

Impacto del uso de las Tecnologías de información y comunicación en el Desempeño en empresas de servicios turísticos. Nuevo León, México.

(Impact of the use of information and communication technologies on performance in tourism service companies. Nuevo Leon, Mexico).

María Elena Avilez Pineda¹; Zeidy Edith Chunga Liu² y
Mirna Guadalupe Martínez Zúñiga³

¹ Universidad Autónoma de Nuevo León - Facultad de Contaduría Pública y Administración,
maria.avilezpnd@uanl.edu.mx, <https://orcid.org/0000-0002-1857-8965>

² Universidad San Martín de Porres - Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos,
zeidy.chungalu@uanl.edu.mx,

³ Universidad Autónoma de Nuevo León - Facultad de Contaduría Pública y Administración,
mirna.martinezzng@uanl.edu.mx,

Información del artículo revisado por pares

Fecha de recepción: mayo 2022

Fecha de aceptación: junio 2022

Fecha de publicación en línea: marzo 2023

DOI: <https://doi.org/10.29105/vtga9.2-349>

Resumen

Se busca demostrar en esta investigación el impacto que el uso de las tecnologías de la información y comunicación tienen sobre el desempeño en las empresas de servicios turísticos en Nuevo León, México, partiendo de las premisas teóricas de García, Díaz y Arias-Pérez, 2017; Díaz y Montenegro, 2010, y Cantero, 2011) entre otros, conforme a una investigación cuantitativa, descriptiva, bajo un diseño de campo, no experimental y transversal. La población la conforman 131 gerentes, a quienes se les administró una encuesta mediante un cuestionario de 12 ítems, validado por expertos, la confiabilidad se calculó por el coeficiente de Cronbach. Como resultado del análisis de las preguntas formuladas se tiene que, en opinión de los encuestados, la empresa casi siempre logra un uso adecuado de las tecnologías de la información y comunicación, lo cual es derivado de la situación presentada con la pandemia del COVID-19. Una vez procesados los datos, se procedió a la representación gráfica, entre los que se evidencia que la computación o informática y las redes comunicacionales, presentan similar tendencia pues ambas convergen siendo indispensables para el desempeño. Entre sus conclusiones se destacan: que el uso de las tecnologías de la información y comunicación como herramienta tecnológica en sus componentes, la computación o

Abstract

This research seeks to demonstrate the impact that the use of information and communication technologies have on the performance of tourism service companies in Nuevo León, Mexico, based on the theoretical premises of García, Díaz and Arias-Pérez, 2017; Díaz and Montenegro, 2010, and Cantero, 2011) among others, according to a quantitative, descriptive research, under a field, non-experimental and cross-sectional design. The population is made up of 131 managers, who were administered a survey through a 12 item questionnaire, validated by experts, reliability was calculated by the Cronbach coefficient. As a result of the analysis of the questions asked, in the opinion of the respondents, the company almost always achieved an adequate use of information and communication technologies, which is derived from the situation presented with the COVID-19 pandemic. Once the data was processed, a graphic representation was made, among which it is evident that computing and communication networks present a similar trend, since both converge, being essential for performance. Among its conclusions, the following stand out: that the use of information and communication technologies as a technological tool in its components, computing or information

informática, y redes comunicacionales, casi siempre influyen en el desempeño; los softwares se deben actualizar en la medida que la productividad aumente, esto a fin de ser más competitivas.

Palabras claves: Uso de las tecnologías de la información. Desempeño Empresarial. Empresas de servicios turísticos.

Códigos JEL: L83, M15, P42

technology, and communication networks, almost always influence performance; software must be updated as productivity increases, in order to be more competitive.

Keywords: Use of information technologies. Business performance. Tourist service companies.

JEL Codes: L83, M15, P42

Introducción

En la actualidad el turismo es una actividad comercial que ha llegado a generar grandes cantidades de ingresos para los países, esto por el gran movimiento y reactivación económica de los lugares donde se lleva a cabo mediante las empresas de servicios turísticos, que atienden a los turistas, por lo que el uso de las TIC como herramienta tecnológica en el campo de la computación, así como las redes de comunicación y principalmente los software dirigidos a distribuir vídeos en directo en las diferentes redes sociales que permiten ver los lugares turísticos por medio de computadoras o teléfonos inteligentes, visualizar lugares o sitios de interés regional, para despertar el interés en los vacacionistas, congresos, seminarios y actividades culturales, entre otros (Orgaz y Moral, 2016).

El objetivo final del turismo es reactivar las actividades, dando a conocer a los turistas tanto externos como el interno, información confiable, favoreciendo la imagen y prestigio de las empresas para que se recupere el desempeño de estas, el cual se vio muy afectado durante los dos últimos años, por motivo de la pandemia del covid-19 (Bauzá y Melgosa, 2020).

Según el compendio estadístico del turismo en México 2019, se realiza un análisis de los aspectos positivos que represento para el año 2018, por cuanto aportó el 8.7% del Producto Interno Bruto (PIB), ocupando el séptimo lugar que, durante los años 2020 y 2021, se vio disminuidos debido a la existencia de la pandemia del Covid-19, cifras que en el estado de Nuevo León también se presentaron (Gobierno de México, 2020).

