

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN-Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí
FAREM-Estelí Recinto “Leonel Rugama Rugama”



Seminario de Graduación para optar al título de
Ingeniero(a) en Sistemas de Información
Estrategias para la implementación de TICs en la
empresa Repuestos Mairena Flores, Estelí

Autores:

- ✓ Aguirre Aráuz Anielka Sofía
- ✓ Canales Espino Gema Dolores
- ✓ Montenegro Miranda Yuriptza de Jesús

Tutores:

- ✓ MSc. Marlene Rizo Rodríguez
- ✓ MSc. Francisco Llanes.

Estelí, 19 noviembre 2016

Dedicatoria

A DIOS, supremo ser que nos brinda la vida en primer lugar, el amor por nuestros estudios, la sabiduría y las fuerzas necesarias para seguir en este camino de luchas y a la vez de logros.

A nuestros padres por su arduo trabajo y constantes palabras de ánimo para continuar en el camino.

Agradecimiento

Primeramente, a:

Nuestros padres y familiares por su apoyo incondicional.

A nuestra facultad por brindarnos educación de calidad y gratuita.

A cada maestro por su paciencia, esmero y disponibilidad para atender nuestras dudas.

A nuestros compañeros por brindarnos su ayuda en las tareas más difíciles y por compartir este tiempo con nosotras.

VALORACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Tema: Estrategias para la implementación de TICs en la empresa Repuestos Mairena Flores, Estelí

Autores: Anielka Sofía Aguirre Aráuz, Gema Dolores Canales Espino y Yuriptza de Jesús Montenegro Miranda

Fecha: 19 de noviembre 2016.

El presente trabajo investigativo estuvo dirigido a diseñar estrategias para implementación de TICs en la empresa Repuestos Mairena Flores, Estelí.

Metodológicamente es una investigación con enfoque cualitativo, donde las autoras seleccionaron adecuadamente a los informantes e instrumentos para recopilar la información que permitieron dar respuesta a las preguntas directrices planteadas para realizar este estudio.

Cabe señalar que la información suministrada por los informantes está objetivamente descrita y analizada lo que valida el carácter cualitativo de la investigación.

El documento final de esta investigación está elaborado de acuerdo a lo estipulado en la Normativa de Seminario de Graduación, por tanto, considero que ésta cumple con todos los requisitos para obtener el grado de Ingeniero(a) en la carrera de Sistemas de Información.

MSc. Marlene Rizo Rodríguez
Tutora

Resumen

Las tecnologías de la información y comunicación han sido de impacto para el desarrollo de las empresas, optimizando el tiempo y agilizando los procesos de críticos de las mismas.

El objetivo del presente trabajo es diseñar estrategias para implementación de TICs en la empresa Repuestos Mairena Flores, Estelí.

Para ello se hizo necesario empezar con la caracterización de la empresa, ya que esta permite evaluar la empresa en aspectos generales, visualizando los procesos y evaluar la incorporación de TICs en la empresa.

Dicho proceso da como resultado un plan de integración de TICs donde se establece las estrategias de implementación de tecnologías utilizando la metodología PETI (Planeación Estratégica de la Tecnología de Información).

Palabras claves: TICs, empresa, procesos, PETI

Índice

Nº Pág.

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
1.1.	Antecedentes	2
1.2.	Planteamiento del problema.....	4
1.3.	Justificación.....	6
II.	OBJETIVOS	8
2.1.	Objetivos General	8
2.2.	Objetivos específicos.....	8
III.	MARCO CONCEPTUAL	9
3.1.	Empresas.....	9
3.1.1.	¿Qué es una empresa?	9
3.1.2.	Funciones básicas de una empresa	9
3.1.3.	Estructura organizativa de las empresas.....	10
3.1.4.	Clasificación de empresas en Nicaragua.....	11
3.2.	Estrategia Empresarial	12
3.2.1.	Concepto de Estrategia Empresarial	12
3.2.2.	Fundamentos de las TICs desde un enfoque estratégico	12
3.2.2.1.	Concepto de estrategia TICs	12
3.2.2.2.	Importancia de estrategias TICs en las empresas	12
3.2.2.3.	Tipos de estrategias TICs.....	13
3.2.3.	Plan estratégico.....	17
3.2.3.1.	¿Qué es Plan Estratégico?	17
3.2.3.2.	Plan de TI	17
3.2.3.3.	Metodología PETI.....	18
3.3.	Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs).....	19
3.3.1.	Definición de TICs	19
3.3.2.	Importancia de las TICs	19
3.3.3.	Características de las TICs.....	20
3.3.4.	Clasificación de las TICs.....	20
3.3.5.	Ventajas y desventajas del uso de TICs en las empresas.....	21
3.3.6.	Beneficios de las TICs en las empresas.....	22
3.3.7.	Acceso a las TICs en las empresas de Nicaragua.....	22
3.3.8.	Impacto de las TICs en las empresas en Nicaragua.....	24
IV.	DISEÑO METODOLÓGICO.....	25
4.1.	Enfoque de la investigación	25
4.2.	Tipo de estudio	25
4.3.	Unidad de análisis.....	25
4.4.	Alcance	25

4.5.	Métodos	26
4.6.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información	27
4.7.	Informantes claves.....	28
4.8.	Procesamiento de la información.....	28
4.9.	Plan de Análisis de datos	28
V.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	30
5.1.	Caracterización de la empresa	30
5.1.1.	¿Cómo surgió la empresa?	30
5.1.2.	Expectativas del negocio (Desde el inicio y como lo proyecta en el futuro)	31
5.1.3.	Misión y visión.....	31
5.1.4.	Organización de la Empresa (áreas y función)	31
5.1.5.	Procesos que se realizan en la empresa.....	33
5.1.6.	Análisis de FODA	34
5.1.7.	Clientes/Proveedores/Comunicación	35
5.1.8.	Herramientas TICs en la empresa	35
5.1.9.	Herramientas que utilizan los colaboradores.....	36
5.1.10.	Beneficios que traerían las TICs a la empresa	36
5.1.11.	Importancia que el personal esté capacitado en el uso de TICs	36
5.1.12.	Conclusiones	37
5.2.	Plan de integración TICs.....	39
5.2.1.	Objetivos	39
5.2.2.	Alcance	39
5.2.3.	Modelo de negocio.....	39
5.2.4.	Modelo de TICs	41
5.2.5.	Modelo de planeación	45
VI.	CONCLUSIONES	53
VII.	RECOMENDACIONES	54
	BIBLIOGRAFÍA.....	55
	ANEXOS	57

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo aborda diferentes elementos con el fin de dar una solución oportuna a la empresa de venta de repuestos Mairena Flores los cuales se detallarán a continuación:

El planteamiento del problema de la investigación detalla algunas deficiencias encontradas en la empresa en cuanto al uso de TICs, por ende, surgen las preguntas problemas que funcionan como base fundamental para dar salida a dicha problemática.

La justificación explica el por qué investigar y los beneficios que se han de obtener al dar respuesta a la situación actual de la empresa. En los objetivos se plantean las respuestas que se deben de llevar a cabo para dar salida a las preguntas anteriormente mencionadas.

El marco conceptual da a conocer los conceptos que se adecuan a la temática de la investigación, con el fin de ofrecer una mejor comprensión al lector, y brindar una base científica al trabajo expuesto.

El apartado diseño metodológico describe los procesos que se utilizaron para obtener información de la empresa relacionada al uso de TICs basándose en diferentes técnicas e instrumentos de recopilación de datos, del mismo modo el método aplicado, a su vez el enfoque de la investigación y procesamiento de la información, entre otros aspectos.

En el apartado de resultados se presentan conforme los objetivos específicos de la investigación es decir en caracterización de la empresa y plan de integración de TICs.

Los anexos muestran una visualización gráfica de los elementos utilizados en el desarrollo de la investigación los cuales son: formulario de entrevistas, formato utilizado para la técnica de observación, matrices e imágenes con el propósito de brindar evidencias.

1.1. Antecedentes

Se realizaron consultas en la Biblioteca Urania Zelaya de Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí, con el objetivo de encontrar temas relacionados con el uso de tecnologías de información y comunicación en las empresas donde se encontraron las siguientes:

La primera es en la modalidad de seminario de graduación para optar al título de Licenciatura en Administración de Empresas presentada por Milagros Geraldina Lanuza Centeno (2008), titulada “Incidencia de las tecnologías de información y comunicación en la gestión empresarial del sector hotelero de la ciudad de Estelí en el año 2008”, cuyo objetivo es determinar la incidencia de las TIC en la gestión empresarial y el desarrollo que representa para el sector hotelero del municipio de Estelí.

Las conclusiones principales son:

- El desempeño de los hoteles en relación a las tecnologías no está desarrollado a un nivel máximo que permita aprovechar las ventajas que ofrece la tecnología en cuanto a captar más clientes y lograr un crecimiento de las empresas.
- Para los empresarios la inversión realizada en la adquisición de equipo y mantenimiento no es retribuida al negocio a corto plazo, pero es invisible para ellos la ejecución de actividades diversas dentro del establecimiento mediante la tecnología.

La segunda es en la modalidad de seminario de graduación para optar al título de Licenciatura en Economía presentada por Brenda Azucena Dávila Olivas, Teresa de Jesús Ruiz Hernández, Yerlin Karina Torrez (2015), titulada “Inclusión de TIC para la contribución al crecimiento económico de las MIPYMES madera mueble en el municipio de Estelí, II semestre 2014”, cuyo objetivo es proponer estrategias de inclusión de las TIC para la contribución al económico de las MIPYMES en el sector madera mueble en el municipio de Estelí, en el segundo período 2014.

Cuyas principales conclusiones fueron las siguientes:

- La mayoría no posee ningún certificado de calidad, esto se debe a que no producen a escalas, la tecnología utilizada es obsoleta.
- El sector madera mueble para la comunicación con sus clientes utilizan la telefonía móvil y no aprovechan de manera adecuada las otras herramientas tecnológicas.
- Uso de las diferentes redes sociales para darle publicidad a las empresas y sus productos. Esto permite darse a conocer en el mercado sin tener que realizar una gran inversión.

Cabe destacar que la segunda investigación es similar a esta investigación, ya que propone estrategias TIC para el sector madera y mueble, con la diferencia que en esta investigación se elaboró un Plan de Integración de TICs empleando de la metodología PETI. (Planeación Estratégica de la Tecnología de Información).

1.2. Planteamiento del problema

La empresa Repuestos Mairena Flores dedicada a la venta de repuestos, motos y bicicletas, cuenta con dos sucursales ubicadas en diferentes puntos en la ciudad de Estelí. Asimismo, realiza entregas a otros negocios en los departamentos de Madriz, Nueva Segovia y Jinotega. Es una empresa que tiene expectativas de ir creciendo y extenderse a otras zonas del país.

Es administrada por su propietario, el que tiene a su cargo 8 colaboradores de apoyo. Aunque él cuenta con conocimientos básicos de informática y está consciente de la importancia que tienen las TICs en los negocios, el resto de personal no tiene formación profesional en esta área.

Posee diferentes dispositivos electrónicos como computadoras de escritorio, Smartphone y teléfono fijo los que son utilizados para respaldar información de facturas, registro de productos en Excel, comunicación con los clientes y proveedores respectivamente.

En consecuencia, las actividades relacionadas con el registro de información de ventas y compras de repuestos son automatizadas de manera básica por parte del propietario de la empresa, lo que genera carga excesiva de trabajo para él y poca atención en otros procesos de la empresa.

El registro de facturas para el control de entradas y salidas de productos, así como el de verificar y actualizar inventarios se realizan de forma manual, lo que genera errores periódicamente, hay una inversión de tiempo considerable en el desarrollo de las mismas y en consecuencia la atención pronta y oportuna para los clientes ha disminuido.

Además, la información no está debidamente organizada mediante un sistema de archivo, dificultándose la búsqueda de datos y atraso para realizar otras tareas, así como para la toma de decisiones oportuna por parte de la gerencia.

La publicidad del negocio es limitada, se realiza con medios físicos como camisetas y calcomanías, esto ha ocasiona que no se den a conocer muchos de los productos que ofrece en la empresa.

Se puede concluir que la empresa tiene una serie de dificultades, entre ellas: carencia de formación profesional por parte del personal en el uso e importancia de las TICs, información desactualizada en compras y ventas, ausencia de un control de inventario, ausencia de un archivo digitalizado, bajo nivel publicitario, ausencia de estrategias para el uso de TICs, por lo cual se considera que los recursos tecnológicos con que cuenta la empresa no están siendo aprovechados.

Pregunta problema

¿Cómo facilitar la implementación de TICs en la empresa Repuestos Mairena Flores, Estelí?

Preguntas problemas

¿Cuál es la situación actual en la empresa Repuestos Mairena Flores, Estelí en relaciona al uso de TICs?

¿Cuáles son las estrategias más apropiadas para incluir en el plan TICs en la empresa Repuestos Mairena Flores, Estelí?

1.3. Justificación

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) son cada vez más usadas para el apoyo y automatización de todas las actividades de las empresas. Gracias a ellas, las organizaciones han conseguido obtener importantes beneficios, entre los que caben mencionar la mejora de sus operaciones, llegada a una mayor cantidad de clientes, la optimización de sus recursos, la apertura a nuevos mercados, un conocimiento más profundo acerca de las necesidades de la clientela para brindarles un servicio de mejor calidad y una comunicación más fluida, no sólo con sus empleados sino también con sus clientes y proveedores. En pocas palabras, las TIC les permiten lograr aumentar considerablemente eficiencia (ANIEL, 2013).

Según Fajardo (2009), 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 TICs.

Considerando que la empresa Repuesto Mairena Flores cuenta con herramientas TICs y que hay un bajo aprovechamiento para el funcionamiento de la misma, surgió el interés por diseñar estrategias que permiten la implementación de éstas, con el objetivo de 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.

Esta investigación es de vital importancia porque contribuye a que la empresa incorpore la TICs para agilizar los procesos de ventas, compras, facturación, inventarios, disponibilidad de información, atención al cliente, a llevar un mejor control en la administración, a capacitar a los trabajadores y por tanto se mantendrá la fidelización de los clientes, aumento de mercado y ganancias.

Para el aprovechamiento de los recursos TICs en el negocio; se diseña un plan que integra estrategias relacionadas a las actividades fundamentales que permitan un mejor control para el manejo de información, a que el negocio tenga más cobertura mediante una adecuada publicidad, a mejorar los conocimientos informáticos del

personal, a que el propietario tenga una clara noción y le facilite la gerencia de la empresa y por ende el crecimiento de la misma.

