



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM–Estelí

**Las TIC para la mejora de la gestión empresarial en la panadería
Aurami, Estelí, año 2022**

Trabajo de seminario de graduación para optar

al grado de

Licenciado en Administración de Empresas

Autores

José David Pérez Urbina

Jesica Belén Arauz Briones

Ninoska Doraldina Olivas Casco

Tutora

MSc. Arlen Meryfel Picado Juárez

Estelí, 31 de enero del 2023



DEDICATORIA

La presente tesis la queremos dedicar a Dios primeramente por ser el nuestro guía y quien nos dio la sabiduría e inteligencia necesaria, gracias a él podemos hacer mención a la frase bíblica que dice: “hasta aquí nos ha ayudado el Señor”.

A nuestros padres, quienes estuvieron apoyándonos y se merecen esta mención por cada palabra de ánimo que nos dieron en los momentos que quisimos desistir y no continuar, por su apoyo económico en todo lo que necesitamos en estos cinco años de trayectoria universitaria; que si bien es cierto no ha sido fácil, pero hemos sabido sobreponernos y culminar con éxitos nuestros estudios, siendo unos profesionales capaces de planear, organizar, dirigir y controlar.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, le agradecemos al Dios sempiterno, quien nos dio la sabiduría e inteligencia para sobre cumplir cada una de nuestras etapas en nuestra carrera y así culminar nuestros estudios, posteriormente le reconocemos a nuestros padres que nos han brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos nuestros objetivos personales y académicos, ellos son los que con su cariño nos han impulsado siempre a perseguir nuestras metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades que se encuentran en el camino, también son los que nos han brindado el soporte material y económico para poder concentrarnos en los estudios.

Igualmente agradecemos a todos los docentes que han sido parte de nuestro camino desde la primaria, secundaria y universitaria, a todos ellos les queremos agradecer por haber aportado un granito de arena en nuestro aprendizaje, al transmitirnos los conocimientos necesarios para hoy poder estar aquí. Sin ustedes los conceptos serían sólo palabras, y las palabras ya sabemos que se las lleva el viento.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí
2023: “Seguiremos avanzando en victorias educativas”

Estelí, 31 de enero de 2023

CONSTANCIA

Por este medio estoy manifestando que la investigación: **Las TIC para la mejora de la gestión empresarial en la panadería Aurami, Estelí, año 2022**, cumple con los requisitos académicos de la clase de Seminario de Graduación, para optar al título de Licenciado en Administración de Empresas.

Los autores de este trabajo son los estudiantes: José David Pérez Urbina, Jessica Belén Arauz Briones y Ninoska Doraldina Olivas Casco; y fue realizado en el II semestre del año 2022, en el marco de la asignatura de Seminario de Graduación, cumpliendo con los objetivos generales y específicos establecidos, que consta en el artículo 9 de la normativa, y que cumple con un total de 60 horas permanentes y 240 horas de trabajo independiente.

Considero que este estudio será de mucha utilidad para la carrera de Administración de Empresas, la comunidad estudiantil y las personas interesadas en esta temática.

Atentamente,

MSc. Arlen Meryfel Picado Juárez
ORCID No: 0000-0002-8817-7841
FAREM-Estelí, UNAN-Managua

RESUMEN

El presente trabajo investigativo se elaboró en el año 2022, estudio es Las TIC para la mejora de la gestión empresarial en la panadería Aurami en el año 2022, para el tratamiento de este tema se elaboró el objetivo general Analizar las TIC que contribuyen a la mejora de la gestión empresarial en la panadería Aurami en el año 2022, esto debido a que el problema que se observó radica en la no utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, como consecuencia afecta la organización de la empresa en cuanto al levantamiento de sus pedidos con los clientes, ya que lo realizan de manera manual en una libreta que le brindan al ayudante del camión repartidor, siendo algo de qué preocuparse más para una empresa tan reconocida como Aurami. La investigación tiene un enfoque y tipo de estudio mixto, ya que se trata de describir y detallar las herramientas TIC, así como los factores que afectan el manejar de la gerencia; por otro lado, se utilizaron la entrevista y la encuesta como instrumentos para dar salida a los objetivos, para ello contribuyó la administradora de la empresa, junto a 213 trabajadores que fueron encuestados; se concluyó que la empresa si cuenta con algunas herramientas TIC que a lo largo de los años les han servido para estar en lo más alto del rubro panificador en el municipio, se presentan debilidades que se pueden mejorar y optimizar para aprovechar y contrarrestar las oportunidades y amenazas provenientes del entorno.

Palabras claves: Gestión empresarial, TIC, panadería, herramientas, empresa.

ABSTRAC

The present investigative work was elaborated in the year 2022, the study is ICT for the improvement of business management in the Aurami bakery in the year 2022, for the treatment of this topic the general objective was elaborated Analyze the ICT that contribute to the improvement of the business management in the Aurami bakery in the year 2022, this is due to the fact that the problem that was observed lies in the non-use of Information and Communication Technologies, as a consequence it affects the organization of the company in terms of the survey of their orders with customers, since they do it manually in a notebook that they provide to the delivery truck assistant, being something to worry about more for a company as renowned as Aurami. The research has a mixed approach and type of study, since it is about describing and detailing the ICT tools, as well as the factors that affect management management; on the other hand, the interview and the survey were used as instruments to give output to the objectives, for which the administrator of the company contributed, together with 213 workers who were surveyed; It was concluded that the company does have some ICT tools that over the years have helped them to be at the top of the bakery business in the municipality, there are weaknesses that can be improved and optimized to take advantage of and counteract the opportunities and threats from the environment.

Keywords: Business management, ICT, bakery, tools and company.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN.....	1
2.	ANTECEDENTES	3
3.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
3.1.	Caracterización General del Problema.....	5
3.2.	Preguntas de Investigación	7
4.	JUSTIFICACIÓN.....	8
5.	OBJETIVOS.....	10
5.1.	Objetivo General.....	10
5.2.	Objetivos Específicos	10
6.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	11
6.1.	Empresa	11
6.1.1.	Clasificación de empresa	11
6.1.2.	Limitaciones o dificultades.....	12
6.1.3.	Importancia de las empresas.....	13
6.2.	Tecnología de la Información y la comunicación.....	14
6.2.1.	Antecedentes Tecnologías de la Información y la Comunicación	14
6.2.2.	Importancia Tecnologías de la Información y la Comunicación.....	16
6.2.3.	Ventajas de la Tecnología de la Información y la Comunicación.....	16
6.2.4.	Características de las TIC.....	17
6.2.5.	Oportunidades que brindan las TIC.....	18
6.2.6.	Términos que se usan en las TIC.....	19
6.2.7.	Clasificación de las TIC	21
6.2.8.	Herramientas TIC para la gestión empresarial	23
6.2.9.	TIC en el comercio	28
6.2.10.	Cómo los sistemas de información transforman los negocios.....	29
6.2.11.	Ventajas competitivas y los sistemas de Información	30
6.3.	Factores Internos y externos que impiden adquirir las TIC en la gerencia.....	30
6.3.1.	Factores internos y externos	31
6.3.2.	Análisis situacional o diagnóstico FODA	32

6.3.3.	La matriz de las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas (FODA)...	34
6.4.	Gestión empresarial	37
6.4.1.	Importancia de la Gestión Empresarial	38
6.4.2.	Áreas de gestión empresarial en las MiPymes	39
7.	SUPUESTOS DE INVESTIGACIÓN	46
8.	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES POR OBJETIVOS.....	47
9.	DISEÑO METODOLÓGICO	54
9.1.	Tipo de Investigación.....	54
9.2.	Área de Estudio.....	55
9.3.	Población y muestra/ Sujetos participantes	55
9.4.	Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos	56
9.5.	Etapas de la investigación.....	56
9.5.1.	Investigación documental.....	56
9.5.2.	Elaboración de instrumentos:	56
9.5.3.	Trabajo de campo	57
9.5.4.	Elaboración de documento final:.....	57
10.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	58
10.1.	Herramientas TIC implementadas en la gestión empresarial	59
10.2.	Factores externos e internos que influyen en la adopción de las TIC para la gestión empresarial de Aurami.....	74
10.3.	Oportunidades TIC a la gerencia empresarial de Panadería Aurami.....	82
10.4.	Propuesta de integración de TIC a la gestión empresarial.....	95
11.	CONCLUSIONES.....	103
12.	RECOMENDACIONES	107
13.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	109
14.	ANEXOS.....	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de MIPYMES	12
Tabla 2. Herramientas TIC y sus beneficios	100

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Modernidad de los equipos de la panadería	60
Gráfico 2. Utilidad de los instrumentos tecnológicos.....	61
Gráfico 3. Tecnología utilizada en las áreas de trabajo.....	63
Gráfico 4. Áreas con necesidad de las TIC	65
Gráfico 5. Panadería Aurami y sus tecnologías necesarias	66
Gráfico 6. Panadería Aurami y sus tecnologías necesarias	70
Gráfico 7. Factores y su predominancia en la adopción de las TIC	75
Gráfico 8. Factores y su incidencia en la no adopción de las TIC	77
Gráfico 9. Amenazas en la no adopción de las TIC en la panadería	79
Gráfico 10. Las TIC y las facilidades de trabajo que brinda	84
Gráfico 11. Barreras para la introducción de las TIC.....	86
Gráfico 12. Beneficios de las TIC en la gerencia.....	88
Gráfico 13. Importancia de la inversión en las TIC	92
Gráfico 14. Disponibilidad para el uso de las TIC	94

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Imagen 1. Marca de la empresa.	130
Imagen 2. Área de producción de Aurami.....	130
Imagen 3. Productos Aurami.....	130

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo aborda el siguiente tema: Las TIC para la mejora de la gestión empresarial en la panadería Aurami en el año 2022, se describen conceptos, antecedentes, importancia entre otros elementos que permiten conocer a profundidad la manera en cómo las Tecnologías de la Información y la Comunicación aportan e influyen el crecimiento específicamente en las empresas panificadoras.

Por otro lado, al estar en una época moderna y llena de instrumentos tecnológicos, es pertinente realizar investigaciones que conlleven a las empresas nicaragüenses a la inclusión de las TIC que mejoren y automaticen el trabajo de la gerencia, sus trabajadores y que a su vez aumente la producción de sus organizaciones.

Esta investigación se realizó en la empresa panificadora llamada “Aurami”, ubicada en el municipio de La Trinidad de donde fue la Texaco tres cuadras al oeste, en cual se trabajó con la gerencia conociendo la forma en la que trabajan para organizarse en pro de encaminar la empresa hacia el éxito esto de la mano de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Esta investigación, está estructurada de la siguiente manera: en el inciso 1 se aborda la introducción esta se encarga de presentar el tema elegido, la estructura del escrito, la metodología, posteriormente en el inciso 2 se describen los antecedentes de investigaciones relacionadas al tema de estudio abordando el ámbito local, regional, nacional e internacional.

En el inciso 3 se plantea el problema de investigación con el que cuenta la empresa que se estudia, ahora bien, en el inciso 4 se detalla la justificación que responde a la importancia de la investigación el por qué se realiza y para qué; en el siguiente inciso el 5 se esbozan los objetivos del tema tanto general como los específicos, luego se muestra el inciso 6 la fundamentación teórica donde se aborda grosso modo, el desarrollo del tema que abarca todo con respecto a la gerencia en una empresa, así como la Tecnología de la Información y la comunicación y el desarrollo empresarial que permite.

Posteriormente se presenta el inciso 7 en el que se plantea el supuesto de la investigación, luego el inciso 8 se encuentra la matriz de categorías el cual es una parte importante del escrito, el inciso 9 corresponde al diseño metodológico de la investigación.

Resulta pertinente, agregar la metodología que conllevó el tema en estudio; al introducirse en el proceso de investigación es necesario consultar fuentes que brinden información para ello se recurrió al internet y sus sitios web, así como a tesis que anteriormente abordaron este tema.

Seguidamente se encuentra el inciso 10 que muestra la discusión de resultado, a raíz de los instrumentos aplicados, luego en el inciso 11 se esbozan las conclusiones como consecuencia de los resultados que arrojaran los instrumentos en el análisis de resultado, en el siguiente inciso 12 se plantean las recomendaciones más idóneas para la empresa de acuerdo a lo que se concluye.

Llegando al final del documento se cierra con el inciso 13 que muestra las referencias bibliográficas, siendo esta la base teórica de donde se obtuvo toda la información científica que respalda la presente investigación; luego en el inciso 14 se reflejan los anexos del trabajo que son las gráficas, cronograma, entre otros.

2. ANTECEDENTES

Las tecnologías de la información y la Comunicación son una herramienta fundamental que han venido a facilitar el trabajo y la vida cotidiana de los seres humanos, propiciando los medios con los que se optimiza esfuerzo y tiempo; todo ello a partir de la invención de medios de comunicación que han venido en evolución hasta la actual era moderna que vivimos.

Entre los estudios encontrados referente a nuestra investigación a nivel internacional se encontró el informe elaborado en el año 2012 en Madrid España, cuyo tema de estudio es Libro Blanco de las TIC en el sector Agroalimentario-Sub sector Panadero y Repostero en el cual se abordó el aporte de la tecnología para la venta de del pan el país español en donde se planteó como objetivo conocer la implementación de la tecnología de las empresas panificadoras en España, se concluyó que cada dos empresas usan página web, además cada tres empresas tiene certificado digital que utilizan para descargar formularios mejorando así la imagen de la empresa. Herrero (2012)

Ahora bien, la tecnología no tiene una fecha de nacimiento como tal, es decir, no podemos decir a partir de un año específico se haya creado o inventado. Parece ser algo que existe desde los inicios de nuestra especie. Uriarte (2022)

A nivel nacional en Nicaragua en el año 2013 en la universidad FAREM-Matagalpa se elaboró una tesis cuyo tema era Innovación tecnológica en el proceso de producción de la panadería y repostería Belén en el cual se describió el buen uso de la tecnología en la empresa con maquinarias y equipos de producción sofisticados, como batidoras y hornos industriales que agilizan el trabajo y favorece a la producción del pan; se concluyó que la panadería cuenta con un sinnúmero de equipos y sistemas tecnológicos que facilitan la comunicación e interacción con el cliente. Jarquín Hernández (2013)

Por otro lado, en el año 2020, se realizó un estudio sobre la influencia de las TICs en el proceso administrativo, específicamente en la empresa Tabacalera Perdomo Cigar S.A., ubicada en el

municipio de Estelí. El propósito final de este documento era identificar los beneficios de la implementación de estas herramientas, dando como resultado que mediante las aplicaciones tecnológicas se facilita tanto el captar el dato en el lugar y el momento que este se genere, como el acceder a la información dónde y cuándo se precise; así mismo, la implementación de los sistemas ha venido mejorando los procesos en todas las actividades que desarrolla la empresa, lo hace más ágil, están cada vez más soportados hace que cada área de la empresa este interconectada y sea más funcional. González Ochoa, Machado Ramírez, Talavera Hernández y Sevilla Rizo (2020)

En el año 2017 realizo un estudio sobre las TIC en la Gerencia Empresarial, específicamente en la empresa Cubas Eléctricas S.A, del municipio de Estelí. El objetivo principal de este estudio era valorar la aplicación de las TIC, dando como resultado que en la empresa Cubas Eléctrica S.A. del municipio de Estelí se gestiona la organización mediante el uso amplio e importante de las TIC, lo que permite reducir tiempos entre actividades que son principalmente elaboración de planillas, facturación, elaboración de recibos, entre otras actividades. Castillo Ruiz y Acuña Lumbi (2017)

En el municipio de La Trinidad no se han realizado investigaciones que hablen de la implementación o aplicación de las TIC en las empresas panificadoras locales, sin embargo, se elaboró una investigación sobre la aplicación de las TIC en la empresa Cubas Eléctricas S. A. de Estelí, realizada por estudiantes originarios de La Trinidad.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el presente apartado, se describe el problema central del por qué se realiza la investigación, es de vital importancia porque todo el proceso va en pro de la solución ante dicha circunstancia.

3.1. Caracterización General del Problema

La Panadería Aurami es una de las empresa más antigua y pionera en el municipio de La Trinidad con más de 70 años de operar en el mercado, en donde ha tomado realce elaborando un pan de calidad del gusto del cliente; la empresa se ha establecido gracias a su buena administración, capital de trabajo y su calidad, aun cuando está ubicada en la Ciudad del Pan como es llamado el municipio, esto debido a la gran cantidad de empresas panificadoras que existen cuyo número han llegado a elevarse hasta 30 panaderías, sin embargo panadería Aurora como se llamaba antes y ahora Aurami ha sabido mantenerse siendo la empresa número en abastecer al pueblo triniteño y a muchos otros departamentos del país.

Sin embargo, como empresa debe busca adquirir la tecnología que les permita seguir siendo la empresa líder en el cumplimiento de calidad, cantidad y entrega, por ende, se deben poseer medios y recursos tecnológicos que ayuden a mejorar la organización de la entidad, tal es el caso en el levantamiento de sus pedidos o encargos de pan que con el apoyo de la tecnología actual se puede reducir mucho trabajo que aún se realiza de forma mecánica y escrita, estando expuesto a la pérdida del documento donde se levantó el pedido.

Sin duda que la tecnología, es una herramienta fundamental que beneficiaría a la gestión empresarial de la panadería Aurami, ya que se llevaría un mejor control en lo administrativo y producción, a la vez organizaría mejor sus viajes para la entrega de sus productos en el país; esto se podría lograr con el uso de la tecnología.

El problema radica en la no utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, esto como consecuencia afecta la organización de la empresa en cuanto al levantamiento de sus pedidos con los clientes, ya que lo realizan en una libreta en la que el ayudante del camión repartidor, muchos pedidos no se llegan a la empresa por pérdida de la libreta, además suele

suceder que los pedidos llegan con diferencias en las cantidades a las que solicitó el cliente, también no permite una mayor producción de pan al no saber utilizar las maquinarias y equipos tecnológicos con las que cuenta la panadería, el personal de la gerencia se les dificulta el manejo de computadoras, esto afecta el procesamiento de la información, así como entre otras actividades administrativas.

Por otro lado, si tal situación se continúa presentando la empresa puede perder a sus clientes, al notar la falta de organización de la empresa, al no entregar los pedidos en tiempo y forma, además la empresa sale perjudicada porque muchas veces produce de más o menos por errores cometidos al momento de levantar los pedidos.

Ahora bien, se sabe que la tecnología va en ascenso día a día, por tal razón las empresas deben estar actualizadas, ya que hay muchas ventajas, como agilidad en el trabajo, dejando atrás aquellos procesos manuales (escritos y físicos) que provocan confusiones y retrasan la producción de cualquier empresa, se debe velar por la superación e innovar aprovechando la tecnología moderna para mejorar la producción del pan en la empresa.

Como resultado de lo descrito se plantea una pregunta problema que pretende dar respuesta en el presente estudio esta es la siguiente: ¿De qué manera la aplicación de las TIC en la Gerencia Empresarial contribuye en la mejora organizacional de la Panadería Aurami, Estelí, año 2022?

3.2. Preguntas de Investigación

Las siguientes preguntas surgen a raíz del problema, elaboradas con el fin de justificar la investigación, además de facilitar la redacción de los objetivos del estudio.

Pregunta general

¿De qué manera las TIC contribuyen a la mejora de la gestión empresarial en la panadería Aurami, Estelí, año 2022?

Preguntas específicas

¿Qué herramientas TIC son implementadas en la gestión empresarial de la Panadería Aurami?

¿Cuáles son los factores externos e internos que influyen en la panadería Aurami para la adopción de las TIC en su gestión empresarial?

¿Qué oportunidades brindan las TIC en la gestión empresarial de la Panadería Aurami?

¿Qué herramientas TIC se pueden integrar en la gestión empresarial de la Panadería Aurami?

4. JUSTIFICACIÓN

Las empresas panificadoras, elaboran un producto de mucha demanda para la población en general, hoy en día la mayoría de personas adquieren este producto para degustar de un desayuno exquisito en familia y más rico aun si se acompaña con el mejor aliado del pan, el café.

Por lo antes referido, en la ciudad Triniteña las industrias panaderas son la principal actividad económica; lo que hace de esta ciudad un sitio llamativo para los consumidores del pan, resulta necesario aclarar que el presente proceso investigativo, se centra en el estudio de la empresa panificadora y el aporte que traería la tecnología como medio para la mejora en la gestión empresarial de la empresa.

Es de suma importancia que todas las empresas en Nicaragua utilicen las tecnologías de la información y la comunicación, si bien es cierto el adquirir instrumentos tecnológicos es cuantiosa y costosa, pero brinda beneficios satisfactorios que optimizan y automatizan el trabajo, sabiendo que el futuro que se avecina es el cambio del recurso humano por el tecnológico.

La empresa y panadería Aurami le es vital poseer herramientas y medios de TIC para su buen funcionamiento desde su gerencia hasta sus maquinarias como tal, esto propiciaría a la gerencia una mejor organización y control, mientras tanto en sus maquinarias serviría en cuanto a la productividad ante la gran demanda de su producto.

Es indispensable tomar en cuenta el uso de las TIC en las empresas contribuyen a la mejora en la productividad mediante la automatización de ciertas tareas, agilizan la comunicación entre diferentes áreas de la organización, fomentan el trabajo colaborativo y dan oportunidad de analizar datos específicos para la planificación de las empresas.

Además, con la presente investigación las demás empresas panificadoras del municipio podrían implementar tecnología moderna en sus maquinarias, facilitando un mejor control interno del personal, en la promoción de sus productos, en la organización de toda la empresa etc. sacándole

así provecho al amplio abanico de oportunidades que ofrece la tecnología de la información y la comunicación en la actualidad.

Las empresas necesitan conocer las formas en las que se pueden superar en cuanto a la tecnología se refiere, conocer esas ventajas que traería para su organización, en cuanto a complacer a los clientes se refiere brindando un servicio excelente y capacitando al personal en el levantamiento de los pedidos.

Por otro lado, la presente investigación motivaría a futuros estudiantes que pretenden culminar sus estudios con un proceso investigativo, al abordar un tema cuyo enfoque está actualizado con el mundo tecnológico al que nos dirigimos, ya que el futuro de toda empresa es el uso de tecnología, de comunicación e información que brinde los frutos que se esperan.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo General

Analizar las TIC que contribuyen a la mejora de la gestión empresarial en la panadería Aurami, Estelí, año 2022.

5.2. Objetivos Específicos

1. Describir las herramientas TIC implementadas en la gestión empresarial de la Panadería Aurami.
2. Identificar los factores externos e internos que influyen en la panadería Aurami para la adopción de las TIC en su gestión empresarial.
3. Explicar las oportunidades que brindan las TIC en la gestión empresarial de la Panadería Aurami.
4. Proponer herramientas TIC que se pueden integrar en la gestión empresarial de la Panadería Aurami.

6. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Los ejes teóricos que guían la presente investigación son los siguientes: Empresa, Tecnología de la información y la Comunicación y gestión empresarial.

A continuación, se destalla la base teórica recolectada a través de información encontrada en libros, informes y sitios web, que permite sostener con antecedentes y experiencia el tema de estudio con el cual se trabaja, para ello se debe elegir sitios fidedignos con información veraz que fundamente y alimente el cuerpo de la presente investigación.

6.1. Empresa

Una empresa es una organización de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad en particular. Esta unidad productiva puede contar con una sola persona y debe buscar el lucro y alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación.

A menudo la creación o formación de empresas responde a la necesidad de cubrir un servicio o una necesidad en un entorno determinado y mediante el cual existe la posibilidad de salir beneficiado. Para ello, el emprendedor o el grupo de emprendedores reúne los recursos económicos y logísticos necesarios para poder afrontar dicho reto empresarial y cumplir los objetivos que se marquen y haciendo uso de los llamados factores productivos: trabajo, tierra y capital.

El mundo conceptual de la empresa es bastante amplio, existiendo la posibilidad de clasificar a los proyectos empresariales atendiendo a gran cantidad de criterios, como la naturaleza de su actividad, su organigrama o su tamaño. Sánchez Galán (2015)

6.1.1. Clasificación de empresa

Se clasifican dependiendo del número total de trabajadores permanentes, activos totales y ventas totales anuales. (Asamblea Nacional de Nicaragua, 2009)

Tabla 1. Clasificación de MIPYMES

Variables	Micro empresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
Parámetros			
Número total de trabajadores	1-5	6-30	31-100
Activos totales (córdobas)	Hasta 200.0 miles	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones
Ventas totales anuales (córdobas)	Hasta 1 Millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones

Fuente: Reglamento de Ley MIPYME, Decreto No. 17-2008.

Esta clasificación detalla los tipos de empresas, las variables y parámetros como elementos característicos de las MIPYMES nacionales, separa las empresas según el volumen de trabajadores, activos totales y ventas anuales, está permite identificar fácilmente las características de cada tipo de empresa a la cual pertenecen.

6.1.2. Limitaciones o dificultades

(Centeno Caffarena, pág. 19) sostiene que hay una serie de realidades que enfrentan las pymes en Nicaragua, a continuación, se detallan:

- Carencia de cultura empresarial y espíritu emprendedor
- Escasos recursos financieros
- Acceso restringido al financiamiento
- Bajos niveles de innovación y productividad
- Baja formación administrativa / empresarial /gerencial
- Limitada capacidad para conquistar mercados foráneos
- Limitada capacidad para estandarizar
- Vulnerables ante influencias exteriores
- Poco sensibles ante la estrategia de “redes” empresariales

Otras problemáticas las enuncia (Lacayo), planteado que el sector de MIPYME tiene problemas similares, en listando ciertas debilidades:

- Tecnología atrasada.
- No conocen sus costos de producción reales.
- Cultura de no pago a sus obligaciones.
- Nivel cultural sumamente bajo.
- Falta de organización empresarial.
- Equipos y maquinarias obsoletos.
- Falta de garantías.
- Comercialización inadecuada de sus productos.
- Baja productividad de la mano de obra

6.1.3. Importancia de las empresas

En la empresa se materializan la capacidad intelectual, la responsabilidad y la organización, condiciones o factores indispensables para la producción. a) Favorece el progreso humano “como finalidad principal” al permitir dentro de ella la autorrealización de sus integrantes. b) Favorece directamente el avance económico de un país. c) Armoniza los numerosos y divergentes intereses de sus miembros: accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores.

Además, la empresa “promueve” el crecimiento o desarrollo, ya que la inversión es “oferta” y es “demanda”, porque, por ejemplo: crear una empresa implica la compra de terreno, maquinaria, equipo, patentes, materias primas, etc., pero también es oferta por que genera producción y esta a su vez, promueve el empleo y progreso general.

Existen dos ventajas básicas de las empresas: a) Es la última forma de realizar la producción y los negocios en gran escala. b) Su organización administrativa y su constitución legal hacen de ella un organismo que ofrece garantía, por lo cual se ha ampliado el crédito y se pueden realizar obras de gran volumen a mediano y largo plazo. Conclusión: Empresa es un equipo productivo, dedicado y organizado para el aprovechamiento de una actividad económica.

Estas a sus ves se clasifican por varios motivos, por su tamaño, por sus sectores económicos que inciden, por el origen del capital, por el número de propietarios e incluso por su función social, por lo tanto, podemos concluir que las empresas son una parte esencial de las economías del estado. Una empresa puede ser desde una gran industria metalúrgica hasta el puesto de periódicos de la calle. Una empresa puede ser privada o pública, las dos prestan un servicio a la comunidad. Núñez Gómez (2012)

6.2. Tecnología de la Información y la comunicación

Es increíble contemplar las diferentes formas de comunicarnos y transmitir un mensaje haciendo uso de la tecnología, así como medios de interacción que existen en el mundo moderno que hoy habitamos.

Ahora bien, las TIC se puede definir como un conjunto de tecnologías de software, hardware y telecomunicaciones que facilitan el desarrollo de procesos para la generación de información y su posterior transmisión, por otro lado, las tecnologías de la información y la comunicación son posibles gracias a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; estas no trabajan de manera aislada y están estrechamente relacionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades para comunicarnos. Álvarez (2021)

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) son el resultado de poner en interacción la informática y las telecomunicaciones, todo con el fin de mejorar el procesamiento, almacenamiento y transmisión de la información.

Consiguiendo de esta manera mejorar el nivel de nuestras comunicaciones, creando nuevas formas de comunicación más rápida y de mayor calidad, mejoras que reducen costes y tiempo, de aplicación tanto al mundo de los negocios como a la vida misma, proporcionándonos una mayor comodidad y mejorando nuestra calidad de vida a la vez que se aboga por el medio ambiente. Jiménez Bermejo (2013)

6.2.1. Antecedentes Tecnologías de la Información y la Comunicación

A pesar de que se tiende a identificar el concepto TIC como algo relacionado con los últimos avances en materia de comunicación, como las computadoras o los celulares, el ser humano siempre ha buscado herramientas para comunicarse con sus semejantes, sin entrar en métodos

más rudimentarios, como el sonido de tambores o los mensajes enviados con animales, se pueden señalar dos avances fundamentales en esta área.

El primero, el telégrafo, que permitía la comunicación a largas distancias ya en el S. XIX, con antecedentes en el siglo anterior, el segundo, y que es la base de muchas tecnologías actuales, es el teléfono, durante esa época, Paul Nipkow desarrolla su disco, un dispositivo que permitía almacenar escenas de manera ordenada. Aunque en su momento su funcionalidad no era tan tangible, fue el elemento clave para el desarrollo de la televisión en los años 20.

Con el cine ya en marcha, en 1925 la historia de las telecomunicaciones da otro paso gigante al retransmitirse la primera señal de televisión, ya en 1927 la BBC comienza su emisión en Reino Unido y en 1930 la NBC y la CBS hacen lo propio en Estados Unidos.