Los servicios conexos al sector turismo contienen la producción, distribución, comercialización, ventas y prestación, que ofrecen las empresas de servicios turísticos, satisfaciendo así las necesidades de los turistas, ya que organizan el viaje para que sea disfrutado con la colaboración de agentes intermediarios que proporcionan transporte, alojamiento, alimentos, actividades recreativas.

Considerando que los servicios turísticos son una fuente de empleo importante en los países, así como de ingresos que incrementan el PIB nacional, generando en los pueblos derrama económica por lo que la contratación del personal es clave, ya que son los que finalmente entregan el servicio y

dando un trato preferencial y cara a cara a los turistas, situación que también está presente en el estado de Nuevo León (Gobierno de México, 2020).

Por esta razón es que se presenta la siguiente investigación, cuyo objetivo es demostrar el impacto que el uso de las tecnologías de la información y comunicación tiene sobre el desempeño en las empresas de servicios turísticos en Nuevo León, México. Se encuentra conformada por las Teorías que respaldan las TIC y el desempeño empresarial; Uso de las tecnologías de la información y comunicación como herramienta tecnológica: Aspectos teóricos en el campo empresarial; Desempeño: Algunas bases conceptuales; Método (Participantes, Técnica e Instrumento, Procedimiento). Resultados; Discusión y Referencias utilizadas en la investigación.

Teorías que respaldan las TIC y el desempeño empresarial: En cuanto a la teoría que sustenta las variables Uso de las tecnologías de la información y comunicación, y Desempeño empresarial, tomando en cuenta el objetivo general planteado, es la Teoría de Recursos y Capacidades (TRC), considerando la relación existente en las referidas variables.

Teoría de Recursos y Capacidades: El origen de esta teoría se sitúa en el año 1984, con la publicación del profesor Binger Wernerfelt, en su artículo “The resource-based view of the firm”, con esta investigación posteriormente se dio a conocer esa corriente del pensamiento.

En este contexto, Martínez, Charterina & Araujo (2010), señalan que, desde una perspectiva empresarial, la teoría de recursos y capacidades, trata de dar respuesta a cuestionamientos de porqué aquellas que compiten en un mismo sector o industria experimentan grandes diferencias en sus resultados. (Wernerfelt & Montgomery, 1988; Hansen & Wernerfelt, 1989; Rumelt & Schelend & Teece, 1991), toda vez que, al realizar un análisis de los recursos y capacidades en una empresa, se identifican las ventajas de sus recursos así como las capacidades que tiene.

Uno de los aspectos novedosos de esta teoría es la descripción de empresa, no como una cartera de negocios, sino como un conjunto único de recursos tangibles o intangibles que se vinculan de forma semipermanente, y, por lo tanto, su potencial de resultados estará más relacionado con la disposición de recursos valiosos, y difíciles de ser imitados o sustituidos por otros (Huerta, Navas y Almodovar, 2004), en líneas generales, se puede decir que los recursos intangibles abren la posibilidad de la división porque utilizan sus habilidades para alzar las barreras de entrada que pueden existir en la empresa y por tanto mejorar el desempeño.

Cabe señalar que, en la teoría de recursos y capacidades de Barney, no se estudia al desempeño como tal, sino que se enfoca en la competitividad de las empresas y dentro ella se localiza el desempeño empresarial. La principal característica de esta teoría se basa en los recursos existentes, así como en las capacidades que tienen las organizaciones para asumir sus compromisos. En relación a los recursos, parte del principio de que son factores del proceso de generación de valor en la

empresa, considera que hay dos tipos, activos tangibles, como lo son recursos financieros, patentes, licencias, etc.; activos intangibles, es decir, recursos humanos y organizacionales, marca de la empresa, imagen comercial, relaciones con clientes, proveedores y público externo. Por tanto, permite conocer sus fortalezas y debilidades, visualizando a profundidad la organización, al realizar análisis internos en sus factores sociales, y externos de acuerdo con el planteamiento estratégico y de los recursos que posee.

En cuanto a las capacidades, parte del supuesto que hay tres tipos: a. La competencia de gestionar en materia de recursos humanos (capacidad para atraer recursos con el fin de desarrollar sus habilidades); b. Capacidad propia de la organización (controlada por los recursos, ya sea negocio, tecnología o innovación); c. Capacidad de la cultura corporativa, que se diferencia de otras en creencias valores, principio e incluso comportamiento de las personas dentro de las organizaciones. Según esta teoría, la capacidad es la habilidad de utilizar los recursos, que, al ser aumentados, se incrementa su valor dentro de una organización y por tanto generar mejoras en la competencia (Barney, 1991).

Usos de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) como herramienta tecnológica. Aspectos teóricos en el marco empresarial: Las tecnologías de la información y las comunicaciones como herramienta de gestión empresarial, ayudan de manera positiva, porque han contribuido en la forma de ver los negocios en el mundo, agregando valor a las actividades operacionales, permitiendo obtener ventajas competitivas, permanecer en el mercado y centrarse en su negocio, además de que han transformado la forma de gestionar los recursos (Díaz y Montenegro, 2010).