Con la implementación de TICs en el negocio se beneficia, en primer lugar, al propietario de la empresa porque le permite que esta tenga un mejor funcionamiento y crecimiento en el mercado, y, en segundo lugar, el personal que labora porque mejoran el desarrollo de habilidades profesionales y personales. Los beneficiarios indirectos son los clientes porque la atención que recibirán será más eficiente.

En un tiempo oportuno la empresa maximizará el número de clientes, ampliará el posicionamiento de los productos en otros sitios del país y figurará una ventaja competitiva en los sectores establecidos.

II. OBJETIVOS

2.1. Objetivos General

Diseñar estrategias para implementación de TICs en la empresa Repuestos Mairena Flores, Estelí.

2.2. Objetivos específicos

1. Caracterizar la empresa Repuesto Mairena Flores, Estelí en relación con el uso de las TICs.
2. Elaborar plan TICs para la empresa Repuesto Mairena Flores, Estelí.

III. MARCO CONCEPTUAL

En este capítulo se presentan las principales temáticas relacionadas en primer lugar a Empresas que permite detallar las estructuras organizativas hasta el impacto de las mismas en Nicaragua, en segundo lugar, Estrategia Empresarial para precisar las diferentes estrategias TICs que se utilizan y, por último, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) donde se explican conceptos y elementos importantes relacionándolos con las empresas.

3.1. Empresas

3.1.1. ¿Qué es una empresa?

Empresa es una unidad económica que reúne una serie de factores de producción: recursos materiales (edificaciones, maquinaria, mobiliario, etc.) e inmateriales (patentes, marcas, propiedad industrial, etc.), humanos y financieros (que posibilitan la adquisición de los anteriores), que organiza y gestiona conforme a su entorno para producir bienes o servicios, y que vende negocio a otras empresa, a las familias o a las administraciones públicas, lo que permite alcanzar sus fines y objetivos, donde el principal es el del beneficio o ganancia. (Alonso & Corrales, 2015)

En términos generales las empresas son unas de las unidades económicas de cualquier país, éstas varían de tamaño, sector, etc. Están determinadas como una actividad económica organizada para la producción, transformación, comercialización, administración o custodia de bienes, o para la prestación de un servicio.

3.1.2. Funciones básicas de una empresa

Para Alonso & Corrales (2015) las funciones más comunes a todo tipo de empresa son las siguientes:

- **Contable:** Consiste en reflejar el movimiento económico de la empresa, las entradas y salidas de dinero.
- **Financiera:** Se trata de conseguir los fondos necesarios y asegurar su correcta utilización.

- **Administrativa:** Para controlar y planificar el proceso económico de la empresa.
- **Recursos Humanos:** Gestionar todos los asuntos relativos a los empleados.

También indica que las empresas cumplen con las siguientes funciones específicas:

- **Comercial:** Buscar el mercado tanto para las compras como para las ventas.
- **De producción:** Encargada de desarrollar los procesos de fabricación.
- **De investigación:** Estudiar los sistemas de trabajo que hacen más competitiva a una organización.
- **Técnica:** Elaborar un producto de calidad a un buen precio para que resulte competitivo en el mercado.
- **De seguridad:** Velar por el buen desarrollo y secreto de la tecnología empleada en el diseño y fabricación de los productos.

3.1.3. Estructura organizativa de las empresas

Para las autoras (Hutt & Marmioli) La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos.

3.1.3.1. Agrupamiento en unidades

Su objetivo final es establecer el sistema de autoridad formal y constituir la jerarquía organizacional que queda reflejada en el organigrama.

Base de agrupamiento:

- #### **3.1.3.1.1. Agrupamiento de mercado:** Son constituidos para brindar una mejor atención al mercado (consumidores)
- Por lugar: Directorio, Gerente General, Gerente Sur, Gerente Centro, Gerente Norte.

- Por producción: Presidente, División Audio, División Telefónica, División electrodomésticos.
- Por cliente: Gerente general, División grandes consumidores, División pequeños consumidores.

3.1.3.2. Agrupamientos funcionales: Son utilizados para facilitar la gestión interna de la organización.

- Por funciones o procesos de trabajo: Gerente General, Departamento de Comercialización, Departamento de Producción, Departamento de Administración. y Finanzas.
- Por conocimientos o destreza: Consejo, Director Médico, Director de Administración.

3.1.3.3. Agrupamiento funcional o de mercado: Depende de la intención de constituirse.

- Por tiempo: Director, Turno mañana. Turno tarde, turno noche. (p.6)

3.1.4. Clasificación de empresas en Nicaragua

Según el artículo 3 de la ley 645, ley de MIPYME de Nicaragua las empresas se clasifican en micro, pequeña y mediana empresa las personas naturales o jurídicas que cumplan con los siguientes requisitos. La clasificación de cada MIPYME, en la categoría correspondiente a micro, pequeña y mediana se hará conforme a los parámetros indicados en la siguiente tabla:

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

Tabla 1: Clasificación de empresas en Nicaragua

3.2. Estrategia Empresarial

3.2.1. Concepto de Estrategia Empresarial

Grupo Albe Consultoría (2016) define estrategia empresarial como “el conjunto de conceptos y lineamientos que utiliza la organización para sobrevivir y crecer, y para obtener productividad en el presente y asegurar su sustentabilidad en el futuro”.

3.2.2. Fundamentos de las TICs desde un enfoque estratégico

3.2.2.1. Concepto de estrategia TICs

Para los autores Slusarczyk Antosz & Morales Merchán (2016) detallan estrategias TICs como “una visión compartida del rol de TIC dentro de la organización respecto del uso, la gestión y de las inversiones en estas herramientas y para apoyar a la estrategia de negocios”.

3.2.2.2. Importancia de estrategias TICs en las empresas

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) son cada vez más usadas para el apoyo y automatización de todas las actividades de las empresas. Gracias a ellas, las empresas han conseguido obtener importantes beneficios, entre los que caben mencionar la mejora de sus operaciones, llegada a una mayor cantidad de clientes, la optimización de sus recursos, la apertura a nuevos mercados, un conocimiento más profundo acerca de las necesidades de la clientela para brindarles un servicio de mejor calidad y una comunicación más fluida, no sólo con sus empleados sino también con sus clientes y proveedores.

Por otro lado, mediante el empleo de las TICs es posible recopilar información y llevar a cabo el tratamiento y análisis de la misma, como apoyo para la toma de decisiones. Incluso, son de gran ayuda para los niveles directivos, puesto que se trata de una herramienta que permite obtener ventajas competitivas, sirviendo como base para alcanzar el máximo nivel jerárquico de la empresa. (ANIEL, 2013)

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones son piezas fundamentales en el mundo económico y empresarial actual. Su implantación en la empresa permite la modernización y agilización de los procesos, incrementar

los niveles de productividad y, en definitiva, aumentar la competitividad de la empresa en un mercado cada vez más globalizado, y en consecuencia mucho más competitivo. (Vives, 2007, p.26)

3.2.2.3. Tipos de estrategias TICs

Existen diferentes estrategias TICs a continuación se describen las siguientes, según Vives (2007):

3.2.2.3.1. Las TICs en la gestión de recursos humanos

Los recursos humanos han evolucionado vertiginosamente a lo largo de los últimos años. Han pasado de ser el “departamento de personal” a constituir un área que desempeña un papel fundamental en el desarrollo de las organizaciones y la estrategia del negocio.

Las funciones de los recursos humanos han pasado a asumir un papel activo en la atracción, retención y fidelización del talento, en el propio desarrollo de la organización y en el performance organizativo. Y es que cada día se otorga mayor importancia a todo lo relacionado con la gestión de personas, puesto que son las personas las que aportan valor a las empresas. (p.81)

3.3.2.3.1. Herramientas a utilizar en los procesos de los recursos humanos:

- **E-learning:** Conjuga las ventajas de los modelos tradicionales de formación a distancia y las que nos brindan las herramientas telemáticas, a través de una metodología orientada a optimizar el proceso de enseñanza-aprendizaje, con el fin de que la formación no se quede al margen de las innovaciones tecnológicas.
- **Evaluación:** La evaluación del desempeño constituye una función esencial que, de una u otra manera, suele efectuarse en toda organización moderna.
- **Gestión del conocimiento:** Consiste en generar un estilo de trabajo y una infraestructura que permita que la información se comparta, de manera que pueda ser útil para otros individuos a la hora de resolver problemas o tomar decisiones, identificando prácticas válidas o casos

anteriores de éxito y poniendo la documentación al servicio de la organización.

- **Gestión de RRHH/portal del empleado (B2E):** El portal del empleado o también conocido como B2E (Business to Employee) es una página web personalizada, disponible para cualquier empleado, que facilita la comunicación, el acceso a la información y conocimiento entre los empleados, aumentando la eficacia de los trabajadores en la organización. (p.83-87)

3.2.2.3.2. Las TICs en el área logística y distribución

La logística es considerada una de las disciplinas clave para que las empresas sean eficientes en materia de distribución, fletes, stocks, etc., pero por diversas razones, en las pymes, es otra de las asignaturas pendientes que enfrentan estas empresas en la carrera por la competitividad y la eficiencia.

La integración y la globalización de los mercados han incrementado las exigencias a las empresas. La logística para las empresas se presenta como una herramienta esencial para conseguir mercados más accesibles, permeables y rentables para sus productos.

La logística implica el almacenaje y el inventario de transportes. Hoy en día se ha convertido tanto en el movimiento alrededor de los datos como alrededor de los productos. La información del estado de la gestión logística en tiempo real es esencial, por lo que las empresas de almacenamiento, logística, transporte y envíos pueden saber y hacer un seguimiento al movimiento. (p.69)

3.2.2.3.2.1. Herramientas a utilizar en los procesos de logística y distribución:

- **GPS:** El sistema de posicionamiento global mediante satélites (GPS) supone uno de los más importantes avances tecnológicos de las últimas décadas. Diseñado inicialmente como herramienta militar para la estimación precisa de posición, velocidad y tiempo, se ha utilizado también en múltiples aplicaciones civiles.
- **Gestión de Flotas:** El concepto de flota engloba cualquier tipo de vehículo (industrial, comercial, turismo, etc.) y cualquier tipo de uso

(ventas, transporte de viajeros, mercancías, servicios de asistencia técnica, etc.).

- **Trazabilidad:** La trazabilidad es el conjunto de procedimientos establecidos que permite conocer el histórico, ubicación y trayectoria de un producto a lo largo de toda la cadena de suministro, y localizar en cualquier punto de dicha cadena, tanto información intrínseca del producto como procedencia, tratamiento aplicado, procesos, almacenamiento, transporte, distribución, localización de producto, etc.
- **E-Commerce:** Traducido como comercio electrónico, es la compra y venta de bienes y servicios a través de Internet. Este tipo de aplicaciones son las más habitualmente desarrolladas en todos los manuales de TIC y empresa.
- **E-procurement:** Suministro de productos y servicios vía internet, es la principal aplicación del comercio electrónico B2B, ya que permite a las compañías incrementar su valor al integrar su cadena de suministros a la Red. (p.70-77)

3.2.2.3.3. Las TICs en el marketing y la comunicación

El marketing es una disciplina relativamente nueva para muchas empresas y tremendamente desconocida. La mayor parte de las empresas no vincula el marketing como poderosa herramienta en el incremento de sus ventas y de la imagen de marca. La orientación estratégica del negocio, igualmente, está en la mayoría de los casos relacionada con aspectos económicos más que con planteamientos de marketing estratégico.

Las empresas de hoy en día están implementando en sus estrategias nuevas formas de marketing, el marketing digital. Pues está conformado por la integración y combinación de conceptos relacionados con el desarrollo de los grupos sociales, el cambio de mentalidad en las personas, debido a los cambios tecnológicos y a las nuevas facilidades de comunicación, que ayudan a las empresas a acceder a información esencial sobre sus clientes. (p.41-42).

3.2.2.3.3.1. Herramientas tecnológicas para la gestión del marketing y la comunicación:

- **Marketing Relacional:** Marketing relacional es el proceso social y directivo de establecer y cultivar relaciones con los clientes, creando vínculos con beneficios para cada una de las partes, incluyendo a vendedores, prescriptores, distribuidores y cada uno de los interlocutores fundamentales para el mantenimiento y explotación de la relación.
- **CRM:** CRM responde a las siglas “Customer Relationship Management” o “Gestión de las relaciones con los clientes”. Tradicionalmente las empresas se centraban en el producto o servicio en lugar de centrarse en el cliente. Se desarrollaba un producto y mediante campañas de marketing de consumo masivo se intentaba venderlo.
- **Boletín Electrónico:** Los boletines se conocen también como newsletters y son una alternativa inmejorable para mantener un contacto permanente y personalizado con los clientes porque permite a la empresa establecer una presencia efectiva en Internet y, en definitiva, hacer marketing con una gran efectividad.
- **web 2.0:** Es la representación de la evolución que se ha dado de aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones que funcionan a través de la web enfocada al usuario final. Se trata de aplicaciones que generen colaboración y de servicios que reemplacen las aplicaciones de escritorio.
- **Blog:** Es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.
- **Buscadores:** Un buscador es una herramienta de búsqueda de la Red que permite al usuario, mediante palabras o combinaciones de palabras, encontrar documentos alojados en páginas web que contienen información sobre el tema que interesa. (p.44-53)

3.2.2.3.4. La estrategia digital dentro de la empresa

Según Vives(2007) las empresas a la hora de definir su estrategia dentro del mercado basado en modelos digitales de negocio deben tener varias cuestiones en cuenta:

- El crecimiento es más rápido, al igual que la desaparición.
 - Aparece una nueva figura, los nuevos intermediarios, que facilitan la relación entre clientes y empresas.
 - Prima la creatividad, frente a la funcionalidad.
 - El mercado es global, el mercado tradicional es local.
 - Se generan nuevos mercados y nuevos competidores.
 - Disminución de costes y tiempos de creación y diseño de los productos, tanto viejos como nuevos.
 - Disminución de costes de producción, ventas y distribución.
- (p.35-36)

3.2.3. Plan estratégico.

3.2.3.1. ¿Qué es Plan Estratégico?

El plan estratégico es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente. (Guiadelacalidad, 2016)

3.2.3.2. Plan de TI

3.2.3.2.1. Concepto

Afirma Manene (2011) que el plan de TICs “es una serie de etapas y acciones que facilitan la ejecución y seguimiento del progreso de la incorporación o desarrollo de las TICs en la organización de la misma y, por tanto, la consecución de las oportunidades de negocio previstas”.