En los años 60 y 70 empiezan a construirse las primeras computadoras. Al principio eran enormes, ocupando habitaciones enteras, pero poco a poco empiezan a reducirse, igualmente aparece entonces la primera versión primitiva de la red, lo que hoy es Internet. Se trata de una creación militar, ya que el mundo se encontraba entonces en plena Guerra Fría.

Ahora bien, en la década de los 70 cuando se empieza a hablar de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. El gran salto tecnológico que se produce en esos años provoca la incorporación definitiva de la informática a las comunicaciones, lo que es el punto de inicio de la actual era digital, esto continúa avanzando durante los 80, cuando las computadoras personales empiezan a hacerse más asequibles y comienzan a ser usadas por más gente, igualmente, aparecen modelos de celulares móviles, que van disminuyendo de tamaño y aumentando en prestaciones.

A partir de la década de los 90, su uso se ha extendido tanto que hoy alcanza toda la superficie del planeta, de esta forma, todo el mundo está por vez primera interconectado; a esto hay que unirle las mejoras técnicas de aparatos ya existentes, como los teléfonos. Hoy, muchas personas llevan una pequeña computadora en el bolsillo, con toda la información al alcance de la mano, de igual forma, el salto a lo digital ha supuesto un gran avance en cuanto a la velocidad y calidad de transmisión de datos, logrando que sea instantánea. Montaña (2020)

6.2.2. Importancia Tecnologías de la Información y la Comunicación

Sin duda que las empresas desde sus inicios buscaban medios que facilitaran su trabajo, es por eso que cuando surgieron los primeros instrumentos y sistemas que optimizaban el trabajo se le empezó a dar el mejor uso, por eso es que hoy en día las tecnologías de la información y la comunicación han tomado más auge y son de vital importancia en toda organización, puesto que ayudan a la planeación, organización, dirección y control de la entidad.

Por ende, se afirma que las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), es una excelente herramienta de gestión empresarial, que ayuda positivamente para el desarrollo y viabilidad de las organizaciones. Las TIC agregan valor a las actividades operacionales y de gestión empresarial en general y permite a las empresas obtener ventajas competitivas, permanecer en el mercado y centrarse en su negocio.

Las tecnologías de la información y las comunicaciones son parte de las tecnologías emergentes que hacen referencia a la utilización de medios informáticos para almacenar, procesar y difundir todo tipo de información en las distintas unidades o departamentos de cualquier organización. Reyes (2013)

6.2.3. Ventajas de la Tecnología de la Información y la Comunicación

El bien uso de las TICs garantiza ser una ventaja distinta en comparación con otras empresas, es por eso que las ventajas que brinda impulsan al gerente adquirir esos medios que facilitan el trabajo.

En este perfil, los beneficios o ventajas que ofrecen las TICs en las empresas son las siguientes: toma de decisiones, el marketing y su relación con el crecimiento empresarial, la gestión de recursos y la globalización. López (2018)

El uso de las TICs en las empresas, brindan mayor eficiencia, aumento de la capacidad de monitorización de datos, garantía de accesibilidad a la información, mejora de la colaboración a través de la nube, seguridad de datos, capacidad de innovación en productos y servicios e impulso a la satisfacción del cliente. Benedet (2021)

Otras ventajas que se pueden detallar es la Ventaja- conveniencia: las nuevas tecnologías de comunicación han hecho que ponerse en contacto sea tremendamente conveniente y universal, puedes enviar un correo electrónico a toda la compañía desde tu teléfono celular en cualquier parte.

Las TIC permite la Ventaja-acceso instantáneo a la información: las nuevas tecnologías de comunicación han traído acceso a una innumerable variedad de fuentes informativas, nos permite analizar considerar o descartar entre un mosaico infinito de fuentes; un internet cada vez más rápido y poderoso, pone en nuestras manos un mundo de información apenas escribiendo un par de palabras y dando un clic.

Además, brinda una Ventaja-velocidad: en muchos casos, el tiempo es la esencia de la comunicación, afortunadamente las tecnologías de la comunicación te permiten transmitir mensajes a la velocidad de la luz, posibilitando que sea más fácil prevenir errores y sus consecuencias debido a la distancia, generación atrás los mensajes y la información viajaban por encomienda, tardaban días e incluso semanas en transmitirse, en nuestros tiempos todos podemos estar sincronizados. Fernández Diaz (2018)

6.2.4. Características de las TIC

Algunas de las características que tiene el uso de las TIC son las siguientes: innovación persigue la mejora, el cambio y la superación cualitativa y cuantitativa de sus predecesoras, elevando los parámetros de calidad en imagen y sonido, digitalización en imagen y sonido facilita su manipulación y distribución con parámetros más elevados de calidad y a costos menores de distribución, centrada más en los procesos que los productos.

Otras características es la automatización e interconexión pueden funcionar independientemente, su combinación permite ampliar sus posibilidades, así como su alcance, instantaneidad: facilitan que se rompan las barreras temporales y espaciales de las naciones y las culturas; diversidad las utilidades de las tecnologías pueden ser muy diversas, desde la mera comunicación entre personas, hasta el proceso de la información para crear información es nueva.

Algunas de las características que permiten delimitar las tecnologías de información y la comunicación la potencia que permiten los aparatos al trabajar con una gran cantidad, la

miniaturización de los componentes de los aparatos, lo que los vuelve más compactos y portátiles, de diferente información y de forma simultánea y la presencia de la fibra óptica como medio ultra rápido de transporte de información en todas las redes a nivel global. Remache (2018)

6.2.5. Oportunidades que brindan las TIC

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación facilitan el trabajo y permiten ser una ventaja competitiva con otras empresas que produzcan o no lo mismo que tu organización, sin duda que las TIC es como un impulso a una mano amiga que permita un mejor desarrollo empresarial e impulsa a otras latitudes y altitudes al país donde geográficamente labora la institución.

En la actualidad las empresas de cualquier sector, y en especial las de la industria legal, deben ocuparse de diferentes cuestiones nuevas y multifacéticas, para poder enfrentarse a los retos que van apareciendo, necesitan ser capaces de acceder al conocimiento democráticamente, registrar transacciones innovadoras y ofrecer servicios alineados con las nuevas exigencias de la demanda.

Los avances en la tecnología de la información han mejorado radicalmente los sistemas empresariales, aumentando la productividad al minimizar errores, facilitar el intercambio rápido de documentos, el seguimiento de procesos o la recopilación y el análisis de datos, por ende, algunas de las oportunidades que generan en los diferentes ámbitos, es que permite una mayor eficiencia, aumento de la capacidad de monitorización de datos, garantía de accesibilidad a la información, mejora de la colaboración a través de la nube, seguridad de datos, capacidad de innovación en productos y servicios e impulso a la satisfacción del cliente. Benedet (2021)

El uso de la tecnología es el principal impulsor que tienen las empresas en crecimiento el cuales facilita y ofrece los siguientes beneficios:

1. Tener una conectividad y alcance mucho mayor.
2. La tecnología permite controlar.
3. Comunicar y verificar de manera efectiva la operabilidad de todas las áreas y procesos.
4. Alta grado de competitividad.
5. La Gestión de la cadena de suministros.

6. Permiten una mejor gestión en la cadena de suministros, pues al mejorar la comunicación en los sistemas de flujo de trabajo pueden mejorar las relaciones y la colaboración de los empleados, incrementando con ello la eficiencia y productividad.
7. Automatizar desde las tareas más sencillas o de rutina y hasta las más complicadas, es decir, desde el almacenamiento y hasta el análisis de datos de manera óptima.
8. Aumento de la productividad.
9. Óptimo control de los inventarios y hasta el servicio al cliente. Barreto (2022)

6.2.6. Términos que se usan en las TIC

En este perfil, los términos que se usan para hacer referencia a la Tecnología de la información y la comunicación son muchos, sin embargo, se detallarán algunos importantes tales como: Activo, en relación con la seguridad de la información, se refiere a cualquier información o elemento relacionado con el tratamiento de la misma (sistemas, soportes, edificios, personas...) que tenga valor para la organización, acuerdo de contenido son aquellos acuerdos que incluyen los datos, metadatos e información. Igualmente, los acuerdos semánticos para interpretar la información.

Además, existen otros términos como acuerdos organizacionales estos son aquellos acuerdos que incluyen las reglas de acceso, preservación, servicios sobre las conexiones, autenticación, privacidad, confidencialidad, seguridad y protección de la información, etc.

Actualización de software es el acto de cambiar o modificar una aplicación por una versión más actual de la misma, adopción tecnológica, es el proceso en el que se obtiene una configuración o sistema desarrollado a la medida en la universidad que permita su implementación, flexibilidad de adecuación o uso inmediato debido a que cubre similitudes en las funcionalidades esperadas.

Otros más comunes es la adquisición de productos de software siendo este el proceso de obtener un sistema, producto o servicio de software, almacenar información, es el acto de guardar información de forma ordenada haciendo uso de servicios o dispositivos de almacenamiento de confianza, para poder disponer de ella cuando se requiera, análisis de datos se define como el proceso que consiste en examinar, limpiar y transformar datos con el objetivo de obtener información útil, para el apoyo en la toma de decisiones.

Se puede hacer mención también de atributo de calidad es una característica no funcional que se considera como deseable en un producto de software, arquitectura abierta (informática), se refiere a un sistema de hardware, una red o incluso un software que los usuarios pueden ampliar para proporcionar una funcionalidad nueva o ampliada, aseguramiento de la calidad, descrito como un patrón planificado y sistemático de todas las acciones necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un artículo o producto cumple con los requisitos técnicos establecidos.

Un término importante de conocer es la base de datos, es un conjunto ordenado de datos personales referentes a una persona física identificada o identificable, condicionados a criterios determinados, con independencia de la forma o modalidad de su creación, tipo de soporte, procesamiento, almacenamiento y organización; compartir información es la acción realizada entre sistemas o áreas universitarias, por medio de la cual un sistema proporciona información a otro de acuerdo con los criterios que se hayan establecido para ello o bien un área proporciona información de manera impresa o digital.

Por otro lado, también se usa bastante lo que es un contrato de software, tiene por objeto la venta, arrendamiento y/o prestación de servicios relativos a un sistema informático o a un elemento integrado o susceptible de estar incorporado en dicho sistema, la convergencia tecnológica es la confluencia y evolución de diferentes tecnologías de cómputo e información, sistemas, contenido multimedia y redes de comunicaciones que se interconectan y han aumentado la posibilidad de acceder a productos o servicios.

Otra frase es la de código abierto, se refiere al código fuente del software que es abiertamente accesible y que puede ser cambiado y distribuido por cualquier persona, código muerto, es la declaración de código que nunca se pueden ejecutar durante la operación del programa; criticidad es el grado de impacto que tiene un requisito, módulo, error, falla, falla u otro elemento en el desarrollo u operación de un sistema; dato, unidad mínima de información (números, letras o símbolos) que representa un objeto, condición o situación y que requiere una interpretación para convertirse en información.

Igualmente se puede mencionar el desarrollo tecnológico que es el trabajo sistemático fundamentado en los conocimientos obtenidos por la investigación o la experiencia práctica, que se dirige a la fabricación de nuevos materiales, productos o dispositivos; a establecer nuevos

procedimientos, sistemas y servicios, o a mejorar considerablemente los ya existentes, otro término es la exactitud es el grado en que el software, la documentación y otros elementos cumplen los requisitos especificados; flexibilidad (software), es un atributo dentro de la calidad del software, hace referencia a establecer en qué medida el software es susceptible de ser cambiado o ajustado para su uso. Corona Corea (2021)

6.2.7. Clasificación de las TIC

Las TIC conforman el conjunto de recursos necesarios para manipular la información: los ordenadores, los programas informáticos y las redes necesarias para convertirla, almacenarla, administrarla, transmitirla y encontrarla.

Se pueden clasificar las TIC según:

Las redes: conjunto de equipos y dispositivos periféricos conectados entre sí. Se debe tener en cuenta que la red más pequeña posible está conformada por dos equipos conectados. López Jurado (2021)

Los terminales: Los terminales actúan como punto de acceso de los ciudadanos a la Sociedad de la Información y por eso son de suma importancia y son uno de los elementos que más han evolucionado y evolucionan: es continúa la aparición de terminales que permiten aprovechar la digitalización de la información y la creciente disponibilidad de infraestructuras por intercambio de esta información digital. Rondón (2014)

Los servicios: Las tecnologías están siendo condicionadas por la evolución y la forma de acceder a los contenidos, servicios y aplicaciones, a medida que se extiende la banda ancha y los usuarios se adaptan, se producen unos cambios en los servicios. Rondón (2014)

- **Las redes**
 - Redes telefónicas.

Telefonía fija: Es el método menos utilizado y el más básico para realizar una conexión a Internet, se utiliza un módem en un acceso telefónico básico

Banda ancha: método superior a la telefonía fija, ya que es más veloz.

Telefonía móvil: es el método más utilizado, son más fáciles y más baratas de desplegar. permite una velocidad igual con referencia a la banda ancha. Este método es el que sufre más alteraciones y mejoras.

- **Redes de televisión**

La televisión terrestre: que es el método tradicional de transmitir la señal de difusión de televisión, en forma de ondas de radio transmitida por el espacio abierto.

La televisión por satélite: consistente en retransmitir desde un satélite de comunicaciones una señal de televisión emitida desde un punto de la Tierra, de forma que ésta pueda llegar a otras partes del planeta.

La televisión por cable: en la que se transmiten señales de radiofrecuencia a través de fibras ópticas o cables coaxiales.

La televisión por Internet: traduce los contenidos en un formato que puede ser transportado por redes IP, por eso también es conocida como Televisión IP.

- **Redes en el hogar**

Estas redes se pueden implementar por medio de cables y también sin ellos, forma ésta mucho más común por la mayor comodidad para el usuario y porque actualmente muchos dispositivos vienen preparados con este tipo de conectividad.

- **Los terminales**

Los terminales actúan como punto de acceso de los ciudadanos a la sociedad de la información y por eso son de suma importancia y son uno de los elementos que más han evolucionado y evolucionan

Ordenador personal: computador para uso personal, puede ser con cableado o inalámbrico.

Navegador de Internet: la mayoría de los ordenadores se encuentran actualmente conectados a la red. Existen diferentes navegadores como google chrome, mozilla firefox entre otros.

Reproductores portátiles de audio y vídeo: Desde el 2005, el mercado de los reproductores portátiles se encuentra en un proceso de renovación hacia aquellos dispositivos que son capaces de reproducir MP3 y MP4. Todas las otras formas de audio, como los dispositivos analógicos (radios), y dispositivos digitales (lectores de CD en todos los formatos), se encuentran en claro retroceso. Consolas de juego. Rodríguez (2014)

6.2.8. Herramientas TIC para la gestión empresarial

En este perfil, existen muchos medios y herramientas TIC que se pueden usar de acuerdo a la necesidad de cada empresa, en detalle las panaderías de igual forma necesitan equipos tecnológicos o informativos que faciliten la comunicación y garanticen una mejor calidad de trabajo.

En la parte de la gestión de una empresa se utilizan instrumentos tecnológicos que proveen facilidades de trabajo, haciendo que la parte administrativa sea menos compleja estas son las siguientes: computadoras con acceso a internet (esto para el manejo y monitoreo de redes sociales que tiene la empresa para promocionarse) con sus sistemas operativos actualizados para poseer información de las responsabilidades del trabajador dentro de la empresa para así guiarlos de manera más fácil, además se poseen impresoras, fotocopiadoras, teléfonos móviles y convencionales.

Existen diferentes herramientas TIC que se pueden utilizar para realizar inventarios en las empresas, a continuación, se muestran las más utilizadas y prácticas:

TradeGecko está basado en la nube y ofrece muchas posibilidades de personalización. Negocios de comercio electrónico, mayoristas y distribuidores pueden aprovechar el gran número de características que esta plataforma tiene para ofrecer, entre las que se cuentan:

- Control de inventario
- Automatización de envíos
- Creación de informes del inventario
- Gestión de bodegas
- Gestión de pedidos
- Reportes de ventas

Zoho Inventory es una de las aplicaciones de inventario más asequibles, pero capaz de responder a los requerimientos de pequeños negocios que empiezan a crecer. Esta plataforma basada en la nube puede ser administrada desde dispositivos con iOS y Android.

Entre sus características podemos nombrar:

- Actualización del inventario
- Escanear códigos de barras
- Añadir múltiples bodegas
- Medir el desempeño de las ventas
- Administrar las órdenes
- Rastrear los envíos e informar a los clientes
- Monitorear pedidos

Cin7 es una de las aplicaciones de inventario más robustas, y está disponible para dispositivos con iOS y Android.

Las posibilidades que ofrece su integración con sistemas de punto de venta es uno de sus mayores atributos. Asimismo, la app responde a las necesidades de pequeños negocios, empresas medianas y grandes compañías por igual. Como sus principales funciones podemos mencionar:

- Gestión del inventario
- Control de existencias en tiempo real
- Sistema de punto de venta para minoristas
- Envíos desde la tienda
- Administración de bodegas
- Comercio electrónico B2B Muñoz (2022)

Ahora bien, existen aplicaciones para diferentes usos que se pueden implementar en las empresas, tales como:

- Gestión

Slack

Qué hace: Permite a los usuarios establecer chats grupales o privados y mensajes directos, y compartir archivos, videos o imágenes. También pueden buscar rápidamente archivos, chats y

documentos por persona, fecha o categoría. Los datos de la aplicación de Slack pueden ser sincronizados con las computadoras de los usuarios, y el software se integra con una variedad de otras herramientas que muchas empresas ya utilizan, incluyendo todas las de Google Apps, Box, MailChimp, Twitter, Dropbox y muchas otras.

Coste: Gratis para un uso limitado; hasta 15 dólares mensuales por usuario por funciones adicionales, como integración con e-mail externo, acceso a invitados y soporte las 24 horas al día, siete días a la semana.

DataScope

Qué hace: DataScope es una plataforma que permite transformar formularios físicos a digitales, es decir, permite obtener indicadores en tiempo real de lo que pasa en terreno. Les permite a diversas industrias (encuestas, trazabilidad en el agro, minería, retail, etc) agilizar, ordenar y evaluar el trabajo en terreno en cualquier rubro que use formularios de papel, además de contar con múltiples indicadores y un contenido mucho más rico que el que cualquier otro formulario tradicional pueda ofrecer (Georeferencia, Time Stamp, Nombre Dispositivo Utilizado y Firma).

La aplicación DataScope posibilita hacer informes de manera ágil, simple y objetiva al tener distintos validadores de la información recolectada: se puede así evaluar el trabajo y obtener métricas más adecuadas.

Toda la información generada, tanto de la evaluación como de los datos de envío, irá quedando almacenada en el portal de DataScope, lo cual entrega valiosos indicadores en tiempo real. Está disponible para web, iOS y Android.

Coste: Tiene una versión gratuita y de pago.

- **Ventas/servicio al cliente**

Pipeliner CRM

Qué hace: Sigue cada paso del proceso de ventas, usando íconos y colores para indicar en qué fase de desarrollo se encuentra algo y qué medidas deben tomarse. El objetivo es facilitar la incorporación de nuevo personal y hacer una lectura rápida de cómo las actividades de marketing están contribuyendo a las ventas. La aplicación, creada por Pipelinersales, incluye

listas y pizarras de tareas compartidas, y permite a los usuarios acceder al software a través de sus computadoras y aparatos móviles.

Coste: 35 dólares mensuales por usuario, cobrado anualmente.

Perka

Qué hace: Permite a las pequeñas empresas establecer programas de fidelidad y hacer un seguimiento de las compras de los clientes de forma automática, como una versión digital de una tarjeta tradicional que los compradores presentan al pagar. Cómo funciona: la caja registradora de una tienda usa tecnología de Bluetooth para comunicarse con los smartphones de los clientes, identificarlos y registrar sus compras.

Coste: la aplicación, desarrollada por First Data, es gratuita para los consumidores; para las empresas, Perka está incluida, junto con una selección de 100 aplicaciones para pequeños negocios, con la compra de un terminal de punto de venta, que cuesta desde 300 dólares.

- **Recursos humanos/contabilidad**

Invoice2go

Qué hace: Permite a los usuarios preparar facturas electrónicas desde cualquier lugar, enviarlas por e-mail a clientes y guardar una copia de forma instantánea en el libro contable de la empresa. La aplicación, de Invoice2go, también permite a los usuarios registrar gastos y recibos -mediante ingresos manuales o por foto- y guardarlos en los libros de la compañía.

Coste: entre 49 y 149 dólares al año, dependiendo de la cantidad de facturas, clientes y funciones adicionales.

Gusto

Qué hace: Posibilita una administración de la nómina sin tener que usar formas de papel, al hacer un seguimiento de los sueldos y calcular impuestos para los empleadores, y permite a los empleados ver sus facturas de sueldo cuando quieran, así como documentos como formularios de declaración de impuestos. La aplicación es de ZenPayroll Inc.

Coste: 29 dólares al mes, más 6 dólares mensuales por empleado.

- **Gestión del tiempo**

Evernote

Qué hace: Es una aplicación informática cuyo objetivo es la organización de información personal mediante el archivo de notas. Existe una versión para empresas. En ella se potencia el uso compartido tanto de libros de notas como de documentación corporativa. La hace accesible a todos los empleados según su perfil. En el formato empresarial, pueden tenerse también carpetas privadas para la información o notas que así quieran mantenerse. Disponible en Android, iOS, Windows y Blackberry.

Coste: Tiene una versión gratuita y de pago.

- **Almacenamiento**

Dropbox

Qué hace: Dropbox es un servicio que permite a los usuarios almacenar todos sus archivos en la nube y acceder a ellos en cualquier lugar o momento. Carga rápida y una interfaz sencilla, no es el único servicio (Google Drive y otros similares), pero muy recomendable.

Coste: El costo de Dropbox para empresas desde los 5 empleados es de 75 dólares por mes, y aumenta según la cantidad de los mismos.

- **Pagos**

PayPal

Qué hace: Esta conveniente plataforma permite asociar tus cuentas de crédito, débito y otras cuentas bancarias a tu cuenta de PayPal, gracias a la cual pagar y que te paguen es rápido e indoloro. La compañía creó una aplicación que permite a las empresas asociar la lectura de tarjetas de PayPal a una tableta o a otro dispositivo y usarlo como un registro portátil.

Coste: El plan estándar de PayPal es gratis, y te permite asociar tarjetas de crédito y PayPal en tu sitio y en la tienda. El plan Pro cuesta 30 dólares por mes y viene con características agregadas.

Expensify

Qué hace: Expensive hace que contabilizar tus gastos de un viaje de negocios sea mucho menos doloroso. Puedes asociar tus tarjetas de débito o crédito a tu cuenta de Expensify para que la

aplicación sume los gastos directamente o en un reporte de gastos. Si no deseas hacer eso, puedes sacarle fotos a tus facturas o recibos con tu teléfono, y Expensify automáticamente extraerá la información relevante. Luego puedes hacer el reporte de gastos tú mismo, lo cual demora sólo unos minutos.

Coste: Expensify cuesta 5 dólares al mes por cantidad de usuarios activos y 9 dólares al mes por cuentas activas para usuarios corporativos. Leiva Peña (2016) Además, existe una forma innovadora de solicitar los pedidos esto es a través de un sistema y el manejo de una aplicación: TecNeg Ruta: Esta consiste de un sistema de levantamiento de pedidos con un servidor central, el cual incluye una aplicación móvil que permite la captura de pedidos y una aplicación web que es el medio para agregar los pedidos de la aplicación móvil al sistema central.

La aplicación móvil ofrece portabilidad, rapidez y certeza en los productos sin depender de una conexión a internet, ya que la aplicación cuenta con una base de datos local en el dispositivo móvil que se sincroniza con la base de datos centralizada cuando el preventista lo decida o cuente con una conexión estable, de este modo tendrá acceso a información como lo son: los artículos, precios y sus existencias; artículos disponibles, etc, evitando con ello sobreventa de artículos.

La metodología de desarrollo de software utilizada es XP (Extreme Programming), la aplicación web está programada en PHP del lado del servidor y con Javascript del lado del cliente, para la aplicación móvil se utiliza el lenguaje nativo de Android, que es SDK; y para caracterizar a los clientes se utiliza código QR. Hernández Morales, Cabrera Altamirano, Castillejos Doroteo y Álvarez Jiménez (2016)

6.2.9. TIC en el comercio

Las TIC han transformado la manera de trabajar y gestionar recursos en la empresa, se ha convertido en un elemento clave para que el trabajo desarrollo sea más productivo, agiliza la comunicación de la empresa con su entorno, sustenta el trabajo en equipo, ayuda a promocionar productos en el mercado y aumenta la productividad de la empresa.

El Internet se convierte en la espiral dorsal del comercio, ha experimentado un vasto crecimiento dando apertura a nuevas industrias numerosas y a la reconfiguración de empresas ya existente;

gracias a esto se puede realizar una comunicación asertiva por medio de diversas redes sociales; el comercio electrónico se ha convertido en algo fundamental para cualquiera empresa, en la actualidad la gran mayoría de empresas venden a través de Internet. Martínez (2022)

La utilización de las TIC no se limita a un solo ámbito, función o tipo de distribuidor, encontrándose diferentes aplicaciones a lo largo de los canales de comercialización, de este modo, el comercio electrónico, definido comúnmente como una forma de llevar a cabo la gestión de transacciones comerciales por medio del uso de ordenadores y redes de telecomunicación, no es un concepto cuya aplicación se restrinja necesariamente a un determinado colectivo o a una cierta función o área comercial dentro del canal. Se aplica a ámbitos tan diversos como el comercio entre empresas y el que se realiza entre empresas y sus consumidores finales.

Las TIC están permitiendo la obtención de un mayor volumen de información en términos más precisos y exactos, lo que hace posible que las empresas ofrezcan productos y servicios con un mayor grado de adaptación a las características de los compradores, y no sólo a través de establecimientos físicos. Fortán (2015)

6.2.10. Cómo los sistemas de información transforman los negocios

Con el paso del tiempo, los sistemas de información han ido evolucionando y con ella también la forma en que operan los negocios, los productos y servicios. Actualmente los negocios se han ido moviendo de una forma tradicional a una tecnología, es decir, mediante el uso de la tecnología, han sido más fácil la comunicación entre los clientes, proveedores y la empresa.

Esto ha permitido que los negocios se extiendan más allá de sus límites territoriales, rompen las barreras y se realicen negocios en distintas partes del mundo, incluso teniendo empleados en diferentes ciudades dentro de su país de origen o de otros países; además ayuda a la globalización de las empresas. Semper (2017)

Esta tecnología es una de las herramientas más efectivas en el mejoramiento de productividad y competitividad en las empresas. Permite a las empresas ser mucho más eficientes en el uso de los recursos, otorgar mucha mayor flexibilidad y agilidad para atender de forma inmediata requerimientos cada vez más cambiantes en los clientes.

Está claramente demostrado que las tecnologías de información y comunicaciones influyen en la productividad aportando en las siguientes áreas:

- Reducción de Costos.
- Aumento en Ventas.
- Mejoras en la rentabilidad.
- Mejora en la satisfacción y fidelidad de clientes y proveedores.
- Hacen más eficientes las estructuras organizacionales.
- Facilitan el entrenamiento del personal.
- Mejoran la comunicación al interior de la empresa.
- Mejoran la comunicación con clientes proveedores, gobierno y otros aliados. Rizo (2019)

6.2.11. Ventajas competitivas y los sistemas de Información

Desde su aparición, las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) se han convertido en un recurso fundamental de las empresas para competir en la mayoría de las industrias, generalizando el planteamiento de que son fuente de ventaja competitiva.

El efecto potencial de las TIC en la PYME ha sido objeto de diversos enfoques con el único propósito de identificar las circunstancias bajo las cuales contribuyen a los resultados empresariales, pero está claro que el uso extendido de éstas como herramientas de soporte administrativo no garantiza la competitividad de la empresa y menos aún la creación de valor.

Si bien es cierto que el impacto productivo, el potencial de transformación organizacional y la contribución a los resultados empresariales hacen que las TIC sean un elemento esencial en la definición de la estrategia empresarial, no solo para conseguir mayor eficiencia en la operación, sino como un factor determinante en la dirección estratégica del negocio. Moncada Niño (2013)

6.3. Factores Internos y externos que impiden adquirir las TIC en la gerencia

Los factores internos y externos de una empresa son aquellos agentes que se encuentran dentro y fuera de una organización, que pueden generar un impacto positivo o negativo en la misma.

Un concepto de negocio que se ve perfecto sobre el papel puede resultar imperfecto en el mundo real. Sy Corvo (2021)

6.3.1. Factores internos y externos

En este perfil, se describen los factores internos y externos que impiden a que las gerencias de las empresas adquieran instrumentos tecnológicos que faciliten la información y la comunicación en una empresa; algunos factores internos que se pueden mencionar son los siguientes:

Aumento en los gastos: percibir la inclusión de una tecnología como un gasto es un gran problema, ya que se trata de una inversión a largo plazo que hará mucho más redituable a una empresa. Actualmente los nuevos dispositivos y software están diseñado para eficientes procesos y tareas, reducir tiempos y, en cierto tiempo, disminuir los gastos que se desprenden de otras actividades propias del negocio. Aquí es importante elegir aquellas tecnologías que se adecuen a tus necesidades.

Complacencia: quiere decir que algunas PyMes deciden no incluir innovaciones tecnológicas debido a que la empresa funciona bien hasta ahora, pero eso no significa que no las requiera, pues no adoptarlas limita su alcance y, en consecuencia, restringe su crecimiento, algo que no es nada benéfico para su expansión.

Inexperiencia: el temor hacia implementar algo desconocido es otro obstáculo para el uso de tecnología en Pymes, situación que puede generar intimidación en los dueños o fundadores, además de hacerlos sentir angustiados por no saber qué herramienta tecnológica deberían tener ni a quién recurrir.