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2021), las tecnologías digitales y sus aplicaciones en las actividades económicas están provocando cambios radicales en los mercados laborales y en las habilidades de las personas. Los cambios en los patrones de producción y de consumo se han visto impulsados por la pandemia acelerando de una u otra manera la adopción de las tecnologías digitales en muchos sectores, incluido el turismo. Hoy día, las tecnologías de la información o sea la convergencia entre la computadora, la televisión y las telecomunicaciones, están revolucionando el mundo de los negocios, particularmente el comercio electrónico está cambiando no sólo la manera en que los clientes, proveedores y las compañías interactúan, sino también la forma en que las organizaciones trabajan en su entorno interno, lo que permite a las empresas ser más competitivas.

En tal sentido se precisan algunas definiciones desde la opinión de diferentes autores, tales como Urbano-Pulido y Toledano-Garrido (2011, p.180), quienes expresan “las tecnologías de información y comunicación se han convertido en el instrumento básico para llevar a cabo sus

iniciativas empresariales. Bien implementadas se convierten, en una poderosa arma competitiva para el negocio” (p. 180). Las capacidades de uso de las TIC, o nuevas tecnologías “favorecen las innovaciones de productos y de procesos, así como la aplicación de conocimientos de forma efectiva a los procesos organizacionales, lo que les permite a las corporaciones ser más competitivas” (Bernal y Sierra, 2008, p.78). Por su parte (Benítez, 2020), las define “como un conjunto de dispositivos, soluciones y elementos hardware, software y de comunicaciones aplicados al tratamiento automático de la información y de la difusión de la misma para satisfacer necesidades de información” (p.45)

A nivel internacional, la OECD et al. (2020), expresa que el “uso adecuado de las nuevas tecnologías ha proporcionado soluciones innovadoras y eficientes para hacer frente a la pandemia y aliviar así las medidas de confinamiento y distanciamiento social al conectar a las personas, las empresas, los mercados y las instituciones” (p.56). Las capacidades relacionadas a las TIC pueden mejorar su comercialización y por ende ampliar su mercado.

Las capacidades de uso de las tecnologías de la información y comunicación se han definido como el conjunto de computadoras y tecnologías relacionadas en una organización para almacenar, procesar, y comunicar información, pero han surgido corrientes que han ampliado la definición. Actualmente consideran aspectos técnicos, e incluyen también procesos, recursos humanos y hasta estrategias (García, Díaz y Arias-Pérez, 2017). Las capacidades tecnológicas, según (Hernández, 2017) “son la forma en que las empresas identifican, adoptan, usan, dominan, modifican y/o crean tecnologías y hacen uso de conocimiento nuevo o existente para la elaboración de nuevos productos y mejora en productos y procesos” (p.70).

Las definiciones expresadas enfatizan en aspectos tales como se engloban dentro de un conjunto de computadoras y tecnologías para almacenar, procesar, y comunicar información, considerando aspectos técnicos, procesos, recursos humanos, que de una u otra manera promueven las innovaciones tanto en los productos como en los procesos, a fin de que las empresas sean eficientes.

En tal sentido, las TIC pueden utilizarse en la mejora de diversas técnicas de gestión estratégica que puedan atender a una mejor gestión de proveedores, consumidores y operaciones internas, fundamentalmente mediante el uso del comercio electrónico tanto en las empresas como en los consumidores. Son necesarias porque cada vez más en ellas se basa la estrategia de negocios, por lo que para los directivos llegan incluso a ser un asunto de supervivencia (Garrigós y Narangajavana, 2006). El uso de las TIC en las empresas turísticas permite el almacenamiento, procesamiento, organización, distribución y comunicación de información, tales como: la computación o informática que sirve de soporte en los sistemas de información; los recursos informáticos (software y hardware) necesarios para almacenamiento y gestión de información, y las redes de comunicación a través de

diversos medios físicos, que permiten su transmisión (Rodríguez, 2018), considerándose como elementos claves: la computación o informática, el software o sistemas y las redes de comunicación.

La computación o informática: es el conjunto de técnicas que hacen posible que la información sea automatizada a través de las computadoras, toda vez que sus funciones están enmarcadas en analizar el hardware y el software como componentes indispensables para automatizar los datos. Así como también combina la teoría y práctica de la informática, ingeniería y lógica, entre otros (Posada, Gómez y Ramírez, 2005).

