado. En lo referente al conocimiento del consultor con respecto a la solicitud de las respuestas en el tiempo requerido por el cliente, el 75% tienen conocimiento de la respuesta, sin embargo, un 25% asegura no tenerlo.

En lo concerniente a la adecuación de los servicios proporcionados por las consultoras hacia las necesidades ma-

nifestadas por los empresarios Pyme, el 75% declaró ajustarse a tales requerimientos, lo cual indica una flexibilidad por parte de las consultoras para adaptarse a los nuevos cambios impuestos por los clientes en relación al tipo de servicio solicitado y un 25% manifiesta que casi siempre se ajustan a sus necesidades.

2.3. Portal web dinámico para la Pyme

En lo referente al desarrollo de un portal web dinámico para asesorar la Pyme, las Pymes están en total acuerdo con el desarrollo del portal web dinámico de asesoría, reflejando la necesidad de incorporar ciertos elementos en el logro de interactividad, donde el usuario pueda establecer un vínculo con la consultora de una forma virtual. A continuación se exponen los porcentajes más altos señalados por las mismas:

El 100% la incorporación de la definición de los principios corporativos, ubicación geográfica y especificación de las áreas de consultorías. Un 75% considera importante la publicación de cursos, talleres, seminarios, servicio de correo electrónico, página de contacto, adaptabilidad del idioma, publicación de contenido de interés gerencial, proyectos, boletines, exposición de eventos y respuestas rápidas en el servicio prestado. Tales elementos son importantes para los clientes y usuarios del servicio porque permiten comprender en un lenguaje natural, los servicios ofrecidos por las consultoras, así como las herramientas para orientar al recurso humano y procesos internos dirigidos a la Pyme.

En un 50% la Pymes consideran de vital importancia la incorporación de enlaces a navegadores, instituciones académicas, sitios de interés, perfil de consultores, conformación de la junta directiva. Señalando además, la importancia de destacar las cualidades del consultor en la prestación del servicio, así como los conocimientos en paquetes informáticos que tienen, porque despertaría expectativas en el cliente.

Consideraciones Finales

Todas las consultoras evaluadas poseen una clara identificación con su organización y a pesar de poseer identidad y estructura organizativa, no todas tienen definidos ni exponen claramente su misión y visión. Ofreciendo asistencia técnica personalizada, información, capacitación del capital humano que labora para la empresa solicitante, programas *in company* y ponencias dirigidas a analizar problemas gerenciales, económicos, políticos y sociales, los cuales repercuten en el país.

A su vez, las consultoras objeto de estudio divulgan material informativo de interés en aspectos económicos, sociales y políticos, contenido gerencial y sólo uno de ellos publica boletines informativos de carácter oficial, ofreciendo enlaces a organizaciones de carácter nacional e internacional pertenecientes al sector Pyme. Sólo dos (02) portales proporciona a sus usuarios enlaces con otros navegadores (Google, Yahoo, Terra, Opera) e instituciones académicas del país, estos son el Programa Bolívar y FUNDES.

Todos los portales de las organizaciones estudiadas presentan un mapa del sitio, mediante la cual el usuario puede conocer la composición de cada opción de la cual forma parte el menú principal, proporcionándole un conocimiento del tipo de información que puede encontrarse en el portal. A su vez, permiten la descarga de archivos para la obtención de material informativo y práctico. Finalmente, coinciden todos en la importancia del desarrollo de un portal web dinámico que proporcione servicios de consultoría e información para las Pymes de la Península de Paraguaná.

En función de la evaluación hecha a los portales y las necesidades de las Pyme de la zona, el grupo de investigación considera factible el desarrollo de un portal web dinámico para asesorar a la Pyme como herramienta inteligente en beneficio de estas empresas y de la sociedad, tomando en cuenta que su empleo establece un canal bidireccional para proporcionar ayuda a los empresarios en relación a la manera de mejorar los procesos internos en su organización, asimismo, vigorizar la relación entre la universidad y el sector empresarial de la región. Los resultados obtenidos proporcionan información importante en cuanto a la identificación, servicios y enlaces de estos portales, así como también, el sector económico, industrial, servicios ofertados, medios promocionales, para lograr una excelente satisfacción del cliente Pyme.

Aprovechando la conformación de un Equipo Multidisciplinario, formado por el potencial humano de la Universidad del Zulia (LUZ) Núcleo Punto Fijo, que por su carácter de institución de enseñanza de educación superior posee un capital intelectual conformado por su personal docente especializados en diversas áreas profesionales de Administración, Contaduría Pública, Computación, Educación Básica Integral y Turismo. Además de las cinco (05) líneas de investigación en las áreas de: Problemas ambientales de Estado Falcón, Salud, Educación y Orientación Sexual, Costos en las Organizaciones, Gerencia Organización y Competitividad, Educación, Investigación, tecnología y gerencia, para una mejor calidad de vida-universidad-empresa; las que permiten diagnosticar problemas de diversa índole y generar soluciones efectivas en dichas áreas.