Preocupaciones de integración y formación: no saber cómo incluir cierta tecnología y de qué manera capacitar a los colaboradores para su uso puede resultar frustrante, ya que ese proceso de adopción y manejo de maquinaria o software lleva tiempo y dinero. No obstante, se trata de una inversión a mediano o largo plazo, la cual se verá redituada en un futuro y en beneficio de la empresa y sus trabajadores. Serrano (2020)

Ahora bien, se pueden mencionar algunos factores externos a la empresa en la adquisición o adopción de la tecnología dentro de la organización, estos pueden ser:

Un país subdesarrollado: esto de una u otra forma limita a que las empresas ubicadas en Nicaragua tengan la posibilidad de tener en el mercado una amplia gama de instrumentos y herramientas TIC que se puedan implementar para la mejora de las empresas; en consecuencia, de eso si una organización adquiere productos de innovación tecnológica en el extranjero se vería afectado, en cuanto al mantenimiento que se les debe dar, ya que no se cuenta en el país con personal capacitado para tales funciones.

Precios ante la competencia: es un factor clave debido a que al usar las TIC la empresa incurre en gastos y por ende deben reponer su inversión, es por ello que los precios se elevarían y al tener una competencia con precios bajos y estable puede ser un factor negativo en cuanto a la aceptación del producto.

Otros factores son: El contexto tecnológico, el contexto individualista, el contexto organizacional, el contexto económico, el uso de computadoras e internet por parte de los empleados, existencia de partida de gastos para la compra y mantenimiento de computadoras y servicios de internet, la orientación científica de la empresa (destrezas o competencias necesarias para el manejo de las TIC).

Ahora bien existen más factores como: la presencia de un responsable del área de informática especializado, el deseo de incursionar en nuevas tecnologías comerciales, la conciencia sobre la importancia de utilizar las TIC, empresas con mayor grado de complejidad en el uso de las TIC, disponibilidad del recurso humano que requiere la manipulación de esas TIC, disponibilidad de recursos financieros para costear la adquisición de equipos de cómputo e internet, la existencia de políticas gubernamentales de fomento.

6.3.2. Análisis situacional o diagnóstico FODA

Ramírez Rojas (2009) en su artículo expone que: Una herramienta que ayuda en el proceso de análisis de la operación de una empresa es el análisis situacional también conocido como diagnóstico FODA por sus siglas (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), ya que es la herramienta apropiada para conocer las condiciones reales de actuación de una empresa, que facilita un buen diagnóstico y evaluación en el proceso de planeación estratégica.

El análisis FODA posibilita la recopilación y uso de datos que permiten conocer el perfil de operación de una empresa en un momento dado, y a partir de ello establecer un diagnóstico objetivo para el diseño e implantación de estrategias tendientes a mejorar la competitividad de una organización. El análisis FODA es aplicable a cualquier tipo de empresa sin importar su tamaño o naturaleza, es una herramienta que favorece el desarrollo y ejecución de la planeación formal.

Según la Dra Jessie M. Orlic (El análisis FODA, págs. 1-2) Las fortalezas y las debilidades son factores internos que la organización sí controla, que dependen de esta. Las oportunidades y las amenazas son elementos externos a la organización que esta no puede controlar ni modificar, pero sí aprovechar o manejar.

Dado lo anterior, se pueden plantear las siguientes definiciones:

Fortalezas: Son las características y capacidades internas de la organización que le han permitido llegar al nivel actual de éxito y lo que le distingue de la competencia (ventaja competitiva). La organización tiene control sobre ellas y son relevantes. Algunos ejemplos son el posicionamiento en el mercado, la porción de mercado, exclusividad de un producto de punta, recursos humanos leales y motivados, salarios competitivos, estilo gerencial exitoso, proceso muy eficiente de producción, capital de trabajo adecuado y otros.

Debilidades: son las características y capacidades internas de la organización que no están en el punto que debieran para contribuir al éxito y más bien provocan situaciones desfavorables. Al igual que las fortalezas, la organización tiene control sobre ellas y son relevantes. Las fortalezas pueden convertirse en debilidades, por ejemplo, si cambia la estructura salarial y deja de ser competitiva, si ocurre algo que provoque desmotivación importante en los empleados, si se pierde la exclusividad de un producto de punta, si se reduce sustancialmente el posicionamiento en el mercado y así sucesivamente.

Oportunidades: son aquellos factores externos a la organización que esta puede aprovechar para obtener ventajas competitivas. La organización no los controla y no dependen de esta, pero puede obtener ventajas de tales hechos relevantes. Algunos ejemplos son una ley que esté por aprobarse, un nuevo esquema tributario, la caída del competidor principal, la producción de

empleados calificados en las universidades, el crecimiento acelerado del cliente principal, la apertura de un mercado, etc.

Amenazas: son aquellas situaciones que presenta el entorno externo a la organización, que no puede controlar, pero le pueden afectar desfavorablemente y en forma relevante. Los mismos ejemplos citados como oportunidades pueden convertirse en amenazas si su efecto es negativo: una ley puede perjudicar; un mercado importante puede cerrarse; el principal cliente puede elegir otro proveedor competidor; las universidades pueden dejar de producir el recurso humano que la organización necesita y así sucesivamente.

La utilidad del FODA radica en diseñar las estrategias para utilizar las fortalezas en forma tal que la organización pueda aprovechar las oportunidades, enfrentar las amenazas y superar las debilidades. De un buen análisis FODA surge toda una gama de planes de acción estratégicos y proyectos para lograr el éxito.

6.3.3. La matriz de las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas (FODA)

(Fred R, 2003, págs. 200-204) La matriz de las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas (FODA) es una herramienta de ajuste importante que ayuda a los gerentes a crear cuatro tipos de estrategias: estrategias de fortalezas y oportunidades (FO), estrategias de debilidades y oportunidades (DO), estrategias de fortalezas y amenazas (FA) y estrategias de debilidades y amenazas (DA). El ajuste de los factores externos e internos es la parte más difícil de desarrollar en una matriz FODA y requiere un criterio acertado (además de que no existe uno mejor).

Las *estrategias FO* utilizan las fortalezas internas de una empresa para aprovechar las oportunidades externas. A todos los gerentes les gustaría que sus empresas tuvieran la oportunidad de utilizar las fortalezas internas para aprovechar las tendencias y los acontecimientos externos. Las empresas siguen por lo general estrategias DO, FA o DA para colocarse en una situación en la que tengan la posibilidad de aplicar estrategias FO. Cuando una empresa posee debilidades importantes, lucha para vencerlas y convertirlas en fortalezas; cuando enfrenta amenazas serias, trata de evitarlas para concentrarse en las oportunidades.

Las estrategias DO tienen como objetivo mejorar las debilidades internas al aprovechar las oportunidades externas. Existen en ocasiones oportunidades externas clave, pero una empresa posee debilidades internas que le impiden aprovechar esas oportunidades; por ejemplo, podría existir una demanda elevada de aparatos electrónicos que controlen la cantidad y la velocidad de la inyección de combustible en los motores de automóviles (oportunidad), pero cierto fabricante de partes automotrices podría carecer de la tecnología necesaria para producir dichos aparatos (debilidad). Una estrategia DO posible podría ser la adquisición de esta tecnología por medio del establecimiento de una alianza estratégica con una empresa competente en esta área. Una estrategia DO alternativa sería contratar y capacitar personal con las habilidades técnicas requeridas.

Las estrategias FA usan las fortalezas de una empresa para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas. Esto no significa que una empresa sólida deba enfrentar siempre las amenazas del ambiente externo. Un ejemplo de una estrategia FA ocurrió cuando Texas Instruments utilizó un departamento legal excelente (una fortaleza) para recaudar casi 700 millones de dólares en daños y regalías de nueve empresas coreanas y japonesas que transgredieron las patentes de chips de memoria semiconductores (amenaza). Las empresas rivales que copian ideas, innovaciones y productos de patente son una amenaza seria en muchas industrias. Éste sigue siendo un problema importante para las empresas estadounidenses que venden productos en China.

Las estrategias DA son tácticas defensivas que tienen como propósito reducir las debilidades internas y evitar las amenazas externas. Una empresa que se enfrenta con muchas amenazas externas y debilidades internas podría estar en una posición precaria. De hecho, una empresa en esta situación tendría que luchar por su supervivencia, fusionarse, reducir sus gastos, declararse en bancarrota o elegir la liquidación.

La matriz FODA está compuesta de nueve cuadrantes; existen cuatro cuadrantes con factores clave, cuatro cuadrantes de estrategias y un cuadrante que permanece siempre en blanco (el cuadrante superior izquierdo). Estos cuatro cuadrantes de estrategias, denominados *FO*, *DO*, *FA* y *DA*, se desarrollan después de que éstos se completan con factores clave, llamados *F*, *D*, *O* y *A*.

6.3.4. Matriz FODA

Ilustración 1. Matriz FODA

Dejar siempre en blanco	FORTALEZAS: F	DEBILIDADES: D
	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. Lista de fortalezas	1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. Lista de debilidades
OPORTUNIDADES: O	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. Lista de oportunidades	1. 2. 3. 4. Utilizar las fortalezas para aprovechar las oportunidades 5. 6. 7. 8. 9. 10.	1. 2. 3. 4. Superar las debilidades al aprovechar las oportunidades 5. 6. 7. 8. 9. 10.
AMENAZAS: A	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. Lista de amenazas	1. 2. 3. 4. Utilizar las fortalezas para evitar las amenazas 5. 6. 7. 8. 9. 10.	1. 2. 3. 4. Reducir al mínimo las debilidades y evitar las amenazas 5. 6. 7. 8. 9. 10.

Fuente: Fred (2003)

La construcción de una matriz FODA consiste en ocho pasos:

1. Elabore una lista de las oportunidades externas clave de la empresa.
2. Elabore una lista de las amenazas externas clave de la empresa.
3. Elabore una lista de las fortalezas internas clave de la empresa.
4. Elabore una lista de las debilidades internas clave de la empresa.
5. Establezca la relación entre las fortalezas internas con las oportunidades externas y registre las estrategias FO resultantes en el cuadrante correspondiente.
6. Establezca la relación entre las debilidades internas con las oportunidades externas y anote las estrategias DO resultantes.
7. Establezca la relación entre las fortalezas internas con las amenazas externas y registre las estrategias FA resultantes.
8. Establezca la relación entre las debilidades internas con las amenazas externas y anote las estrategias DA resultantes.

El propósito de cada herramienta de ajuste de la etapa 2 es crear alternativas de estrategias posibles, no seleccionar ni determinar cuáles estrategias son las mejores; por lo tanto, no todas las estrategias que se desarrollen en la matriz FODA se elegirán para su implantación.

Es importante emplear términos específicos más que generales referentes a la estrategia cuando se elabora una matriz FODA; además, es importante incluir una anotación como “F1, O2” después de cada estrategia de la matriz FODA.

6.4. Gestión empresarial

La gestión forma parte de la gerencia como esas actividades que encaminan el transitar de la empresa en el mercado, siendo la que promueve cada uno de los movimientos que se deben ejercer para llevar a la empresa al éxito.

Es la cabeza de toda entidad sea esta pública o privada quien ha de realizar todas las gestiones correspondientes para que la empresa funcione, vela por la buena organización, coordinando cada área para que se cumplan con sus funciones establecidas y persigan juntos los objetivos de la empresa.

La gestión empresarial es la acción donde el conjunto de empleados, que se encargan de dirigir, gestionar y coordinar una determinada empresa, organización o institución, de forma específica la gerencia empresarial es el eslabón más alto de la cadena de mando". En este sentido, se integra por los gerentes de la empresa, representando el escalafón más alto de la empresa, así como ostentando la mayor responsabilidad. Morales (2020)

Según Ricardo Romero, especialista en marketing, propone que la gestión empresarial se basa en la disposición de todos los recursos de la empresa para la satisfacción de las necesidades de los clientes. De forma tal que los trabajadores, bienes y estrategias se enfocan para la realización de ese objetivo.

La gestión empresarial implica el manejo y optimización de los recursos que posee la empresa a fin de alcanzar los objetivos organizacionales, esta comprende una serie de acciones en las distintas áreas de la organización que conlleven de manera articulada a mejorar su posicionamiento y competitividad. Una empresa tiene que gestionar debidamente sus recursos,

tanto disponibles como obtenibles tratando por todos los medios de conseguir un óptimo equilibrio entre los mismos.

El diccionario de la Real Academia Española define la gestión de la siguiente manera: “Del latín *gestio*, -ōnis, 1. f. Acción y efecto de gestionar. 2. F. Acción y efecto de administrar” (2014).

El propósito de la gestión empresarial es mejorar la productividad y competitividad de las empresas, los cambios tecnológicos que se han producido en la sociedad han ampliado el campo de la gestión, el problema es que algunos empresarios siguen comportándose como si nada hubiese cambiado poniendo en evidencia muchas carencias para competir tanto con empresas locales como foráneas. (León 2011, citado por Villacres (2017)), Rubio Domínguez (2011).

De igual manera Domínguez (2011) considera que, para realizar un buen control de la gestión de una empresa, se deben tener en cuenta tres funciones principales:

- Cuál será la finalidad y la misión de la organización definiendo claramente sus objetivos.
- Preparación del personal de la empresa para que trabaje con eficacia a través del reciclaje y de la formación permanente.
- Identificar - mejorando o corrigiendo - los impactos de los cambios sociales que puedan afectar a la organización, teniendo en cuenta sus efectos y adaptarlos convenientemente al objetivo y misión de la organización. (pág. 12)

6.4.1. Importancia de la Gestión Empresarial

La Gestión empresarial implica concebir a la organización como un todo interconectado, que mediante la formulación de estrategias se dé respuesta a un plan formalizado López y Mariño Arévalo (2010), todo esto integrado en las funciones administrativas planificación, organización, dirección, coordinación y control, mediante la implementación de decisiones políticas que operacionalizan y concretan los objetivos organizacionales Villasmil, Castro y Tórrez (2010). Su efecto se refleja en el manejo de la cultura, el diseño de la estructura y los manuales administrativos. Márquez, Cardozo, Careño (2017).

6.4.2. Áreas de gestión empresarial en las MiPymes

Los tipos de gestión empresarial que toda empresa debe aplicar corresponde a: gestión administrativa, gestión financiera contable, gestión de comercialización, gestión de abastecimiento, gestión del talento humano, gestión del conocimiento e innovación y la gestión empresarial como sistema.

- **Gestión Administrativa**

Independientemente del área de gestión o nivel administrativo, en cualquier empresa están inmersos los pilares del proceso administrativo que comprenden acciones para poder alcanzar los objetivos organizacionales, (Mendoza (2017) citado en Galarza, Mora y Zambrano (2020), Inciarte, Marcano y Reyes (2006), Siendo primordial en este proceso el compromiso del empresario y los colaboradores (Molina et al., (2019).

Uno de los mayores problemas que enfrentan las mipymes en la actualidad, es una inadecuada planificación y un mal sistema de control que genera un ineficiente manejo de los recursos. Domengue y Belausteguigoitia, (2010) (como se citó en Molina, Piñón, Sapien y Gallegos (2019), afirman que: “Los problemas internos del sector MIPYME pueden ser identificados como mala administración y planeación, manejo ineficiente de recursos y un mal sistema de control” (pág. 299).

La gestión administrativa se relaciona con el manejo cotidiano de los recursos dentro del marco de una estructura que asigna funciones y responsabilidades que permita la aplicación del control interno teniendo como resultado la eficiencia, reducción de riesgo, protección de recursos y confiabilidad de la información basándose en el cumplimiento de los reglamentos. (Villasmil, et al (2010), Rivas Márquez (2011).

En informe emitido por el Banco Central de Nicaragua (2017) indica que en la ciudad de Estelí: “Del total de establecimientos, se encontró que 5,064 (71.6%) no cuentan con número de Registro Único del Contribuyente (RUC), 1,454 (20.6%) dijo tener número RUC pero no lo presentó y 554 (7.8%) sí lo presentó durante el censo” (pág. 9).

- **Gestión Financiera contable**

La importancia de la gestión financiera en la Mipymes radica en el control de todas las operaciones, que permitan una eficaz toma de decisiones, en la consecución de nuevas fuentes de financiación, en mantener la efectividad y eficiencia operacional, información útil para la gestión de la empresa, en la confiabilidad de la información financiera y el cumplimiento de las leyes y regulaciones existentes de acuerdo a las normas internacionales de contabilidad (NIIF) (Bertolino et al. (2000) citado en, Saavedra, Tapia y Aguilar. (2016)

Las mipymes deben enfocarse en llevar un estricto control interno de sus recursos, por lo general los mayores problemas que presentan son la falta de control de inventarios, registro de ingresos y egresos, presupuesto de compras, disponibilidad de efectivo, falta de capacidad de pago de factura de proveedores, estas dificultades muchas veces se originan por algún desequilibrio financiero imprevisto, caracterizado por insolvencia y poca liquidez, como producto de políticas financieras poco efectivas. Rodríguez Salazar (2016)

Un buen análisis financiero permite facilitar la toma de decisiones ya que genera información sobre los aspectos económicos y financieros que muestran las condiciones en que opera la empresa con respecto al nivel de liquidez, solvencia, endeudamiento, eficiencia, rendimiento y rentabilidad, Nava Rosillón (2009), de igual manera permite conocer el comportamiento del capital en relación con las utilidades o pérdidas obtenidas durante el ejercicio, la adecuada inversión en bienes propios, enterarse del monto de los ingresos y egresos, conocer a cuánto ascienden las deudas y sus plazos (Guerrero y Galindo (2014).

Para realizar un buen análisis financiero se requiere de la elaboración de los estados financieros básicos como son estado de situación financiera, el estado de resultados y el estado de flujo de efectivo (Hansen y Mowen, (2007) citado en Saavedra et al. (2016), esto va a permitir la elaboración de estrategias en cuanto a opciones de financiamiento, análisis de razones financieras, costo de capital promedio ponderado que va a permitir ir midiendo el desempeño financiero de la empresa. (Álvarez & Abreau (2008) citados por Saavedra et al. (2016).

Según información emitida por el Banco Central de Nicaragua (2017) respecto a la ciudad de Estelí, indica que “El 55.6 por ciento de los establecimientos declaró que no lleva ningún tipo de registro contable, el 32.4 por ciento indicó que posee registros contables básicos o anotaciones y el 9.6 por ciento que tienen contabilidad formal” (pág. 4).

De igual manera el Banco Central de Nicaragua (2017) en relación a las fuentes de financiamiento para los negocios, en la ciudad de Estelí se cuenta con los siguientes proveedores: Los establecimientos más numerosos son los que realizan actividades de concesión de créditos, entre los que se encuentran las micro financieras y otros oferentes de crédito (30), seguido por los bancos e instituciones financieras (12), otros servicios financieros (8), actividades de agentes y corredores de seguros (2) y corretaje de valores y de contratos de productos básicos (1). (pág. 16)

- **Gestión del talento humano**

Una buena gestión del talento humano debe estar orientado a obtener mejores resultados con la colaboración de cada uno de los empleados ya que el accionar de las personas afecta positiva o negativamente Chiavenato (1999) (como se citó en Galarza et al. (2020)), de manera que se logre un balance entre los objetivos individuales de los colaboradores, el enfoque humano y el logro de metas del negocio.

Una carencia en la gestión del talento humano limita la generación de competencias del personal, esto se da muchas veces porque el área de Recursos Humanos no es manejada por una persona dedicada exclusivamente a esta actividad que posea los conocimientos necesarios de los distintos componentes de la administración de personal y que sea capaz de diseñar políticas, programas y estrategias requeridas en esta área Mora Gómez (2008), esto trae como consecuencia que no se dé un desarrollo organizacional adecuado y que muchas veces el personal no tenga las competencias necesarias como son la planificación de todo el proceso que este requiere y su permanente control acordes a las exigencias, las cuales están condicionadas a los cambios sociales, de mercado, la internacionalización y el aumento de la competitividad. (Pérez, Vásquez y Levin (2015), Solís Cedeño (2018).

Cuando el recurso humano no está alineado a una visión y misión, puede suceder que realicen actividades aisladas entre departamentos desviándose del objetivo que se tiene como organización. Para organizar el trabajo del recurso humano y luego realizar evaluaciones de control interno se requiere manuales de políticas y procesos que definan sus actividades para así evitar acciones empíricas. Es necesario realizar evaluaciones que confirme el cumplimiento de metas y objetivos de igual manera actualizar y potencializar las aptitudes del recurso humano mediante un plan de capacitación.

- **Gestión de abastecimiento**

Hoy más que nunca el mercado es más exigente, por lo que para competir con empresas nacionales e internacionales las MIPYMES necesitan atender de la mejor manera a todos y a cada uno de sus clientes para seguir siendo competitivos, de ahí que necesite una cadena de suministro que conozca las necesidades específicas de cada cliente y las cubra a la perfección (Quiala et al., (2018).

El proceso de gestión de abastecimiento conlleva alinear los distintos procesos logísticos y sus actores que permitan satisfacer las necesidades de los clientes optimizando los recursos (Gómez, Zuluaga, Ceballos (2019), como resultado una buena gestión se ve reflejada en la rentabilidad de la empresa, la productividad y la satisfacción del cliente.

- **Gestión del conocimiento e Innovación**

La gestión del conocimiento e innovación adquiere importancia en la medida que apoya la estrategia empresarial. La gestión del conocimiento trata de contar con una estructura que permita estimular la comunicación y con una actitud abierta al cambio, para influir y facilitar la asimilación tecnológica mediante información relevante que contribuya a la solución de problemas y la toma de decisiones (Torres y Lamenta (2015) citado por Solís (2018).

En las circunstancias actuales la gestión del conocimiento e innovación es vital para las MIPYMES, se traduce en la transferencia de conocimiento y la experiencia existente entre los miembros de una organización, de tal forma que pueda ser utilizado posteriormente como un recurso disponible. Este propósito, se puede alcanzar de manera formal por medio del

aprendizaje, el entrenamiento profesional y los programas de capacitación, que permita a los colaboradores estar actualizados en cuanto al conocimiento de nuevas técnicas, métodos, tecnología y las tendencias en cuanto al comportamiento del mercado (Hernández, Marulanda y López (2014), Alliance (2007) citados en Igartua (2009)).

Según informe del Banco Central de Nicaragua (2017) referente a los servicios de TIC en los establecimientos de la ciudad de Estelí, señala que:

En Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) destaca el servicio de telefonía celular. En este caso se encontró que un total de 3,280 (46.4%) establecimientos cuentan con acceso a telefonía móvil, seguido por el servicio de telefonía fija (25.8%), y los servicios de correo electrónico y página web que tienen una cobertura de 0.7 y 0.3 por ciento, respectivamente. (pág. 9)

- **Gestión de Comercialización**

La gestión comercial podría considerarse como el canal de comunicación que tiene una empresa con los consumidores. Una de las mayores dificultades de las mipymes es diseñar las estrategias para que conozcan su producto o servicio y la forma de cómo llegar a su mercado meta, siguen recurriendo a métodos obsoletos y desaprovechando el beneficio que brinda las TIC a través del uso del internet mediante redes sociales y páginas web, que permiten llegar de manera precisa a los segmentos idóneos.

Dentro de este proceso es importante tener claro las particularidades de cada mercado de acuerdo a factores que son propios de cada región para así adaptarse a las características de cada mercado Cantillo Guerrero (2013).

Es imperativo que dentro de este proceso se realice la segmentación de mercados que permita identificar el mercado meta y atender de manera más personalizada a los clientes concentrándose en mercados específicos ya que difieren en sus deseos, recursos, ubicaciones, actitudes y prácticas de compra. Kotler y Armstrong (2013)

La segmentación de mercado es el primer paso para el desarrollo de una estrategia de mercadotecnia, la cual está formada por dos grandes ideas: la selección de los mercados y el programa de marketing (mix comercial). De acuerdo al segmento de mercado o mercado meta que se escoja, estará condicionado todo el mix comercial.

Una vez decidido en qué segmentos del mercado entrará, la empresa deberá decidir que posiciones quiere ocupar en la mente del consumidor Ries y Trout (1990). Kotler y Armstrong (2008), es decir la manera en que se quiere que los consumidores vean el producto o servicio de la empresa.

Definido el mercado meta y la forma de posicionamiento se debe formular las estrategias competitivas que establezcan una clara diferenciación con la competencia para el logro de sus objetivos. “Una estrategia es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y, a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar”. Mintzberg, Quinn y Voyer (1997).

Al establecer una estrategia es fundamental establecer lo que es de valor para el cliente en el producto o servicio que se le ofrece Kotler y Armstrong (2007), mediante el cual el cliente compara con la oferta del competidor.

El proceso de gestión de comercialización en una empresa requiere la decisión en cuanto a la mezcla de mercadotecnia, la cual comprende cuatro elementos: Producto, precio, plaza y promoción.

Domínguez (2009) indica que el principal propósito de un producto es satisfacer una necesidad al conceptualizarlo lo define de la siguiente manera: “El término producto aplicado en el contexto de la receta de Marketing, abarca todo lo que la empresa ofrece a sus clientes con el fin de satisfacer sus necesidades” (pág. 41).

Para Kotler et al. (2008) el precio tiene un significado tanto monetario como de valor en cuanto a beneficios recibidos por el cliente, al respecto lo definen de la siguiente manera: “En el sentido más estricto, el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, un precio es la suma de los valores que los clientes dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio” (pág. 263)

Con respecto a la plaza o canales de distribución son esenciales para hacer llegar el producto del fabricante al consumidor, para Kotler y Armstrong (2013) lo definen como: “Un conjunto de organizaciones interdependientes que ayudan a que un producto o servicio esté disponible para su uso o consumo por el consumidor o el usuario empresarial” (pág. 293).

Las utilizaciones de estrategias de mercadeo en una empresa son de vital importancia para competir en el mercado y acercar la mercancía al consumidor mediante tácticas que logren estimular las ventas. (Tabares y López (2015)

7. SUPUESTOS DE INVESTIGACIÓN

La incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación proporcionan a panadería Aurami las oportunidades de mejora organizacional como instrumento necesario para lograr una gestión empresarial exitosa.

La panadería Aurami implementa pocas tecnologías de la información y comunicación en la gestión empresarial.

La panadería Aurami no implementa tecnologías de la información y comunicación en la gestión empresarial.

8. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES POR OBJETIVOS

Cuestiones Investigación	Propósitos específicos	Categoría	Definición Conceptual	Subcategoría	Ejes de Análisis	Fuente de Información	Técnicas de Recolección de la Información
Cuestión #1 ¿Qué herramientas TIC son implementadas en la gestión empresarial de la Panadería Aurami?	Describir las herramientas TIC implementadas en la gestión empresarial de la Panadería Aurami.	Herramientas en Tecnologías de la Información y la Comunicación en la gestión empresarial.	Las TIC se puede definir como un conjunto de tecnologías de software, hardware y telecomunicaciones que facilitan el desarrollo de procesos para la generación de información y su posterior transmisión, por otro lado, las tecnologías de la información y la comunicación son posibles gracias a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; estas no trabajan de	Las redes. conjunto de equipos y dispositivos periféricos conectados entre sí. Se debe tener en cuenta que la red más pequeña posible está conformada por dos equipos conectados. López Jurado (2021) Las terminales. Los terminales actúan como punto de acceso de los ciudadanos a la Sociedad de la Información y por eso son de suma importancia y	<ul style="list-style-type: none"> • Computadoras • Acceso a internet • Impresoras • Fotocopiadoras • Teléfono móvil y convencional • Telefonía fija. • Banda ancha. • La televisión terrestre. • La televisión por satélite. • La televisión por cable. • La televisión por Internet. • Ordenador personal. • Navegador de Internet. • Reproductores portátiles de audio y vídeo. • Consolas de juego. 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria Operador de equipos y maquinarias. Administración. 	Entrevista

			<p>manera aislada y están estrechamente relacionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades para comunicarnos. Álvarez (2021)</p>	<p>son uno de los elementos que más han evolucionado y evolucionan: es continúa la aparición de terminales que permiten aprovechar la digitalización de la información y la creciente disponibilidad de infraestructuras por intercambio de esta información digital. Rondón (2014)</p> <p>Los servicios. Las tecnologías están siendo condicionadas por la evolución y la forma de acceder a los contenidos, servicios y aplicaciones, a medida que se extiende la</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • TradeGecko. • Zoho • Inventory. • Cin7. • Slack. • DataScope. • Pipeliner CRM. • Perka. • Invoice2go. • Evernote. • Dropbox. • PayPal. • Expensify. • TecNeg Ruta. 		
--	--	--	--	--	---	--	--

				banda ancha y los usuarios se adaptan, se producen unos cambios en los servicios. Rondón (2014)			
Cuestión #2 ¿Cuáles son los factores externos e internos que influyen en la Panadería Aurami para la adopción de las TIC en su—gestión empresarial?	Identificar los factores externos e internos que influyen en la Panadería Aurami para la adopción de las TIC en su gestión empresarial.	Factores Externos e Internos. (FODA)	Los factores internos y externos de una empresa son aquellos agentes que se encuentran dentro y fuera de una organización, que pueden generar un impacto positivo o negativo en la misma. Un concepto de negocio que se ve perfecto sobre el papel puede resultar imperfecto en el mundo real. Sy Corvo (2021)	FODA (Ramírez Rojas, 2009) En su artículo expone que: Una herramienta que ayuda en el proceso de análisis de la operación de una empresa es el análisis situacional también conocido como diagnóstico FODA por sus siglas (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), ya que es la herramienta apropiada para conocer las	Factores externos e internos. -Aumento en los gastos. -Inexperiencia. -Preocupaciones de integración y formación. -Un país subdesarrollado. -Precios ante la competencia. -El contexto tecnológico. -El contexto individualista. -El contexto organizacional. -El contexto económico. -El uso de computadoras e internet por parte de los empleados. -Existencia de partida de gastos	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria Recursos Humanos. Administración.	Entrevista. Encuesta.