Sin embargo, algunos autores hacen diferenciación entre la computación, como disciplina que se encarga del diseño, desarrollo y procesamiento de las computadoras, (hardware), mientras la informática se encarga de recabar datos procesarlos y ordenarlos en información, a juicio de la investigadora las dos se complementan pues lo usual en una empresa es tener un equipo y utilizarlo

El software o sistemas: “es el conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas para ejecutar ciertas tareas en una computadora” (DRAE). Se considera una tecnología blanda, que se corresponde desde las TIC, como los procesos, procedimientos que se requieren para que la empresa utilice las TIC como herramientas tecnológicas que contribuyan a optimizar su desempeño. (Ortiz y Nagles, 2013). También se conoce por software a “las instrucciones, rutinas o programas que la CPU debe interpretar y ejecutar para hacer funcionar adecuadamente el sistema. Tales programas se pueden almacenar en un disco o en una memoria ROM” (Mejía, 2005, p.30), la diferencia estriba en que en el disco se pueden modificar los datos, pero en una memoria ROM no es posible, es decir son inalterables. Según Ferro (2020), el software “se compone de los datos almacenados, información y programas que hacen que el ordenador funcione. El software es la parte lógica del ordenador (elementos físicos que no se pueden ver ni tocar)” (p .411)

Existe el software de sistemas que son los programas preinstalados en el computador que administran el funcionamiento del sistema y garantiza su operatividad. Es decir, son las funciones básicas y fundamentales que se necesitan para trabajar correctamente y el software de aplicación que no pertenecen al sistema, sino que son instalados para realizar funciones muy específicas (Amaya, 2010).

En el software de aplicación, se encuentran los programas digitales, que son utilizados para gestionar proyectos. Los programas se encargan de orientar los proyectos, producir diseños, y flujos de proceso, por citar algunos, la gestión se enfoca en dar una dirección y lineamientos para la entrega de la capacidad digital a través de proyectos constitutivos. Cabe señalar que entre los programas se encuentran los de Gestión de Calidad, rendimiento y financieros, entre otros. Dentro de los proyectos de Gestión, se tienen los (de tareas, alcance, colaboración, y comunicación) (Jace, 2020).

Redes de comunicación: En relación a las redes de comunicación están formadas por las distintas maneras de circular la información hasta llegar a sus receptores, toda vez que puntualizan las relaciones entre individuos, así como grupos que dentro de la organización cumplen diferentes actividades (Benítez, 2020). Por tanto, permiten que la información se pueda combinar distintas direcciones (descendente, ascendente, y horizontal). Son entes dinámicos, las cuales están influenciadas por los cambios externos (mercado, cambios políticos) y los internos, en la medida en que vaya generando innovación en sus productos, servicios y mejoras en los procesos, promueva el desarrollo de redes de asociación que le permitan llegar al mercado en el que se desenvuelven (González, 2012; De Pablos, López, Martín-Romo y Medina, 2004).

Una red de comunicación permite el intercambio de información a distancia entre equipos y personas, toda vez que se trata de transmitir datos a través de diversos medios, pero las conversiones que puedan existir se realizan de manera clara al usuario o cliente, para alcanzar un objetivo o realizar una actividad. La red es por lo tanto una estructura de las comunicaciones en un grupo utilizando medios específicos tales como la fibra óptica (Guimi, 2009).

Dentro de las redes de comunicación, se tienen las redes sociales que se han convertido en una prioridad para las empresas y algunas las tienen ya integradas en sus actividades para exponer sus servicios, productos y mejoras, lanzar sus novedades, promover sus ofertas, entre otras, por lo tanto, pasan a ser observadas por los competidores, toda vez que la idea es compararse con las que se encuentran dentro del mismo sector. Cabe mencionar que la pandemia del covid-19, ha sido un componente agregado para el crecimiento de éstas redes porque ha permitido su incorporación en casi todos los niveles (educativo, religioso, empresarial) quienes han vivido un crecimiento exponencial como fuente de información (Sicilia, Palazón, López y López, 2021).

Es pertinente mencionar que las herramientas de redes sociales empresariales crean valor de negocios al conectar a los miembros de una organización a través de perfiles, actualizaciones y notificaciones, pero orientadas a usos corporativos internos, además son útiles porque ofrecen una comunicación con el cliente, les ayuda para resolver problemas y los informa a través de la red social que considere manejar dentro del negocio, tales como el Twitter, Facebook, o cualquier otra.

Desempeño empresarial. Algunas bases conceptuales: Con respecto al desempeño, se tiene que el mismo no puede ser medido sólo desde el lado financiero o de la rentabilidad, sino de manera multidimensional, a través de varias dimensiones, entre las que se encuentran algunas tales como el incremento en el número de colaboradores y el aumento en la comercialización de los servicios prestados (Wiklund y Shepherd, 2003; Soriano y Castrogiovanni, 2012).

A continuación, se presentan un conjunto de definiciones del desempeño, las cuales vienen dadas por autores de libros, y/o artículos publicados, es así como se describen las siguientes. Según

Rodríguez (2019), “es la información sobre los resultados obtenidos en los procesos y productos que pueden ser evaluados y comparados con relación a metas, patrones, resultados pasados y a otros procesos” (p.43). La Norma ISO 3000 (2007), establece que el desempeño “se relaciona con la capacidad de la organización, la cual debe armonizar con los resultados individuales grupales de la propia organización; que estimula el rendimiento; igualmente se reconocen las percepciones de los trabajadores y las competencias que la organización posee” (Serrano, 2019, p.8).