El personal involucrado, debe poseer conocimientos para el intercambio de ideas en el logro de satisfacción de expectativas para las empresas a las cuales se le preste servicio, en un tiempo relativo, asumiendo compromisos con los empresarios Pyme, demostrando interés en sus problemas, de manera que se perciba la calidad del servicio, mediante soluciones rápidas, eficaces y eficientes acordes a las necesidades. Igualmente, deben poseer conocimientos en el manejo de herramientas tecnológicas básicas, es decir, capacidad para la descarga y manipulación de archivos, envío de correos electrónicos y ser conocedor de la automatización de procesos administrativos, en fin, tener conocimientos sólidos de ofimática.

A su vez, para garantizar el mantenimiento del portal en Internet (web máster), el personal puede participar como asesor en el área gerencial, pero además debe poseer conocimientos sólidos del lenguaje de programación, herramientas de diseño gráfico y base de datos en la que está desarrollado el portal, así como para dar respuesta a los problemas detectados y reparar las fallas que puedan presentarse. Asimismo, debe tener habilidad en el manejo de manuales técnicos en inglés, dominio del ASP.NET de Visual Studio.Net y otros software. Por consiguiente, este personal debe permanecer actualizándose ante las nuevas tecnologías implementadas en Visual Studio. Net para la mejora de los servicios que brinden mayor eficiencia al funcionamiento del portal web.

Referencias

- ANZOLA, Sérvulo (2003). **Administración de Pequeñas Empresas**. Editorial Mc Graw Hill. Interamericana S. A. México.
- COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (CEPAL) (2002). **Las pequeñas y medianas empresas industriales en América Latina y el Caribe**. (En la Red). Disponible en: www.ilo.org/public/spanish/region. Consulta: Julio de 2006.
- CONFEDERACIÓN VENEZOLANA DE INDUSTRIALES (CONINDUSTRIA) (2006). Situación actual de la Industria en Venezuela. (En la red). Disponible en: www.coninidustria.org. Consulta: Julio de 2006.
- CHIAVENATO, Idalberto (2003). **Gestión del Talento Humano**. Editorial McGraw Hill Hispanoamericana. Venezuela.
- DODGSON, Mark; GANN, David y SALTER, Ammon (2001). The Intensification of innovation. **Revista de R&D Management**. Vol.31.
- EMERGÍA (2006). Las Pymes utilizan Internet para promocionarse (En la Red). Disponible en: www.emergia.net/investigacion/articulos/001220.htm. Consulta: Agosto de 2006.
- FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA PYME (FUNDES) (2002). **Estudio de una definición para la pequeña y mediana empresa en Venezuela**. Editado por Fundes Venezuela. Venezuela.

- GISPERT, Carlos (2001). **Enciclopedia de la Pequeña y Mediana Empresa**. Ediciones Océano. Venezuela.
- GONZÁLEZ, Gastón (2002). Tecnología de Información ¿Inversión improductiva o recurso estratégico? Revista IESA, Volumen VII, Número 4, Abril – Junio. Venezuela
- GONZÁLEZ, Heradio (2003). **Los desafíos de las pequeñas y medianas empresa**. (En la Red). Disponible en: www.ilo.euram.com. Consulta: Julio de 2006.
- KOTLER, Philip (2001). “Diferenciar para ganar”. **Revista Gestión**. Vol. 4 N° 5. Venezuela.
- MARCELO, Luis y ECHEVERRÍA, Oscar (2006). **El mayor problema de las PYMES su propio tamaño** (En la red). Disponible en: [www. Mercado empresarial.com](http://www.MercadoEmpresarial.com). Consulta: Julio de 2006.
- MINISTERIO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA (MCT) (2000). Fomento al desarrollo del capital humano. Componente: Programa de formación de Innovadores y Modernizadores de Empresas. Ediciones Ministerio de Ciencia y Tecnología.
- RAMÍREZ, G.; SOLÓRZANO, L.; ROSILLO, Y. (2002). “Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) en Cumaná (Venezuela): Inflación, Gerencia y Desarrollo”. **Revista Venezolana de Gerencia**, Julio-Noviembre, año/vol.7, Número 019. Universidad del Zulia, pp 390-402.
- SCHREYER, Paul (2000). **The contribution of information and communication technology to output growth: A study of the G7 countries**. Paris OECD.
- STEIN, Guido (2001). “La sociedad del riesgo en la nueva economía”. **Revista de Harvard Deusto Business Review**. N° 1003. México.