				<p>condiciones reales de actuación de una empresa, que facilita un buen diagnóstico y evaluación en el proceso de planeación estratégica.</p>	<p>para la compra y mantenimiento de computadoras y servicios de internet.</p> <ul style="list-style-type: none"> -La orientación científica de la empresa (destrezas o competencias necesarias para el manejo de las TIC). -Presencia de un responsable del área de informática especializado. -El deseo de incursionar en nuevas tecnologías comerciales. -La conciencia sobre la importancia de utilizar las TIC. -Empresas con mayor grado de complejidad en el uso de las TIC. -Disponibilidad del recurso humano que requiere la manipulación de esas TIC. 	
--	--	--	--	---	--	--

					-Disponibilidad de recursos financieros para costear la adquisición de equipos de cómputo e internet.		
Cuestión #3 ¿Qué oportunidades brindan las TIC en la gestión empresarial de la Panadería Aurami?	Explicar las oportunidades que brindan las TIC en la gestión empresarial de la Panadería Aurami.	Oportunidades TIC en la gestión empresarial.	Los avances en la tecnología de la información han mejorado radicalmente los sistemas empresariales, aumentando la productividad al minimizar errores, facilitar el intercambio rápido de documentos, el seguimiento de procesos o la recopilación y el análisis de datos Benedet (2021).	Almacenamiento de información es el acto de guardar información de forma ordenada haciendo uso de servicios o dispositivos de almacenamiento de confianza, para poder disponer de ella cuando se requiera. (Corona Corea, 2021) Análisis de datos se define como el proceso que consiste en examinar, limpiar y	-Aumento de la productividad. -Facilitar el intercambio de documentos. -Seguimiento de procesos o la recopilación y análisis de datos. -Una mayor eficiencia. -Aumento de la capacidad de monitorización de datos. -Garantía de accesibilidad a la información. -Mejora de la colaboración a través de la nube. -Seguridad de datos. -Capacidad de innovación en	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria Recursos Humanos. Logística. Venta. 	Entrevista.

				<p>transformar datos con el objetivo de obtener información útil, para el apoyo en la toma de decisiones. (Corona Corea, 2021)</p>	<p>productos y servicios e impulso. -La satisfacción del cliente. -Conectividad y mayor alcance. -Tecnología permite controlar. -Comunicar y verificar la operabilidad en todas las áreas y procesos. -Alto grado de competitividad. -Gestión de la cadena de suministros. Incremento de la eficiencia y productividad. -Automatizar tareas sencillas y rutinarias. -Aumento de la productividad. -Control de los inventarios. -Control del servicio al cliente.</p>		
--	--	--	--	--	--	--	--

<p>Cuestión #4 ¿Qué herramientas TIC se pueden integrar en la gestión empresarial de la Panadería Aurami?</p>	<p>Proponer herramientas TIC que se pueden integrar en la gestión empresarial de la Panadería Aurami.</p>	<p>Herramientas TIC en la gestión empresarial.</p>	<p>En la parte de la gestión de una empresa se utilizan instrumentos tecnológicos que proveen facilidades de trabajo, haciendo que la parte administrativa sea menos compleja.</p>	<p>Instrumentos Tecnológicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - computadoras -Acceso a internet. -Sistemas operativos. -Impresoras. -Fotocopiadoras. -Teléfonos móviles y convencionales. -TradeGecko. -Zoho Inventory . -Cin7. -Slack. -DataScope. -Pipeliner CRM. -Perka. -Invoice2go. -Evernote. -Dropbox. -PayPal. -Expensify. -TecNeg Ruta. 	<p>Operador de equipos y maquinarias. Administración.</p>	<p>Entrevista</p>
---	---	--	--	---	--	--	-------------------

9. DISEÑO METODOLÓGICO

La metodología de la investigación es aquel conjunto de técnicas y procedimientos que se aplican de forma sistemática y ordenada en la elaboración de un estudio. Durante un proceso de investigación, la metodología forma parte del trabajo en sí, constituyendo la etapa que divide a la realización del mismo. En la cual, el investigador decide cual es la secuencia de técnicas que se emplearán para llevar a cabo las tareas de recolección, orden y análisis de datos, vinculadas a la investigación. Riquelme (2012)

9.1. Tipo de Investigación

Según su función o propósito es aplicada esta se define “es una forma no sistemática de encontrar soluciones a problemas o cuestiones específicas. Estos problemas o cuestiones pueden ser a nivel individual, grupal o social. Se llama no sistemática porque va directamente a buscar soluciones.” (Ortega, pág. 1)

Por la naturaleza de los datos y la información la presente investigación está en base al método mixto que según Hernández Sampieri (2008) representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

Esta investigación se convierte en un estudio mixto, debido a que los resultados que arrojará la encuesta serán datos estadísticos que corresponden a un estudio cuantitativo, sin embargo, en su gran mayoría se emplea un enfoque de investigación cualitativa.

La presente investigación según su tipo es descriptiva, ya que se mencionan características, importancia y puntos que se detallan a profundidad para adquirir conocimientos; según el autor Arias (2021) La investigación descriptiva analiza las características de una población o fenómeno sin entrar a conocer las relaciones entre ellas. por tanto, lo que hace es definir, clasificar, dividir o resumir.

Se considera que es de tipo descriptiva, ya que se pretende dar salida a los objetivos a través del detalle, con características, mención de instrumentos tecnológicos, entre otros datos en los que describirá lo que se necesita o poseen en la empresa.

La investigación, según la temporalidad es transversal, para Sampieri (2003), el diseño no experimental se divide tomando en cuenta el tiempo durante se recolectan los datos, estos son: diseño Transversal, donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y su incidencia de interrelación en un momento dado, y el diseño.

Ahora bien, en la profundidad del presente estudio luego de describir, se va a explicar en el contenido, por tal razón, la investigación toma este rumbo a medida se vaya avanzando en el tema.

9.2. Área de Estudio

Área de conocimiento: Ciencias Económicas.

Línea de Investigación.

CEC-1: Desarrollo Socioproductivo, Emprendimiento y Bienestar.

Sub línea de investigación.

CEC-1.2: Desarrollo Económico, Local, Regional y Nacional.

Área geográfica: Panadería Aurami, ubicada de gasolinera Texaco 1 ½ al oeste, en La Trinidad-Estelí.

9.3. Población y muestra/ Sujetos participantes

El universo que corresponde al estudio de la investigación en la empresa Aurami, ubicada en el municipio de la Trinidad, tiene un total de 475 trabajadores que laboran en diferentes turnos y áreas de trabajo.

La muestra será tomada de la parte administrativa o gerencial de la empresa, ya que es ahí donde se centra la investigación, siendo esto un total de 4 trabajadores que dirigen las siguientes áreas: Administración, Recursos Humanos, Ventas y Producción.

Para ello, el tipo de muestreo que se va a utilizar en este estudio es no probabilístico, muestreo por conveniencia según John W. Creswell (2008) lo define como un procedimiento de muestreo

cuantitativo en el que el investigador selecciona a los participantes ya que están dispuestos y disponibles para ser estudiados.

9.4. Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Para la compilación y selección de la información se utilizarán dos instrumentos esenciales y básicos estos son:

Entrevista: Taylor (1986)“entienden la entrevista como un conjunto de reiterados encuentros cara a cara entre el entrevistador y sus informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que los informantes tienen respecto a sus vidas, experiencias o situaciones”.

La entrevista se aplicó al personal administrativo o gerencia de la panadería Aurami, de igual forma se implementó el instrumento de la encuesta para compilar información de los trabajadores de las diferentes áreas de la panadería como producción, bodega, los encargados de limpieza, seguridad y los que usan los intermediarios.

Posteriormente el medio computarizado de los paquetes de office (Word y Excel), servirá para el análisis de toda la información recolectada, para luego consolidarla y se llegue a una conclusión tras la aportación de los participantes.

9.5. Etapas de la investigación

9.5.1. Investigación documental: con el fin de documentarnos y encontrar referencias y antecedentes sobre todo lo relacionado a las TIC y los beneficios que se obtienen en las empresas se decidió indagar en anteriores investigaciones y sitios web con información veraz y certera de lo que se necesitaba para dar salida a los objetivos planteados.

9.5.2. Elaboración de instrumentos: una vez que se realizaron los instrumentos procedió aplicarlos, mediante un estudio exhaustivo, se ha decidido realizar los instrumentos (entrevistas y encuestas) necesarios para poder recopilar información razonable para la eficiencia del proceso de investigación.

- 9.5.3.** Trabajo de campo: es importante resaltar que el trabajo de campo contribuyó a que el resultado de la información sea eficaz, lo que nos obliga a asegurarnos de obtener mediante estos instrumentos información real y oportuna, de igual forma brindará una pauta que nos permitió poder explicar y detectar el objeto estudio de nuestra investigación.
- 9.5.4.** Elaboración de documento final: en la parte final se elaboró un documento base el cual contiene los resultados obtenidos del proceso de ejecución de instrumentos en el trabajo de campo, y las conclusiones respecto a lo encontrado.

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En este acápite se presentan los resultados obtenidos mediante los instrumentos de recolección de datos, que en esencia fueron dos: cuestionario para encuesta y guía de preguntas para entrevista; asimismo esboza el análisis y discusión de los mismos a través de un arduo proceso de triangulación en el que se ha puesto en relación, no solo las apreciaciones y/o comentarios relevantes de los sujetos de estudio, sino también se han puesto en paralelo los instrumentos y métodos empleados.

Siendo así, es válido anunciar que el análisis de resultados siguiente se logró bajo la aplicación del método de reducción, con miras a facilitar la comprensión de los datos. Para ese mismo efecto, se han elaborado gráficas y se han comparado los resultados de los instrumentos con la perspectiva teórica asumida y con los antecedentes metodológicos del estudio.

Como se conoce, el presente estudio se propuso analizar las TIC que contribuyen a la mejora de la gestión empresarial en la panadería Aurami en el año 2022, por lo que cabe anotar algunos datos históricos que circundan en derredor de su fundación. En primer lugar, esta empresa se localiza de donde fue gasolinera Texaco 1 ½ al oeste, en La Trinidad-Estelí. La historia de Aurami S. A. comienza por iniciativa de una familia con grandes aspiraciones de emprendimiento, y, por consiguiente, de crecimiento económico.

Esta Panadería, cuyos orígenes se remontan a 1950, nace con el nombre de propietaria «Aurora». Si bien es cierto, con este nombre permaneció hasta finales de 1990, pues, posteriormente, pasó a denominarse «Aurami S. A.». Por comunicación oral se conoce que los primeros panes «Panes Yoya» eran conocidos como «Pan de a medio», por ser este su coste monetario. De ahí que el lema con el que actualmente se conoce al municipio de La Trinidad sea: “Entre cerro y cerro... huele a pan de a medio”.

Aurami es una empresa nacional líder en elaboración de productos de panadería, los cuales han alcanzado grande aceptación entre los consumidores debido a su calidad, sabor y tradición. Además, es una panadería que desde su génesis se ha comprometido con la satisfacción de sus clientes y en favor de ellos ha ido innovando en estilos y sabores. En la actualidad, la empresa ya ha pasado a manos de la segunda generación. Cuenta con una planta industrial de 4,000 metros cuadrados de construcción y con la red de distribución más grande de la industria

panadera nacional. Cada año continúa innovando, creciendo y mejorando sus servicios con el fin aportar sabor y nutrición a todas las familias nicaragüenses.

Por otro lado, es importante detallar que la panadería cuenta con una inversión familiar en el que la dirige el gerente general Amilkar Mairena que es la cuarta generación que dirige dicha empresa, la empresa cuenta con alrededor de 445 trabajadores en todas las áreas que cuenta Aurami.

Ahora bien, a raíz de la encuesta aplicada a la panadería Aurami de un total de 213 trabajadores encuestados el 65% pertenecen al género femenino, estas laboran en las siguientes áreas: Administrativas, producción, bodegas, distribución, limpieza y seguridad. Las edades que comprende la mayoría de los trabajadores encuestados en un 45% están en un rango del 25-34 años, alcanzando a los trabajadores jóvenes que tienen conocimiento o han usado los instrumentos tecnológicos tanto de la panadería como en su vida personal, ya que la mayoría tienen secundaria aprobada siendo el 55% de ellos que equivalen a 145 trabajadores.

A continuación, se da salida a cada uno de los objetivos propuestos:

10.1. Herramientas TIC implementadas en la gestión empresarial de la Panadería Aurami

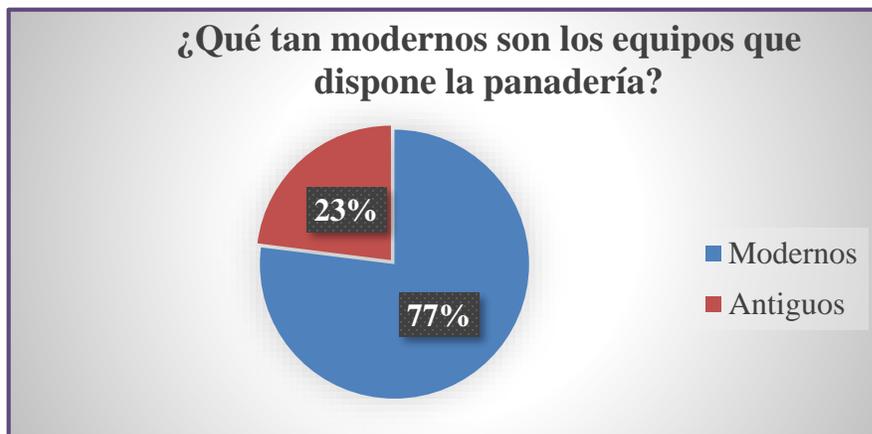
Los vertiginosos cambios que ha experimentado la tecnología en siglo pasado y el presente han evolucionado y revolucionado todos los ámbitos de la sociedad. Especialmente, el referido a los procesos empresariales, en donde las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación potencian las actividades operacionales y de gestión empresarial en general y permiten a las empresas aumentar su capacidad competitiva. Así como también son un medio atractivo, dada su efectividad, para el alcance de los objetivos en la organización.

Tipo de herramientas TIC empleadas en Aurami

Al respecto, Panadería Aurami S.A., es una empresa que ha venido encontrando nuevas oportunidades e impactando en la inserción de estas tecnologías que tienen en su gestión empresarial; de modo que la Administradora, en su entrevista, hace una comparación entre su estado actual en cuanto al uso de las TIC y su aplicación en años anteriores, diciendo: “A comparación de años atrás donde la mayoría de cosas se realizaban manualmente, pues sí hemos venido incursionando en nuevos instrumentos que propicien que la producción sea mayor y que a la vez el personal lo vea más fácil” (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022).

Por su parte, los trabajadores encuestados asumen que los equipos tecnológicos que dispone la Panadería son modernos, así lo demuestran los resultados siguientes:

Gráfico 1. Modernidad de los equipos de la panadería



Fuente: elaboración propia, 2022

Tal como se aprecia en el gráfico #1, un 77%, equivalente a 164 de las personas encuestadas, consideran que Aurami ha experimentado una evolución en cuanto a la implementación de equipos tecnológicos dentro de su productividad; mientras tanto, un 23% correspondiente a 49 de los informantes aducen que estos medios tienen como factor común: su antigüedad. Sea como fuere, es válido aseverar la presencia de las TIC dentro de la empresa y, por consiguiente, la efectividad que estas han tenido dentro de los procesos administrativos hasta la actualidad.

Al respecto Concepto Informático (2020) determinan que:

La tecnología moderna es aquella que definen nuestra vida y comportamiento diario al respecto al uso de aparatos tecnológico ya sea en nuestro hogar, trabajo u otros. Consideramos la tecnología moderna esas funciones que se utilizan en la actualidad, que son recientes y efectivas en nuestro presente. (pág. 1)

Es sin duda el diario vivir, ya que hoy en día se maneja algún medio tecnológico ya que hay tantos y diversos que se ha tenido que vivir con ellos y es difícil separarse o aislarse de esos instrumentos que han venido a cambiar, actualizar y modernizar el mundo que actual; a diario ocurre alguna innovación de TIC en el mundo.

En virtud de ello, es necesario integrar sistemas que brinden a la empresa herramientas automatizadas que faciliten la planificación, organización, dirección, integración del personal y

control de los procesos empresariales en un entorno unificado, seguro y confiable. Esta apreciación se evidencia con claridad en la gráfica siguiente, en donde los encuestados, al ser consultados sobre el uso de instrumentos tecnológicos, respondieron:

Gráfico 2. Utilidad de los instrumentos tecnológicos



Fuente: elaboración propia, 2022

El esquema porcentual anterior arroja que un 88% que aproximadamente equivalen a 200 de los encuestados aseguren el uso de instrumentos tecnológicos, permite inferir dentro de Aurami S. A. se ha realizado un aprovechamiento óptimo de las TIC, quedando como línea estratégica el desarrollo de competencias TIC en el personal, para ese 12% que sostiene no haberlos usado; todo ello con miras a proveer de conocimiento teórico y práctico para la manipulación de los mismos; puesto que, “El talento humano es el activo más importante que tiene una organización. [Por lo tanto] La inversión en capacitación garantiza un personal motivado, actualizado y competitivo frente a otras organizaciones” Garrido (2017) (pág. 7).

Respecto a los instrumentos tecnológicos, (Cordero, 2014) indica que “son instrumentos que te ayudan al manejo, a la búsqueda e intercambio de la información. Estas pueden ayudarte en el día a día, ya que ayudan y facilitan muchos quehaceres”.

Sin duda que los instrumentos tecnológicos han facilitado el trabajo dentro de panadería Aurami, propiciando una mejor producción y por ende un mayor margen de ganancias, los trabajadores trabajan de manera más fácil y cómoda, siendo ellos los que ponen en marcha cada una de las máquinas con las que trabajan en la elaboración del pan.

Áreas de la Panadería en las que se realizan trabajos manuales

No obstante que la empresa cuenta con recursos de naturaleza tecnológica, algunas de sus actividades están signadas por recursos físicos, tales como libretas y cuadernos de apuntes. Así lo señala la Administradora que:

«En la producción, aun los jefes de personal recolectan la producción de cada persona por día en cuadernos; los intermediarios, es decir, los choferes de los camiones levantan pedidos con una hoja que se les da, ya que a ellos no aún no se les ha dado una manera innovadora de hacerlo» (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022).

Como se aprecia, la inserción y adopción de tecnologías dentro de la Panadería sigue siendo un desafío, pues se deduce que no ha eclipsado todas las áreas administrativas y/o procesos empresariales que ahí se desarrollan. Aunque debe subrayarse que «correlación no es causalidad». Esto implica que la integración de las TIC dentro de la empresa, no precisa que los beneficios que de estas devienen sean inmediatos en su desarrollo y viabilidad. Aun así, Benedet (2021) apunta a que la aplicabilidad de las TIC generará mayor eficiencia, no solo en su productividad, sino también en la innovación de productos, servicios y satisfacción del cliente.

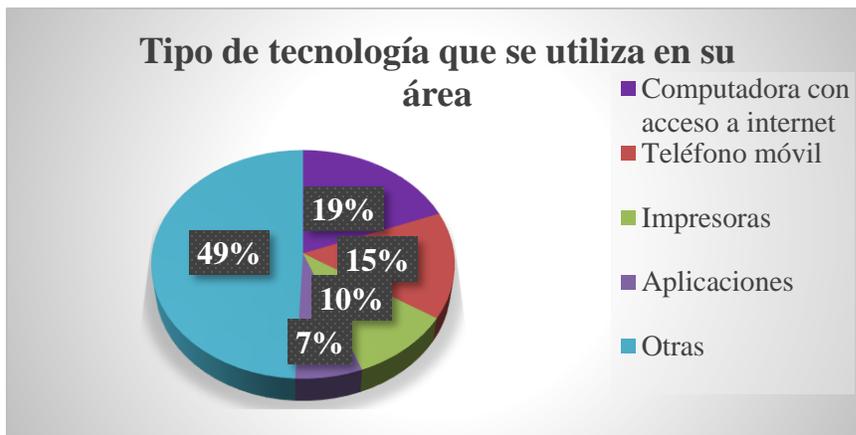
Áreas y tipos de TIC empleadas

Es evidente que una empresa que quiera incrementar su competitividad tendrá que modernizar insoslayablemente sus procesos, equipos, maquinarias y sistemas financieros. En ese sentido, dentro de la Aurami S.A. se cuenta con una variedad de herramientas tecnológicas en las áreas administrativas; así lo confirma la Administradora detallando:

“Se cuenta con computadoras con sus Windows actualizados y con acceso a internet, impresoras, fotocopadoras, archivadoras de documentos, sellos manuales que facilitan el trabajo. En algunas áreas como Ventas poseen bases de datos para recepcionar la información. También se cuenta con cámaras de seguridad que las monitorea la gerencia central; existe un reloj para el control de asistencia. En bodega existen computadoras para saber cuánto pan se tiene elaborado” (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022).

Esta misma opinión es equiparable con los datos recabados a partir de las Encuestas, cuando al consultar al personal acerca de los tipos de tecnologías que eran utilizadas en cada área, seleccionaron las que se muestran en seguida:

Gráfico 3. Tecnología utilizada en las áreas de trabajo



Fuente: elaboración propia, 2022

Retomando la respuesta de la Administradora y poniéndola en la relación con la opinión de los encuestados, debe destacarse que un 19% considera que la computadora *con acceso a internet* (38 encuestados) es un elemento imprescindible dentro de la empresa. Aunque no el único, pues los sujetos de estudio señalan en un 15% que el *teléfono móvil* (30 consultados), *impresoras* en un 10% equivalente a 2 encuestados y algunas *aplicaciones* (7%= 13 consultados) también forman parte del repertorio de tecnologías implementadas en Aurami para la optimización de los procesos dedicados a la gestión empresarial, pues su integración en las diferentes actividades dentro de las áreas administrativas representa un aspecto importante por su conexión con productos, servicios y procesos operacionales.

Algunos tipos de TIC de las que podemos hacer mención son las detalladas por Ceballos Mora (2018) que puntualiza las siguientes:

1. Redes: la telefonía fija, la banda ancha, la telefonía móvil, las redes de televisión o las redes del hogar son algunas de las redes de TIC.
2. Terminales: existen varios dispositivos o terminales que forman parte de las TIC. Estos son el ordenador, el navegador de internet, los sistemas operativos para ordenadores, los teléfonos móviles, los televisores, los reproductores portátiles de audio y video o las consolas de juego.
3. Servicios en las TIC: las TIC ofrecen varios servicios a los consumidores. Los más importantes son el correo electrónico, la búsqueda de información, la banda online, el

audio y la música, la televisión y el cine, el comercio electrónico, e-administración y e-gobierno, la e-sanidad, la educación, los videojuegos y los servicios móviles.

Sin embargo, es evidente que los recursos tecnológicos utilizados en las diferentes áreas, aunque son necesarios y/o básicos, la empresa no debe perder de vista la importancia del desarrollo tecnológico para el logro de la ventaja competitiva. Por el contrario, estar pendientes del conocimiento de nuevas tecnologías que puedan suministrar valor competitivo a la empresa. Con base a lo referido por los informantes claves, es válido mencionar que la información es una arista imprescindible dentro de la empresa, en vista de que facilita las operaciones internas, que van desde una simple fotocopia/impresión hasta el registro en bases de datos, de forma computarizada.

Tal como concluyen Castillo Ruiz y Acuña Lumbi (2017), quienes en su estudio sobre las TIC en la gerencia empresarial refieren que estas tecnologías “permiten reducir tiempos entre actividades que son principalmente elaboración de planillas, facturación, elaboración de recibos”. De ahí que la información deba gestionarse igual que cualquier otro recurso valioso de la empresa.

Es meritorio ampliar la respuesta que diera la Administradora en torno a la implementación de las herramientas TIC dentro de la empresa, pues destaca que:

“En producción, sí hay bastante maquinaria con un gran grado de tecnología, porque hay hornos industriales, batidoras de masas para el pan, refrigeradoras, frízeres, etiquetadoras, máquinas que cortan el pan en barra, también el que corta el pan de hamburguesa, máquinas que sacan la distribución de masa para elaborar cada tipo de pan. Se tiene una planta eléctrica para no atrasar la productividad...son las más significativas” (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022).

Como se percibe, en dependencia del área en donde se trabaje, las herramientas tecnológicas se van tornando más complejas y más sofisticadas. Es por ello que, el personal administrativo de la Panadería debe estar en capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios tecnológicos que les permitan modificar y adecuarse al cambio socio-cultural del momento. Este punto de vista se apoya en los resultados obtenidos por Jarquín Hernández (2013), quien en su investigación sobre la innovación tecnológica en los procesos de producción concluye que, “en buen uso de la tecnología, específicamente maquinarias y equipos sofisticados de producción como batidoras

y hornos industriales agilizan y favorece la producción del pan; además de fortalecer las relaciones dialécticas con los clientes”.

Gráfico 4. Áreas con necesidad de las TIC



Fuente: elaboración propia, 2022

Ahora bien, con respecto a las áreas donde se necesitan aún herramientas TIC se dijo:

“Casi todas las áreas se cuenta con más de algún instrumento tecnológico, innovador que el personal ha aprendido a utilizar en sus labores, en las áreas administrativas se cuenta con lo necesario para operar, pero sin duda que la producción amerita más y se le ha venido dando su valor al introducirle más aparatos para agilizar ese proceso, la bodega tiene, el área donde se carga el pan y donde se introduce la materia prima igual posee computadoras o algún instrumento que les ayuda en sus labores” (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022).

La panadería Aurami cuenta con muchos medios e instrumentos tecnológicos, los necesarios para operar y elaborar con la mejor calidad el pan de a medio conocido en el municipio, los que se innovaría sería para la mejora y agilizar aún más el trabajo de sus recursos, tomando como referencia el área de producción que es el centro y base de toda la empresa en cuanto a trabajo y nivel de ingresos.

Integración de las TIC en el sistema gerencial (entradas/salidas)

En definitiva, las TIC son de importancia sustantiva para optimizar la productividad de las empresas, la calidad, el control y facilitar la comunicación. En específico, la Administradora considera que la integración de las TIC ha mejorado el sistema gerencial en cuanto a entradas y salidas, por lo que expresa:

[...] antes era un descontrol. Ya de unos siete años a la fecha se ha mejorado. Me cuentan que antes se usaba más lo manual, lo físico que los instrumentos que hoy en día tenemos, ahora sabemos todos nuestros gastos de materia prima, conocemos mejor los ingresos monetarios de la empresa, sabemos cuánto necesitamos de pan por año, semana y hasta día, porque todas las TIC que tenemos nos han ayudado precisamente en esto para auxiliarnos y tener un control de las cosas. (M. Pérez, comunicación personal, 23 de noviembre de 2022)

Con todo lo anterior, se puede afirmar que Aurami S. A. es una panadería con una amplia gestión tecnológica, Núñez (2011) que alude “al conjunto de procesos adecuados para la identificación, evaluación, selección, adquisición, incorporación a la empresa, optimización y mejora continua de la tecnología necesaria en la ejecución de los proyectos” (pág. 160) Esto se sostiene en los resultados arrojados a través de las encuestas en donde los sujetos de investigación, concuerdan en que la Panadería sí cuenta con todas las tecnologías necesarias:

Gráfico 5. Panadería Aurami y sus tecnologías



Fuente: elaboración propia, 2022

Con respecto al gráfico #5, el 73%, obtenido del juicio de 155 de los encuestados, defiende que Aurami cuenta con los equipos tecnológicos pertinentes para desarrollar sus actividades productivas y administrativas. Por otro lado, un 27% que responde a 58 de los consultados parecen estar en desacuerdo con esta idea. De estos resultados es meritorio valorar el matiz absoluto con el que se le califica a la inserción de las TIC, pues es un poco ambicioso y apresurado asentir que una empresa cuenta con todas las tecnologías.

El avance de la tecnología es algo de lo que hay que enorgullecerse porque los beneficios son enormes. La tecnología ha impactado en todos los aspectos de nuestra vida y es inevitable en nuestros quehaceres diarios. Ahora mismo, no podemos imaginar cómo podemos prescindir de la tecnología. Gutiérrez (2022)

Confirmando lo anterior en la vida actual todos han utilizado más de algún medio tecnológico para comunicarse, para investigar, para realizar los quehaceres en el hogar, la tecnología está en todo; por tal razón las empresas no se pueden quedar atrás para utilizar las tecnologías y que brinden frutos satisfactorios con el cual puedan obtener ganancias; panadería Aurami cuenta con los instrumentos tecnológicos necesarios para producir pan con calidad e higiene a su vez.

Innovación en el uso de las TIC

Aunque los trabajadores encuestados enfatizan en que Aurami cuenta con las TIC necesarias para el ejercicio de sus actividades administrativas, la empresa debe empeñarse en la innovación y consecuente desarrollo tecnológico. Un ejemplo que sostiene ese 27% (gráfico #5) que opina que Aurami no cuenta con todas las tecnologías, se puede corroborar a través de la entrevista, en donde la Administradora comenta que panadería no cuenta con un área de informática especializada para el desarrollo, evaluación y asistencia en sistemas gerenciales, pese a que sí se ha pensado en ello. (M. Pérez, comunicación personal, 23 de noviembre de 2022)

En efecto, de ello Núñez (2011) resume que para cumplimentar el desarrollo susodicho, la empresa “deberá estar vinculada al uso de tecnologías adecuadas a sus materias primas, sus recursos humanos, sus necesidades, vale decir, su realidad, para encontrar soluciones innovadoras a las cuestiones prioritarias”.