3.2.3.3. Metodología PETI

3.2.3.3.1. Concepto

PETI (Planeación Estratégica de Tecnologías de Información) es ampliamente reconocida como una herramienta para ordenar los esfuerzos de incorporación de TICs. Dicha herramienta establece las políticas requeridas para controlar la adquisición, el uso y la administración de los recursos de TICs. Integra la perspectiva de negocios y organizacional con el enfoque de TICs. Su desarrollo está relacionado con la creación de un plan de transformación, que va del estado actual en que se encuentra la organización, esto, en concordancia con la estrategia de negocios y con el propósito de crear una ventaja competitiva. (Bailey, 2010, p. 2)

3.2.3.3.2. Fases

(Bailey, 2010) describe que las fases de metodología PETI de la siguiente manera:

Situación Actual: Todo proceso comienza con un análisis de la situación actual, que genera una visión del modelo existente imperante en la empresa o institución que se está evaluando. Involucra un examen y estudio del estado en el momento de la auditoria de la empresa. Produce como resultado el modelo funcional en el que opera la organización. El propósito es entender apropiadamente la posición de la empresa, sus problemas y madurez tecnológica. (p. 4)

Modelo de Negocios y Organización: En esta fase la metodología está relacionada con un modelo de negocios y organización, lo cual representa la piedra fundamental del proceso de planeación de TICs. Se concentra en el entendimiento del entorno y el establecimiento de la estrategia de negocios, que determina la construcción del modelo operativo, la estructura de la organización y la arquitectura de la información. (p. 6)

Modelo de TI: Está relacionada con la creación de un modelo de TICs, que defina los lineamientos, controle las interfaces y establezca la integración de los componentes tecnológicos. El propósito es integrar soluciones de TICs

para establecer una ventaja estratégica, así como el soporte operacional correspondiente. (p. 9)

Modelo de Planeación: Esta fase se vincula con la creación de un modelo de planeación relacionado con la identificación de proyectos que muestren como los recursos van a ser incorporados en la organización. Se concentra en el establecimiento de sus prioridades la creación de un plan, un estudio del retorno de la inversión y un análisis de riesgo. (p.13)

3.3. Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs)

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TICs, abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes. En este sentido se han formulado diferentes definiciones. Para este estudio se incluye la siguiente:

3.3.1. Definición de TICs

Las tecnologías de información y comunicación son todas aquellas tecnologías que permiten y dan soporte a la construcción y operación de los sistemas de información, las cuales pueden ser tecnologías de hardware, software, tecnologías de almacenamiento y tecnologías de comunicación y que forman parte de la infraestructura tecnologías de la empresa. (Cohen & Asín Lares, 2014, p.17)

3.3.2. Importancia de las TICs

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación han transformado la manera de trabajar y gestionar recursos. Son un elemento clave para hacer que el trabajo sea más productivo: agilizando las comunicaciones, sustentando el trabajo en equipo, gestionando las existencias, realizando análisis financieros, y promocionando productos en el mercado.

Por ello y como lo señala Manene (2011), “las TICs permiten a las empresas producir más cantidad, más rápido, de mejor calidad, y en menos tiempo”. De

ahí la importancia de éstas ya que hacen posible convertir las empresas comunes en organizaciones inteligentes.

3.3.3. Características de las TICs

Algunos autores han sintetizado las características más distintivas de las nuevas tecnologías en rasgos tales como: inmaterialidad, interactividad, instantaneidad, innovación, elevados parámetros de calidad de imagen y sonido, digitalización, influencia sobre los procesos más que sobre los productos, interconexión y diversidad.

Otros, como Ueki, Tsuji, & Cárcamo Olmos (2005) puntualizan las características de las TICs para:

- La dirección y estrategia empresarial.
- Para el establecimiento y coordinación de sociedades entre empresas grandes y pequeñas.
- Realizar sociedades entre empresas pequeñas.
- Brindar servicios y políticas específicos por sector.
- Sitios web para proporcionar información y buscar socios comerciales.
- Sitios web públicos para promover y facilitar el comercio.
- Adopción de TICs en los sectores no informáticos. (p.10)

3.3.4. Clasificación de las TICs

Montenegro, (2012) describe que las tecnologías de la información y comunicación se clasifican en:

- **Procesamiento de datos:** Son las que se utilizan como su nombre lo indica para el procesamiento y organización de cualquier tipo de datos, por ejemplo, los procesadores de texto, hojas de cálculo, editores de imágenes, ilustradores, etc.
- **Comunicación:** En esta categoría, se encuentran todos aquellos TICs que se usan para la transmisión de información de un emisor hacia un receptor y viceversa, es decir son aquellas que se

convierten en el puente de conexión entre dos personas o entes, donde el emisor espera la respuesta de su receptor.

- **Publicación y transmisión de la información:** En este grupo se encuentran aquellas tecnologías que permiten publicar información casi unilateralmente, es decir que depende de un emisor su publicación y esta no espera la respuesta de un receptor específico.
- **Fines educativos:** Son todas aquellas que se utilizan, ya sea dentro o fuera del aula de clases, para fortalecer los procesos educativos.
- **Fines comerciales u otros fines:** Son aquellas utilizadas para la promoción de algún tipo de producto o servicio, o también se hacen con fines de entretenimiento.

3.3.5. Ventajas y desventajas del uso de TICs en las empresas

Actualmente, las Tecnologías de Información y Comunicación son de carácter indispensable en distintos ámbitos laborales, así, por ejemplo, ¿qué sería de una empresa sin acceso a Internet hoy en día?. De hecho si este falta prácticamente se paraliza la actividad de la organización. sin embargo, es necesario también reconocer las repercusiones que traerá consigo la utilización de estas nuevas tecnologías ya sean benéficas o perjudiciales. En términos generales: ¿Qué ventajas y desventajas pueden generar el uso de las TIC en las empresas?

A continuación se mencionan algunas ventajas y desventajas que según González (2014) señala:

Ventajas.

- Mayor Rapidez.
- Mejor Comunicación.
- Mayor fuente de información.
- Desarrollo de la iniciativa.

- Desarrollo de la habilidad para la búsqueda y selección de información.
- Desarrollo de habilidades para el uso de la tecnología.

Desventajas.

- Menor aprendizaje.
- Distracciones.
- Pérdidas de tiempo.
- Se requieren de equipos que pueden ser costosos.
- Puede disminuir algunas habilidades.
- Puede crear dependencia y aislamiento social.

3.3.6. Beneficios de las TICs en las empresas

Ueki, Tsuji, & Cárcamo Olmos (2005) aseguran que las principales razones establecidas para que las empresas las adopten es que permiten:

- Mejorar el acceso a la información.
- Mejorar la gestión administrativa interna.
- Mejorar la gestión de productos y el control de calidad.
- Aumentar la productividad por medio del mejoramiento de la gestión interna según la enumeración precedente.
- Facilitar la colaboración con otras empresas y buscar economías de escala.
- Lograr nuevas oportunidades comerciales. (p.10)

3.3.7. Acceso a las TICs en las empresas de Nicaragua

Unos de los muchos problemas sociales que enfrenta la sociedad nicaragüense son la falta de conocimientos y el uso de las TICs. Nicaragua por ser un país subdesarrollado no ha logrado obtener al 100% los beneficios que ofrecen las TICs y por ello el desarrollo económico va a paso lento en comparación con los países desarrollados que utilizan estas tecnologías para lograr mayor productividad en su economía.

No se puede precisar con exactitud en que momento, año o día las TICs arribaron a Nicaragua, pero si se puede mencionar que uno de sus principios fue cuando se integró la computación en Nicaragua.

Debido al poco acceso que tenemos los nicaragüenses a las TICs, cuando hablamos de desarrollo e implementación de las TICs nos quedamos cortos, ya que son pocos los privilegiados que logramos tener acceso a estas tecnologías. En términos de cifras se puede mencionar que por cada 100 habitantes existen 17 suscriptores de telefonía fija y 12.8 habitantes con acceso a televisores, por cada 1,000 habitantes existen 35.7 computadoras y 22.3 usuarios con acceso a Internet. En Nicaragua existen aproximadamente 1,000 cibercafés. Las PYMES de Nicaragua también cuentan con un gran déficit en las TICs, ya que tan solo el 30% posee computadoras, el 75% teléfono fijo, el 57% teléfono celular, el 17% correo electrónico, el 15% tiene acceso a Internet y sólo entre el 1% y 2% cuentan con página Web.

Por lo anteriormente descrito, se puede mencionar que en Nicaragua un factor muy importante que disminuye la calidad de vida de cada una de las personas en lo referente a las TICs es la brecha digital, ya que solo una parte minoritaria de la población se está beneficiando por el uso de las TICs, sin embargo, hay otra parte mayoritaria que, por sus condiciones de pobreza, las posibilidades de beneficiarse son reducidas.

Los factores que conducen a la brecha digital en Nicaragua son tres. En primer lugar, están las grandes y medianas empresas que son las que tienen mayor oportunidad para utilizar las TICs, mientras que las pequeñas empresas, microempresarios y el sector informal a pesar de que estos grupos son los que emplean al mayor número de personas son los menos beneficiados en el uso de las TICs y por ello su desempeño es mucho menor que el de los otros.

En segundo lugar, las diferencias en los servicios y el grado de desarrollo económico son grandes entre las zonas urbanas y las rurales, ya que los costos de la vida en las zonas rurales son mucho más. Y en tercer lugar tenemos a los trabajadores no calificados (con menos estudios académicos realizados)

que son los más numerosos y son los que quedan más rezagados para la utilización de las TICs. (Scribd, 2016)

3.3.8. Impacto de las TICs en las empresas en Nicaragua

La implementación de nuevas tecnologías o TICs ha revolucionado la productividad en las empresas ya que esta ha buscado estandarizar sus actividades y eliminar lo más posible los procesos manuales.

En el caso de Nicaragua las TICs ha tenido impacto en la calidad de la infraestructura de telecomunicaciones se destaca las computadoras personales, el éxito del gobierno en la promoción de las TICs y servicios del gobierno en línea.

Con parte de este impacto se puede destacar lo siguiente:

- 30% de pymes usan computadoras.
- 15% tienen acceso a internet
- 5.6% utilizan el correo electrónico.
- 2% tienen web propia

Sin embargo, existen esfuerzos de mejora en las TICs en Nicaragua incluyendo a las empresas, representando no solo la competitividad sino también maximizando las funciones o áreas de las empresas, para evitar cuellos de botella en los sistemas de información empresariales.

Para obtener de este modo la llave del éxito empresarial y de la sostenibilidad competitiva de la empresa; logrando llegar a más clientes, más personas, más proveedores. (Guido, 2016)

IV. DISEÑO METODOLÓGICO

Un diseño es un “Plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación” (Hernández Sampieri, 2010, p.120).

En este apartado se describe la metodología utilizada para el desarrollo de esta investigación, primeramente, se ubica el paradigma en que se sitúa la misma seguido del tipo estudio, las técnicas e instrumentos utilizados para recopilar la información, y el procesamiento de la misma, concerniente a la empresa Repuestos Mairena Flores de Estelí.

4.1. Enfoque de la investigación

Según, Hernández Sampieri(2010) “Un enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (p.7).

El enfoque de la investigación se sitúa dentro del paradigma cualitativo porque se realizan descripciones, análisis detallado del estado actual de la Empresa en relación al uso de las TICs en base a observaciones, se toman en cuenta la información, actitudes y reflexiones de los informantes.

4.2. Tipo de estudio

Según, Alfaro Rodríguez (2012),” Los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características” (p.20).

El desarrollo de esta investigación es de tipo descriptiva. Descriptiva, porque a partir de los datos recopilados se describen los resultados relacionados al contexto general en relación al uso de las TICs en la Empresa.

4.3. Unidad de análisis

La unidad de análisis es “Estrategias para la implementación de TICs en la empresa Repuestos Mairena Flores, Estelí”

4.4. Alcance

Esta investigación describe la caracterización y elaboración del plan TICs en la empresa de repuestos Mairena Flores ubicada en la ciudad de Estelí.

4.5. Métodos

Dado el enfoque de esta investigación, se utilizaron diferentes métodos.

El método inductivo, porque se partió de aspectos particulares en uso de TICs para llegar a conclusiones generales y de esta manera diseñar estrategias que faciliten la incorporación de estas, en la empresa Repuestos Mairena Flores.

El método de análisis también se utilizó en el desarrollo de la investigación porque se hizo una revisión detallada de la información utilizada, así como también de los procesos llevados en la empresa Repuestos Mairena Flores para la caracterización de la misma y la elaboración de Plan de TI.

Así como también se usó el método de síntesis para la relación y unificación de la información utilizada en el proceso de investigación.

Otro método utilizado es el Diagnóstico digital que para (Sociedad para la promoción y reconversión industrial) sirve “Como modelo de referencia y herramienta de trabajo para ayudar a las PYMES en la selección de aquellas iniciativas de implantación de las TICs que mejor apoyen a sus necesidades de negocio.” (p.7)

Este método fue utilizado para la extracción de la información en la empresa Repuestos Mairena Flores, es decir utilizamos las guías de entrevista y cuestionarios que este propone.

Se utilizó el método PETI para la elaboración de plan TICs el cual (Artieda M, Ayala P, & Delgado R) consiste “En la construcción de una planificación estratégica de TI que ajusta las estrategias de TI a las estrategias empresariales y la consecución de los objetivos de la organización”

Las fases que propone PETI son la siguientes:

- Fase I: Situación Actual: Se realiza un estudio exhausto de la empresa con el fin de establecer la situación actual los procesos y aceptación de TICs.
- Fase II: Modelo de Negocios/Organización: En esta etapa se parte con el análisis de entorno, el estudio de la estrategia de negocio, el modelo operativo, estructura de la organización y la arquitectura de la información, todo esto con el fin de identificar las necesidades globales de información.

- Fase III: Modelo de TI: En esta fase se transforman las estrategias de negocio en estrategias TICs, estableciendo la arquitectura de sistemas, la arquitectura de tecnología de hardware y software, así como también el diseño del modelo operativo de TICs y se define la estructura organizacional de TI.
- Fase IV: Modelo de Planificación: En esta fase se identifican proyectos, se establecen prioridades de ejecución e implementación de TICs, luego se genera un estudio de recuperación a través de un análisis costo beneficio, finalizando con un análisis de riesgos.

Este método es utilizado para la elaboración del plan de TICs donde se proponen diferentes estrategias TICs, para las diferentes áreas con deficiencia de ellas en la empresa.

4.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

Las técnicas utilizadas para recopilar la información fueron la entrevista, cuestionario, la observación y fuentes documentales.

Entrevista: “Es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto” (H. de Canales, 2008, p.163).

Dadas las características de esta investigación, se aplicaron entrevistas al propietario y personal de la empresa con el objetivo de caracterizar la empresa. (Ver Anexo N° 1,3 y 4)

Cuestionarios:

Según, Hernández Sampieri(2010) “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis” (p.217).