Para Bustamante (2018), el desempeño empresarial abarca las ganancias y la participación en el mercado, analizando las tasas de crecimiento anual que se presentan, diferenciando entre un año y otro, donde se puedan tomar decisiones en base a lo analizado. Asimismo, para Rodríguez (2019, p.87), es “la información sobre los resultados obtenidos en los procesos y productos que pueden ser evaluados y comparados con relación a metas, patrones, resultados pasados y a otros procesos”. Para Cantero (2011) es “la capacidad que tiene una empresa para dar cumplimiento a sus metas y objetivos, para adaptarse al entorno y hacer un uso racional de los recursos que este le proporciona y para cumplir con sus lineamientos estratégicos” (p.4). Asimismo, indica que la empresa al aprovechar las capacidades favorece el alcance de las metas u objetivos planteados.

Método

A los fines de alcanzar los resultados en la investigación, el método es la secuencia de actividades que deben cumplir, así como establecer los procedimientos necesarios son cruciales para alcanzar el objetivo planteado, el cual está dirigido a: demostrar el impacto que el uso de las tecnologías de la información y comunicación tiene sobre el desempeño en las empresas de servicios turísticos en Nuevo León, México. La investigación científica, permite dar respuesta al objetivo, el propósito es dar a conocer la forma como se procede a realizar el estudio, en el que se responde al nivel de profundidad que se pretende llegar, en función de las características derivadas del problema a ser investigado. La investigación cuantitativa presenta un conjunto de secuencias, con un orden riguroso, tales como: se parte de una idea, se formulan preguntas, se revisan antecedentes relacionados con el objeto de estudio elaborando así el marco teórico, estableciendo hipótesis y determinando variables; asimismo se establece un diseño y las variables se miden en un mismo contexto, bajo mediciones que se obtienen utilizando métodos estadísticos (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2010).

Desde el punto de vista metodológico y de acuerdo con lo expresado por Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista (2014), se tiene que la presente investigación se corresponde con una investigación descriptiva, entendida ésta como aquellos estudios en el que “se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 92).

La investigación se enmarca dentro de un diseño de campo, no experimental, por cuanto la recopilación de la información se obtiene desde el mismo sitio donde se está presentando el problema, por lo tanto no hay manipulación de las variables, pues los hechos se observan tal y como se presentan en su ambiente original, para después ser analizados (Arias, 2012; Hernández-Sampieri et al., 2010), motivado a que los datos son obtenidos directamente de los gerentes en las empresas de servicios turísticos localizadas en el estado de Nuevo León. Los diseños de campo no experimental se pueden clasificar en: transeccionales o transversales, según el tiempo que se destina para realizar la investigación, este tipo de diseño son los que recolectan datos en un momento y tiempo establecido por el investigador (Mejía, 2008).

Participantes:

Los participantes o población a estudiar, son el conjunto de unidades en este caso individuos de quienes se obtendrá la información que se necesita para alcanzar el objetivo de la investigación, se considera también a todos los sujetos que concuerdan con determinadas especificaciones (Palella y Martins, 2012; Hernández-Sampieri et al., 2010), es decir, la población tiene características muy definidas, y a quien estarán referidas las conclusiones del estudio. En este caso son los gerentes de las empresas de servicios turísticos en el estado de Nuevo León, México, con un total de 131 personas. Debido a que la población se considera accesible a la investigadora se utiliza el censo, por lo que no es necesario calcular muestra.

Técnicas e instrumento:

Las técnicas se refieren a los procedimientos que son utilizados con la finalidad de compilar un determinado tipo de información. En tal sentido se aplicó como técnica la encuesta, con el objetivo de obtener de los sujetos de estudio, datos necesarios para elaborar la investigación (Arias, 2012; Tamayo y Tamayo, 2003), es decir, son el conjunto de preguntas dirigidas a los gerentes de las empresas de servicios turísticos localizadas en el estado de Nuevo León, México.

Como instrumento de recolección de datos, que son los recursos destinados a obtener, información referente a las variables que se van a estudiar, se utilizó el cuestionario, el cual se encuentra conformado por una serie de ítems o preguntas relacionadas con las variables objeto de estudio, asimismo permite recolectar información sobre el fenómeno a estudiar, por lo tanto contiene preguntas dirigidas a lograr el objetivo establecido (Arias, 2012; Hernández-Sampieri et al. 2010). El mismo quedó conformado por doce (12) ítems, de los cuales seis (6), están dirigidos a medir la variable uso de las TIC, como herramienta tecnológica y seis (6) ítems a medir el “desempeño empresarial”, siguiendo un escalamiento tipo Likert, con 5 opciones de respuesta: Nunca, Casi Nunca, A veces, Casi siempre y Siempre. Cabe mencionar que el escalamiento Likert permite medir actitudes

y por tanto da al entrevistado la oportunidad de seleccionar la opción con la que más se identifica (Hernández-Sampieri et al. 2014).

Procedimiento:

A los fines de alcanzar el objetivo propuesto, se efectuó el siguiente procedimiento:

Revisión previa de investigaciones relacionadas con las variables a estudiar, la misma se efectuó de manera virtual debido a las implicaciones presentes por la pandemia Covid 19, aunado a que hoy día se encuentra suficiente información proveniente de trabajos de grado en universidades públicas y privadas, así como de revistas especializadas, que permiten precisar en las variables de estudio, sus definiciones y antecedentes.