El usar tecnología en tu centro de trabajo tiene un sinnúmero de ventajas, de las cuales panadería Aurami esta consiente, ya que conocen el entorno tecnológico que vivimos en la actualidad por eso está en su mente el innovar a ir actualizando cada uno de sus instrumentos y herramientas que poseen, en víspera de mejora cubriendo las necesidades que tienen en su empresa.

Dominio de las TIC por parte del personal

Por tal razón, la aplicación de las TIC debe ser de forma inteligente, de manera que es de imperiosa necesidad que las empresas centren sus esfuerzos no tan solo en el uso y manejo de

los equipos tecnológicos, sino también en el *modus operandi* de la empresa. Tocante al dominio que de estas herramientas tiene el personal de la Panadería, la Administradora comenta lo siguiente:

“Yo diría que en un cien por ciento no, pero se les ha venido capacitando y han aprendido a usarlas, ya que todo cambio es duro, pero se les ha ido quitando ese miedo; además se les apoya si se puede; considero que un 85% las domina” (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022).

En consonancia con el nivel de dominio de las TIC, la Administradora considera que el personal de las áreas gerenciales o administrativas manipula correctamente las computadoras, por lo que afirma que: “[...] es rara la oportunidad que alguien de las áreas administrativas pide apoyo [...], por eso considero que, sí tienen el dominio de ellas, quizás algunas personas escriban lento, pero en manejo del sistema como tal si conocen lo básico” (comunicación personal, 23 de noviembre de 2022).

En fin, por lo que respecta al conocimiento de las TIC dentro de la empresa, se evidencia un alto porcentaje, por consiguiente, Reyes (2013) asegura que “el buen uso de las TIC permite a las empresas producir más cantidad, más rápido, de mejor calidad, y en menos tiempo y le ayudan a la competitividad” (pág. 11).

Sin embargo, Ochoa, Ramírez, Hernández y Rizo (2020) ponen un asterisco a esta aseveración, cuando en su estudio sobre la influencia de las TIC en el proceso administrativo determinan que:

[...] la aplicación de las TIC en los procesos es de suma importancia, ya que el éxito de la implementación no depende de ellos si no del manejo y uso que se les da. La aplicación y manejo adecuado de las Tecnologías de Información y Comunicación se convierten verdaderamente en un motor de cambio y principal fuente de ventajas competitivas si el proceso de mejora se gestiona adecuadamente. (pág. 24)

Se sabe que la tecnología no solo debe conocerse, sino saberla manejar y darle el uso para el que fue creada cada medio y herramienta TIC, en la panadería se ha notado el cambio que generan la innovación de instrumentos tecnológicos, sin embargo, se aspira a más para estar a la altura de las demás empresas y seguir liderando en el rubro panificador.

Importancia de la adopción de las TIC en la gestión empresarial

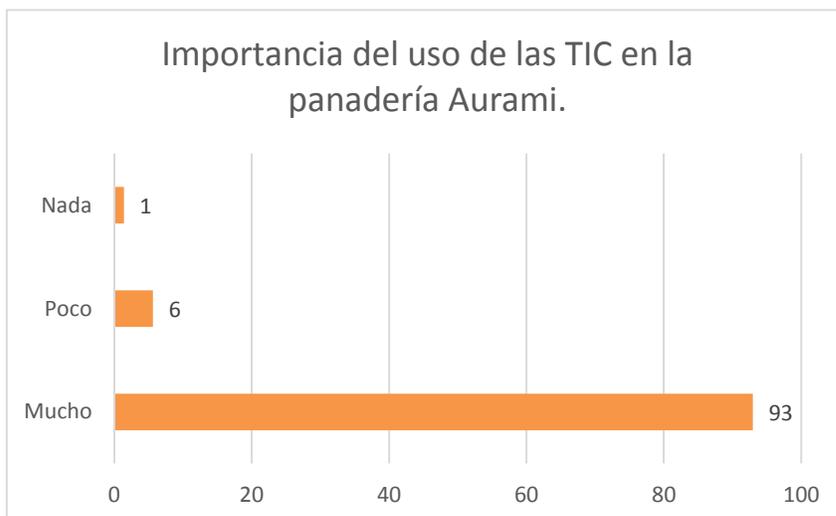
De una forma análoga, la Administradora destaca la importancia de la adopción de las TIC para el desarrollo de la gestión empresarial en Aurami, pues pone en primera fila que esta es una de las empresas panificadoras más importantes del municipio y, por consiguiente, su compromiso dentro de su planeación estratégica es que el uso de las tecnologías no sea un factor secundario. A este respecto, sostiene que: “Aportan mucho y se ven los cambios cuando uno las empieza a utilizar. Para Aurami es de vital importancia...porque somos una empresa grande y para complacer a tu cliente debes utilizar todo lo que la tecnología te ofrece actualmente” (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022).

Pero, para este efecto, Reyes (2013) plantea que:

El mero hecho de introducir tecnología en los procesos empresariales no es garantía de gozar de estas ventajas. Para que la implantación de nueva tecnología produzca efectos positivos hay que cumplir varios requisitos: tener un conocimiento profundo de los procesos de la empresa, planificar detalladamente las necesidades de tecnología de la información e incorporar los sistemas tecnológicos paulatinamente, empezando por los más básicos. (pág. 1)

Dentro de esos sistemas tecnológicos básicos que refiere Reyes se encuentra que Aurami cuenta con conexión por banda ancha fija para acceder a internet. Entre otros usos, la Administradora expresa que ha sido útil este acceso a la red “para levantar los pedidos con los supermercados por ejemplo se utiliza el correo para trabajar con ellos y para otras funciones de la empresa en cuanto a marketing la publicidad nuestra como empresa”. (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022).

Gráfico 6. Panadería Aurami y sus tecnologías necesarias



Fuente: elaboración propia, 2022

Claramente se evidencia que las TIC son una condición imprescindible dentro de la gestión empresarial de Aurami, tanto que un 93% de los trabajadores consultados indican estar de acuerdo en la importancia en el uso de estos recursos, lo cual permite alcanzar la eficiencia y eficacia de las operaciones de la panadería y por ello en el aprovechamiento y manejo de la información, así como el procesamiento de mayor cantidad de datos para una mejor toma de decisiones, entre otros beneficios que se han destacado en los análisis anteriores. Por otra parte, un 6% de ellos, considera de poca importancia la inserción de las TIC en los procesos que desarrolla Aurami; y un mínimo 1% asume que no son nada importante.

Por su lado, la Administradora concuerda con ese 93% de los trabajadores encuestados, en que las TIC son un dinamizador esencial en Aurami, por lo cual considera de vital relevancia hacer uso de las TIC. Esta postura se sostiene con su apreciación a través de la entrevista al afirmar lo que sigue:

“Sí, porque las TIC se han convertido en el medio para el logro de los objetivos misionales de la organización, además, están ocupando un papel muy importante en el sentido en que pueden ayudar a la interconectividad, al fortalecimiento de las relaciones en entornos tecnológicos y facilitar medios de comunicación mucho más efectivos.” (M. Pérez, comunicación personal, 23 de noviembre de 2022)

Nadie pone en duda la suma importancia de poseer artefactos o instrumentos tecnológicos en una empresa, ya que se corrobora con lo anterior que la tecnología es vital y trascendental si se

quiere tener una empresa sustentable y sostenible ante las tormentas o amenazas que se tienen que pasar en el camino al éxito, por ello el adquirirlas debe estar en los planes de toda entidad.

Acceso de los colaboradores a los recursos TIC en apoyo a la gerencia empresarial

Aurami tiene como objetivo principal proporcionarles a sus colaboradores los más recientes recursos tecnológicos con el fin de que brinden a los clientes calidad y satisfacción, asimismo comodidad y productividad en el área de trabajo. A este respecto, la Administradora plantea:

“Todo lo que se tiene aquí es para utilizarse, considero si tienen ese pase libre de ocupar todo en beneficio de la empresa, para eso se les aclara que deben cuidarlas, darle el uso para el que se compró y así avanzar con el apoyo de nuestros colaboradores que nos hacen como empresa aún más grande, gracias a ellos”. (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022)

En definitiva, la gerencia diseña, implementa y evalúa los métodos informáticos que apoyen a todo el personal para que desempeñen sus actividades de manera más eficiente en la consecución de los resultados. Esto obedece a la multifuncionalidad de la que habla Romero Mora, Saldívar Vaquera, Delgado Ibarra y Sánchez Montúfar (2012) quienes exponen que “las Tecnologías de la Información y la Comunicación son un conjunto de técnicas, desarrollos y dispositivos avanzados, que integran funcionalidades de almacenamiento, procesamiento y transmisión de datos”. (pág. 10)

Formas que implementan para comunicarse entre las áreas de la empresa y con los clientes

La panadería Aurami cuenta con bastantes áreas de trabajo, por lo tanto, la gerencia debe tener una buena y constante comunicación con cada jefe de esas áreas, ya que de eso depende el buen funcionamiento, la coordinación y organización de la empresa.

Por otro lado, la comunicación empresa-clientes es aún más importante, puesto que de eso depende la producción, las ventas y por ende los ingresos que la panadería necesita para sustentarse.

La Administradora comenta las siguientes formas con las que se comunican:

Entre la empresa es a través de medios telefónicos y por correo de igual forma con los clientes, aunque el correo solo se emplea con los grandes demandantes como supermercados, denominados “clientes A”, ya con los clientes como pulperías es de forma personal con los choferes de los intermediarios de la empresa. (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022)

La comunicación empresarial debe existir si o si en las empresas, esto va a permitir tener a un personal y cliente bien informado, para entender mejor este término se define como un conjunto de procesos que lleva a cabo una organización con el fin de transmitir su información corporativa tanto a nivel interno (para sus clientes, usuarios y audiencia en general, a través de estrategias de marketing, publicidad, ventas y atención al cliente. Sordo (2020)

Si se mantiene una buena comunicación va a permitir tener un cliente satisfecho y un personal motivado, ya que no va a poseer dudas de los productos, de sus labores cotidianas, así como lo que demanda o requiere la empresa de él o ella; como medio para conseguir esto están las herramientas TIC y sus facilidades para transmitir un mensaje de relevancia dentro o fuera de la empresa.

Compras de TIC para la gerencia de la empresa

Garantizar los instrumentos tecnológicos necesarios en la panadería Aurami es algo por lo que se vela constantemente, por ello se debe estar a la expectativa de los medios que no se tienen y poder comprarlos, para ello se debe reservar un porcentaje del presupuesto para tal fin y realizar la compra de acuerdo a la necesidad.

Sin duda que toda empresa debe comprar tecnología de punta, ya que no hacerlo significa un estancamiento o hasta un retroceso, debido a la velocidad en lo que los instrumentos o herramientas TIC se están actualizando y como empresa no se debe dar tregua a la competencia, aun mas cuando tu producto es tendencia en el mercado. La Administradora esboza lo siguiente al respecto:

“Considero que anualmente hay cosas mejores y nuevas, pero no hay un ciclo establecido por decir mensual, sino que cuando se tiene lo suficiente se compra viendo siempre que se le valla a dar uso y que nos facilite las cosas como gerencia y a los demás trabajadores de las demás áreas”. (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022)

La panadería en comparación a sus inicios muestra grandes avances y progresos dentro de sus instalaciones, convirtiendo herramientas básicas en la elaboración del pan a grandes instrumentos sofisticados que han venido innovando y haciendo que Aurami sea centro de atracción, tanto para laborar en ella, como para consumir sus productos.

Limitantes y consecuencias por los cuales no han adquirido o actualizado las TIC en la empresa

Realmente para adquirir algo que nos beneficia no se quisieran impedimentos, sin embargo, en la adquisición de las TIC existen factores, barreras o limitaciones que impiden poseer todo lo que se propone, más tratándose de tecnología que se sabe se necesita buen capital para poder hacerse de ellos, en panadería Aurami no es la excepción, así lo asegura la Administradora diciendo lo siguiente: “La limitante una vez más es lo monetario porque quien no quiere herramientas TIC para innovar si se sabe los beneficios que se obtienen, pero si estamos en víspera de mejora y de actualización”. (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022)

Ahora bien, fortaleciendo lo anterior Vásquez (2016) menciona algunas barreras o limitaciones que presentan generalmente las empresas al querer adquirir herramientas TIC, estas son las siguientes:

1. La tecnología es compleja: muchas empresas consideran que la implementación tecnológica es complicada y requiere de procesos largos, capacitaciones sin fin y que al final tendrán que contratar personal especializado.
2. La Tecnología es costosa: una idea constante, pero no por ella cierta, que la tecnología es demasiado cara y que se necesita comprar licencia costosas y limitaciones que podrían afectar la liquidez de una pyme.
3. Falta de información: es muy común que cuando una pyme busca tecnología en la web, se encuentre con un alud de información que, confunda con lo que se puede esperarse. Ello implica que hay información dedicada a este segmento que pueda hacer más fácil la adopción tecnológica.

Lo anterior muestra la realidad en las empresas, son las limitaciones más fuertes y de mayor relevancia, que impiden la compra de instrumentos o herramientas TIC, más allá del deseo de tenerlas en la empresa las restricciones que se presentan sobrepasan muchas veces el querer obtenerlas, sin embargo, se debe hacer un esfuerzo por tenerlas y así sobreponerse a ellas.

10.2. Factores externos e internos que influyen en la adopción de las TIC para la gestión empresarial de Aurami

La adopción de las TIC ha tipificado un serio desafío en la esfera empresarial; es por ello que, dentro del segundo objetivo de esta investigación, se propuso *Identificar los factores externos e internos que influyen en la panadería Aurami para la adopción de las TIC en su gestión empresarial*. A partir de la indagación de este eje temático se obtuvieron los resultados siguientes:

Fortalezas y debilidades de la empresa en la implementación de las TIC

El talento empresarial significa lograr una rentabilidad igual o superior a los rivales en el mercado, por tanto, Aurami estudia los factores externos e internos a través del análisis FODA, lo que le permite recopilar y usar datos que ayuden a conocer el perfil de operación de la misma y de la competencia, y a partir de ello, establecer un diagnóstico objetivo para el diseño e implantación de estrategias tendientes a mejorar la competitividad.

En primera instancia, deben valorarse las fortalezas de la empresa. Según Sastre Castillo (2009) “las fortalezas son recursos y capacidades que posee internamente la empresa y que la posicionan en una situación ventajosa frente al resto de los competidores” (pág. 15) En sintonía con la aseveración anterior, al consultársele a la Administradora de la empresa acerca de las fortalezas y debilidades en cuanto a la implementación de las TIC sostiene que:

- Cuentan con fortalezas muy visibles como la marca de Aurami que es muy reconocida, eso facilita las compras de tecnología y también hace que las ventas permitan costear esas inversiones, también contamos con los permisos, pagos de impuestos al día, que al final facilitan una compra para así traer material del extranjero sean maquinarias o equipos de oficina, otra fortaleza que le puedo mencionar es que el personal se adapta rápidamente a los cambios y se ve el interés por aprender a utilizarlas lo digo por la experiencia anterior de compras así.
- Pero estoy segura que hay debilidades. El capital para comprar porque lo que se necesita es costoso, con el traslado, el capacitar al personal y cuantas cosas que nos dificulta la compra de equipos TIC. (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022)

A partir de la respuesta de la entrevistada, es que es conveniente citar a Ramírez Rojas (2009) cuando en su artículo expone que:

Una herramienta que ayuda en el proceso de análisis de la operación de una empresa es el análisis situacional también conocido como diagnóstico FODA por sus siglas

(fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), ya que es la herramienta apropiada para conocer las condiciones reales de actuación de una empresa, que facilita un buen diagnóstico y evaluación en el proceso de planeación estratégica. (pág. 54)

Un aspecto sustancial es que, Aurami se ve favorecida en la calidad y seguridad en la ejecución de todos los procesos. También cuenta con mecanismos corporativos que facilitan la comunicación interna y la gestión, coordinación y la colaboración entre equipos de trabajo que agilizan la toma de decisiones ahorrando tiempo con un coste muy reducido.

La principal fortaleza radica en la capacidad de generar calidad y seguridad en la realización de las diferentes actividades de la empresa. Esto le permiten a la Panadería abrir el camino hacia una nueva relación con el cliente, lo que le brinda intercambiar con ellos información, ideas y conocimientos, conocer de manera casi instantánea las necesidades de sus clientes, lo que ayuda a que la productividad de la empresa sea más eficaz.

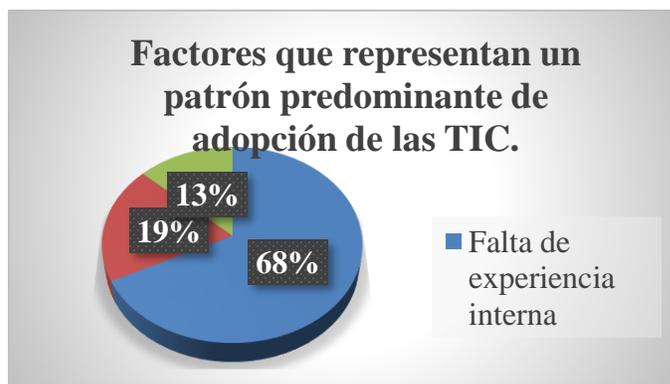
Factores que representan un patrón predominante en la adopción de las TIC

En lo que respecta a Panadería Aurami S.A., es una empresa que ha venido considerando la experiencia como factor clave para el impacto de la adopción de las TIC en su gestión empresarial. De este modo, la Administradora en su entrevista hace mención de lo siguiente:

“Es un hecho desde que empezaron a comprar hornos industriales, computadoras en todas las áreas casi, se nota el progreso, hay más producción, la empresa ha levantado el nivel en cuanto a la calidad del pan y ha sido muy aceptado en la población, por otro lado, existe un mayor orden de información y es más fidedigna”. (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022).

Pese a lo dicho por la Administradora los encuestados consideran lo siguiente:

Gráfico 7. Factores y su predominancia en la adopción de las TIC



Fuente: elaboración propia, 2022

Este es el predominante la falta de experiencia interna en un 68%, el tamaño de la empresa en un 19% y el tipo de actividad económica en un 13% son patrones predominantes, según los encuestados, que Aurami tiene muy presentes a la hora de adoptar una nueva tecnología. Respecto al primer factor se halla que el personal, evidentemente, ante una nueva tecnología adolece de su uso y manejo; pero ello no implica que Aurami no disponga de personal calificado y cualificado para capacitar sus trabajadores.

Es menester definir la adopción de las TIC para ello Farca (2022) asegura que se refiere al proceso de aceptación, integración y uso de nuevas tecnologías en diferentes entornos. A través de la incorporación de sistemas informáticos, de software y la conectividad se busca mejorar la calidad de vida, la productividad y procesos que contribuyen mejores condiciones entre cada actor de sociedad.

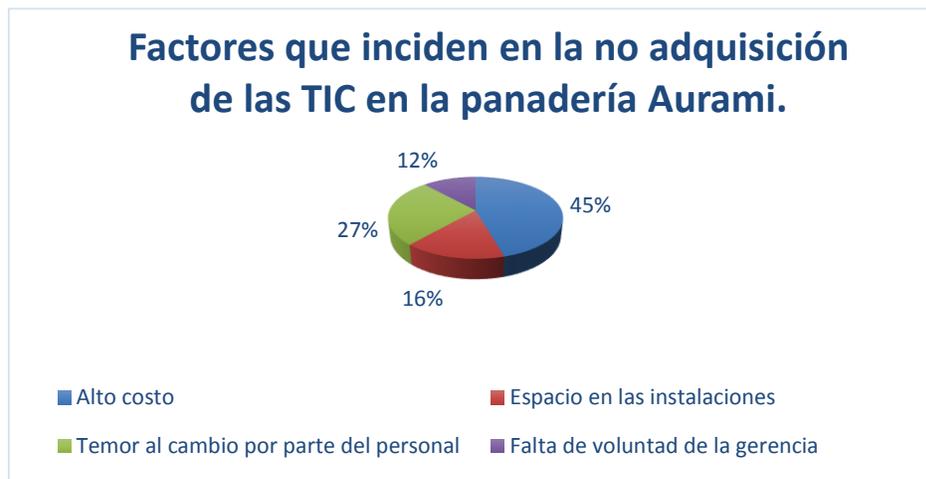
Tampoco se debe ignorar que la adopción e inserción de las TIC ya existentes en la Panadería generado estabilidad en cuanto a la producción y efectividad de los colaboradores, pues estas han ayudado a obtener mejores y mayores resultados, ya que el tiempo es factor determinante para la obtención de los mismos.

Factores que inciden en la no adquisición de las TIC

Como se ha visto, en la línea de análisis sobre los factores externos e internos que inciden en la inserción de nuevas TIC para gestión empresarial, se ha rayado en las limitantes que ha traído consigo la adopción y/o actualización de las TIC en la empresa. Sastre Castillo (2009) expone que “las barreras son factores o variables que dificultan o impiden algo. Dentro del ámbito de la dirección de empresas se puede distinguir entre barreras de entrada, barreras de imitación, barreras de movilidad y barreras de salida”. (pág. 25)

Dicho de otro modo, las barreras son limitantes que impiden la introducción de nuevas tecnologías, por eso, la Administradora aclara: “También hay debilidades como empresa; no hay perfección, a veces fallamos en el uso de la materia prima, la instalación tiene sus años, otra debilidad es que se siguen haciendo algunos procesos manualmente” (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022). Pese a esta enumeración de barreras, de manera aún más certera, lo corroboran los trabajadores encuestados cuando opinaron sobre los factores principales que limitan la no adopción de las TIC en Aurami:

Gráfico 8. Factores y su incidencia en la no adopción de las TIC



Fuente: elaboración propia, 2022

Estos resultados corroboran los factores que se han venido identificando en torno a la adopción de las TIC. En este caso, un 45%, resultante de 97 consultados, atribuyen al alto costo, una de las barreras por las cuales se hace complejo integrar nuevas TIC; sin embargo, un 27% responde a que 57 de los encuestados temen al cambio del ambiente laboral a uno más tecnológico; por su parte, un 16% valora el espacio que estas pudiera ocupar dentro de las instalaciones; y, finalmente, un 12% parece culpar a la gerencia ante su falta de voluntad por adquirirlas.

Este resultado es semejante al que los autores Moncada, Hernández, Rodríguez, Hernández Y Barrera (2018) quienes concluyen que dos son las principales barreras para adoptar TIC en las empresas son: la primera se basa en las limitaciones presupuestales, con un 47%, según lo manifestado por las empresas encuestadas por este autor, que puede ser una combinación de factores internos de las empresas como externos como el alto costo de los equipos y el software. En segundo lugar, como barrera estuvo el entrenamiento del personal con un 24%.

Esto significa que el conocimiento del personal sobre la manera óptima de cómo usar las TIC es de gran importancia lo que este autor ratifica ubicando como segunda limitante en las empresas y lo más importante es la limitación en cuanto inversión de capital debido al alto costo que esta representa, donde su adquisición no garantiza su buen uso sino se tiene personal cualificado para su manejo.

Capacidad del personal en la adopción de nuevas tecnologías

Sin duda que el personal de la empresa juega un papel fundamental para poder implementar, adoptar e implementar las herramientas TIC, en la panadería se capacita al personal de forma constante, para ello se debe contar con personal calificado que maneje las operaciones de todos los instrumentos tecnológicos nuevos y los que ya están en uso.

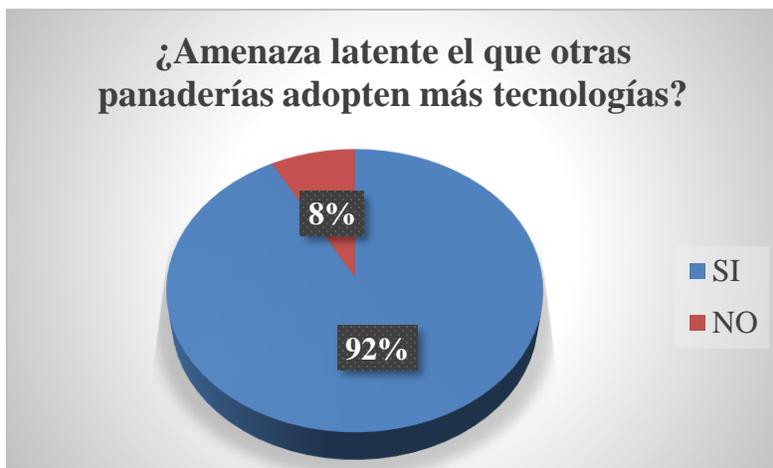
Según expresó la Administradora, un valor muy presente dentro de la empresa es el compromiso con la calidad en todos los procesos. Adicional a lo anterior manifestó acerca de su personal: “Sí, tenemos la capacidad, contamos con el local, con el personal capaz y sí considero que hay factores que nos benefician para adquirirlas, pero es costoso, por eso todo a su tiempo es mejor”. (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022)

En Panadería Aurami S.A., el nivel de exigencia en todos los procesos administrativos es muy alto para todos sus colaboradores, a fin de garantizar la ejecución más óptima de todas las tareas, siendo así, la empresa le proporciona a su personal la oportunidad de ser capacitados constantemente para que se puedan manejar situaciones imprevistas en el tránsito del tiempo.

Al implementar las TIC la empresa capacita al personal, esto sin duda proporciona recursos humanos altamente calificados en términos de conocimientos, habilidades y actitudes con el uso de nuevas tecnologías. Es por ello que, Benedet (2021) afirma que el uso de las TIC en las empresas, brindan mayor eficiencia, aumento de la capacidad de monitorización de datos, garantía de accesibilidad a la información, mejora de la colaboración a través de la nube, seguridad de datos, capacidad de innovación en productos y servicios e impulso a la satisfacción del cliente.

Cabe mencionar que, de no ser así, la no adopción de nuevas tecnologías representaría una amenaza latente en comparación con otras empresas del mismo rubro que posiblemente acompañen con novedosas tecnologías sus procesos productivos, financieros y organizativos. Esta afirmación se sostiene con los resultados que prescribe la gráfica posterior:

Gráfico 9. Amenazas en la no adopción de las TIC en la panadería



Fuente: elaboración propia, 2022

Efectivamente, al retomar la opinión de los trabajadores encuestados, se aprecia que un 92% equivalente a 196 de los consultados, considera un punto de ventaja para cualquiera empresa la inserción de nuevas tecnologías y, en consecuencia, una desventaja para aquellas con quienes se compite en el mercado. Por lo contrario, un escaso 8% aduce no ser una amenaza el caso anterior.

Este resultado puede hallar una razón de ser en la perspectiva expuesta por Pérez, Ríos, Muñoz y Espada (2020) cuando puntualiza que a los empleados:

[...] no se le otorga el conocimiento de las mismas, no se les dice como incorporar tecnologías y cuáles son las necesarias para que su negocio se desarrolle, siendo necesario que los directivos reconozcan las barreras para adoptarlas, saber a qué instituciones de soporte acudir para ser asesorados y tener conocimiento de las tecnologías que poseen sus clientes, proveedores y competencia. (pág. 75)

Al respecto la Administradora considera las siguientes amenazas:

Eso lo que se contempla es si la economía a nivel nacional vuelve a caer, es la amenaza más fuerte y potencial que afectaría las ventas, ya que la población o nos cambia por un producto sustituto o no consume del todo pan, al no tener lo suficiente para comprarlo, en cambio si la economía sube la amenaza seria la competencia, sin embargo, nosotros tendríamos con que responder ante eso. (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022)

Oportunidades que tiene el negocio

Esta empresa ha sabido aprovechar cada una de sus oportunidades, para poder llegar a la posición que actualmente tiene en el mercado y en la mente de sus consumidores en el país, y ahora que se encuentra liderando este rubro panificador en el municipio se le presentan aun mejores oportunidades que debe explotar para trascender y colocar el nombre de Aurami en grande altitudes y latitudes.

La Administradora confirma que:

Las oportunidades sería el expandirse y llevar el pan Aurami a más departamentos, municipios y ciudades, crear más nichos de mercados y la facilidad para publicitar el producto en medios de comunicación, redes sociales, ya que la tecnología nos lo permite y de forma física en centros comerciales. (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022).

Si se saben aprovechar las oportunidades son esa fuente o medio de trascendencia para incursionar en nuevos mercados y alcanzar nuevos clientes, Quiroa (2020) define oportunidades como: “Las oportunidades de una empresa son tendencias y situaciones del ambiente externo que una empresa puede utilizar para sacar provecho, obtener ventaja frente a sus competidores y mejorar sus márgenes de utilidad”.

Si con tus oportunidades superas a tus competidores, aprovechar sería la mejor opción para toda empresa que aspira alto, esto se logra con un análisis profundo sobre lo que te ofrece el mercado.

Sistemas informáticos en la gestión empresarial de Aurami

Hablando de la novedad tecnológica, Panadería Aurami S. A. implementa un sistema informático que facilita su gestión empresarial. Así lo confirma la entrevistada: “Sí, se aplica porque el trabajo que se realiza en la empresa Panadería Aurami S.A. depende en gran manera de un buen funcionamiento de las TIC” (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022).

Es importante describir grosso modo que este sistema informático no es más que una herramienta que permite a los usuarios visualizar la misma información en tiempo real, es decir, tener un registro actualizado acerca de los productos existentes en ese tiempo y espacio. Tal es su impacto que a empresa depende en gran manera de este sistema, puesto que le permite

mejorar la eficiencia, es decir, calidad, disminución de errores, agilización y seguridad, de la misma manera les concede a sus usuarios manejar una información actualizada y fidedigna.

En tal sentido, Benedet (2021) expone:

Con certeza que los avances en la tecnología de la información han mejorado radicalmente los sistemas empresariales, aumentando la productividad al minimizar errores, facilitar el intercambio rápido de documentos, el seguimiento de procesos o la recopilación y el análisis de datos, por ende, algunas de las oportunidades que generan en los diferentes ámbitos, es que permite una mayor eficiencia, aumento de la capacidad de monitorización de datos, garantía de accesibilidad a la información, mejora de la colaboración a través de la nube, seguridad de datos, capacidad de innovación en productos y servicios e impulso a la satisfacción del cliente.