Se realizaron en la etapa de caracterización de la empresa para determinar el grado de utilización de las TICs en la empresa. (Ver Anexo N° 2).

Observación: “Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis” (Alfaro Rodriguez, 2012, p.60).

Se realizó la observación en la empresa con el objetivo de visualizar las tecnologías de información con las que cuenta, así como también la utilización de las mismas en los procesos de la empresa (Ver anexo N°5).

Fuentes documentales: “Es la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.)” (Alfaro Rodriguez, 2012, p.19).

Se realizó revisión documental a diferentes fuentes como libros, páginas web y bases de datos con el objetivo de aclarar inquietudes a cerca de conceptos, tipologías, procesos de la gestión empresarial, plan estratégico e integración para el desarrollo de la investigación.

4.7. Informantes claves

Como informante claves tenemos: Al propietario de la empresa, tres colaboradores, dos del área de ventas y uno de bodega.

4.8. Procesamiento de la información

La recolección de datos se realizó en el mes de octubre 2016. Para el procesamiento de la información se hizo uso de computadoras portátiles, paquetería de Microsoft Office, e impresora, celular para comunicación con el gerente de la empresa e investigadores y la extracción de las evidencias necesarias.

Una vez recolectados los datos proporcionados por los instrumentos, se procedió al análisis de los mismos para caracterizar el contexto de la empresa e identificar los elementos necesarios para elaborar el plan TI.

4.9. Plan de Análisis de datos

Una vez recolectada la información se procedió a la transcripción fiel, se utilizaron matrices para reducir la información. Se definieron las unidades de análisis que permitieron el análisis e interpretación de la información, las que se detallan a continuación:

1. Situación Actual de la Empresa en relación al uso de las TICs.

Las entrevistas aplicadas al propietario y personal de la empresa, se transcribieron fielmente. Posteriormente se inició el análisis de la información, donde se seleccionó la información a utilizar para la caracterización de la empresa y en su contexto diario, así como el uso de la TICs. También se realizaron observaciones con el fin de captar aspectos importantes de la empresa. Los resultados de éstas se utilizaron para contrastar la información suministrada por los entrevistados es decir que ambos instrumentos fueron utilizados para comparar y constatar los datos recopilados.

2. Plan de TICs

Luego del análisis de las entrevistas y observaciones se procedió a la elaboración del plan TI, el para ello se dividió la elaboración del mismo en tres fases: Modelo de Negocios/Organización, Modelo de TICs, Modelo de Planificación

Donde en la fase de modelo de negocio se identificó las estrategias de negocios, dividiéndolas en estrategias organizacionales las cuales se elaboraron conforme las misión y visión de la empresa, competencias fundamentales que son las fortalezas encontradas y la estrategia competitiva que se establece según el enfoque proporcionado por el propietario

La fase de modelo TICs se convirtió las estrategias de negocios en Estrategia TI, para ello cada estrategia contiene como se debe desarrollar y que beneficios tendrá su implantación.

En la fase de Modelo de Planificación se elaboró Mapa estratégico, así como también las Prioridades de Implementación y por último se propone un Plan de Implementación de proyectos de TICs donde se proyecta la implementación de las estrategias por años y meses.

V. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

5.1. Caracterización de la empresa

5.1.1. ¿Cómo surgió la empresa?

Esta empresa surgió con el interés del propietario Señor Gabino José Mairena para buscar una nueva forma de ganarse la vida, inicia operaciones en el mes de septiembre de 1992, tiene 24 años de estar en el mercado. Se encuentra ubicada en la ciudad de Estelí en la siguiente dirección: Frente a parque Carlos Núñez.

Este negocio inició con la venta de bicicletas y sus repuestos, posteriormente con el crecimiento en el mercado del uso de motos, amplió los productos con los repuestos de motos.

Al iniciar operaciones la empresa contaba con dos colaboradores, el propietario y otra persona los que realizaban todas las actividades para dar respuesta a los clientes. Actualmente cuenta con 8 colaboradores y el propietario, por lo que se puede ver el crecimiento que la empresa ha tenido en el transcurso de los años.

La empresa ofrece sus servicios 6 días a la semana desde las 8 am. hasta las 5 pm de lunes a viernes y de 8 am. a 1 pm. los sábados.

Por lo antes descrito, se puede afirmar que por el número de empleados se clasifica en una pequeña empresa, según lo señala el artículo 3 de la ley 645, ley de MIPYME de Nicaragua.

En el año 2010 el propietario decidió incluir las entregas de productos a domicilio a los diferentes departamentos, como una estrategia de fidelización de clientes, porque los clientes que vivían en estos departamentos manifestaban que ya no podían comprar los productos en su negocio porque era muy cansado y estresante debido a que tenían que viajar a la ciudad de Estelí.

5.1.2. Expectativas del negocio (Desde el inicio y como lo proyecta en el futuro)

En los inicios de la empresa el propietario la visualizo como una manera de ganarse la vida por cuenta propia, en un futuro la visiona como una empresa moderna con nuevas tecnologías, con una manera de trabajo diferente e innovadora, y extenderse a toda Nicaragua.

5.1.3. Misión y visión

La empresa no cuenta con misión definida por lo que se prepone la siguiente:

- Ofertar repuestos, accesorios exportados para motos y bicicletas, de excelente calidad, en la ciudad de Estelí y otros departamentos de Nicaragua.

Tiene como visión:

- Crecer en todos los aspectos empresariales como recursos humanos, tecnología y finanzas, adquiriendo nuevas formas de trabajo para lograr una atención de calidad a nuestros clientes.

5.1.4. Organización de la Empresa (áreas y función)

La empresa se divide en las siguientes áreas funcionales:

- Gerencia: se dedica a la toma de decisiones, asignación de funciones, es realizada por el propietario de la empresa.
- Compra y venta: se encarga de la introducción y extracción de productos a la empresa, estas están a cargo del personal correspondiente.
- Administración: es el control de las entradas y salidas monetarias de la empresa mediante facturas, está a cargo del propietario.
- Bodega: es el área encargada de abastecer las entregas a domicilio dirigidas tanto a Estelí como a otros departamentos, está a cargo del personal asignado.

En la empresa se maneja el siguiente organigrama:

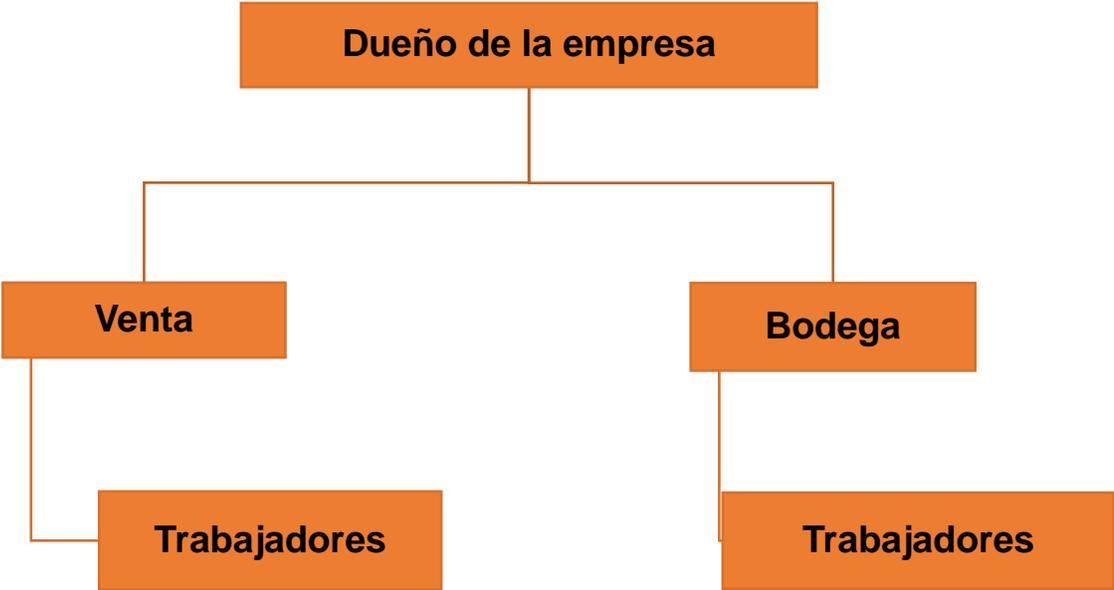


Ilustración N°1: Organigrama de la empresa Repuestos Mairena Flores – Fuente propietario

Sin embargo se propone el siguiente organigrama para un mejor control de las funciones:

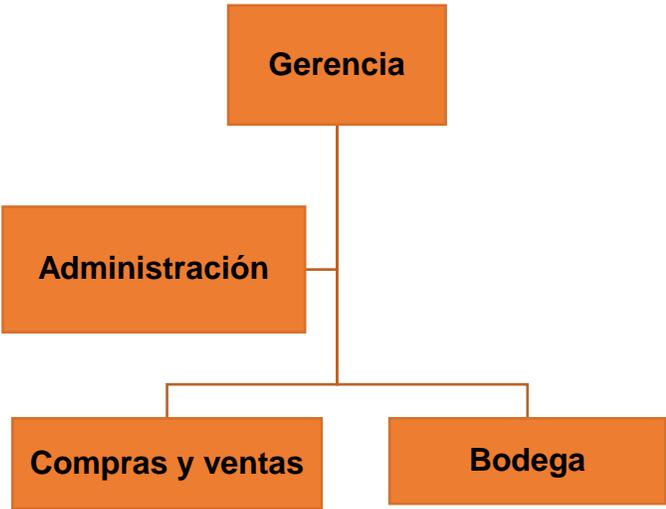


Ilustración N°2: Propuesta de Organigrama de la empresa Repuestos Mairena Flores, Estelí – Elaboración propia

El propietario considera que se debe mejorar en la empresa: el precio y servicio en las áreas de ventas, así como también la incorporación de las TICs en todas las áreas de la empresa.

5.1.5. Procesos que se realizan en la empresa

Actualmente las ventas totales van desde 500 mil córdobas al mes, teniendo en el departamento de Estelí ventas de 300 mil córdobas al mes y en los otros departamentos de 200 mil córdobas al mes, para un total de 6 millones córdobas al año. De acuerdo a estos ingresos, se afirma que según lo señala el artículo 3 de la ley 645, ley de MIPYME de Nicaragua, la empresa se encuentra clasificada en una pequeña empresa nicaragüense.

La información relacionada a ventas se visualiza por medio de facturas membretadas, en el caso de entrada y salida de productos se controla mediante facturas y anotaciones en cuadernos, y al finalizar el día se realiza un arqueo, de este modo el propietario está al tanto de los movimientos de la empresa, la venta de repuestos de bicicletas son los que presentan más peso de facturación debido a que presentan mayor demanda.

En las ventas utilizan calculadoras para realizar los movimientos monetarios, así como también los teléfonos móviles, convencionales para la solicitud y consultas de productos por parte de los clientes.

Para realizar las compras primero revisan el correo o WhatsApp para revisar las proformas enviadas por los proveedores en libro de Excel o PDF las cuales dispone de una gama de productos disponibles, con el precio respectivo, donde el personal de compras y ventas junto con el propietario selecciona los productos a solicitar.

Una vez seleccionados los productos, se le informa al proveedor ya sea vía llamada telefónica o WhatsApp los productos con la cantidad solicitada, quienes posteriormente realizan la entrega.

Aunque no posee un sistema de inventario computarizado, si cuenta con una automatización manual de este, ya que en el inventario de estantería cada repuesto

está organizado por categoría y modelo, es decir cada producto posee una etiqueta esto sirve para el control y facilita la búsqueda.

Se lleva un control al día de los colaboradores, es decir se les paga por día trabajado en pagos semanales, los cuales se controla a través de una planilla, actualmente solo 4 colaboradores están inscritos al INSS.

5.1.6. Análisis de FODA



Ilustración 3: FODA - Elaboración propia

5.1.7. Clientes/Proveedores/Comunicación

Los clientes están compuestos por mayoristas, talleres de motos y bicicletas, así como también público en general, pero de ellos el que mayor peso representa para la empresa son los mayoristas.

La comunicación con los clientes es por medio de teléfonos, WhatsApp y visitas a los clientes y se hacen entrega a domicilio donde se le presenta fotografías de los productos ofertados por computadora o celular.

Entre los beneficios más valorados por los clientes hacia la empresa son: calidad, buen precio, excelente atención por parte de vendedores y las regalías por sus compras.

Esta empresa como todas tiene competidores en este caso son los mismos proveedores, vendedores ambulantes, aun así, el propietario y personal se esfuerzan por mantener la preferencia de sus compradores. Utiliza como sistema de fidelización de clientes las regalías de productos.

Como estrategia de publicidad se utilizan los anuncios en radio, regalías de camisetas y calcomanías que les permiten darse a conocer en la ciudad y demás departamentos.

5.1.8. Herramientas TICs en la empresa

En la empresa se utilizan las siguientes tecnologías:

- Teléfonos móviles y convencionales tanto para la comunicación con los agentes internos y externos de la empresa.
- WhatsApp utilizado para la comunicación con proveedores y clientes, intercambiando fotos relacionadas con los productos.
- Ordenadores de escritorio utilizados para la organización de la información y la realización de transacciones a través del internet y correo electrónico, estas tecnologías solamente son utilizadas por el propietario de la empresa.

Es importante mencionar que los colaboradores manifiestan que el acceso a estas tecnologías facilitaría su trabajo, además señala uno de

los entrevistados que “el acceso al internet le ayudaría a solucionar su dificultad el de saber qué tipo de repuestos le pueda quedar a una moto”, es decir, le serviría para investigar y dar respuesta acertada al cliente.

- Además, cuentan con un televisor LCD con acceso a cable para el entretenimiento de los clientes mientras esperan su turno para ser atendidos.
- Calculadoras manuales para calcular y verificar las cuentas ya sea las que van a pagar los clientes como las que ellos cancelan a los proveedores.

5.1.9. Herramientas que utilizan los colaboradores

Las tecnologías que utilizan los colaboradores son:

- Celulares
- Calculadoras
- Red social WhatsApp

5.1.10. Beneficios que traerían las TICs a la empresa

Ueki, Tsuji, & Cárcamo Olmos (2005) aseguran que las principales razones establecidas para que las empresas las adopten es que permiten:

- Mejorar el acceso a la información.
- Mejorar la gestión administrativa interna.
- Aumentar la productividad por medio del mejoramiento de la gestión interna según la enumeración precedente.
- Lograr nuevas oportunidades comerciales.

En la empresa los colaboradores coinciden que las tecnologías facilitan y agilizan los procesos tales como venta y compra.