Trabajo de Campo, el mismo se efectuó partiendo de la elaboración del instrumento, el cual fue validado en su contenido por medio de especialistas (juicio de expertos), quienes opinaron en cuanto a la redacción de los ítems y su pertinencia con el objetivo de la investigación. Para calcular el Coeficiente de confiabilidad se hizo uso de la fórmula Alpha de Crombach, el cual reflejó un valor de 0.915 para el uso de las TIC como herramienta tecnológica y 0.886 para el desempeño empresarial. Posterior a esto, se procedió a la aplicación del instrumento a la población en estudio, es decir, a los 131 gerentes de las empresas de servicios turísticos en el estado de Nuevo León. México.

Resultados

Una vez aplicado el instrumento, se tabularon las preguntas y para el análisis de las respuestas se utilizan procedimientos estadísticos computarizados, tal como se evidencian en: Tabla 1: Estadísticos descriptivos del uso de las TIC y el desempeño en las empresas de servicios turísticos de Nuevo León en la que se observa que la correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral); Tabla 2: Resultados del uso de las TIC en las empresas de servicios turísticos de Nuevo León en donde se observa el resumen de las respuestas de la población; Tabla 3: Resultados y promedios del desempeño en las empresas de servicios turísticos de Nuevo León, por ser una investigación cuantitativa (Hernández et al., 2010), así como la Gráfica 1: Representación esquemática del uso de las TIC y el desempeño de las empresas de servicios turísticos.

La presentación de los resultados e interpretación se realizó considerando los elementos claves de las variables uso de las TIC y el desempeño.

Tabla 1. Estadísticos descriptivos del uso de las TIC y el desempeño en las empresas de servicios turísticos de Nuevo León.

Variable	N	Media	Desv. típ.	Asimetría	Curtosis	Alpha Crombach
----------	---	-------	------------	-----------	----------	----------------

Uso de las TIC	131	38.2901	5.92321	-.802	-.024	0.915
Desempeño empresarial	131	74.9377	15.30261	-1.607	3.451	0.886

Fuente: Cálculos propios. (Avilez, 2022)

Tabla 2. Resultados del uso de las TIC en las empresas de servicios turísticos de Nuevo León

Opción	La computación o informática	El software o sistemas	Las redes de comunicación
Nunca	2	2	0
Casi nunca	5	3	2
A veces	17	25	14
Casi siempre	41	43	50
Siempre	66	58	65
Total	131	131	131

Fuente: Cálculos propios. (Avilez, 2022).

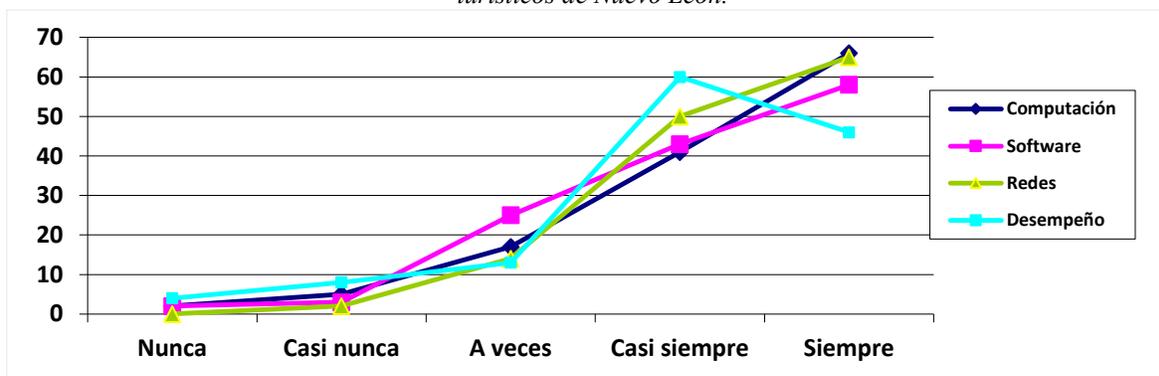
Tabla 3. Resultados del desempeño en las empresas de servicios turísticos de Nuevo León.

Rango	Opción	Total	Promedio
Nunca	1 -20	25/6	4
Casi nunca	21-40	46/6	8
A veces	41-60	80/6	13
Casi siempre	61-80	360/6	60
Siempre	81-100	276/6	46
total			131

Fuente: Cálculos propios. (Avilez, 2022).

A continuación, se realiza la representación esquemática de las variables **uso de las TIC** y el **desempeño de las empresas de servicios turísticos de Nuevo León (Grafica 1)**, la cual refleja la **influencia** del uso de las TIC con respecto al desempeño en las referidas empresas.

Gráfica 1. Representación esquemática del uso de las TIC y el desempeño en las empresas de servicios turísticos de Nuevo León.