Factores externos e internos que influyen en la Panadería Aurami para la adopción de las TIC en su gestión empresarial

Los factores sean internos o externos intervienen positivamente o negativamente de acuerdo al nivel de resolución de la empresa, la gerencia de la panadería ha velado a lo largo de los años para sobre ponerse a las debilidades y amenazas que se presentan en el proceso de adopción de las TIC.

En la empresa se maneja, específicamente la Administradora que:

La situación económica del país puede ser una en lo externo, así como los bloqueos que no permitan el ingreso de maquinarias al país en un futuro quizás, en lo interno al ser primera vez que lo tenemos se vuelve complejo un poco, ya que el personal las desconoce. (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022).

Para complementar lo anterior, se definen los factores externos e internos, según Sy Corvo (2021), cuando refiere que los factores internos y externos de una empresa, al tratarse de agentes que se encuentran dentro y fuera de una organización, pueden generar un impacto positivo o negativo en la misma. De ahí que, no solo el tiempo sea un factor esencial para la adopción de nuevas tecnologías, sino también la capacidad que posea el personal para adoptarlas.

Capital disponible para la contratación de herramientas TIC

Si bien es cierto, el capital social corresponde al valor total de las aportaciones realizadas o prometidas por los socios; es la masa de bienes con la cual se constituye una sociedad mercantil.

La gerencia toma muy en cuenta la necesidad de requerir nuevas tecnologías, es por esto que la empresa al momento de adquirirlas toma en consideración su situación financiera, la estabilidad de los colaboradores, la minimización de riesgos y maximización de oportunidades. Es por ello que, la Administradora a través de la entrevista declaró que:

Iría en dependencia del costo, sí se tiene para comprar, pero no con precio de millones, pero sí se pueden adquirir solo hay que buscar la necesidad prioritaria que amerite esa inversión y echar andar el proyecto, pero la meta en sí es poseer lo mejor en comparación a la gran competencia que tenemos en el municipio. (M. Pérez, comunicación personal, 21 de noviembre de 2022)

A propósito de costos, es significativo manifestar que la inversión en las empresas es de importancia sustantiva, no obstante, estas no tienen un tiempo determinado, porque de acuerdo a las necesidades y requerimientos que se van presentando en la panadería se van precisando e implementando mejoras en los sistemas de compras, siempre pensando en que esto produce mejoras en la gestión de las mismas, porque se tiene en cuenta los procesos de innovación que provocan, generan ambientes positivos para estos cambios, nuevas maneras de interacción y por supuesto la reducción de incertidumbre respecto de los resultados.

Por lo antes expuesto, una de las principales debilidades de cualquier organización es la falta de capital para la inserción de las nuevas tecnologías y esto se convierte en un problema, pues, se transforma en sobre carga de trabajo/funciones, esto conlleva a la incrementación de riesgos y la decadencia de productividad.

10.3. Oportunidades TIC a la gerencia empresarial de Panadería Aurami

Teniendo como punto de partida el objetivo específico tres del estudio, se han considerado los comentarios y/o respuestas de los informantes claves de la investigación: *Explicar las oportunidades que brindan las TIC en la gestión empresarial de la Panadería Aurami*. Así pues, los resultados que revelan los instrumentos de recolección de información se detallan a continuación:

Principales TIC que se aplican en la gestión empresarial de Aurami

Se ha dicho con insistencia que, para potencializar la gerencia empresarial, la empresa debe disponer de todos los recursos necesarios (materiales, humanos financieros, otros) para la satisfacción de las necesidades de los clientes, de tal forma que los trabajadores, bienes y

estrategias estén dirigidos al cumplimiento de sus objetivos. En este sentido, vale la pena destacar que la gestión empresarial basada en la TIC debe estar presente dentro de todas las empresas en cualquier sector de la economía, sobre todo en pequeñas y medianas empresas que deben insertarse a un mundo que cada día es más competitivo y exigente.

En sintonía con las principales TIC que se aplican para el buen funcionamiento de la gestión empresarial de la Panadería Aurami S.A., la Administradora indico las siguientes:

- **Software corporativo**, cuyo acceso a la información es desde cualquier dispositivo conectado.
- **Tecnologías para el almacenamiento y procesamiento de datos**, estas son principalmente empleadas para distribuir y proporcionar información a los diferentes procesos de la organización.
- **Servicios de mensajería instantánea** como WhatsApp. (M. Pérez, comunicación personal, 22 de noviembre de 2022)

A partir de la información anterior, se deduce que las tecnologías aplicadas en la Panadería no se limitan solamente a la comunicación asertiva y efectiva a través de la aplicación de WhatsApp, sino que su implementación también se extiende a los procesos internos de la empresa referidos a la preservación de información fidedigna, entre ellos, la integración de software de gestión de datos, siendo necesarios equipos tecnológicos tales como los mencionados por los encuestados: computadoras, teléfonos, impresoras y aplicaciones; cuyo objetivo fundamental es garantizar que la empresa tenga acceso a información precisa y confiable; así como también facilitar el trabajo en la gerencia.

Tal como se puede observar en la gráfica N° 3 la panadería Aurami cuenta con los anteriores instrumentos tecnológicos en lo que se demuestra que un 19% considera que la computadora *con acceso a internet* (38 encuestados) es un elemento imprescindible dentro de la empresa. Aunque no el único, pues los sujetos de estudio señalan en un 15% que el *teléfono móvil* (30 consultados), *impresoras* en un 10% equivalente a 2 encuestados y algunas *aplicaciones* (7%= 13 consultados).

Esto demuestra el uso que se le da a estos medios dentro de la empresa, que ha permitido tener una buena gestión empresarial y beneficiando el buen funcionamiento de la cabeza de Aurami como es la gerencia.

Otro aspecto importante se apoya en la respuesta que diera la Administradora en entrevista se le consulta acerca de la forma en que la integración de las TIC facilita el trabajo de la gerencia empresarial de la Panadería, a partir de la cual comenta que:

La integración de las TIC constituye una oportunidad pues facilita el acceso a mercados más competitivos, en condiciones más favorables, proporcionando que la empresa sistematice sus procesos, lo que aumenta la capacidad de control y la estandarización de los mismos, reduciendo de esta forma la probabilidad de cometer errores. (M. Pérez, comunicación personal, 22 de noviembre de 2022)

De lo anterior se infiere que la aplicación de las TIC dentro de la Panadería Aurami, en primera instancia facilita la gestión de la información en los procesos internos. En un segundo momento, pasan a ser clave para la comunicación; y, por último, se integran las TIC como herramientas para el desarrollo de flujos de trabajo y la consolidación de modelos de gestión de procesos y el apalancamiento de procesos de gestión del conocimiento organizacional. Tal como lo demuestran los resultados de la encuesta siguiente:

Gráfico 10. Las TIC y las facilidades de trabajo que brinda



Fuente: elaboración propia, 2022

La gráfica corrobora directamente el impacto de las TIC como recurso que facilita el trabajo en la gerencia, siendo esta la opinión de un 96%, que corresponden a 204 de los trabajadores consultados. Por su lado, un 4%, equivalente a 9 de los trabajadores encuestados aducen no estar de acuerdo con que las tecnologías optimicen la gerencia empresarial. No obstante, este último

dato discrepa con Rodríguez, Álvarez, Suárez Y Castro (2021) cuando apuntan que las empresas:

[...] deben aprovechar las TIC para modernizar los procesos internos a fin de establecer un engranaje que permita una correcta articulación de las decisiones en la gestión de todos los recursos, pues esto permitirá abrir la posibilidad de ganar espacio en el mercado nacional frente a las grandes empresas y en mercados internacionales donde se requieren establecer las mejores estrategias y no morir en el intento de buscar el desarrollo. (pág. 477)

La facilidad de trabajo que propician las TIC ha venido a cambiar el mundo en el que vivimos y a facilitarnos la vida en la gerencia de panadería en específico mejora la comunicación con sus clientes, facilita la toma de decisiones, propicia un mejor manejo y almacenamiento de la información entre otras muchas funciones que beneficia.

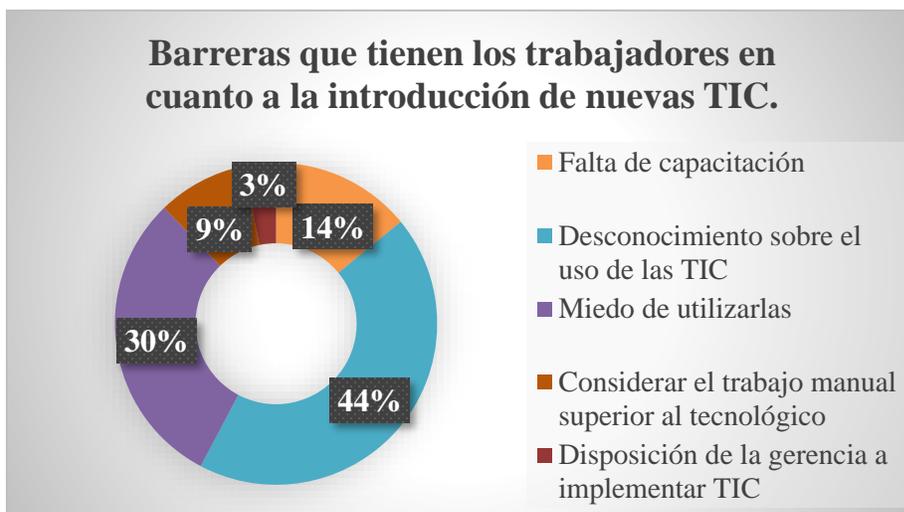
Desafíos enfrentados respecto al uso de las TIC en la gerencia empresarial

Sobre la base de las consideraciones de los autores como Rodríguez y otros, no se debe dejar por un lado el hecho de que a pesar de que la empresa tenga el compromiso de modernizar sus procesos mediante el uso de las TIC, el uso de las mismas sigue presentando barreras y/o desafíos para su aprovechamiento consciente en la gerencia empresarial en la panadería Aurami S.A. Con mayor claridad lo aclara la Administradora cuando enfatiza que:

Actualmente, el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, gana mayor relevancia, ya que tienden a ser herramientas que se aplican en cualquier contexto, sin embargo, desde el ámbito organizacional el mayor desafío al que se ha enfrentado es que estas no siempre han tenido la mayor acogida, es decir, no como se quisiera que fueran aplicadas, para que realmente aporten a la generación de ventajas competitivas de la organización. (M. Pérez, comunicación personal, 22 de noviembre de 2022)

Como bien sostiene la entrevistada, las TIC, pese a que han sido un factor indispensable dentro de la organización en virtud de la innovación, la productividad y el crecimiento de la Panadería, no siempre han sido aprovechadas al máximo, problemática que obedece entre otros factores a las barreras que presentan los trabajadores de Aurami en cuanto a la adopción de estas. La siguiente gráfica evidencia cinco importantes factores que obstaculizan las ventajas competitivas que estas ofrecen:

Gráfico 11. Barreras para la introducción de las TIC



Fuente: elaboración propia, 2022

Es interesante notar que el 44%, esto es, 93 de los trabajadores encuestados presentan limitantes en cuanto a la adopción de las TIC debido al desconocimiento en su uso y manejo, seguido por un 30% que refleja en 64 trabajadores tienen miedo marcado por utilizarlas. Sin embargo, y aunque en menor escala, un 14% correspondiente a 30 de los trabajadores consultados justifican sus limitantes debido a la carencia de capacitación por parte de la empresa; un 9% equivalente a 19 de los trabajadores apunta a que la barrera más destacable responde a que es más efectivo el trabajo manual que el tecnológico.

Finalmente, se observó que un escaso 3%, siendo específicamente 7 trabajadores encuestados, considera que las barreras no residen en ellos sino en la disposición de la gerencia de implementar las TIC. En definitiva, todos los factores extraídos del juicio de los encuestados son aceptables; no hay razones absolutas que indiquen que la no adopción de una herramienta tecnológica solamente se deba a la falta de capacitación o solamente al temor de utilizarlas.

Así pues, si se analiza este fenómeno desde la premisa de que los desafíos son multifactoriales y abarcan no solo las dificultades de uso de los trabajadores sino también de la gestión de la empresa; entonces es necesario puntualizar que pese a los innumerables beneficios y oportunidades: Almagro (2018)

[...] surgen retos cuando se adoptan las TICs, y las pequeñas y medianas empresas (PYME) generalmente enfrentan mayores desafíos que las que encaran las compañías más grandes. El tener una infraestructura de TIC pobre, no saber cómo abordar adecuadamente las complejas amenazas de seguridad cibernética, o subestimar la importancia de la protección de los datos personales son ejemplos de los desafíos para las PYME. (pág. 7)

Beneficios u oportunidades que brinda la implementación de las TIC a la gestión empresarial

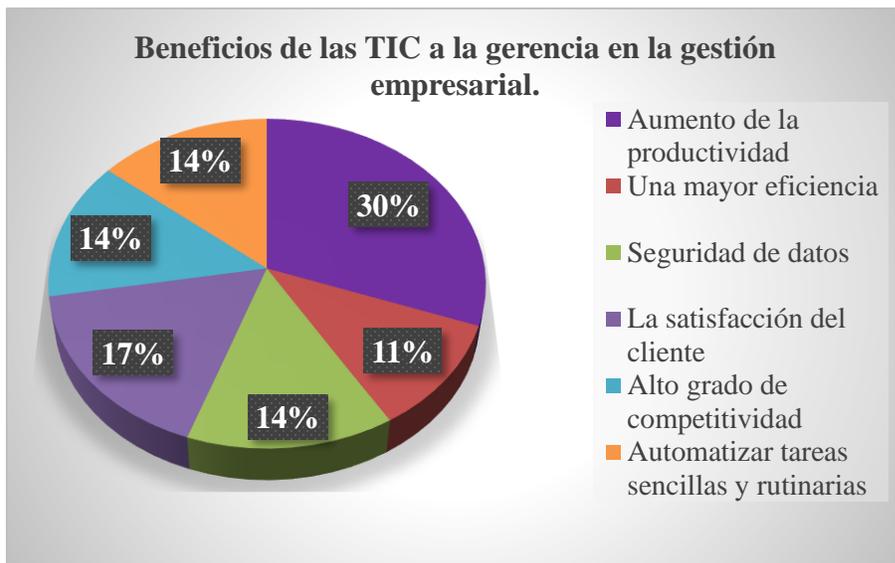
Por último, debe anotarse que las TIC han cambiado considerablemente a lo largo del tiempo y han hecho aportes a distintas áreas desde la aceleración de su desarrollo a partir del siglo XX y su crecimiento exponencial, basado en sus propias potencialidades; por ese motivo en especial, las TIC constituyen uno de los elementos críticos para cualquier identidad, dada su flexibilidad funcional y operativa, su soporte a los requerimientos organizacionales y sus capacidades de evolución, los cuales son factores claves de éxito para el posicionamiento de una institución.

Poniendo por caso la empresa que atañe a este estudio, es posible sostener que dentro de las oportunidades que brinda la implementación de las TIC a la gestión empresarial de la Panadería Aurami, en palabras de la Administradora, son las siguientes:

- Permiten interconectar e integrar varias tecnologías para generar nuevas herramientas de comunicación.
- Estimulan la interactividad entre usuarios y la transmisión de información por medio de dispositivos.
- Se adaptan a las necesidades de las personas y del mercado.
- Están presentes en actividades financieras, económicas, industriales y más. (M. Pérez, comunicación personal, 22 de noviembre de 2022)

Es importante revisar que dentro de las oportunidades que menciona la entrevistada se hace hincapié en la efectividad de las tecnologías como medio de interacción entre el personal, pero también como un recurso útil en la transferencia de información de confianza dentro de la empresa, así como también refiere que las TIC han optimizado el tiempo y agilizado los procesos críticos de la Panadería destinados a las actividades financieras e industriales. A este listado de oportunidades se suman los beneficios que los trabajadores encuestados consideran como un aporte de las TIC a la gerencia en la gestión empresarial de Aurami:

Gráfico 12. Beneficios de las TIC en la gerencia



Fuente: elaboración propia, 2022

La encuesta sugiere que existen dos beneficios de especial incidencia en la Panadería, los cuales ocupan los promedios más altos: el aumento de la productividad y la satisfacción del cliente. Como se aprecia, un 30% que equivale a 65 de los trabajadores encuestados, manifiestan que las TIC han aumentado la productividad en los procesos internos de Aurami, lo cual es comparable con lo mencionado por la Administradora cuando sostiene que las TIC han contribuido a la automatización de actividades financiera e industriales. Por otro lado, un 17%, esto es, 36 de los encuestados asume que el uso de las TIC influye directamente sobre el cliente (satisfacción del cliente), por lo que puede pensarse que las TIC generan agilidad y eficiencia en los clientes, para brindarles un servicio de mejor calidad y una comunicación más fluida, aunque no solo con sus clientes, sino también con sus empleados y proveedores.

Por otra parte, los resultados señalan en un 14%, correspondiente a 30 de los encuestados, que los beneficios de las TIC en la Panadería se dirigen hacia la seguridad de los datos, el alto grado de competitividad y la automatización de tareas sencillas y rutinarias; todos ellos en el mismo porcentaje respectivamente. Sin embargo, como se dijo en cuanto a las barreras de la adopción de estas tecnologías y los beneficios que estas ofrecen no están limitados a una sola función, área o actividad; sino que todos están encaminados hacia lo multifacético. Finalmente, un 11% de los encuestados indican que un beneficio es una mayor eficiencia, tanto en la mejora de las

operaciones de la empresa, como la optimización de sus recursos, lo cual conllevará a alcanzar estabilidad en la empresa y se podría pensar en la apertura a nuevos mercados.

Dicho esto, queda en evidencia que las TIC son un paso hacia la modernización y la digitalización de los procesos en ámbitos personales y productivos. Tal como concluye Fajardo (2009) citado por Montenegro, Aguirre y Canales (2017) cuando infiere que “en el caso de Nicaragua los sectores económicos, tanto la grande, mediana, pequeña y micro empresa, han aumentado su productividad y competitividad mediante un uso adecuado de las TIC”. (pág. 2)

El uso de las TICs en las empresas, brindan mayor eficiencia, aumento de la capacidad de monitorización de datos, garantía de accesibilidad a la información, mejora de la colaboración a través de la nube, seguridad de datos, capacidad de innovación en productos y servicios e impulso a la satisfacción del cliente. Benedet (2021)

Los beneficios que ofrece la Tecnología en las empresas cada día toman mayor relevancia, puesto que, brindan resultados satisfactorios, tanto en la seguridad de datos, hasta en lo financiero adquiriendo un mayor margen de ingresos, todas estas ventajas o beneficios tienen como fin dar lo mejor para el cliente y satisfacerlo; esto al poseer los medios tecnológicos para brindar un producto de calidad, poseer los productos necesarios que demande el consumidor.

Principales actividades gerenciales en las TIC tienen un mayor impacto

Asimismo, enlista otros beneficios que están en correspondencia con los ya mencionados por los sujetos de este estudio; Montenegro, Aguirre y Canales (2017) menciona que las TIC han sido útiles “para agilizar los procesos de ventas, compras, facturación, inventarios, disponibilidad de información, atención al cliente, un mejor control en la administración, capacitar a los trabajadores y por tanto se mantendrá la fidelización de los clientes, aumento de mercado y ganancias”. (pág. 2)

En consecuencia, de lo anterior, la Administradora pone en relieve no solo las ventajas u oportunidades de las Tecnologías en los procesos administrativos de la empresa; sino también los beneficios que estas ofrecen particularmente a los trabajadores de la Panadería; y resume que la integración de las TIC:

- Mejoran la productividad mediante la automatización de ciertas tareas.
- Agilizan la comunicación entre diferentes áreas de la organización.

- Fomentan el trabajo colaborativo.
 - Dan la oportunidad de analizar datos específicos.
 - Ofrecen diversas herramientas resolutivas para los problemas más complejos.
- (M. Pérez, comunicación personal, 22 de noviembre de 2022)

En fin, la implementación de las TIC en las actividades operacionales y en la gestión empresarial agrega un valor que permite a la empresa y a los trabajadores obtener ciertos beneficios y oportunidades. Por consiguiente, para explotar todo el potencial que poseen las TIC estas deben estar acompañadas de una estrategia tecnológica sostenible en el tiempo, así como tener el respaldo de planes de negocio que controlen y definan su objetivo de uso, y sumado a ello, que estas sean incorporadas en las prácticas cotidianas de los empleados.

Lo referido hasta aquí desemboca en un propósito fundamental Montenegro, Aguirre y Canales (2017) indica:

Que el negocio pueda lograr mayor posicionamiento en el mercado, de lo contrario sino se utilizan estas herramientas no se alcanzarán las ventas proyectadas e incluso quedar atrás en cuanto a las empresas que están en línea con los avances tecnológicos. (pág. 2)

En la línea de lograr un mayor posicionamiento en el mercado mediante la integración de las nuevas tecnologías, es importante conocer cuáles son las principales actividades gerenciales en las que estas tecnologías tienen un mayor impacto. No se debe obviar que las TIC son la mejor manera de conseguir éxito en la actualidad, debido a que cada vez el mundo se está globalizando y los avances tecnológicos son una de sus principales pilares; es por esto que, Panadería Aurami S.A, ha ido incorporando las mismas para ir transformando la manera de trabajar y de gestionar los recursos.

La Administradora sostuvo a través de la entrevista que entre “Las principales actividades gerenciales en las cuales las TIC se utilizan más y tienen impacto son: elaboración de planillas, facturación, elaboración de recibos, elaboración de cheques y elaboración de estados financieros” (M. Pérez, comunicación personal, 23 de noviembre de 2022). Tal como se aprecia, las principales actividades gerenciales en las que las TIC tienen mayor impacto son las de tipo financiero, pues impulsan un mejor desarrollo para obtener los resultados con procesos automatizados y sistemáticos, marcando la diferencia en cuanto a calidad, cantidad y producción.

Factores que facilitan el proceso de la aplicación de las TIC

En virtud de las posibilidades que ofrecen las TIC, es pertinente hacer notar que existen factores que facilitan el proceso de la aplicación de las TIC y que la Panadería debería tomar en cuenta. La Administradora focaliza que dentro de esos factores está la forma en que estas tecnologías sean gestionadas.

Al ser consultada, la entrevistada explicó que “Las TIC se han constituido como una herramienta fundamental para la generación de valor competitivo en las organizaciones, siempre y cuando sean gestionadas de manera estratégica con objetivos claros” (M. Pérez, comunicación personal, 23 de noviembre de 2022).

Para ese efecto, Santana y González (2022) propone que esa gestión estratégica puede darse “mediante el desarrollo de capacitaciones dirigidas al sector, que les permita adoptar, desarrollar y perfeccionar las habilidades necesarias para su utilización, dado el rol que ocupan en el desarrollo económico de nuestra región”.

Lo anterior pone en manifiesto la importancia de conocer los factores, tanto internos como externos para sacar provecho de ello, y así poner en práctica las facilidades que permite la inclusión de las TIC en las empresas de cualquier rubro económico, esto para buscar la mejora continua.

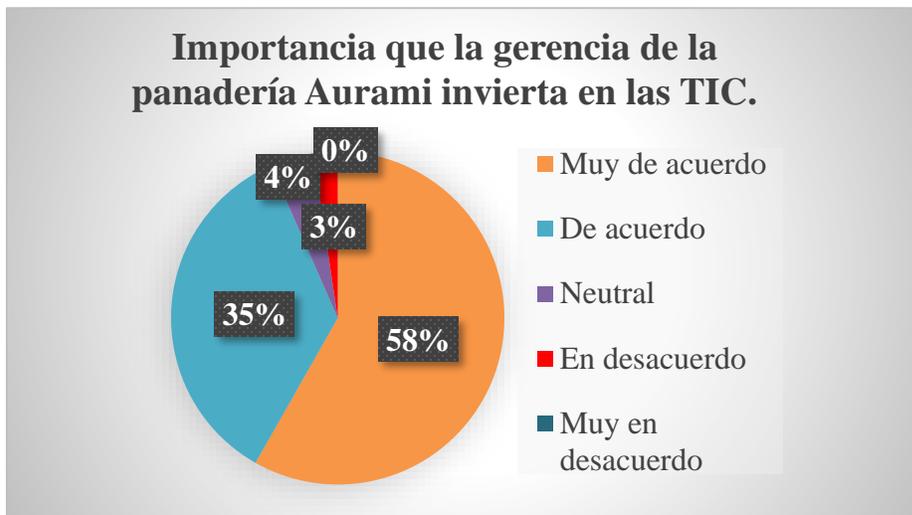
Importancia de la inversión en TIC por parte de la empresa

Resulta interesante destacar que, en mercados cada vez más competitivos e integrados, empresas de determinados sectores han tenido la necesidad de adoptar algunas tecnologías para poder participar en el mercado, siendo, en algunos casos, la presión externa el principal factor explicativo de la adopción de las TIC, ante tal situación la gerencia ha tenido que invertir para poder incursionar con su producto o servicio en un mercado que cada día demanda más.

Por consiguiente, se hace necesario innovar y desarrollar la creatividad de los miembros del equipo de trabajo, como función primordial en la gestión empresarial. Así lo confirman los encuestados, cuando se les consultara acerca de la importancia que la gerencia de Panadería Aurami S.A. y su inversión en la adquisición de nuevos instrumentos tecnológicos que facilite

sus labores cotidianas en su centro de trabajo. Los resultados de mencionada encuesta se reflejan en la siguiente gráfica adjunta:

Gráfico 13. Importancia de la inversión en las TIC



Fuente: elaboración propia, 2022

Los porcentajes de la gráfica son un claro indicio de la imperiosa necesidad de la Panadería en la adopción de las TIC, a tal punto que un 58% (124 encuestados) y un 35% (75 de ellos) muestran una actitud de acuerdo respecto a la importancia de que Aurami invierta en TIC. Como se denota, estos resultados se ponen en relación de analogía con la pregunta que a ellos mismos se les formulará sobre el uso de las TIC gráfico #13, en donde el 93% (como es el caso si se suman ambos porcentajes) hacen hincapié en que el uso de las TIC, es indispensable para el manejo, seguimiento, productividad en la administración empresarial.

Desde otra perspectiva de análisis, debe ponerse sobre la mesa que las TIC son el paradigma tecnológico en el que se fundamenta la actual dinámica de revolución empresarial, lo que se refleja en un proceso interactivo e interrelacionado de cambio económico y de transformación social que conduce hacia un nuevo tipo de economía y de sociedad de conocimiento, lo que implica que estas están presentes en entornos sociales y empresariales.

En ese perfil, y retomando las consideraciones anteriores derivadas del juicio de los informantes claves se puede llegar a la conclusión a la que arribara Santana y González (2022) al referir que el uso de las TIC es en pocas palabras “una herramienta que aporta mejoras en la gestión administrativa, mantenimiento de clientes actuales, captación de nuevos clientes, calidad del

servicio, marketing, promoción y ventas de sus productos, así como el mejoramiento continuo de los procesos operativos”. (pág. 94)

Dicho lo anterior, forma parte de la base que debe manejar la gerencia de panadería Aurami para poder invertir a futuro en las TIC, a sabiendas que es la clave o as bajo la manga que debe tener para sobreponerse a la competencia férrea que posee en el municipio de La Trinidad, se sabe que el comprar instrumentos tecnológicos, no es un gasto sin retorno, sino una inversión con reembolso asegurado, esto debido a que los beneficios que brindan son en bien de la productividad de la empresa, su buen funcionamiento, su operatividad y su agilidad en la gerencia.

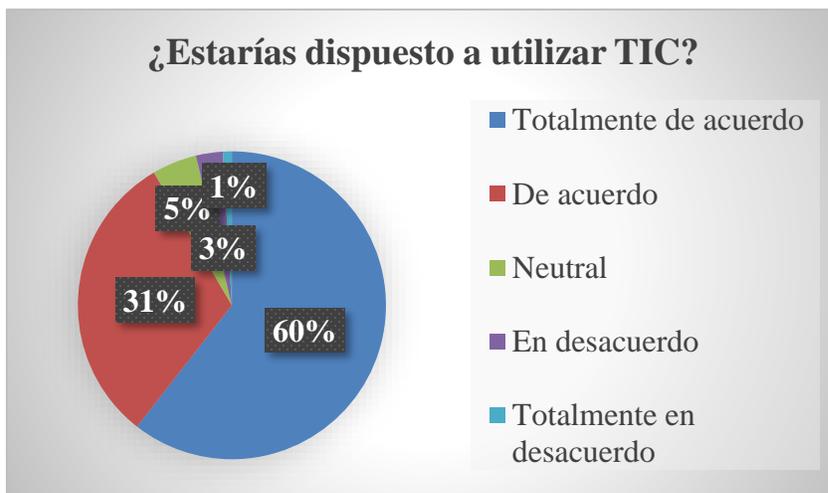
Percepción sobre la integración de las TIC en la gerencia empresarial

Finalmente, y en referencia a cómo se califica la eficacia de la integración de las TIC en la gerencia empresarial de la Panadería Aurami S. A, la Administradora sintetiza diciendo que:

A partir de lo observado en el tránsito del tiempo, la estrategia de la integración de las TIC ha resultado magnífico, pues ha concedido que se involucren todos los actores de la organización y se planteen como un proceso secuencial de adopción que incorpore procesos operativos, estratégicos y de innovación de tal forma que se perciba una mejora paulatina en el desempeño de la misma. (M. Pérez, comunicación personal, 23 de noviembre de 2022)

La entrevistada considera que la integración ha sido efectiva, tanto que ha logrado que se integren de forma directa o indirecta todos los trabajadores de Aurami y estos a su vez confesaron mediante la encuesta que estarían dispuestos a utilizarlas con miras a realizar una labor cada vez más efectiva dentro de la Panadería. Los trabajadores encuestados corroboran esta aseveración:

Gráfico 14. Disponibilidad para el uso de las TIC



Fuente: elaboración propia, 2022

En el gráfico #14 se observa que la disposición que demuestran los empleados de Panadería Aurami en cuanto a la utilización de las TIC es significativa, pues según encuesta un 60%, equivalente a 129 de los trabajadores consultados, está totalmente de acuerdo en que se utilice las TIC; un 31% de ellos, correspondiente a 66 de los encuestados también están en acuerdo de que seguir implementando las TIC en sus actividades dentro de las áreas administrativas que rigen Aurami. Un 5% que responde a solo 10 de los empleados, mantiene una postura neutral; y un escaso 3% y 1% de los encuestados está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, respectivamente; ignorando desde luego que las TIC están propiciando una profunda transformación de los procesos, las estrategias y las estructuras organizativas.