Por otra parte, el propietario argumenta que el uso de las TICs aportaría al crecimiento de la empresa.

5.1.11. Importancia que el personal esté capacitado en el uso de TICs

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación han transformado la manera de trabajar y gestionar recursos. Son un elemento clave para hacer que el trabajo

sea más productivo: agilizando las comunicaciones, sustentando el trabajo en equipo, gestionando las existencias, realizando análisis financieros, y promocionando productos en el mercado. Manene (2011).

Según el propietario de la empresa que el personal esté capacitado en el uso de las TICs beneficiaría a que el trabajo se realice de una manera más rápida y mejor, ya que en un futuro plantea que incorporará nuevas tecnologías para hacer el trabajo más productivo.

5.1.12. Conclusiones

En términos generales, en la empresa se hace uso de la telefonía celular para la comunicación con sus clientes, proveedores y trabajadores, además de ello utilizan la aplicación WhatsApp para la solicitud y recepción de productos.

Por otro lado, el no contar con un sistema de inventario ya sea por archivo de Excel o sistema personalizado crea algunas dificultades, ya que para la verificación de este se tiene que hacer uso de las facturas y cuadernos lo que ocasiona acumulación de papelería, además que no cuenta con una organización definida por fecha.

El propietario de la empresa hace uso de página web del DGI para la realización de la declaración de impuestos establecida según sus ingresos anuales, ante esto, el entiende las ventajas de las TICs en los diferentes procesos, pues considera que estas pueden ayudar al crecimiento en todas las áreas de la empresa, sabiendo que la tecnología se puede ser superada cada día.

Plan de integración TICs 2016- 2019.



Empresa Repuestos Mairena Flores, Estelí

Propietario: Gabino José Mairena

Elaborado por:

- *Anielka Sofía Aguirre Aráuz*
- *Gema Dolores Canales Espino*
- *Yuriptza de Jesús Montenegro Miranda*

Estelí, noviembre 2016

5.2. Plan de integración TICs

Plan de TICs es una serie de etapas y acciones que facilitan la ejecución y seguimiento del progreso de la incorporación o desarrollo de las TICs en la organización de la misma y, por tanto, la consecución de las oportunidades de negocio previstas (Manene, 2011).

El presente plan de integración de TICs fue elaborado para la empresa Repuestos Mairena Flores ubicada en la ciudad de Estelí, para ello se utilizó la metodología de PETI (Planeación Estratégica de la Tecnología de Información) la cual propone cuatro fases: Situación Actual, Modelo de Negocios/Organización, Modelo de TICs, Modelo de Planificación, y estas fueron desarrolladas a largo del proceso de investigación.

5.2.1. Objetivos

- Proponer estrategias para la implementación de TICs, que aporten a la realización efectiva de los procesos en la empresa Repuestos Mairena Flores, Estelí

5.2.2. Alcance

- Diseño de estrategias TICs alineadas a las estrategias de negocio de la empresa Repuestos Mairena Flores, Estelí para el año 2016- 2019.

5.2.3. Modelo de negocio

Misión

- Ofertar repuestos, accesorios exportados para motos y bicicletas, de excelente calidad, en la ciudad de Estelí y otros departamentos de Nicaragua.

Visión:

- Crecer en todos los aspectos empresariales como recursos humanos, tecnología y finanzas, adquiriendo nuevas formas de trabajo para lograr una atención de calidad a nuestros clientes.

5.2.3.1. Estrategias de negocio

5.2.3.1.1. Estrategias organizacionales

Objetivos	Estrategias	Factores Críticos de éxito
Asegurar la calidad de los productos	Establecimiento de relaciones con los fabricantes de los productos.	Adquirir repuestos de motos y bicicletas originales directamente de la mano del fabricante.
Adquirir nuevas formas de trabajo.	Investigar las formas de trabajo actuales e implementar aquellas que se ajuste a los requerimientos de la empresa.	Disponibilidad de adaptación de los colaboradores.
Ganar ventaja competitiva.	Ofrecer nuevos productos innovadores y personalizados.	Mejorar atención a los clientes. Elaborar un plan de publicidad.

Tabla 2: Estrategias organizacionales - Elaboración propia

5.2.3.1.2. Competencias fundamentales

1. Excelente comunicación entre colaboradores y propietarios.
2. Estrecha relación con clientes y proveedores.
3. Establecimiento de promociones y regalías.
4. Asignación de las funciones de los colaboradores.
5. Muy buena administración de los recursos económicos.
6. Entregas a domicilio por compras al por mayor y al detalle.

5.2.3.1.3. Estrategia competitiva

La estrategia competitiva por la que se inclina es el enfoque de diferenciación, ya que esta permite incluir nuevas tecnologías de proceso, entender mejor las necesidades del cliente, introducción de nuevos productos/servicios en la empresa

5.2.4. Modelo de TICs

5.2.4.1. Estrategia TICs

Estrategia 1: Desarrollar e implementar un sistema de información que permita el control de entradas y salidas de los productos, así como también mejorar la atención en los procesos de ventas en la empresa Repuestos Mairena Flores.

Estrategia 2: Mejorar los procesos internos de la empresa Repuestos Mairena Flores, respecto al control de archivo físico y digital que posee.

Estrategia 3: Proporcionar a los colaboradores de empresa Repuestos Mairena las herramientas y conocimientos necesarios en el uso de TICs para lograr adoptar nuevas formas de trabajo.

Estrategia 4: Utilizar medios tecnológicos para promoción de los productos y comunicación con los clientes y proveedores.

Las estrategias de TICs anteriores dan origen a seis proyectos TICs para desarrollar e implementar en la empresa Repuestos Mairena Flores, los cuales se detallan a continuación:

Proyecto 1: Sistema transaccional (Sistema para el Control de Inventario).

Proyecto 2: Sistema de archivo físico y digital.

Proyecto 3: Acceso a los colaboradores a tecnologías como internet y computadora.

Proyecto 4: Capacitación a los colaboradores en el uso de las herramientas TICs.

Proyecto 5: Facebook empresarial.

Proyecto 6: Utilización de medio audiovisual (Televisor)

5.2.4.2. Arquitectura de Sistema de Información

Proyecto 1: Sistema transaccional (Sistema para el Control de Inventario).

Se requiere la implementación Sistema web para el Control de Inventario que sea capaz de:

1. Controlar las entradas y salidas monetarias.
2. Facilitar la automatización del inventario.
3. Ser accesible en cualquier momento.
4. Que incluyan los datos utilizados en los procesos de compra y venta.
5. Fácil de usar.

Para el desarrollo de sistema se propone dos formas:

1. Sistema de inventario auxiliado del programa de ofimática Excel:

Este se hace en menos tiempo utilizando conocimientos básicos en la realización de este trabajo, pero no permite la incorporación de todas las funciones que se desee automatizar.

2. Sistema de inventario web personalizado:

Se propone web y no de escritorio debido a que la empresa se encuentra dividida en diferentes posiciones geográficamente, con respecto a personalizado es porque permitirá incluir funciones necesarias para el control de inventario y no solo de este sino de los proveedores y clientes, ya que un sistema de este tipo permite agregar los módulos y funciones adaptadas a los requerimientos de la empresa.

Claro está que para el desarrollo de este se requiere más tiempo de desarrollo y un profesional en la materia.

Proyecto 2: Sistema de archivo físico y digital.

El uso de un sistema de archivo permitirá:

1. Organizar de manera adecuada las facturas en físico y digital.
2. Facilitar la búsqueda de información que contienen las facturas.
3. Disponibilidad de la información.

Para la creación de este se necesita de cierta papelería como son los ampos para el sistema físico y memoria o disco duro externo de máximo almacenamiento para el digital.

Es importante señalar que este sistema se debe organizar por tipo de información año y mes, lo cual facilitarán la búsqueda al momento de necesitarlo.

Proyecto 3: Acceso a los colaboradores a tecnologías como internet y computadora.

El permitir el acceso a dichas tecnologías admitirá que los colaboradores:

1. Realicen mejores sus funciones dentro de empresa.
2. Investigar sobre los productos y sus aplicaciones.
3. Encontrar nuevas formas de trabajo.

Para lograr el éxito de este proyecto es necesario la creación de la estructura de red para la empresa, donde se establezca los puntos de redes y si la red será cableada o inalámbrica.

Proyecto 4: Capacitación a los colaboradores en el uso de las herramientas TICs.

Los beneficios de poner en marcha un proyecto de este incluye:

1. Obtener nuevos conocimientos en el uso de la tecnología
2. Facilitar la aceptación de nuevas tecnologías
3. Incrementar la productividad de los colaboradores en la empresa

Para la implantación de este es necesario desarrollar un plan de formación donde se establezca las temáticas, medios, tiempo de ejecución, se aconseja priorizar incluir la paquetería de office esencialmente Excel y herramientas que faciliten la búsqueda de información en el internet, para esto se debe contratar los servicios de un ingeniero o técnico en computadoras, permitiendo de esta manera un mayor control de los horarios para la realización de la misma.

Así como también se puede hacer uso de la aportación que se realiza al INATEC en inscribir a los colaboradores en los cursos de operador de microcomputadoras que dicha institución ofrece, claro está para esto los colaboradores deberán disponer de sus fines de semanas es decir dependerá de sus deseos de superación para lograr con éxito la finalización del curso.

Proyecto 5: Facebook empresarial.

Con el uso de esta tecnología permitirá a la empresa:

1. Darse a conocer nuevos clientes.
2. Crear una relación más estrecha con los clientes.
3. Promocionar nuevos productos.

En el desarrollo del Facebook empresarial se necesita establecer la imagen corporativa de la empresa, es decir seleccionar la información que se desea dar a conocer, la creación de grupos por tipos de clientes y de este modo comunicar las promociones para ellos.

Proyecto 6: Utilización de medio audiovisual (Televisor inteligente)

Al hacer uso de este medio se aprovecha la tecnología disponible en empresa para el crecimiento de la empresa.

Es un medio inteligente con conectores para otros dispositivos como memorias USB, se utilizarían como medio publicitario ya que se puede crear presentaciones en PowerPoint con mensajes para los clientes con fotos de productos, dar a conocer promociones, o simplemente pasar fotos de los productos sin tratamiento.

5.2.5. Modelo de planeación

5.2.5.1. Mapa estratégico

	Mapa estratégico	Cuadro de mando integral		Plan de acción		Presupuesto
		Objetivo	Indicador	Responsable	Iniciativa	
Perspectiva financiera	Sistema transaccional (sistema para el control de inventario).	Manejo de entradas y salidas de los productos.	Mejorar la organización de los productos en la empresa.	Desarrollador del sistema.	Establecer los requerimientos del sistema.	\$ 1200
Perspectiva de procesos internos	Sistema de archivo físico y digital.	Facilitar la ordenación de los datos o procesos de la empresa.	Reducción en el tiempo de búsqueda de datos.	Técnico en Computación. Propietario de la empresa	Identificar el tipo de organización de la información. Comprar ampos y disco externo para inventario digital.	\$ 200

	Mapa estratégico	Cuadro de mando integral		Plan de acción		Presupuesto
		Objetivo	Indicador	Responsable	Iniciativa	
Perspectivas recursos humanos	Acceso en los colaboradores a tecnologías como internet y computadora.	Accesibilidad en información de relevancia para los colaboradores.	Facilidad al identificar información de los productos.	Propietario de la empresa. Técnico en computación		\$ 350
	Capacitación a los colaboradores en el uso de las herramientas TICs.	Obtener conocimientos en el uso de las TICs.	Conocer la importancia del uso de las TICs en las empresas.	Ingeniero en Sistemas de Información.	Construir el plan de formación.	\$ 250
Perspectivas de publicidad	Facebook empresarial.	Incrementar la interacción con los clientes actuales	Fidelización de los clientes.	Ingeniero en Sistemas de Información.	Crear imagen empresarial para la red	\$150

	Mapa estratégico	Cuadro de mando integral		Plan de acción		Presupuesto
		Objetivo	Indicador	Responsable	Iniciativa	
	Uso de medio de audiovisual (televisor inteligente).	Promocionar los productos a ofrecer en la empresa.	Aumento de mercado y ganancias.	Propietario de la empresa.		\$100
Total, de inversión						\$ 2250

Tabla 3: Mapa estratégico- Elaboración propia

5.2.5.2. Prioridades de Implementación

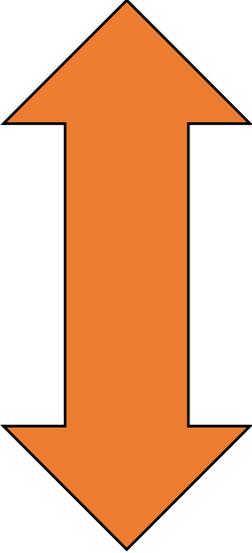
Proyectos TICs	Ponderación	Priorización
Acceso a colaboradores a tecnologías como internet y computadora.	30 %	
Capacitación a los colaboradores en el uso de las herramientas TICs.	20%	
Sistema transaccional (sistema para el control de inventario).	20%	
Sistema de archivo físico y digital.	10%	
Facebook empresarial.	10%	
Uso de medio de audiovisual (televisor inteligente).	10%	

Tabla 4: Prioridades de implementación – Elaboración propia

5.2.5.3. Plan de Implementación de proyectos TICs

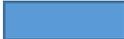
Implementación de Proyectos de TICs.	2016	2017		2018		2019
	Nov-Dic	Ene-Abril	May-Dic	Ene-Abril	May-Dic	Ene-Abril
Acceso a colaboradores en tecnologías como internet y computadora.						
Capacitación a los colaboradores en el uso de las herramientas TICs.						
Sistema transaccional (sistema para el control de inventario).						
Sistema de archivo físico y digital.						
Facebook empresarial.						
Uso de medio de audiovisual (televisor inteligente).						

Tabla 5: Plan de implementación de proyectos TICs - Elaboración propia

5.2.5.4. Recuperación de inversión

Proyectos de TICs.	2016	2017	2018	2019	Total, de inversión
Acceso a colaboradores en tecnologías como internet y computadora.	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 160	\$ 640
Capacitación a los colaboradores en el uso de las herramientas TICs.	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 1080
Sistema transaccional (sistema para el control de inventario).		\$ 720	\$ 720	\$ 720	\$ 2160
Sistema de archivo físico y digital.			\$ 210	\$ 210	\$ 420
Facebook empresarial.			\$ 200	\$ 200	\$ 400
Uso de medio de audiovisual (televisor inteligente).				\$ 50	\$ 50
Total, de inversión					\$ 4750

Tabla 6: Recuperación de la inversión

Aplicando la formula $ROI = ((R - I) / I) * 100$ se proyecta una recuperación de inversión de 120.93 %, donde R significa la recuperación de inversión total de todos los proyectos y la inversión inicial de todos los proyectos TICs.