Discusión

Los datos fueron procesados por medio del programa SPSS versión 22, luego se procedió a su análisis e interpretación, el mismo se realizó considerando los elementos claves que conforman el uso de las TIC (computación o informática, las redes de comunicación y el software o sistemas), siendo esta la

manera establecida para procesar los resultados, y el desempeño empresarial fue medido en base a los porcentajes de cumplimiento por parte de las empresas, información que fue utilizada para la elaboración de la gráfica 1, de las que se generan la siguientes observaciones:

La computación o informática y las redes comunicacionales, presentan similar tendencia pues ambas convergen siendo son indispensables para el desempeño empresarial, en opinión de los encuestados, la empresa casi siempre (alcanzó la rentabilidad establecida para el periodo, ha logrado mantener las ventas dentro de lo planificado, ha conseguido cumplir con las expectativas de sus recursos humanos, ha logrado mejorar en sus servicios y atención respecto al último período, logró los indicadores de eficiencia que se habían planificado para el período y alcanzó el desempeño planificado al final del periodo pasado), dicho resultado es derivado de la situación presentada con la pandemia del COVID-19, de haber logrado la calificación siempre (de acuerdo a las opciones de respuesta), las empresas alcanzarían las metas que reflejan el desempeño empresarial.

En relación con el software se evidencia en la gráfica que una vez que los programas se ingresan a la unidad Central de Procesamiento (CPU) tienden a mantenerse estables, indicando así que son las redes comunicacionales, las que contribuyen al desempeño de las empresas.

Las redes de comunicación permiten el intercambio de datos, la interacción entre personas y por supuesto entre las empresas, de manera más rápida con el uso de computadoras como recurso que brindan soporte al uso de texto, gráficos, video y conversación, usar el correo electrónico o mensajería instantánea, compartir hardware como impresoras y escáner, entre otros, considerando que las mismas permiten exponer sus servicios, productos y mejoras, que en líneas generales reflejan una influencia de la inversión en TIC y su uso, con respecto al desempeño en las empresas.

Referencias

- Amaya Amaya, J. (2010) *Sistemas de información gerenciales: Hardware, software, redes, Internet, Diseño*. (2ª ed.). Ecoe Ediciones. Bogotá.
- Arias Odón, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la Metodología Científica*. (6ta ed.). Caracas. Editorial Episteme C.A.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120. https://files.transtutors.com/cdn/uploadassignments/695869_1_barney--1991.pdf
- Bauzá Martorell, F.J. y Melgosa Arcos, F.J. (Dir.). (2020). *Turismo post Covid-19: El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación*. Ediciones Universidad de Salamanca.
- Benítez Márquez, M. (2020) COMM006PO - Gestión de comunidades virtuales. Editorial Elearning S.L. España
- Bernal Torres, C.A. (2010). *Metodología de la investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. 3ª. (ed.). Colombia. Pearson Educación de Colombia
- Bernal Torres, C.A. y Sierra Arango, H.D. (2008). *Proceso Administrativo para las organizaciones del siglo XXI*. México. Pearson Educación S.A. de C.V. México

- Bustamante Barzola, M. (2018). Los Indicadores Estratégicos y Desempeño Empresarial en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Cantón Milagro. Universidad Estatal de Milagro. <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/4045>
- Cantero Cora, H. (2011). Procedimiento para el mejoramiento de la evaluación del desempeño empresarial a partir de un enfoque basado en procesos. Universidad de Olguin. <https://repositorio.uho.edu.cu/jspui/handle/uho/6143>
- De Pablos Heredero, C., López Hermoso, J.J., Martín-Romo, S. y Medina, S. (2004) *Informática y comunicaciones en la empresa*. Madrid. ESIC Editorial. España
- Díaz Mariño, M. I. & Montenegro Arteaga, H. (2010). Aplicación de las TIC en los procesos de investigación de mercados y gestión documental como estrategia de competitividad en la empresa. <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/4019>
- Ferro Veiga, J. M. (2020). *Perito Judicial en Mantenimiento y Protección del Hardware*. https://books.google.com.mx/books?id=TVnMDwAAQBAJ&pg=PA7&hl=es&source=gb_s_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false
- García, A. A., Díaz, H.E. y Arias-Pérez, J.E. (2017) Capacidades de Tecnologías de Información y Capacidades de Negocio Electrónico (E-Business): Efecto Mediador de la Capacidad de Absorción. *Inf. tecnol. vol.28 no.1* <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642017000100006>
- Garrigós Simón, F.J. y Narangajavana, Y. (2006) Capacidades directivas y nuevas tecnologías en el sector turístico. Publicacions de la Universitat Jaume I. Castelló de la palma.
- Gobierno de México (2020). Compendio Estadístico del Turismo en México 2020. Secretaria de Turismo. En <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>
- González García, M.J. (2012). Habilidades Directivas. Málaga. Innovacion y Cualificación España.
- Guimi (2009). Redes de comunicaciones. En: https://guimi.net/monograficos/G-Redes_de_comunicaciones/G-Redes_de_comunicaciones.pdf
- Hansen, G. S & Wernerfelt, B. (1989). Determinants of firm performance: The relative importance of economic and organizational factors. (Determinantes del rendimiento empresarial: la importancia relativa de los factores económicos y organizativos). Volume 10, Issue 5, September/October. En <https://doi.org/10.1002/smj.4250100502>
- Hernández Chavarria, J. (2017). Capacidades tecnológicas y organizacionales de las empresas mexicanas participantes en la cadena de valor de la industria aeronáutica. *Economía: teoría y práctica*, (47), 65-98. <https://doi.org/10.24275/etypuam/ne/472017/hernandez>
- Hernández-Sampieri, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de La Investigación*. (5ta ed.). México. Mc Graw-Hill Interamericana Editores.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ta ed.). Mc Graw-Hill Interamericana Editores. México.
- Huerta Riveros, P. Navas López, J. E. y Almodóvar Martínez, P. (2004). La Diversificación desde la Teoría de Recursos y Capacidades. Cuadernos de Estudios Empresariales 2004, núm. 14 87-104 IS
- Jace An (2020). *77 Bloques para Construir una Transformación Digital: El Modelo de Capacidad Digital*. En <https://www.amazon.com.mx/Bloques-para-Construir-Transformaci%C3%B3n-Digital-ebook/dp/B086QGD7MT> Formato: Edición Kindle. Traducido por Verónica Macrina.
- Maristany Ruiz, F. (2007). Las tecnologías de la información en las empresas españolas: situación 05-06: situación 2005-2006. Colección Tecnología e innovación. EOI Escuela de Organización Industrial.
- Martínez Santa María, R. Charterina Abando, J. & Araujo de la Mata, A. (2010). Un modelo causal de competitividad empresarial planteado desde la VBR: capacidades directivas, de innovación, marketing y calidad. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa (IEDEE)*. 16(2), 165-188 <https://www.redalyc.org/pdf/2741/274120099009.pdf>
- Mejía Mejía, E. (2008). El Proyecto de investigación Científica en Educación. Centro de Producción Editorial e Imprenta de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima.