Al respecto a este último análisis, Romero y Cárdenas (2015) concluyen que:

Uno de los mayores catalizadores de esta transformación lo constituyen las TIC, por lo que alcanzar beneficios derivados de su utilización supone uno de los retos más importantes en las estrategias empresariales y, de modo particular, en la educación de su capital humano. (pág. 2)

Tal como interpretan estos autores, la educación del capital humano en una empresa es fundamental, y será a través de ella que ese 5% que asume una postura neutral respecto al uso de las TIC; y ese 3% y 1% de desacuerdo, que Aurami logrará la implementación de las TIC en las diferentes áreas de la empresa; obteniendo beneficios entre algunos de ellos: la disminución de costos y tiempo, ayudándoles a su vez con una mejor gestión de los flujos de información.

Este análisis permite concretizar, pues, que, en entornos cada vez más competitivos que exigen la optimización de recursos, se requiere de herramientas tecnológicas orientadas a agregar valor a la organización con el fin de mejorar aspectos como la administración de la información, la interconectividad, el fomento de ambientes colaborativos, los cuales son condiciones que permiten responder con mayor rapidez a las dinámicas del mercado y del entorno.

10.4. Propuesta de integración de TIC a la gestión empresarial

Finalmente, en este estudio fue pertinente sondear acerca de cuáles serían aquellas herramientas tecnológicas que se deberían integrar a los procesos gerenciales de Aurami; por consiguiente, se delimitó el objetivo específico cuatro encaminado a *Proponer herramientas TIC que se pueden integrar en la gestión empresarial de la Panadería Aurami*. A través de los instrumentos aplicados durante la investigación, los resultados se sintetizan de la siguiente manera:

Introducción de nuevas TIC en la mejora estratégica

Las Tecnologías evolucionan constantemente y agregan más funcionalidades a sí mismas, un aspecto que beneficia a las organizaciones que se apoyan en sus funcionalidades; por ello, la Administradora enumeró algunas mejoras que han aportado las mismas en las estrategias empresariales: Interactividad que serviría como puente entre los clientes y colaboradores, análisis de grandes volúmenes de información para determinar oportunidades de negocios y optimización del trabajo. (M. Pérez, comunicación personal, 22 de noviembre de 2022)

De lo anterior se infiere que, la implementación tecnológica ha tenido un efecto positivo en aspectos tales como el incremento de la productividad, intensidad del capital, mayor participación en el mercado, eficiencia y rentabilidad. Todo lo cual es posible Castaño Pasiminio (2013) debido a que las TIC:

Son herramientas que procesan, sintetizan, recuperan y presentan información representada de la más variada forma, también se considera un conjunto de herramientas, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información, para dar forma, registrar, almacenar y difundir contenidos digitalizados.

Principales barreras en la introducción de nuevas TIC

Se ha dicho con insistencia que en todo proceso empresarial existen barreras que obstaculizan (e incluso frenan) las actividades internas de cualquier organización. En este sentido, la entrevistada agregó que algunas barreras, que deben considerarse en estos procesos de introducción de TIC se relacionan con: “La falta de conocimiento sobre los usos de las TIC, la incertidumbre con respecto a las normas y reglamentos, la dificultad para contratar colaboradores calificados y la aversión al cambio organizacional” (M. Pérez, comunicación personal, 22 de noviembre de 2022).

No obstante, de esos patrones predominantes la aplicación eficaz y eficiente de las TIC permiten interiorizar plenamente su vinculación a la estrategia y los objetivos de la empresa, ya que el hecho de no hacerlo, pueden convertirse en una barrera que agilice la probabilidad de tener fracasos y costos innecesarios para la misma.

Algunas barreras para introducir TIC en las empresas son las siguientes:

- Carencia en la conectividad a internet. Este servicio que se ha transformado en un bien de primera necesidad y hace parte de la canasta básica de los hogares, aún presenta retos tanto en su cobertura, particularmente en zonas rurales, como en su calidad en dónde resultan clave dimensiones como la velocidad y la latencia [el tiempo que tarda en transmitirse un paquete dentro de la red].
- Difícil acceso a los dispositivos móviles (computadores, celulares, *tablets*, etc.). Aun cuando la amplia oferta de este tipo de dispositivos los ha vuelto más asequibles y la tenencia de computadores en América Latina alcance el 44,89% de los hogares, esto no sería suficiente para acomodar el acceso simultáneo de varios miembros de la familia.
- Formación selectiva de las capacidades digitales. La evolución de la sociedad y de la tecnología ha llevado a que más personas se capaciten en las diferentes áreas que trae la digitalización.
- Falta de empatía con los usuarios. Las soluciones actuales, ofrecidas por los gobiernos para facilitar la interacción con la ciudadanía, son diseñadas pensando en una persona que cumple con una serie de características, con los mismos conocimientos y necesidades.
- Desconfianza en los servicios digitales. La interacción de los gobiernos con la ciudadanía a través de los medios digitales ha crecido exponencialmente en los últimos años. López (2022)

Ante las anteriores barreras mencionadas, existen formas de romperlas y así poder llevar a cabo cada una de las herramientas TIC en las empresas, la mayoría radican en la forma que reacciona

el usuario ante la adopción de nuevas TIC, en la panadería se adaptan muy rápido gracias a las capacitaciones previa a su personal.

Sistemas informáticos que le facilitan la gestión de la empresarial

Chávez (2022) por su parte asume que un sistema informático es un conjunto de elementos físicos y lógicos capaz de guardar y procesar información, la parte física alude al hardware (todo lo tangible) y la parte lógica alude al software (todo lo intangible). Al respecto de sistemas informáticos la transformación digital ha traído consigo una gran serie de retos para las empresas, y la situación actual ha acelerado la digitalización, pues muchos negocios, tanto grandes como pequeños, tuvieron que verse en la necesidad de hacer cambios drásticos en sus organizaciones para seguir funcionando óptimamente. La administradora comenta que:

Aurami, sí cuenta con un sistema de información (software) en el que se agregan todos los procesos y operaciones para que los colaboradores y tomadores de decisiones tengan un panorama integral de lo que sucede en tiempo y real, y puedan así mejorar sus estrategias, productividad y ventas. (M. Pérez, comunicación personal, 22 de noviembre de 2022)

Un asterisco que debe llamar la atención en cuanto al uso de un software de información es que este no tiene un solo objetivo en común, pues existen diferentes tipos de soluciones que puedes adaptar a las necesidades actuales de tu negocio y las metas a las que quieres llegar. Tienen la gran ventaja de ser flexibles y personalizados para que respondan a tu manera de trabajar, de forma más estratégica y efectiva.

Organización de los procesos gerenciales que maximizan la integración de las TIC

Sosa (2015) conceptúa que los procesos gerenciales:

Son el proceso durante el cual el gerente debe escoger las alternativas a su disposición. Toda toma de decisión parte de la identificación de un problema, y luego se establecen los criterios de solución, la evaluación de las alternativas y la escogencia de cada una de ellas.

En consonancia con esta definición la Administradora explica que: “A través de las TIC se han mejorado muchos procesos gerenciales de la empresa permitiendo de esta manera un excelente proceso comunicativo, un sistema inteligente de evaluación y control de tareas y la

identificación de nuevas oportunidades de negocios” (M. Pérez, comunicación personal, 22 de noviembre de 2022).

Con base en la explicación anterior es posible confirmar que Panadería Aurami ve en la implementación e integración de las TIC una oportunidad de estar a la vanguardia de los negocios, tener las herramientas necesarias más eficientes y ser más efectivos en su accionar.

Valoración sobre la implementación de las TIC para el éxito gerencial

Medina Giopp (2005), recalca que “los procesos gerenciales acompañan al ciclo de vida de los proyectos y la gestión de los distintos actores involucrados en el ciclo de su gestión”. Al respecto, la Admo.^{ra} valora que se ha alcanzado el éxito gerencial a través de la integración de las TIC; particularmente en los casos por ella mencionados: “En Aurami se han identificado impactos relevantes, como la mejora de las relaciones con los clientes y la capacidad para conseguirlos, la mejora de la imagen de la empresa y la eliminación de tareas rutinarias” (M. Pérez, comunicación personal, 22 de noviembre de 2022).

En otras palabras, las TIC han facilitado los procesos operativos de las empresas, pasando de lo manual a lo electrónico, de ese cambio es que depende el éxito empresarial hoy en día, por tal razón es de suma importancia el implementarlas siempre y cuando se posea poder de adquisición.

En cuanto a Aurami, la entrevistada aduce que: “Los colaboradores sí se adaptan a los cambios tecnológicos, pues se ha tomado en consideración que la implementación de las TIC en el entorno empresarial puede llegar a significar una ventaja competitiva” (M. Pérez, comunicación personal, 22 de noviembre de 2022).

Se sugiere a la Administración de la empresa Aurami que, cuando se adopte un cambio tecnológico, la empresa debe facilitar el aprendizaje y la disminución de resistencia a las nuevas tecnologías por parte de los colaboradores, debido a que estas responden con mayor rapidez a las dinámicas del mercado y del entorno, ya que los cambios pueden ser abruptos y repentinos, por lo que gestionar la información y hacer de la empresa una red información y conocimiento, puede ser una estrategia para responder a las crisis y los efectos del entorno en la organización.

Herramientas TIC que faciliten los procesos gerenciales

En cuanto a las herramientas digitales “son paquetes informáticos que están en las computadoras, o en dispositivos electrónicos como celulares y tabletas, entre otros. Tienen el fin de facilitar las tareas de la vida cotidiana y se pueden clasificar según la necesidad que tenga el usuario” Avantel (2020).

En este marco, debe reconocerse que las herramientas digitales en las empresas simplifican procesos, facilitan el aprendizaje, el intercambio de datos e información, asimismo, posibilitan el desarrollo de la productividad y optimizan la comunicación entre equipos manteniéndolos conectados.

Por lo antes expuesto, la Administradora menciona que:

Aurami no solo ha empleado las redes de telefonía móvil y telefonía fija, y hardware elementales como computadoras, sino también el “Dropbox”, que según ella es una de las herramientas de uso frecuente en el mundo empresarial, ya que permite a las empresas almacenar y gestionar la base de datos de sus clientes. (M. Pérez, comunicación personal, 22 de noviembre de 2022)

Por su parte, Grupo Bacolombia (2021) recomienda un decálogo de herramientas TIC cuyas potencialidades beneficiarían frontalmente los procesos gerenciales. Estos se resumen en el cuadro siguiente:

Tabla 2. Herramientas TIC y sus beneficios

Área	Software	Utilidad	Beneficios
Marketing y Publicidad.	1. Redes sociales: Instagram, Facebook, WhatsApp business	Utilizadas en el ámbito comercial potencian las ventas de los negocios, la visibilidad de las marcas y fortalecen las relaciones con los clientes.	Traerá mayores ingresos a través de las ventas de todos sus productos, puesto que estos medios se utilizan para dar mayor publicidad.
Bodega.	2. Dropbox	Este servicio es gratuito y también te será de utilidad si solo necesitas almacenar gran cantidad de información.	Le permitirá a Aurami una mejor organización y manejo de su información, en áreas como bodega y la gerencia.
Gerencia.	3. Trello	Trello es una plataforma para organizar y gestionar tareas, campañas, proyectos o ideas.	Aportará en la gestión empresarial, ya que les permitiría supervisar todas sus áreas de una manera fácil y sencilla.
Contabilidad-RRHH.	4. Suite de Google	Una plataforma completa que integra correo electrónico corporativo, almacenamiento de dato en línea, servicio de reuniones virtuales, calendario, plantillas para presentaciones o informes, hojas de cálculo y más funcionalidades.	En áreas como contabilidad y recursos humanos les facilitaría el trabajo proporcionándoles un mayor control de los datos del personal y pagos.
Gerencia.	5. Google Analytics	Proporciona datos en tiempo real a las empresas sobre el comportamiento de los usuarios dentro del sitio.	Panadería Aurami tendría una mejor visión respecto a sus clientes conociendo su comportamiento, preferencia para poder satisfacerlos.
Marketing y Publicidad.	6. Hootsuite	Ayuda con la programación de las publicaciones, las actualizaciones de contenido, hacer seguimiento a la interacción de los usuarios y todo desde un mismo panel.	Al encargado de marketing le permitiría promocionar los productos y a la vez valorar el impacto en el mercado.

Gerencia.	7. Slack	Su versión gratuita permite acceder a las funciones básicas y hasta 10 mil mensajes entre personas.	Este medio de comunicación mantiene informado a todos los consumidores y a la vez alcanzamos nuevos compradores.
Ventas.	8. CRM de Hubspot	Permite tener toda la trazabilidad de la relación con los clientes en cuanto a ventas.	Ofrecería Aurami una mejor interacción con el cliente, ejecutando ventas.
Marketing y Publicidad.	9. Wordpress	Ofrece planes gratuitos y pagos dependiendo de las necesidades de tu comercio.	La panadería contará con un sistema clave para administrar sus sitios web, subirá sus promociones de manera directa alcanzando otros segmentos de población.
Gerencia.	10. Plink	Plink les entrega a los negocios datos sobre el perfil de sus clientes, sus hábitos de consumo, análisis del mercado y de la competencia.	Aurami contaría con una plataforma virtual útil para conocer el comportamiento de sus consumidores, así como tener un conocimiento básico de su competencia local y nacional.

Fuente: (Grupo Bacolombia, 2021)

Herramientas TIC para mejorar la gestión empresarial en la panadería Aurami

Todas las funciones que forman parte de la gestión empresarial, se realizan de forma más fácil en panadería Aurami, gracias a la buena utilización de los recursos tecnológicos con los que se cuenta, pero sin duda la inserción de nuevos instrumentos facilitaría, agilizaría y permitiría una mejor organización dentro de la empresa.

Esto lo afirma la Administradora al asegurar que:

En la gerencia se necesitan impresoras con escáner, las que tenemos tienen años en uso y están en mal estado, igual se necesita alguna base de datos con fórmulas integradas que facilite la inserción de datos, etc. Ya en la parte de producción se necesitan etiquetadoras, alguna batidora más, así como una barra transportadora de pan a bodega, son percepciones de necesidad que a futuro sería bueno implementar eso ayuda al buen funcionamiento y a la gestión de nuestra empresa. (M. Pérez, comunicación personal, 22 de noviembre de 2022)

Cada en empresa, aunque se cuente con tecnología, siempre surgen necesidades, quizás no prioritarias porque se puede trabajar sin ellas, pero el tenerlas va a permitir tener beneficios en la producción y, por ende, la gerencia de la empresa Aurami.

Visión de Aurami entorno a la implementación de las TIC

Considerando el mundo globalizado en el que nos encontramos es menester que toda empresa figure no solo en su misión, sino también en su visión la integración de las TIC. Tal es el caso de la Panadería Aurami en donde si se siguen retomando la inserción de nuevas tecnologías:

Sería una empresa con efectos importantes como: optimización de los recursos organizacionales por medio de la automatización de las tareas, mejora en procesos de planificación de presupuestos, mejora en el proceso de marketing, mayor eficiencia en los procesos de recepción y despacho de mercancía y mayor satisfacción en los empleados. (M. Pérez, comunicación personal, 22 de noviembre de 2022)

En vista de lo anterior se debe tener presente que la aplicación de las TIC a futuro, desplegará mejoras en el rendimiento de la productividad, por ende, se deben desarrollar procesos complementarios de desarrollo organizacional como la gestión del cambio, capacidad de los procesos empresariales y la formación y capacitación de los empleados.

11. CONCLUSIONES

El estudio del tema: «*Las TIC para la mejora de la gestión empresarial en la panadería Aurami en el año 2022*» generó las siguientes conclusiones, teniendo como marco de referencia los objetivos específicos propuestos.

Según el objetivo general, encaminado a *Analizar las TIC que contribuyen a la mejora de la gestión empresarial en la panadería Aurami en el año 2022*, se concluyó que:

Aurami, que es considerada la empresa panificadora más importante del municipio de La Trinidad, implementa en un 88% instrumentos tecnológicos en la mejora de la gestión empresarial, los cuales le han suministrado un amplio valor competitivo, en tanto que las herramientas digitales identificadas en el estudio, han estado orientadas a simplificar sus procesos internos, creando entornos colaborativos y sinérgicos, fomentando la interactividad de la información, y de manera general, potenciando el desarrollo de la productividad. En consecuencia, se concluye que es una condición indispensable el uso de tecnologías adecuadas a sus materias primas, sus recursos humanos y sus necesidades.

Conforme al primer objetivo específico destinado a *Describir las herramientas TIC implementadas en la gestión empresarial de la Panadería Aurami*, se halló que:

1. Dentro de los recursos tecnológicos empleados en los procesos administrativos de Aurami, se encuentran: computadoras, teléfonos móviles, fotocopiadoras, impresoras, cámaras de seguridad, relojes biométricos para el control de asistencia, software colaborativos como el *Dropbox* y cuenta con conexión por banda ancha fija para acceder a internet; mismos que se caracterizan por ser herramientas automatizadas que facilitan la planificación, organización, dirección, integración del personal y control de los procesos empresariales en un entorno unificado, seguro y confiable.
2. Asimismo, se halló que en el área de producción se utilizan: hornos industriales, batidoras de masas, refrigeradoras, frízeres, etiquetadoras, máquinas cortadoras del pan y planta eléctrica; todos los cuales son importantes por su conexión con productos, servicios y procesos operacionales. Sin embargo, Aurami no cuenta con un área de informática especializada.

Con respecto al segundo objetivo específico referido a *Identificar los factores externos e internos que influyen en la panadería Aurami para la adopción de las TIC en su gestión empresarial*, se encontró que:

1. Las principales barreras para la adopción de nuevas TIC en Aurami obedecen en gran medida a factores internos, tales como: *1) las limitaciones presupuestales* de la empresa, esto es, la inversión de capital debido al alto costo de esas herramientas TIC (factor externo), razón por la cual, la gerencia considera si es de imperiosa necesidad adquirirlas, así como también su situación financiera y la estabilidad de los colaboradores. Por otro lado, se determinó *2) la falta de experiencia interna*, caracterizada por el temor al cambio por parte del personal, pese a que Aurami ha garantizado capacitación pertinente para el desarrollo de competencias TIC.
2. Otros factores internos de perfil secundario que fueron considerados son: el tamaño de la empresa (espacio en las instalaciones), el tipo de actividad económica y la falta de voluntad de las gerencias; no obstante, se corroboró que Aurami cuenta con mecanismos corporativos que optimizan la calidad y seguridad en la ejecución de todos los procesos y que, además, agilizan la toma de decisiones.
3. Como factor externo se identificó *la presión externa* que ejercen los mercados cada vez más competitivos, por lo cual, la Panadería debe tener conocimiento de las tecnologías que poseen sus clientes, proveedores y competencia. De no ser así, la no adopción de nuevas tecnologías representaría una amenaza latente en comparación con otras empresas del mismo rubro.

Con referencia al tercer objetivo específico que reza: *Explicar las oportunidades que brindan las TIC en la gestión empresarial de la Panadería Aurami* se determinó que:

1. La integración de Tecnologías en la gerencia empresarial de Aurami influye proactivamente en todos los procesos administrativos que en ella se desarrollan, particularmente en cuanto a la preservación de información fidedigna (seguridad de los datos), en el fomento del trabajo colaborativo y en la estimulación de la interactividad entre usuarios y la transmisión de información por medio de dispositivos. Asimismo,

facilita el acceso a mercados más competitivos y ha generado nuevas herramientas de comunicación entre las diferentes áreas de la empresa.

2. No obstante lo anterior, se determinó que dentro de los mayores beneficios, según apuntan los sujetos de estudio, está el aumento de la productividad a través de la automatización de tareas sencillas y rutinarias (elaboración de planillas, facturación, elaboración de recibos, elaboración de cheques y elaboración de estados financieros) y consecuente sistematización de procesos; lo cual aumenta la capacidad de control y la estandarización de los mismos; todo lo cual está dirigido en virtud de la satisfacción del cliente. Por consiguiente, el uso efectivo de estas herramientas debe estar acompañado de una estrategia tecnológica sostenible en el tiempo.

En sintonía con el cuarto y último objetivo específico, dedicado a ***Proponer herramientas TIC que se pueden integrar en la gestión empresarial de la Panadería Aurami***, se constató que:

1. Aurami ha integrado un sistema de información (software) llamado Dropbox, que es una herramienta digital que le ha permitido a la Panadería almacenar y gestionar gran cantidad de información, especialmente el registro de procesos y operaciones para que los colaboradores tengan un panorama integral de lo que sucede en tiempo y real, y, por consiguiente, mejoren sus estrategias, productividad y ventas; de manera que se puede concluir que Aurami ha alcanzado el éxito gerencial a través de la integración de estos recursos.
2. Cabe aclarar que ninguno de los informantes claves mencionó ningún otro tipo de software o hardware de los que en este acápite se han enlistado; sin embargo, ello no niega la existencia de otras herramientas que se pueden integrar en la gestión empresarial de Aurami, a saber: *Trello, Suite de Google, Google Analytics, Hootsuite, Slack, CRM de Hubspot, Wordpress, Plink*; todos los cuales desembocan en la optimización de los recursos organizacionales por medio de la automatización de las tareas, mejora en procesos de planificación de presupuestos, marketing, procesos de recepción, despacho de mercancía y mayor satisfacción en los empleados, entre otras funcionalidades.

Respecto al supuesto de investigación planteado, se determina que panadería implementa de forma parcial las tecnologías, es decir, utilizan y manejan herramientas básicas que les ha venido beneficiando a lo largo de los años, sin embargo, necesitan más herramientas que faciliten el trabajo tanto en sus áreas gerenciales, como productivas.

12. RECOMENDACIONES

En base al análisis de los datos obtenidos en el trabajo realizado en dicha investigación, se brindan algunas recomendaciones al propietario y gerente estas provienen de las conclusiones anteriormente mencionadas, con la intención de realizar aportes al mejoramiento del uso de las TIC en la gerencia empresarial en la gestión de todas sus actividades:

❖ A la empresa:

- El uso de las Tecnología de la Información y la Comunicación facilitan y optimizan el trabajo en la gerencia empresarial, por tal razón la panadería ha tenido éxito, se anima y se alienta a seguir dando el buen uso a todos los instrumentos tecnológicos que se cuentan para seguir sobresaliendo en el rubro panificador.
- Si bien es cierto se describen una vasta lista de instrumentos y herramientas TIC que cuenta la panadería, se recomienda contar con un área especializada de informática para capacitar a su personal y que todos puedan manejar bien los equipos y maquinarias que existen en la empresa.
- Se recomienda realizar capacitaciones constantes al personal de la gerencia en uso de las computadoras y sus programas como Word y Excel; al personal que usa maquinarias; esto se puede realizar de manera mensual o de acuerdo a cada actualización o nueva compra de los instrumentos tecnológicos, para suplir esta debilidad interna y convertirla en fortaleza, ya que, este factor puede perjudicar a la empresa con respecto a la competencia.
- Para aprovechar las oportunidades que le brinda el mercado a la panadería, se sugiere buscar y ubicar más nichos de mercados en el país, para el mejor acceso al producto de Aurami a todos sus clientes.
- Se propone incorporar aplicaciones o plataformas virtuales que faciliten el trabajo en la gerencia en cuanto al almacenamiento de la información, mejor trazabilidad con sus clientes, manejo de hojas de cálculos, estas son algunas de las que la panadería puede

echar mano: Trello, Suite de Google, Google Analytics, Hootsuite, Slack, CRM de Hubspot, Wordpress, Plink.

❖ **A los futuros investigadores:**

- Realizar más estudios sobre la aplicación de las TIC en la administración de empresas, para adaptarse al mundo moderno y venidero.
- Tomar como referencia el rubro panificador en futuras investigaciones con el fin de promover y conocer más sobre el producto panadero.

❖ **A la universidad:**

- Promover los temas sobre TIC en los futuros estudiantes que cursen seminario de graduación de dicha universidad.
- Garantizar medios y herramientas TIC para que los estudiantes las utilicen y se familiaricen con ellas antes de incursionarse en el mundo moderno que se vive.

13. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Almagro, L. (2018). *Oportunidades y desafíos para las PYMES en el contexto de una mayor adopción de las TIC*. OEA.
- Alvarez, E. (14 de Octubre de 2021). *Qué son las TIC*. Obtenido de <https://escuelawow.com/tic/>
- Álvarez, E. (14 de Octubre de 2021). *Qué son las TIC*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2022, de <https://escuelawow.com/tic/>
- Arias, E. (05 de Febrero de 2021). *Investigación descriptiva*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>
- Asamblea Nacional de Nicaragua. (2009). *Ley n° 645 Ley y reglamento de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (Ley MIPYME) Managua, Nicaragua marzo*. Managua: Asamblea Nacional de Nicaragua. Recuperado el 31 de Agosto de 2015, de <http://www.asamblea.gob.ni/bibliotecavirtual/Libros/73466.pdf>
- Avantel. (7 de marzo de 2020). *¿Qué tanto utilizas las herramientas digitales gratuitas?* Obtenido de <https://www.avantel.co/blog/educacion/que-tanto-utilizas-las-herramientas-digitales-gratuitas/#:~:text=Las%20herramientas%20digitales%20son%20paquetes,necesidad%20que%20tenga%20el%20usuario>
- Barreto, P. (22 de Febrero de 2022). *Beneficios de las tics en empresas*. Recuperado el 22 de Octubre de 2022, de <https://smartcouper.com/beneficios-de-las-tics-en-empresas/#:~:text=El%20uso%20de%20la%20tecnolog%C3%ADa%20es%20el%20principal,de%20ser%20un%20objetivo%20al%20que%20se%20aspira>.
- Benedet, M. (30 de Abril de 2021). *Las TIC en el ambito laboral*. Obtenido de <https://blog.lemontec.com/las-tic-en-el-ambito-laboral-ventajas-ejemplos-y-tendencias/>
- Benedet, M. (01 de Agosto de 2021). *Las TIC en el ámbito laboral: ventajas, ejemplos y tendencias*. Recuperado el 07 de septiembre de 2022, de <https://blog.lemontech.com/las-tic-en-el-ambito-laboral-ventajas-ejemplos-y-tendencias/amp/>
- Cantillo Guerrero , E. (2013). Factores claves en la gestión de mercadeo que inciden en la competitividad del sector de comunicaciones gráficas de la ciudad de Barranquilla, Colombia. *Rev. esc.adm.neg.* (75), 140-151. Recuperado el 26 de

Septiembre de 2020, de

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=95028137&lang=es&site=ehost-live>

Castaño Pasiminio, J. A. (2013). *Tecnología de la información y la comunicación*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2022, de

<https://brsalejo.files.wordpress.com/2013/05/google-docs-las-tics-jhon-alejandro-castac3b1o-pasiminio.pdf>

Castillo Ruiz, M., & Acuña Lumbi, A. J. (2017). *Aplicación de las TIC en la gerencia empresarial de Cubas Eléctrica S.A. del municipio de Estelí enel I semestre del año 2017*. Estelí: UNAN-MANAGUA. Recuperado el 23 de Septiembre de 2022, de <https://repositorio.unan.edu.ni/9901/>

Ceballos Mora, K. M. (28 de Abril de 2018). *Tipos de tic más utilizadas por las empresas*. Recuperado el 14 de Diciembre de 2022, de

<https://es.slideshare.net/kevinmauricioceballosmora/tipos-de-tic-mas-utilizadas-por-las-empresas>

Centeno Caffarena, L. (Sin fecha de Sin fecha de Sin fecha). *Limitaciones en la mypime*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2015, de

http://ecentro.uca.edu.ni/pd/mod/file/download.php?file_guid=9021

Chávez, J. (2022). *Tecnología*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2022, de Sistema Informático: <https://www.ceupe.com/blog/sistema-informatico.html>

Concepto Informático. (27 de Abril de 2020). *Tecnología moderna*. Recuperado el 19 de Diciembre de 2022, de <https://www.conceptoinformatico.com/articulos/tecnologia-moderna/>

Corona Corea, S. L. (01 de Noviembre de 2021). *Red TIC*. Obtenido de https://www.red-tic.unam.mx/recursos/2021/2021_Glosario_RedResponsablesTIC_01.pdf

Farca, A. (8 de Noviembre de 2022). *¿Qué es la adopción tecnológica y cómo implementarla?* Recuperado el 19 de Diciembre de 2022, de <https://centromexico.digital/que-es-la-adopcion-tecnologica/>

Fernandes Diaz, M. (19 de Junio de 2018). *Cuida tu dinero*. Obtenido de

<https://www.cuidatudinero.com/13182519/las-ventajas-y-desventajas-de-la-tecnologia-de-comunicacion>

Fortán, A. (26 de Febrero de 2015). *TIC en el comercio*. Obtenido de

<https://sites.google.com/site/fotansalazaryarias/nuestro-tema-1>

- Fred R, D. (2003). *Conceptos de Administración estratégica* (Vol. Novena edición). (E. Q. Duarte, Ed.) México, Naucalpan de Juárez: Pearson educación Inc.
- Galarza Villalba, M. F., Mora Romero, J. L., & Zambrano Campi, D. (2020). Gestión administrativa, la sostenibilidad de las agrupaciones rurales en la provincia de los Rios-Ecuador. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.*, 21. Recuperado el 26 de Septiembre de 2020, de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fap&AN=141887637&lang=es&site=ehost-live>
- Garrido, J. (2017). *Las TIC en la gestión empresarial*. Obtenido de <https://efiempresa.com/blog/efiempresa-capacitacion-del-personal/>
- Gómez Montoya, R. A., Zuluaga Mazo, A., Ceballos Atehortua, N., & Palacio Jiménez, D. (2019). Gestión de la cadena de suministros y productividad en la literatura científica. *I+D Revista de Investigaciones*, 34. Recuperado el 12 de Octubre de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/333540042_Gestion_de_la_cadena_de_suministros_y_productividad_en_la_literatura_cientifica
- González Ochoa, A. L., Machado Ramírez, J. G., Talavera Hernández, M. E., & Sevilla Rizo, A. (2020). *Influencia de las TIC en el proceso administrativo*. Estelí: Revista Científica FAREM-ESTELÍ. Recuperado el 18 de septiembre de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7367499>
- Grupo Bacolombia. (2021). *10 herramientas TIC para empresas: cuáles son las más usadas y para qué sirven*. Obtenido de <http://vendemas.plink.com.co/herramientas-tic-mas-usadas>
- Guerrero Reyes, J. C., & Galindo Alvarado, J. F. (2014). *Contabilidad para administradores*. México: Grupo editorial Patria. Recuperado el 26 de Septiembre de 2020, de <https://elibro.net/es/ereader/unanmanagua/39381?page=17>
- Gutiérrez, C. d. (07 de Febrero de 2022). *¿Cuál es la importancia de la tecnología en la vida diaria?* Recuperado el 14 de Diciembre de 2022, de <https://trenmadridalicante.es/tecnología/cual-es-la-importancia-de-la-tecnologia-en-la-vida-diaria/>
- Hernández Morales, M., Cabrera Altamirano, M., Castillejos Doroteo, R., & Álvarez Jiménez, J. (07 de Julio de 2016). *Solución basada en tics para el proceso de pedidos a través de preventistas*. Recuperado el 25 de Octubre de 2022, de <http://www.ecorfan.org/bolivia>
- Hernández Sampieri, R. (2008). *Los métodos mixtos*. México: Interamericana editores, S.A. DE C.V.