5.2.5.5. Administración de riesgos

Riesgos de implementación de los proyectos TICs	Consecuencias
Resistencia al cambio	Corto plazo de día de los proyectos No se tenga los beneficios esperado
Retraso en el cronograma de proyectos TICs	La implementación de los proyectos no se cumpla en la fecha establecidas. Reconstrucción del cronograma.
Falta o limitación asignación de los recursos económicos	Perdidas económicas
Daños en los equipos computacionales de la empresa.	Perdidas económicas Retraso en la implementación de los proyectos TICs
Utilización inadecuada de las TICs	Retraso en los procesos Tiempo mal utilizado

Tabla 7: Administración de riesgos – Elaboración propia

5.2.5.6. Conclusiones

Cada una de las estrategias TICs propuestas en este plan responde a las estrategias de negocio, por lo tanto, cada proyecto TICs es pensado para cumplir cada una de estas estrategias y de esta manera mejorar la productividad de la empresa Repuestos Mairena Flores.

Se considera primordial el acceso a colaboradores a tecnologías como internet y computadora ya que, si esto no se aplica primero, otras estrategias como el sistema de control de inventario no tendría sentido de implementación.

La metodología PETI (Planeación Estratégica de la Tecnología de Información) facilita la elaboración de un plan estratégico de TICs, ya que dan las pautas necesarias para dar seguimiento a la empresa y sus necesidades.

El plan fue presentado al propietario de la empresa Repuestos Mairena Flores, cual expreso su interés por las estrategias propuesta y su decisión de implementarlas en su empresa (Anexo N° 8).

VI. CONCLUSIONES

Conforme a los objetivos específicos se puede afirmar que:

El propietario y los colaboradores de la empresa Repuestos Mairena Flores comprenden los beneficios que traen las TICs para el crecimiento técnico y económico de la organización.

Entre las experiencias destacadas del empresario ha sido viajar, esto le ha beneficiado para adquirir conocimientos en negocios, le ha ensanchado la visión de extenderse a un mercado global y compartir puntos de vistas con extranjeros, así mismo ofertar a clientes productos originales y novedosos.

Los colaboradores brindan excelente atención a los clientes, se garantiza la fidelización por medio de regalías de productos y se brinda servicio a domicilio por compras al por mayor tanto en Estelí como en otros departamentos.

No obstante, se requirió plantear algunas estrategias por medio del plan de integración de TICs que aporten al aprovechamiento de las tecnologías existentes y la incorporación de nuevas para aumentar los beneficios que contribuyan al crecimiento de la empresa

VII.RECOMENDACIONES

Se sugiere al propietario:

Invertir en nuevas tecnologías para facilitar los procesos en la empresa.

Hacer uso de las redes sociales para promocionar productos y establecer comunicación con clientes actuales y potenciales.

Capacitar al personal en uso de las TICs y otras temáticas como control de inventario y atención al cliente.

A futuros investigadores:

Practicar el hábito de lectura para desarrollar la técnica de redacción con fluidez del mismo modo la consulta a expertos sobre el tema a investigar.

Ser claro y preciso al momento de realizar una entrevista, con palabras sencillas para que el receptor pueda comprender y responder a las interrogantes que se realizan y así obtener la información que se requiere.

Ser bien observadores ya que de este modo podrán captar información que quizás no se refleje en la entrevista.

Utilizar todos los elementos que la metodología elegida para el desarrollo de la investigación proponga.

BIBLIOGRAFÍA

- Alfaro Rodríguez, C. H. (2012). *Metodología de Investigación científica aplicado a la Ingeniería*. Lima: Universidad Nacional del Callao.
- Alonso, S. I., & Corrales, J. V. (2015). *Diplomado de educación continua en creación y gestión de empresas: creación de empresas*. Estelí: UNAN Managua-FAREM Estelí.
- ANIEL. (27 de Agosto de 2013). Obtenido de ANIEL.es:
<http://www.aniel.es/importancia-de-las-tic-para-la-gestion-empresarial/>
- Artieda M, C., Ayala P, R., & Delgado R, R. (s.f.). *Elaboración de Plan estratégico de TI para la dirección del seguro general de salud del IESS aplicando la metodología PETI*. Quito, Ecuador: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social . Recuperado el 13 de Septiembre de 2016, de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/7567/1/AC-GS-ESPE-047381.pdf>
- Bailey, C. (16 de Febrero de 2010). *Scribd*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2016, de scribd.com: <https://es.scribd.com/document/27526056/Peti-planeacion-Estrategica-Ti-Itcp>
- Barrera, L. M. (2014). Obtenido de <https://prezi.com/k551sd5phlhu/diferencias-de-los-tipos-de-disenos-experimentales-y-no-expe/>
- Cohen, K., & Asín Lares, E. (2014). *Tecnologías de la información: Estrategias y transformación en los negocios* (6a ed.). D.F, México: McGraw-Hill.
- Fajardo, R. (2009). *Propuesta de la estrategia de desarrollo de las TIC en Nicaragua*.
- Gestión empresarial*. (22 de Agosto de 2013). Recuperado el 02 de Septiembre de 2016, de <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/08/22/10-ventajas-de-realizar-un-plan-estrategico/>
- Guiadelacalidad*. (2016). Recuperado el 02 de Septiembre de 2016, de Guiadelacalidad: <http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/plan-estrategico>
- Guido, G. (6 de Marzo de 2016). *prezi*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2016, de prezi.com: <https://prezi.com/0z1mvg8snvoy/impacto-de-las-tics-en-nicaragua/>
- H. de Canales, F. (2008). *Metodología de Investigación: Manual para el desarrollo de personal de salud*. D.F: Limusa.
- Heredia, F. (11 de Mayo de 2012). *pymempresario*. Recuperado el 02 de Septiembre de 2016, de pymempresario:

<http://www.pymempresario.com/2012/05/los-7-pasos-de-la-planeacion-estrategica/>

Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed.). D.F, México: McGRAW-HILL.

Hutt, G., & Marmioli, M. (s.f.). *Estructura Organizacional, Diseño de Organizaciones Eficientes*. Recuperado el 02 de Septiembre de 2016, de <http://www.hacienda.go.cr/centro/datos/Articulo/Estructura%20organizacional.pdf>

Manene, L. M. (2011). *METODOLOGÍA M.P.I. del PLAN de INCORPORACIÓN de TICs en las PYMES*. Recuperado el 02 de Septiembre de 2016, de <https://luismiguelmanene.wordpress.com/2011/10/17/metodologia-m-p-i-del-plan-de-incorporacion-de-tics-en-las-pymes/>

Moreno Bayardo, M. G. (2000). *Introducción a la Metodología de la Investigación Educativa II*. D.F, Mexico: Progreso. Obtenido de https://books.google.com.ni/books?id=15t_h9QddksC&pg=PA1&dq=accion-participacion+metodologia+de+la+investigaci%C3%B3n&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=3#v=onepage&q=accion-participacion%20metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n&f=false

Nicaragua. Asamblea Nacional. (08 de Febrero de 2008). *MIFIC*. Recuperado el 02 de Septiembre de 2016, de [mific.gob.ni](http://www.mific.gob.ni): <http://www.mific.gob.ni/Portals/0/Documentos%20Fomento/MIPYME/Ley%20N%C2%BA%20645,%20Ley%20MIPYME%20y%20su%20reglamento.pdf>

Restrepo Rivas, L. G. (1999). *Las tecnologías de la información y comunicación en las empresas*. Medellín Colombia.

Scribd. (2016). Recuperado el 02 de Septiembre de 2016, de Scribd: <https://es.scribd.com/doc/3493363/Las-TIC-en-Nicaragua1>

Thompson, I. (Noviembre de 2007). *Promonegocios.net*. Recuperado el 02 de Septiembre de 2016, de Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/empresa/tipos-organizaciones.html>

Vives, L. (s.f.). *Las TICs en la estrategia empresarial* (anetcom ed.). Valencia, España.

ANEXOS

Anexo Nº 1



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN-Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí
Guía de entrevista inicial al propietario

Introducción:

Somos estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Información de la FAREM-Estelí. Estamos realizando una investigación como forma de culminar nuestra carrera con la modalidad de Seminario de graduación. Por lo que le solicitamos su valioso apoyo contestando esta entrevista cuya información será de mucha importancia para el desarrollo de esta investigación.

Objetivo: Recopilar datos para conocer a grandes rasgos la empresa Repuestos Mairena Flores y su marco competitivo.

Datos Generales:

Fecha: _____/_____/_____

Nombre y apellido: _____

Profesión u oficio: _____

Entrevista inicial

Preguntas destinadas a conocer las distintas áreas de responsabilidad en la empresa y comprender los principales procesos de negocio (*)

1. ¿Cuál es la organización actual de la empresa?
2. ¿En qué áreas se divide la gestión de la empresa?
3. ¿Qué relación existe entre dichas áreas?
4. ¿Cuáles son los procesos más importantes de la empresa y por qué?

Cuestiones que tienen por objeto conocer los distintos productos y servicios de la empresa (*)

1. ¿Qué gama de productos ofrece?
2. ¿Cuáles son los beneficios más valorados por el cliente?

3. ¿Cuáles son los que representan un mayor peso en la facturación/rentabilidad de la empresa?

Preguntas que persiguen conocer la tipología de clientes y de los mercados atendidos por la empresa (*)

1. ¿Cuáles son los principales clientes de la empresa?
2. ¿Qué medios de comunicación se utiliza para relacionarse con sus clientes?
3. ¿Qué sectores son los prioritarios para la empresa?

Cuestiones que tienen como objetivo conocer las variables del sector (competidores) y del entorno tienen un mayor grado de influencia en la marcha de la empresa (*)

1. ¿Cuáles son sus principales competidores?
2. ¿Qué gama de productos ofrece la competencia?
3. ¿Qué canales de venta utilizan?
4. ¿Cómo afecta la regulación y el marco legislativo actualmente en vigor a su negocio?
5. ¿Cómo afectan los cambios tecnológicos a su sector?
6. ¿Qué factores sociodemográficos son las que más influyen en los resultados de su empresa?

Anexo N°2.

Guía de Autodiagnóstico Digital

Preguntas destinadas a conocer el grado de implantación y uso de las TICs en la empresa. Sí la afirmación es aplicable a la empresa, marque con una X. En caso contrario, dejarlo en blanco

1. ¿Qué Tecnología de la información y comunicación está utilizando en su empresa?

Tipo de TIC	Si
Teléfono (móvil, fijo)	
Otros servicios de comunicación personal (fax, ...)	
Ordenadores de escritorio	
Ordenadores portátiles	
Red local	
Internet	
Correo electrónico	

2. ¿Está su organización preparada para el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación?

Ítems	Sí
Conoce y entiende las ventajas de las TICs para el negocio.	
Utiliza de forma habitual el PC para realizar su trabajo.	
Utiliza de forma habitual internet y/o el correo electrónico para realizar su trabajo.	
Los empleados disponen de la tecnología necesaria para realizar su trabajo de manera óptima.	
Los clientes o proveedores les piden que utilicen internet o el correo electrónico como herramienta de trabajo con ellos.	

3. ¿Cómo se utilizan en su empresa las Tecnologías de la Información y Comunicación en las relaciones con los siguientes agentes?

Cientes		Si
1	Utiliza el teléfono y correo electrónico para comunicarse con los clientes.	
2	Los empleados utilizan el correo electrónico para comunicarse con los clientes.	
3	Se utiliza Internet para obtener información de clientes y competidores.	
4	Disponen de una página en Internet en la que hay información de la empresa y los productos/servicios que venden.	
5	Los clientes pueden realizar consultas enviando un correo electrónico desde una página de Internet.	
6	Existen sistemas que emiten automáticamente las facturas en el momento de la venta, a partir de la información almacenada sobre productos y clientes.	
7	Los clientes pueden realizar su pedido a través de una página en Internet.	
8	La empresa es capaz de ofrecer productos distintos, o promociones adaptadas a las necesidades concretas de cada cliente particular, a partir de la información sobre anteriores visitas a la página de Internet.	

Proveedores		Sí
9	Utiliza el teléfono y fax para comunicarse con los proveedores.	
10	Los empleados utilizan el correo electrónico para comunicarse con los proveedores	
11	Utiliza Internet para la búsqueda de información sobre proveedores.	
12	Dispone de sistemas de información para la gestión del almacén	

Empleados		Si
13	Disponen de PC's con acceso de procesadores de texto y hojas de cálculo.	
14	Utiliza el correo electrónico para comunicarse dentro de la empresa.	
15	La información de los empleados se encuentra en un sistema interno que les permite emitir automáticamente las nóminas.	
16	Los empleados disponen de herramientas TICs (videoconferencias, reuniones a través del ordenador, redes sociales).	

Bancos, Administración		Sí
17	Utiliza el teléfono/fax para realizar las gestiones con la administración y los bancos.	
18	Dispone de aplicaciones de contabilidad.	
19	Utiliza el correo electrónico para intercambiar información con sus asesores (fiscales, contables, etc.)	
20	Utiliza Internet como herramienta para obtener información sobre las fechas de liquidación de impuestos, nuevas normativas, formularios administrativos, etc.	
21	Realiza la declaración de impuestos (impuesto de sociedades, IAE, etc.) a través de la página web de las diferentes administraciones.	
22	Los movimientos que se producen en otras áreas (ventas, compras, almacén...) son contabilizados automáticamente.	

Priorización.

1. Enfoque del negocio.

Indique cuál es la prioridad del negocio. Usted debe decidir un solo enfoque, el que más se ajusta a las prioridades de su empresa. Lea con detenimiento las explicaciones que acompañan a cada enfoque. Puede que usted crea que hay más de un enfoque aplicable a su caso. Sin embargo, debe elegir sólo uno, aquel que considere que es su prioridad fundamental, marcándolo con una cruz.

¿Cuál es su prioridad en su negocio?

- **Reducción de costes** _____
Reducir el nivel de costes de producto actual.
Reducir el coste del proceso actual.
Reducir el tiempo de proceso.
- **Crecimiento** _____
Incorporar nuevos clientes al negocio.
Expandir la empresa en nuevos mercados
- **Diferenciación** _____
Desarrollar nuevas tecnologías de proceso.
Entender mejor las necesidades de cliente.
Desarrollar nuevos productos/servicios.
Especializarme en un segmento de clientes.

2. Enfoque de relación

Como apoyo a la reflexión sobre el agente cuya relación le preocupa más mejorar a través de las TICs, le mostramos la siguiente tabla. Bajo cada agente aparecen una serie de preguntas. Le proponemos que reflexione sobre ellas y como resultado elija aquel o aquellos agentes en que el porcentaje de respuestas afirmativas sea mayor.