- Mejía Mesa, A. (2005). Guía práctica para manejar y reparar el computador. (11ª ed.). Bogotá. Panamericana, formas e impresos S. A.
- OECD et al. (2020), *Perspectivas económicas de América Latina 2020: Transformación digital para una mejor reconstrucción*, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/f2fdced2-es>
- Orgaz Aguera, F. y Moral Cuadra, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. <https://www.redalyc.org/journal/1934/193449985009/html/>
- Ortiz Pabón, E. y Nagles García, N. (2013). *Gestión de tecnología e innovación- Teoría, proceso y práctica*. (2a ed.). Digiprint Editores. Universidad EAN. Bogotá.
- Parella Stracuzzi, S. y Martins Pestana, F. (2012). *Metodología de la Investigación cuantitativa*. (3ª ed.). Caracas. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Libertador (FEDEUPEL). La editorial Pedagógica de Venezuela.
- Posada Díaz, A., Gómez Ramírez, J.F y Ramírez Gómez, H. (2005). El Niño Sano. (3ª ed.) Ed. Médica Panamericana. Bogotá. Colombia.
- Rodríguez Moreno, D.C. (2018). Tecnologías de información y comunicación para el turismo inclusivo. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, vol. XXVI, núm. 1, pp. 125-146. DOI: <https://doi.org/10.18359/rfce.314>
- Rodríguez, M. (2019). Análisis del desempeño empresarial en el Hotel Playa Costa Verde. 2019, de Universidad de Holguín, Facultad de Ciencias Empresariales y Administración, Departamento de Ingeniería Industrial Sitio web: <https://repositorio.uho.edu.cu/jspui/handle/uho/6031>
- Rumelt, R.P. & Schendel, R. & Teece D. D. (1991). Strategic management and economics (Gestión estratégica y economía). Revista Teece Volume 12, Issue S2 Special Issue: Special Issue. <https://doi.org/10.1002/smj.4250121003>
- Serrano López, Y. (2019). La Evaluación del desempeño empresarial basado en indicadores de eficacia y eficiencia en la filial del Fondo Cubano de Bienes Culturales en Holguín. 2019, de Universidad de Olguin. <https://repositorio.uho.edu.cu/jspui/handle/uho/5958>
- Sicilia, M., Palazón, M., López, I. y López, M. (2021). *Marketing en redes sociales*. ESIC Editorial Madrid. España
- Soriano, D. R. & Castrogiovanni, G. (2010). The impact of education, experience and inner circle advisors on SME performance: Insights from a study of public development centers. *Small Business Economics*
- Tamayo y Tamayo, (2003) *El proceso de la investigación científica. Incluye evaluación y administración de proyectos de investigación*. (4ª ed.). Editorial Limusa. México. Noriega editores
- Urbano-Pulido, D. y Toledano-Garrido, N. (2011). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Editorial UOC
- Wernerfelt, B. & Montgomery, C. A. (1988). Tobin's q and the Importance of Focus in Firm Performance. (Q de Tobin y la importancia del enfoque en el desempeño de la empresa). *The American Economic Review*, 78(1), 246–250. <http://www.jstor.org/stable/1814713>
- Wiklund, J. & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. (Recursos basados en el conocimiento, orientación emprendedora y desempeño de las pequeñas y medianas empresas). En <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.360>