- Hernández, A., Marulanda, C. E., & López, M. (2014). Análisis de capacidades de gestión del conocimiento para la competitividad de pymes en Colombia. *Información tecnológica*, vol.25 no.2 La Serena 2014. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v25n2/art13.pdf>
- Herrero, J. M. (2012). *Libro Blanco de las TIC en el sector agroalimentario Sub Sector Panadero-Repostero*. Madrid. Obtenido de https://issuu.com/cyl_digital/docs/panadero_repostero-libro_blanco_tic
- Igartua Lopez, J. I. (2009). *Gestión de la innovación en la empresa vasca Contribución de las herramientas de gestión de la innovación(tesis doctoral)*. (E. Universidad Politécnica de Valencia, Ed.) Recuperado el 19 de Agosto de 2020, de riunet.upv.es: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/7202/tesisUPV3154.pdf>
- Inciarte, A., Marcano, N., & Reyes, M. E. (2006). Gestión académico-administrativa en la educación básica. *Revista Venezolana de Gerencia*, 11(34), 230-231. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/290/29003405.pdf>
- Jarquín Hernández, J. P. (2013). *Innovación tecnológica en el proceso producción de la panadería y repostería Belén, Matagalpa, 2013*. Matagalpa. Obtenido de <https://1library.co/document/zww31m1z-innovacion-tecnologica-proceso-produccion-panaderia-reposteria-belen-matagalpa.html>
- Jiménez Bermejo, D. (21 de Junio de 2013). *Tecnología de la información y comunicación (TIC)*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic.html>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Vol. 13 edición). (P. Hall, Ed.) México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V. Recuperado el 21 de Septiembre de 2020
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing Versión para Latinoamérica* (Decimoprimer edición ed.). México: PEARSON Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing* (Octava ed.). (G. R. Miguel, Ed.) México: Pearson Educación de México, S. A. de C. V.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Decimoprimer ed.). México: PEARSON EDUCACIÓN. Recuperado el 27 de Octubre de 2020
- Lacayo, J. (Sin fecha de Sin fecha de Sin fecha). *mific.gob.ni*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2015, de [mific.gob.ni](http://www.mific.gob.ni): <http://www.mific.gob.ni/Portals/0/Portal%20Empresarial/1.2%20MIPYME%20en%20nicaragua,%20J.%20Lacayo.pdf>

- Leiva Peña, J. A. (30 de Septiembre de 2016). *Las 10 mejores aplicaciones para empresas*. Recuperado el 22 de Octubre de 2022, de <https://mydatascope.com/blog/es/las-10-mejores-aplicaciones-para-empresas/>
- López Jurado, C. (01 de Febrero de 2021). *¿Qué es una red en informática y para qué sirve?* Recuperado el 15 de Octubre de 2022, de <https://es.ccm.net/contents/252-el-concepto-de-red>
- López, D. (14 de Diciembre de 2018). *Las ventajas que ofrecen las TIC en la gestión de empresas*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/las-ventajas-que-ofrecen-las-tic-en-la-gestion-empresarial.html>
- López, L. (29 de Marzo de 2022). *5 principales barreras para los gobiernos digitales inclusivos*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2022, de <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2022/03/5-barreras-para-los-gobiernos-digitales-inclusivos/>
- López, P. A., & Mariño Arevalo, A. (2010). Hacia una evolución hacia el campo del conocimiento de la disciplina administrativa: de la administración de empresas a la gestión de organizaciones. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XVIII(2), 75-95. Recuperado el 11 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90920053004&idp=1&cid=938189>
- Marquez Gomez, J. O., Cardozo Jimenez, D., Carreño Saucedo, L., & Bobadilla Beltran, S. (Enero de 2017). *Gestión administrativa en MIPYMESsur Estado de México*, 2016. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 6(11). doi:<http://dx.doi.org/10.23913/ricea.v6i11.87>
- Martinez, J. (22 de Febrero de 2022). *diarium*. Obtenido de https://diarium.usal.es/i_jmartin/importancia-de-las-tic-en-las-empresas/
- Medina Giopp, A. (2005). *Gestión por procesos y creación de valor público: Un enfoque analítico*. Santo Domingo: Instituto Tecnológico de Santo Domingo .
- Mintzberg, H., Quinn, J. B., & Voyer, J. (1997). *El Proceso Estratégico*. México: Prentice Hall Hispanoamericana,S. A. .
- Molina Corral, L. A., Piñón Howlet, L. C., Sapién Aguilar, A. L., & Gallegos Cereceres, V. M. (2019). Análisis de las Habilidades Administrativas y de Gestión en las Micro y Pequeñas Empresas de la ciudad de Chihuahua. *Nova Scientia*, 11(22), 293-322. Recuperado el 25 de Septiembre de 2020, de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=137197180&lang=es&site=ehost-live>

- Moncada Niño, Á. F. (25 de Febrero de 2013). *Las TIC como fuente de ventaja competitiva en las PYMES*. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/sotavento/article/view/3441/3976>
- Moncada, Y., Hernández, G., Rodríguez, R., Hernández, Y., & Barrera, L. (2018). *La investigación social: comprendiendo fenómenos*. Colombia: Ediciones Universidad Simón Bolívar.
- Montaño, J. (23 de Julio de 2020). *Historia de las TICs: desde su Origen Hasta la Actualidad*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/historia-tics/>
- Montenegro, Y., Aguirre, A., & Canales, G. (24 de enero de 2017). *Estrategias para la implementación de TICs en la empresa Repuestos Mairena Flores, Estelí*. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/5155/1/17901.pdf>
- Mora Gómez, N. A. (2008). ¿Es la gestión del talento humano un factor de competitividad en las pymes en la ciudad de pasto? (U. Mariana, Ed.) *Revista UNIMAR*, 26(2). Recuperado el 12 de Septiembre de 2020, de <http://editorial.umariana.edu.co/revistas/index.php/unimar/article/view/86>
- Morales, F. C. (28 de Mayo de 2020). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gerencia.html>
- Muñoz, Ó. (05 de Octubre de 2022). *Las mejores aplicaciones de inventario para pequeños negocios*. Recuperado el 22 de Octubre de 2022, de <https://www.caminofinancial.com/es/las-mejores-aplicaciones-de-inventario-para-pequenos-negocios/>
- Nava Rosillón, M. A. (Octubre de 2009). Análisis financiero: una herramienta clave. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 14(48), 606-628. Recuperado el 14 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29012059009>
- Nicaragua, B. C. (Enero de 2017). <https://www.bcn.gob.ni/>. Recuperado el 20 de Octubre de 2020, de Cartografía digital y censo de edificaciones cabecera municipal de Estelí: [bcn.gob.ni/publicaciones/cartografia/documentos/Esteli.pdf](https://www.bcn.gob.ni/publicaciones/cartografia/documentos/Esteli.pdf)
- Núñez Gómez, N. (22 de Septiembre de 2012). *Concepto e importancia de empresa*. Recuperado el 01 de Octubre de 2022, de <https://es.slideshare.net/natalianunezgomez1/concepto-e-importancia-de-empresa>
- Núñez, E. (2011). Gestión tecnológica en la empresa: definición de sus objetivos fundamentales. *Revista de Ciencias Sociales (VE)*, 156-166.

- Ochoa, A., Ramírez, G., Hernández, M., & Rizo, A. (11 de marzo de 2020). *Influencia de las TIC en el proceso administrativo*. Obtenido de <https://www.camjol.info/index.php/FAREM/article/download/9608/10995>
- Orlich, D. M. (s.f.). *El análisis FODA*. Recuperado el 4 de Enero de 2015, de uci.ac.cr: <http://www.uci.ac.cr/descargas/AE/FODA%28SWOT%29.pdf>
- Ortega, C. (sin fecha de sin fecha de sin fecha). *Investigación aplicada: definición, tipos y ejemplos*. Recuperado el 26 de Enero de 2023, de www.questionpro.com/blog/es/investigacion-aplicada/
- Pérez Mayo, A. R., Vasquez García, A. W., & Levin Kosberg, S. (Julio de 2015). El control de gestión y el talento humano: conceptos y enfoques. *Universidad & Empresa*, 17(29), 13-33. Recuperado el 12 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187243745002>
- Pérez, R., Ríos, M., Muñoz, C., & Espada, M. (2020). Factores externos e internos que determinan el nivel de Ereadiness. *International Journal of Professional*, 72-85.
- Quiala-Tamayo, L., Fernández Nápoles, Y., Vallín-García, A. E., Lopes Martínez, I., Domínguez-Pérez, F., & Calderio Rey, Y. (2018). Una nueva visión en la gestión de la logística de aprovisionamientos en la industria biotecnológica cubana. *VacciMonitor*. Recuperado el 12 de Octubre de 2020, de <https://www.medigraphic.com/pdfs/vaccimonitor/vcm-2018/vcm183c.pdf>
- Quiroa, M. (1 de Abril de 2020). *Oportunidades de una empresa*. Recuperado el 19 de Diciembre de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/oportunidades-de-una-empresa.html>
- Ramírez Rojas, J. L. (2009). *Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas*. Recuperado el 4 de Enero de 2015, de uv.mx/iiesca: <http://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/herramienta2009-2.pdf>
- Real Academia Española. (Octubre de 2014). *Definición de gestión*. (R. A. Española, Editor) Recuperado el 29 de Octubre de 2020, de Real Academia Española (Versión electrónica): <https://dle.rae.es/gesti%C3%B3n>
- Remache, M. (08 de Agosto de 2018). *Característica de las TIC*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/MaraRemache/caractersticas-de-tics>
- Reyes, J. D. (06 de Febrero de 2013). *Las TIC en el entorno comercial*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/mtelcon/2013/02/06/las-tics-y-la-gestion-empresarial/>

- Ries, A., & Trout, J. (1990). *Posicionamiento*. México: Mc-Graw-Hill / Interamericana de España, S. A.
- Riquelme, M. (25 de Junio de 2012). *Metodología de la Investigación (definición y conceptos)*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/metodologia-de-la-investigacion/>
- Rivas Márquez, G. (Julio de 2011). Modelos contemporáneos de control interno. Fundamentos teóricos. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 4(8), 115-136. Recuperado el Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219022148007>
- Rizo, J. P. (19 de 11 de 2019). *El impacto de las TIC en los negocios*. Obtenido de <https://es.linkedin.com/pulse/tecnolog%C3%ADas-de-comunicaci%C3%B3n-y-su-impacto-en-los-negocios-rizo#:~:text=Las%20TIC%20impulsan%20el%20crecimiento,el%20incremento%20de%20sus%20ventas.>
- Rodríguez Salazar, P. D. (2016). Gestión Financiera en PyMES. (C. E. SER, Ed.) *Revista Publicando*, 3(8), 588-596. Recuperado el 13 de Septiembre de 2020, de <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/331>
- Rodríguez, G. (18 de Septiembre de 2014). *Clasificación de las TIC*. Recuperado el 01 de Octubre de 2022, de <https://sites.google.com/site/vanegenevladi/origen-historia-y-evolucion-de-las-tics#:~:text=Se%20pueden%20clasificar%20las%20TIC,Los%20servicios>
- Rodríguez, X., Álvarez, I., Suárez, A., & Castro, B. (2021). Ecnologías de información y comunicación en la gestión empresarial de las pymes. *Polo del Conocimiento*, 476-496.
- Romero Mora, P., Saldívar Vaquera, C. E., Delgado Ibarra, R., & Sánchez Montúfar, K. (2012). *Tecnologías de la Información y la Comunicación* (1era. edición ed.). México: Pearson Educación.
- Romero, A., & Cárdenas, M. (enero de 2015). *Las TIC en la gestión y la Educación Empresarial. Una perspectiva para la comercializadora Escambray*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/uso-de-tics-en-la-gestion-empresarial-de-la-comercializadora-escambray-cuba/>
- Rondón, Y. (02 de Diciembre de 2014). *Tecnologías de la información y la comunicación*. Recuperado el 15 de Octubre de 2022, de <https://bloginformaticasaia.wordpress.com/2014/12/02/redes-terminales-y-servicios/>

- Rubio Domínguez, P. (2011). *Introducción a la Gestión Empresarial*. Instituto europeo de gestión empresarial. Recuperado el 02 de Septiembre de 2020, de http://www.adizesca.com/site/assets/g-introduccion_a_la_gestion_empresarial-pr.pdf
- Rubio Domínguez, P. (2009). *¿Cómo llegar a ser un experto en Marketing?* (I. E. EMPRESARIAL, Ed.) Madrid, España. Recuperado el 21 de Septiembre de 2020
- Saavedra Garcia, M. L., Tapia Sanchez, B., & Aguilar Anaya, M. d. (Septiembre de 2016). La gestión financiera en las pymes del Distrito Federal, Mexico. (researchgate.net/publication, Ed.) *Revista Perspectiva Empresarial*, 3(2), 55-69. doi:10.16967/rpe.v3n2a5
- Sanchez Galán, J. (02 de Diciembre de 2015). *Empresa*. Recuperado el 01 de Octubre de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>
- Santana, M. I., & González, C. (julio de 2022). *Importancia de las TIC en las MYPE del Sector de Panaderías en la Arena de Chitré- Herrera, Panamá*. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Downloads/uprevistas,+6.pdf>
- Sastre Castillo, M. Á. (2009). *Diccionario de Dirección de Empresas y Marketing*. Madrid : Editorial del Economista.
- Semper, R. (12 de Octubre de 2017). *¿Cómo transforman los sistemas de información a los negocios?* Obtenido de <https://es.escribd.com/document/361443177/n>
- Serrano, L. (14 de Octubre de 2020). *The Logistics World*. Obtenido de <https://thelogisticsworld.com/tecnologia/estas-son-4-razones-por-las-que-las-pymes-aun-temen-usar-tecnologia/>
- Solís Cedeño, V. J. (2018). *“La gestión administrativa y su incidencia en la sostenibilidad financiera de las pymes formales del sector manufacturero de la provincia de Manabí – República de Ecuador” (tesis doctoral)*. (U. N. Marcos, Ed.) Recuperado el 5 de Agosto de 2020, de [cybertesis.unmsm.edu.pe: https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/10049/Solis_cv.pdf?sequence=1](https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/10049/Solis_cv.pdf?sequence=1)
- Sordo, A. I. (21 de Diciembre de 2020). *¿Qué es la comunicación empresarial? introducción completa*. Recuperado el 19 de Diciembre de 2022, de <https://blog.hubspot.es/marketing/comunicacion-empresarial>
- Sosa, L. (21 de Febrero de 2015). *La Gerencia en las Organizaciones*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2022, de <https://sites.google.com/site/lagerenciaenlasorganizaciones/procesos-gerenciales/procesosgerenciales>

- Sy Corvo, H. (14 de Abril de 2021). *Factores internos y externos de una empresa*. Recuperado el 15 de Octubre de 2022, de <https://www.lifeder.com/factores-internos-externos-empresa/>.
- Tabares Hoyos, R., & López Cardona, D. (Diciembre de 2015). Estrategias comerciales para la competitividad en una ciudad intermedia: caso Manizales. *https://revistageon.unillanos.edu.co/*, 2(2), 85. Recuperado el 19 de Septiembre de 2020, de <https://revistageon.unillanos.edu.co/article/view/99>
- Taylor, B. (1986). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Buenos Aires: Paidós ibérica S.A.
- Uriarte, J. M. (27 de Enero de 2022). *Historia de la Tecnología*. Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/historia-de-la-tecnologia/>
- Vázquez, R. (7 de Julio de 2016). *3 barreras que impiden a las pymes el uso de tecnología*. Recuperado el 19 de Diciembre de 2022, de <https://www.forbes.com.mx/3-barreras-impiden-las-pymes-uso-tecnologia/>
- Villacres Borja, R. M. (2017). *https://cybertesis.unmsm.edu.pe/*. Recuperado el 19 de Octubre de 2020, de Gestión del emprendimiento y su impacto en la competitividad de las Mipymes manufactureras de la provincia de Bolívar en el Ecuador: https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/6766/Villacres_br.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Villasmil, E., Castro, E., & Torres, E. (Marzo de 2010). Gestión administrativa y los recursos financieros asignados. *REDHECS: Revista electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*(8), 4-17. Recuperado el 12 de Septiembre de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3167932>

14. ANEXOS

Cronograma									
Actividades	Meses								
	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
Propuesta del tema	■								
Correcciones del tema		■							
Antecedente		■							
Búsqueda de temas similares para elaborar antecedentes		■							
Elaboración de Objetivos, Planteamiento del Problema, justificación y Marco Teórico		■							
Elaboración de diseño metodológico			■						
Corrección de diseño metodológico			■						
Envío del protocolo de investigación aplicada para calificación			■						
Elaboración de Análisis de Resultado					■	■	■		
Conclusiones								■	
Recomendaciones								■	
Predefensa								■	
Defensa final									■



Entrevista

Estimado Gerente: al gerente/administrador

Somos estudiantes del V año de la carrera de Administración de Empresas, de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí, FAREM-Estelí. Estamos desarrollando un Trabajo de Fin de Grado (TFG) intitulado: «Analizar *las TIC que contribuyen a la mejora de la gestión empresarial en la panadería Aurami en el año 2022*».

Lo anterior se lleva a efecto con el objetivo principal de determinar cómo la aplicación de las TIC contribuye en los procesos de organización de la panadería en cuestión. Razón por la cual, le solicitamos su colaboración para responder la siguiente entrevista, de manera que, a través sus apreciaciones, se extraiga la información pertinente para dar respuesta a los siguientes objetivos:

1. *Describir las herramientas TIC implementadas en la gestión empresarial de la Panadería Aurami.*
2. *Identificar los factores externos e internos que influyen en la panadería Aurami para la adopción de las TIC en su gestión empresarial.*
3. *Explicar las oportunidades que brindan las TIC en la gestión empresarial de la Panadería Aurami.*
4. *Proponer herramientas TIC que se pueden integrar en la gestión empresarial de la Panadería Aurami.*

Cabe mencionar que esta información será procesada con fines académicos y no serán develados sus nombres. De antemano, agradecido sobremanera por su apoyo.

I. Datos generales

Edad: _____ Nivel de escolaridad: _____

Razón social de su negocio: _____

Años de fundación: _____

Nombre: _____

Cargo: _____

II. Herramientas TIC implementadas en la gestión empresarial

1. ¿Comente, qué tipo de herramientas TIC implementan en la empresa (mencionar las áreas) en apoyo a la gestión empresarial?
2. ¿Describa en qué áreas implementan herramientas TIC?
3. ¿De las TIC que implementan en la empresa, considera que el personal muestra dominio de estas?
4. ¿Han realizado innovación en el uso de las TIC?
5. ¿Considera que la integración de las TIC ha mejorado el sistema gerencial en cuanto a entradas y salidas?
6. ¿En qué áreas realizan trabajos de forma manual en vez de tecnológico, comente su respuesta?
7. ¿La empresa cuenta con un área de informática especializada para el desarrollo, evaluación y asistencia en sistemas gerenciales?
8. ¿Considera que el personal de las áreas gerenciales o administrativas manejan bien las computadoras, comente su respuesta?
9. ¿La empresa cuenta con conexión por banda ancha fija para acceder a internet?
10. ¿Describa las aplicaciones o tipos de sistemas (manuales o computarizados) que implementan en las diferentes áreas administrativas para recopilar información tanto del personal como de los clientes?
11. ¿Qué forma implementan para comunicarse entre las áreas de la empresa y con los clientes?

12. ¿Qué importancia tiene para usted la adopción de las TIC en la gerencia empresarial para la gestión empresarial?
13. ¿Considera que la experiencia previa de la organización en torno a las TIC es un factor que repercute en la adopción o integración de estas en la gerencia empresarial de Aurami?
14. ¿Considera usted que el personal tiene la capacidad para poder adoptar nuevas tecnologías en su empresa?
15. ¿Utilizan algún sistema informático que facilite la gestión de la empresa?
16. ¿Qué fortalezas y debilidades considera tiene la empresa para la implementación de las TIC en su empresa?
17. ¿Considera que la Panadería les brinda a sus colaboradores las facilidades en cuanto al acceso de los recursos tecnológicos para que realicen sus actividades en apoyo a la gerencia empresarial?
18. ¿La empresa cuenta con capital disponible para la compra o contratación de herramientas e instrumentos TIC?
19. ¿Cada cuánto se realizan compras de TIC para la gerencia de la empresa?
20. ¿Cuáles serían las limitantes y consecuencias por los cuales no han adquirido o actualizado las TIC en la empresa?

III. FODA

1. ¿Cuál considera que son las fortalezas del negocio?
2. ¿Cuáles serían las debilidades que tiene el negocio?
3. ¿Identifique cuáles son las oportunidades que tiene el negocio?
4. ¿Cuáles serían las amenazas que puede tener el negocio?
5. ¿Cuáles serían los factores externos e internos que influyen en la Panadería Aurami para la adopción de las TIC en su gestión empresarial?

IV. Oportunidades TIC a la gerencia empresarial

1. ¿Cuáles son las principales TIC que se aplican en la gestión empresarial en la panadería Aurami?
2. ¿Cuál es el mayor desafío que ha enfrentado la panadería respecto al uso de las TIC en la gerencia empresarial en la panadería Aurami?
3. ¿Describa las oportunidades que brindan la implementación de las TIC a la gestión empresarial de la Panadería Aurami?
4. ¿Cuáles son los principales beneficios u oportunidades que percibe el trabajador de la organización en cuanto a la implementación de las TIC?
5. ¿De qué forma la integración de las TIC facilita el trabajo de la gerencia empresarial de la Panadería?
6. ¿Cuáles son las principales actividades gerenciales en las que estas tecnologías tienen un mayor impacto?
7. ¿Qué factores considera que facilitan en el proceso de la aplicación de las TIC?
8. ¿Considera importante que la panadería Aurami invierta en TIC, comente su respuesta?
9. ¿Cómo califica la eficacia de la integración de las TIC en la gerencia empresarial de la Panadería?

V. Propuesta de integración de TIC a la gestión empresarial

1. ¿De qué forma la introducción de nuevas TIC mejoraría las estrategias establecidas por Panadería Aurami?
2. ¿Cuáles son las principales barreras que encuentra Panadería Aurami en la introducción de nuevas TIC?
3. ¿Utiliza algún sistema informático que le facilite la gestión de la empresa?
4. ¿Qué aspectos referidos a la organización de los procesos gerenciales de Panadería Aurami cree que pueden maximizarse con la integración de las TIC?
5. ¿Cuál es su valoración con respecto a la implementación de las TIC para alcanzar en éxito en los diferentes procesos gerenciales en la empresa Aurami?
6. ¿La organización que usted dirige se adapta a los cambios tecnológicos del presente?



7. ¿Cuáles serían las herramientas TIC que la gerencia de la panadería Aurami debería considerar implementar para facilitar los procesos gerenciales?
8. ¿Cómo ve en un futuro a la panadería Aurami con la implementación de las herramientas TIC?

¡Agradecidos en gran manera por su colaboración!



Encuesta

Estimados:

Somos estudiantes del V año de la carrera de Administración de Empresas, de la Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí, FAREM-Estelí. Estamos desarrollando un Trabajo de Fin de Grado (TFG) intitulado: «Analizar las TIC que contribuyen a la mejora de la gestión empresarial en la panadería Aurami en el año 2022».

Lo anterior se lleva a efecto con el objetivo principal de determinar cómo la aplicación de las TIC contribuye en los procesos de organización de la panadería en cuestión. Razón por la cual, le solicitamos su colaboración para responder la siguiente encuesta, de manera que, a través sus apreciaciones, se extraiga la información pertinente para dar respuesta a los siguientes objetivos:

1. *Describir las herramientas TIC implementadas en la gestión empresarial de la Panadería Aurami.*
2. *Identificar los factores externos e internos que influyen en la panadería Aurami para la adopción de las TIC en su gestión empresarial.*
3. *Explicar las oportunidades que brindan las TIC en la gestión empresarial de la Panadería Aurami.*
4. *Proponer herramientas TIC que se pueden integrar en la gestión empresarial de la Panadería Aurami.*

I. Datos generales

Género: Femenino Masculino

Cargo: _____

Área: _____

Edad:

18 años a 24 años

25 años a 34 años

35 años a 44 años

45 años a 54 años

Más de 54

Nivel de escolaridad

Ninguno

Primaria

Secundaria

Técnico

Universitaria

II. Herramientas TIC implementadas en la gestión empresarial

1. ¿Qué tan importante considera el uso de las TIC en la panadería Aurami?

Mucho Poco Nada

2. ¿Ha usado instrumentos tecnológicos alguna vez?

Sí No

3. ¿Estarías dispuesto a utilizar TIC en tus labores diarias?

Totalmente de acuerdo_____

De acuerdo_____

Neutral_____

En desacuerdo_____

Totalmente en desacuerdo_____

4. ¿Considera que la panadería Aurami cuenta con todas las tecnologías necesarias?

Sí No

5. ¿Qué tipo de tecnología se utiliza en su área?

Computadora con acceso a internet

Teléfono móvil

Impresora

Aplicaciones

En caso de tener otras mencione: _____,
_____.

6. ¿Qué tan modernos son los equipos que dispone la panadería?

Modernos_____

Antiguos_____

7. ¿En qué área considera se necesitan instrumentos tecnológicos?

Administrativa

Producción

Bodegas

En caso de ser otra mencione: _____

III. FODA

1. **¿Cuál de los siguientes factores representan un patrón predominante de adopción de las TIC en la gerencia empresarial de la panadería Aurami?**

Falta de experiencia interna

Tamaño de la empresa

Tipo de actividad económica

2. **¿Qué factores considera que inciden en la no adquisición de las TIC en la panadería Aurami?**

Alto costo

Espacio en las instalaciones

Temor al cambio por parte del personal

Falta de voluntad de la gerencia

3. **¿Considera una amenaza latente el que otras panaderías adopten más tecnologías que panadería Aurami?**

Sí No

IV. Oportunidades TIC a la gerencia empresarial

1. **¿Las TIC facilitan el trabajo en la gerencia de la panadería Aurami?**

Sí No

2. **¿En qué benefician las TIC a la gerencia en la gestión empresarial?**

Aumento de la productividad

Una mayor eficiencia

Seguridad de datos

La satisfacción del cliente

Alto grado de competitividad

Automatizar tareas sencillas y rutinarias

3. ¿Considera importante que la gerencia de la panadería Aurami invierta en TIC?

Muy de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

Muy en desacuerdo

V. Propuesta de integración de TIC a la gestión empresarial

1. ¿Cuáles son las principales barreras que tienen los trabajadores cuanto a la introducción de nuevas TIC?

Falta de capacitación

Desconocimiento sobre el uso de las TIC

Miedo de utilizarlas

Considerar el trabajo manual superior al tecnológico

Disposición de la gerencia a implementar TIC

2. ¿Qué tipo de herramientas TIC propone para mejorar la gestión empresarial en la panadería Aurami?

3. ¿En qué áreas de la panadería Aurami recomendarías se introduzcan nuevas TIC?

¡Agradecidos en gran manera por su colaboración!

Panadería Aurami

Imagen 1. Marca de la empresa.



Imagen 2. Área de producción de Aurami.



Imagen 3. Productos Aurami.