Cliente _____

- 1- ¿Gestiona muchas referencias de clientes?
- 2- ¿Gestiona muchas ofertas y pedidos?
- 3- ¿Le preocupa mucho incrementar su número de clientes?
- 4- ¿Qué grado de preparación tienen sus clientes en las tecnologías de la información y comunicación?
- 5- Requiere el cliente que usted utilice tecnologías de la información y comunicación en sus relaciones.

Proveedor _____

- 1- ¿Su factura de compras representa un volumen importante respecto a sus ventas?
- 2- ¿Dispone de un alto número de proveedores de los productos que oferta?
- 3- ¿Realiza un elevado número de pedidos de productos para vender en su empresa?

Empleado _____

- 1- ¿Dispone de centros de trabajo dispersos geográficamente?
- 2- ¿Es la comunicación entre los empleados una prioridad para la empresa?
- 3- ¿Para poder realizar su trabajo es necesario que accedan a información actualizada en todo momento?

Anexo Nº 3



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua

UNAN-Managua

Facultad Regional Multidisciplinaria Estelí FAREM-Estelí

Guía de Entrevista dirigida al propietario

Introducción:

Somos estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Información de la UNAN MANAGUA - FAREM-Estelí. Estamos realizando una investigación como forma de culminar nuestra carrera con la modalidad de Seminario de graduación. Por lo que le solicitamos su valioso apoyo contestando esta entrevista cuya información será de mucha importancia para el desarrollo de esta investigación.

Objetivo:

Caracterizar la empresa Repuestos Mairena Flores.

Datos Generales:

Datos Generales:

Fecha: _____/_____/_____

Nombre y apellido: _____

Profesión u oficio: _____

Preguntas

1. ¿Cómo surgió la empresa?
2. ¿Cuándo dio inicio la empresa?
3. ¿Qué expectativas tenía en sus inicios y cómo lo proyecta en un futuro?
4. ¿Cuál es la visión de esta empresa?
5. ¿Con cuántos trabajadores inició y cuántos hay actualmente?
6. ¿En qué áreas está organizada la empresa y qué función cumplen?
7. ¿Qué tecnología utilizan los trabajadores para el desempeño de sus funciones?

8. ¿Qué tipos de procesos se realizan en la empresa y cuál considera que debe mejorar?
9. ¿Qué beneficios aportaría el buen aprovechamiento de las TICs para el crecimiento de su empresa?
10. ¿Por qué es importante para usted como empresario que su personal esté debidamente capacitado en el uso de TICs?
11. ¿Cómo realiza el control interno de los empleados?
12. ¿Qué productos oferta?
13. ¿Las ventas realizadas en este año han aumentado o disminuido en relación a los años anteriores? ¿Puede indicar a qué factores lo relaciona?
14. ¿Cuál es el rango monetario aproximado de las ventas realizadas tanto en Estelí como en los demás departamentos? ¿Cómo lo considera?
15. ¿Qué estrategias de publicidad ha utilizado para dar a conocer su empresa?
16. ¿De qué manera se comunica con sus clientes?
17. ¿Cómo organizan la información? ¿Está disponible en tiempo y forma para tomar decisiones?
18. El inventario que llevan en la empresa le permite llevar un control diario de las entradas y salidas de los productos. ¿Por qué?
19. ¿Qué procedimiento utiliza para controlar las ventas?

Anexo Nº 4



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN-Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria
FAREM-Estelí

Guía de Entrevista para el personal que labora en la Empresa

Introducción

Somos estudiantes del último año (V) de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Información de la FAREM-Estelí. Estamos realizando una investigación como forma de culminar nuestra carrera con la modalidad de Seminario de graduación. Por lo que le solicitamos su valioso apoyo contestando esta entrevista cuya información será de mucha importancia para el desarrollo de esta investigación.

Objetivo: Recopilar información relacionada al personal y uso de las TICs en la empresa Repuestos Mairena Flores.

Datos Generales:

Fecha: _____/_____/_____

Nombre y apellido: _____

Profesión u oficio: _____

Preguntas

1. ¿Qué funciones realiza dentro de la empresa?
2. ¿Qué tipo de información necesita para realizar sus funciones?
3. ¿Considera que esta información está correctamente actualizada y disponible en cualquier momento?
4. ¿Qué dificultades se le presentan al realizar sus funciones como trabajador?
5. ¿Utiliza las TICs en para la realización de sus funciones? ¿Mencione cuáles y para qué?
6. ¿Cuáles son los beneficios del uso de TICs para realizar sus funciones?
7. ¿Considera que las TICs que utiliza responde a sus necesidades dentro del empresa? ¿Por qué?

8. ¿Considera que falta la incorporación de TICs dentro de la empresa? ¿Por qué?
9. ¿Qué tipos de TICs considera que sería necesarias utilizar en la empresa?
10. ¿Considera que las TICs son gran impacto en la empresa? ¿Por qué?

Anexo Nº 5



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN-Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria
FAREM-Estelí

Guía de Observación

Introducción

Somos estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Información de la FAREM-Estelí. Estamos realizando una investigación como forma de culminar nuestra carrera con la modalidad de Seminario de graduación. Por lo que le solicitamos su autorización para realizar observaciones directas que están relacionadas con el uso de las TIC en la empresa que usted dirige, cuya información será de mucha importancia para el desarrollo de esta investigación.

Objetivo:

Verificar la organización de la información y las TICs en la empresa Repuestos Mairena Flores, Estelí

Lugar: _____

Fecha: ___/___/___

Nombre del observador: _____

Objetivo específico: Determinar el estado de información dentro de la empresa					
Ítems	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Deficiente
Organización del inventario físico					
Organización digital de inventario					
Organización de la información manual					
Disponibilidad de la información.					

Lista de cotejo

Objetivo específico: Determinar herramientas tecnológicas utilizadas en la empresa		
Aspectos	Sí	No
Teléfono (móvil, fijo)		
Computadoras de escritorio/portátiles		
Televisores		
Correo electrónico		
Internet		
Red local		
Calculadoras manuales/electrónicas		
Cajas registradoras		
Sonido y altavoces		
CDs/USB		
Cámaras		

Objetivo: Verificar la utilización de tecnologías en los diferentes procesos que realiza la empresa		
Aspectos	Sí	No
El proceso de ventas es efectuado haciendo uso de herramientas tecnológicas.		
Utilizan el teléfono para la atención al cliente.		
Hacen uso del correo electrónico para comunicarse con los clientes.		
Cuenta con publicidad de sus productos dentro de la empresa.		
La publicidad la realizan haciendo uso de internet u otra herramienta tecnológica.		
Las facturas las emiten automáticamente.		
Los clientes hacen sus pedidos haciendo uso de teléfono y/o correo electrónico.		

Realizan las compras de productos haciendo uso de herramientas tecnológicas (Teléfono /correo electrónico)		
--	--	--

Anexo N°6: Transcripción entrevistas



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN-Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria
FAREM-Estelí

Guía de entrevista inicial al propietario

Fecha: _____

Nombre del entrevistado: Gabino José Mairena

Introducción

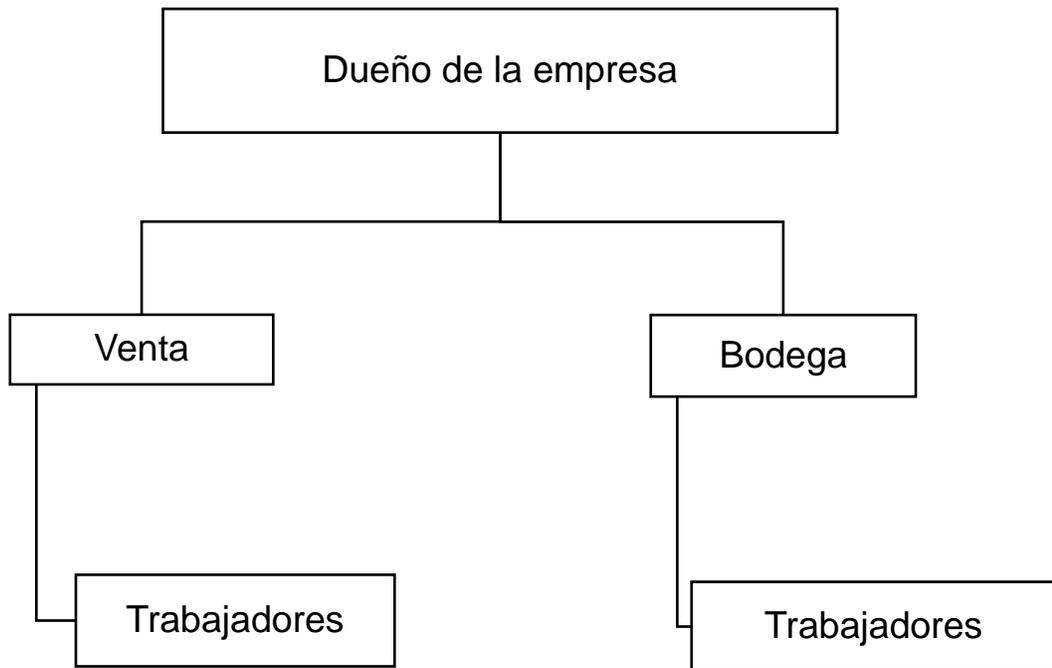
Somos estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Información de la FAREM-Estelí. Estamos realizando una investigación como forma de culminar nuestra carrera con la modalidad de Seminario de graduación. Por lo que le solicitamos su valioso apoyo contestando esta entrevista cuya información será de mucha importancia para el desarrollo de esta investigación.

Objetivo: Recopilar datos para conocer a grandes rasgos la empresa Repuestos Mairena Flores y su marco competitivo.

Entrevista inicial

Preguntas destinadas a conocer las distintas áreas de responsabilidad en la empresa y comprender los principales procesos de negocio (*)

1. ¿Cuál es la organización actual de la empresa?



2. ¿En qué áreas se divide la gestión de la empresa?

Las áreas que se dividen en ventas y bodega.

3. ¿Qué relación existe entre dichas áreas?

Las dos áreas se dedican a la venta de productos con la diferencia que bodega se encarga de las entregas a domicilio ya sea dentro de la ciudad o fuera en esta primera se factura y después se entre el producto.

4. ¿Cuáles son los procesos más importantes de la empresa y por qué?

Procesos llevados en administración ya que son los que determinan el rendimiento de la empresa

Cuestiones que tienen por objeto conocer los distintos productos y servicios de la empresa (*)

1. ¿Qué gama de productos ofrece?

Los productos que se ofrecen son repuestos de bicicletas y motos.

2. ¿Cuáles son los beneficios más valorados por el cliente?

- Calidad
- Buen precio
- Buen servicio
- Regalías por compras

3. ¿Cuáles son los que representan un mayor peso en la facturación/rentabilidad de la empresa

Lo que representa mayor peso de facturación son los repuestos de bicicletas ya que estas son los que tiene mayor demanda.

Preguntas que persiguen conocer la tipología de clientes y de los mercados atendidos por la empresa (*)

1. ¿Cuáles son los principales clientes de la empresa?

Los principales clientes son los mayoristas es decir los que también vende estos tipos de productos.

2. ¿Qué medios de comunicación se utiliza para relacionarse con sus clientes?

Los medios utilizados son teléfonos.

Cuestiones que tienen como objetivo conocer las variables del sector (competidores) y del entorno tienen un mayor grado de influencia en la marcha de la empresa (*)

4. ¿Cuáles son sus principales competidores?

-Proveedores

-Vendedores ambulantes

5. ¿Qué gama de productos ofrece la competencia?

Los mismos productos es decir repuestos de bicicletas y motos

6. ¿Qué canales de venta utilizan?

Utiliza publicidad es decir anuncio en radio, así como estrategias de regalía.

7. ¿Cómo afecta la regulación y el marco legislativo actualmente en vigor a su negocio?

No afecta.

8. ¿Cómo afectan los cambios tecnológicos a su sector?

No afecta.

9. ¿Qué factores sociodemográficos son las que más influyen en los resultados de su empresa?

Uno de los principales factores es la accesibilidad ya que el acceso a la empresa está en buen estado ya que esta adoquinada.

Guía de Autodiagnóstico Digital

Preguntas destinadas a conocer el grado de implantación y uso de las TICs en la empresa. Sí la afirmación es aplicable a la empresa, marque con una X. En caso contrario, dejarlo en blanco

1. ¿Qué Tecnología de la información y comunicación está utilizando en su empresa?

Tipo de TIC	Si
Teléfono (móvil, fijo)	X
Otros servicios de comunicación personal (fax, ...)	
Ordenadores de escritorio	X
Ordenadores portátiles	
Red local	
Internet	X
Correo electrónico	X

2. ¿Está su organización preparada para el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación?

Ítems	Sí
Conoce y entiende las ventajas de las TICs para el negocio.	X
Utiliza de forma habitual el PC para realizar su trabajo.	X
Utiliza de forma habitual internet y/o el correo electrónico para realizar su trabajo.	X
Los empleados disponen de la tecnología necesaria para realizar su trabajo de manera óptima.	
Los clientes o proveedores les piden que utilicen internet o el correo electrónico como herramienta de trabajo con ellos.	X

3. ¿Cómo se utilizan en su empresa las Tecnologías de la Información y Comunicación en las relaciones con los siguientes agentes?

Clientes		Si
1	Utiliza el teléfono y correo electrónico para comunicarse con los clientes.	X
2	Los empleados utilizan el correo electrónico para comunicarse con los clientes.	
3	Se utiliza Internet para obtener información de clientes y competidores.	X
4	Disponen de una página en Internet en la que hay información de la empresa y los productos/servicios que venden.	
5	Los clientes pueden realizar consultas enviando un correo electrónico desde una página de Internet.	
6	Existen sistemas que emiten automáticamente las facturas en el momento de la venta, a partir de la información almacenada sobre productos y clientes.	
7	Los clientes pueden realizar su pedido a través de una página en Internet.	
8	La empresa es capaz de ofrecer productos distintos, o promociones adaptadas a las necesidades concretas de cada cliente particular, a partir de la información sobre anteriores visitas a la página de Internet.	

Proveedores		Sí
9	Utiliza el teléfono y fax para comunicarse con los proveedores.	X
10	Los empleados utilizan el correo electrónico para comunicarse con los proveedores	X
11	Utiliza Internet para la búsqueda de información sobre proveedores.	X
12	Dispone de sistemas de información para la gestión del almacén	

Empleados		Si
13	Disponen de PC's con acceso de procesadores de texto y hojas de cálculo.	
14	Utiliza el correo electrónico para comunicarse dentro de la empresa.	
15	La información de los empleados se encuentra en un sistema interno que les permite emitir automáticamente las nóminas.	
16	Los empleados disponen de herramientas TICs (videoconferencias, reuniones a través del ordenador, redes sociales).	X

Bancos, Administración		Sí
17	Utiliza el teléfono/fax para realizar las gestiones con la administración y los bancos.	
18	Dispone de aplicaciones de contabilidad.	X
19	Utiliza el correo electrónico para intercambiar información con sus asesores (fiscales, contables, etc.)	
20	Utiliza Internet como herramienta para obtener información sobre las fechas de liquidación de impuestos, nuevas normativas, formularios administrativos, etc.	
21	Realiza la declaración de impuestos (impuesto de sociedades, IAE, etc.) a través de la página web de las diferentes administraciones.	X
22	Los movimientos que se producen en otras áreas (ventas, compras, almacén...) son contabilizados automáticamente.	X

Priorización.

Enfoque del negocio.

Indique cuál es la prioridad del negocio. Usted debe decidir un solo enfoque, el que más se ajusta a las prioridades de su empresa. Lea con detenimiento las explicaciones que acompañan a cada enfoque. Puede que usted crea que hay más de un enfoque aplicable a su caso. Sin embargo, debe elegir sólo uno, aquel que considere que es su prioridad fundamental, marcándolo con una cruz.

¿Cuál es su prioridad en su negocio?

- **Reducción de costes** _____
 - Reducir el nivel de costes de producto actual.
 - Reducir el coste del proceso actual.
 - Reducir el tiempo de proceso.
- **Crecimiento** _____
 - Incorporar nuevos clientes al negocio.
 - Expandir la empresa en nuevos mercados
- **Diferenciación** X _____
 - Desarrollar nuevas tecnologías de proceso.
 - Entender mejor las necesidades de cliente.
 - Desarrollar nuevos productos/servicios.
 - Especializarme en un segmento de clientes.

Enfoque de relación

Como apoyo a la reflexión sobre el agente cuya relación le preocupa más mejorar a través de las TICs, le mostramos la siguiente tabla. Bajo cada agente aparecen una serie de preguntas. Le proponemos que reflexione sobre ellas y como resultado elija aquel o aquellos agentes en que el porcentaje de respuestas afirmativas sea mayor.

Cliente _____

1- ¿Gestiona muchas referencias de clientes?

Si claro

2- ¿Gestiona muchas ofertas y pedidos?

Si un 50% en por ciento entre las dos.

3- ¿Le preocupa mucho incrementar su número de clientes?

Si claro que porque de estos se aumenta las ventas y en si las ganancias.

4- ¿Qué grado de preparación tienen sus clientes en las tecnologías de la información y comunicación?

Eso lo desconozco.

5- Requiere el cliente que usted utilice tecnologías de la información y comunicación en sus relaciones.

Si claro para mejorar la comunicación de ellos.

Proveedor _____

1- ¿Su factura de compras representa un volumen importante respecto a sus ventas?

No porque estas van de la mano se hace las compras conforme a lo que soliciten en ventas.

2- ¿Dispone de un alto número de proveedores de los productos que oferta?

Si al menos se prioriza contar con 3 proveedores para algunos productos.

3- ¿Realiza un elevado número de pedidos de productos para vender en su negocio?

Si claro esto dependiendo de la demanda de los productos

Empleado _____

1- ¿Dispone de centros de trabajo dispersos geográficamente?

Si, con dos centros de trabajos.

2- ¿Es la comunicación entre los empleados una prioridad para el negocio?

Si porque mejora las condiciones laborales.

3- ¿Para poder realizar su trabajo es necesario que accedan a información actualizada de los productos en todo momento?

Claro si la información debe estar disponible pero además actualizada.

Guía de Entrevistas propietario



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
UNAN-Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria Estelí
FAREM-Estelí

Guía de Entrevista dirigida al propietario

Introducción:

Somos estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Información de la UNAN MANAGUA - FAREM-Estelí. Estamos realizando una investigación como forma de culminar nuestra carrera con la modalidad de Seminario de graduación. Por lo que le solicitamos su valioso apoyo contestando esta entrevista cuya información será de mucha importancia para el desarrollo de esta investigación.

Objetivo:

Caracterizar la empresa Repuestos Mairena Flores.

Datos Generales:

Fecha: 11 de octubre de 2016

Nombre y apellido: Gabino José Mairena

Profesión u oficio: Comerciante

Preguntas:

1. ¿Cómo surgió la empresa?

Surgió como una idea, pensando que era una forma de cómo ganarse la vida

2. ¿Cuándo dio inicio la empresa?

Septiembre de 1992

3. ¿Qué expectativas tenía en sus inicios y cómo lo proyecta en un futuro?

Estamos pensando en que siempre la tecnología es mejor

Lo que nos ofrece en tecnologías las empresas más grandes para que aprendamos para trabajar mejor

4. ¿Cuál es la visión de esta empresa?

Trabajar siempre para una buena necesidad de superarnos, salir adelante sabiendo trabajar y dar buen servicio a cada uno

5. ¿Con cuántos trabajadores inició y cuántos hay actualmente?

Iniciamos trabajando dos; otro y yo en la venta y entrega de productos

Actualmente trabajamos ocho y yo

6. ¿En qué áreas está organizada la empresa y qué función cumplen?

Está en dos partes en venta y bodega, se realizan entregas en los departamentos en Nueva Segovia, Matriz y Jinotega

7. ¿Qué tecnología utilizan los trabajadores para el desempeño de sus funciones?

Teléfono, calculadora

8. ¿Qué tipos de procesos se realizan en la empresa y cuál considera que debe mejorar?

Mejorar los precios, Mejorar el servicio y en las tecnologías también.

9. ¿Qué beneficios aportaría el buen aprovechamiento de las TICs para el crecimiento de su empresa?

Sabiendo que podemos crecer mucho en todo, sabiendo que la tecnología se puede superar

10. ¿Por qué es importante para usted como empresario que su personal esté debidamente capacitado en el uso de TICs?

Se mejora el trabajo y más rápido todo podemos hacerlo con los trabajadores enseñándoles.

11. ¿Cómo realiza el control interno de los empleados?

Se trabaja al día de 8am a 5pm, se paga con planilla y pagos semanales con cuatro trabajadores asegurados y se piensa seguir adelante para asegurar a más porque hay mejores servicios

12. ¿Qué productos oferta?

Repuestos de bicicletas, repuestos de motos.

13. ¿Las ventas realizadas en este año han aumentado o disminuido en relación a los años anteriores? ¿Puede indicar a qué factores lo relaciona?

Permanecen normales

14. ¿Cuál es el rango monetario aproximado de las ventas realizadas tanto en Estelí como en los demás departamentos? ¿Cómo lo considera?

En los departamentos 200 mil mensualmente, en Estelí 10 mil diarios

15. ¿Qué estrategias de publicidad ha utilizado para dar a conocer su empresa?

Visitar clientes y mostrarles los productos por computadora o WhatsApp

Regalamos camisetas, bicicletas para niño a lo que compran más y calcomanías

16. ¿De qué manera se comunica con sus clientes?

Teléfono, celular y de manera personal

17. ¿Cómo organizan la información? ¿Está disponible en tiempo y forma para tomar decisiones?

Con facturas membretadas de venta y compra

18. ¿Qué procedimiento utiliza para controlar las ventas?

Se controla a través de facturas, se factura todo lo que sale, en cuadernos y lo arqueamos en la tarde.

Guía de observación



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN-Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria
FAREM-Estelí

Guía de Observación

Introducción

Somos estudiantes de la carrera de Ingeniería en Sistemas de Información de la FAREM-Estelí. Estamos realizando una investigación como forma de culminar nuestra carrera con la modalidad de Seminario de graduación. Por lo que le solicitamos su autorización para realizar observaciones directas que están relacionadas con el uso de las TIC en la empresa que usted dirige, cuya información será de mucha importancia para el desarrollo de esta investigación.

Objetivo:

Verificar la organización de la información y las TICs en la empresa Repuestos Mairena Flores, Estelí

Lugar: Repuestos Mairena Flores, Estelí

Fecha: 11 de octubre de 2016

Nombre del observador: Yuriptza Montenegro Miranda

Objetivo específico: Determinar el estado de información dentro de la empresa					
Ítems	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Deficiente
Organización del inventario físico			✓		
Organización digital de inventario				✓	
Organización de la información manual				✓	
Disponibilidad de la información.				✓	

Lista de cotejo

Objetivo específico: Determinar herramientas tecnológicas utilizadas en la empresa		
Aspectos	Sí	No
Teléfono (móvil, fijo)	✓	
Computadoras de escritorio/portátiles		✓
Televisores	✓	
Correo electrónico		✓
Internet		✓
Red local		✓
Calculadoras manuales/electrónicas	✓	
Cajas registradoras		✓
Sonido y altavoces		✓
CDs/USB		✓
Cámaras		✓

Objetivo: Verificar la utilización de tecnologías en los diferentes procesos que realiza la empresa		
Aspectos	Sí	No
El proceso de ventas es efectuado haciendo uso de herramientas tecnológicas.	✓	
Utilizan el teléfono para la atención al cliente.	✓	
Hacen uso del correo electrónico para comunicarse con los clientes.		✓
Cuenta con publicidad de sus productos dentro de la empresa.	✓	
La publicidad la realizan haciendo uso de internet u otra herramienta tecnológica.		✓
Las facturas las emiten automáticamente.		✓
Los clientes hacen sus pedidos haciendo uso de teléfono y/o correo electrónico.	✓	

Realizan las compras de productos haciendo uso de herramientas tecnológicas (Teléfono /correo electrónico)	✓	
--	---	--

Anexo N° 7: Matriz reducción de Información

Guía de entrevistas aplicada a los colaboradores de la Empresa Repuestos Mairena Flores				
Ítems	Entrevistado1	Entrevistado2	Entrevistado3	Comentarios
1. ¿Qué funciones realiza dentro de la empresa?	Vendedor	Vendedor	Sacar mercadería con facturas.	
2. ¿Qué tipo de información necesita para realizar sus funciones?	Costo del producto a vender y el porcentaje de cada factura.	Precio del producto por mayor por docena al detalle, facturar, sacar mercadería.	Manejar facturas de productos.	
3. ¿Considera que esta información está correctamente actualizada y disponible en cualquier momento?	Si.	Sí, porque los precios se memorizan y las podemos facturar en cualquier momento.	Si, está perfectamente actualizada la información.	
4. ¿Qué dificultades se le presentan al realizar	Saber el tipo de repuestos que le	La mayor dificultad es el no tener un programa o sistema	La mayor dificultad es cuando las	Coinciden que las dificultades

Guía de entrevistas aplicada a los colaboradores de la Empresa Repuestos Mairena Flores

Ítems	Entrevistado1	Entrevistado2	Entrevistado3	Comentarios
sus funciones como trabajador?	pueda quedar a una moto.	actualizado para poder realizar las gestiones del negocio.	facturas son muy grandes	tienen relación con el acceso a la información
5. ¿Utiliza las TICs en para la realización de sus funciones? ¿Mencione cuáles y para qué?	El teléfono para hacer pedidos de productos y la calculadora para realizar cuentas de alguna compra.	El principal es el internet que por medio de teléfonos móviles se puede comprar y vender productos por ejemplo la red social WhatsApp para enviar imágenes a clientes de repuestos ya sea de motos o bicicletas.	Si, se utiliza el teléfono móvil usando la red social WhatsApp y los teléfonos convencionales.	La tecnología más utilizada por los colaboradores de la empresa son los Smartphone
6. ¿Cuáles son los beneficios del uso de TICs para realizar sus funciones?	Es una forma de agilizar más rápido el trabajo en la empresa.	Se puede comprar y vender productos con mayor facilidad y así se realiza mejor el trabajo.	Uno de los beneficios de las TICs es que ahora se puede comprar y	Coinciden que las tecnologías facilitan y agilizan los procesos tales

Guía de entrevistas aplicada a los colaboradores de la Empresa Repuestos Mairena Flores

Ítems	Entrevistado1	Entrevistado2	Entrevistado3	Comentarios
			vender mediante estas.	como venta y compra.
7. ¿Considera que las TICs que utiliza responde a sus necesidades dentro de la empresa? ¿Por qué?	Sí, porque se realiza más rápido el trabajo.	Sí, porque se facilita el trabajo y se hace menos dilatado el trabajo	Sí, porque se facilita las ventas de los productos de la empresa.	Concuerdan que la tecnología facilita el trabajo, siendo esta respuesta una necesidad.
8. ¿Considera que falta la incorporación de TICs dentro de la empresa? ¿Por qué?	Sí, porque se necesita investigar productos que no se conocen y herramientas nuevas.	Sí, porque las TICs son de gran beneficio para la empresa y no todas las tienen por ejemplo un teléfono móvil	No se necesita porque ya tenemos lo necesario en la empresa	

Guía de entrevistas aplicada a los colaboradores de la Empresa Repuestos Mairena Flores

Ítems	Entrevistado1	Entrevistado2	Entrevistado3	Comentarios
9. ¿Qué tipos de TICs considera que sería necesarias utilizar en la empresa?	Una computadora.	Una computadora con programas actualizados y computarizados para que faciliten las compras y ventas de productos para la empresa.	Una computadora.	Existen, pero solo el propietario las utiliza.
10. ¿Considera que las TICs son gran impacto en la empresa? ¿Por qué?	Sí, porque mejoran la calidad del trabajo.	Sí, porque estas facilitan el trabajo en la empresa ya que antes no se podían realizar los trabajos de manera computarizada y ahora nos facilitan las TICs este trabajo.	Si porque a través de las TICs se facilita el trabajo.	

Anexo N° 8: Carta propietario de la empresa

Estelí, 16 de noviembre de 2016

MSc. Marlene Rizo Rodríguez
Docente FAREM – Estelí

Mediante la presente hago constar que:

El grupo de trabajo conformado por Anielka Sofía Aguirre Aráuz, Gema Dolores Canales Espino y Yuriptza de Jesús Montenegro Miranda, ha presentado el Plan de integración de TICs, proponiendo las siguientes estrategias: Sistema transaccional (Sistema para el Control de Inventario), Sistema de archivo físico y digital, Acceso a los colaboradores a tecnologías como internet y computadora, Capacitación a los colaboradores en el uso de las herramientas TICs, Facebook empresarial, Utilización de medio audiovisual (Televisor)

Las cuales me ha sido de sumo interés, ya que facilita la implementación TICs en mi empresa y me gustaría implementar más de alguna para mejorar algunos procesos claves.

Sin más a que referirme se despide, muy cordialmente

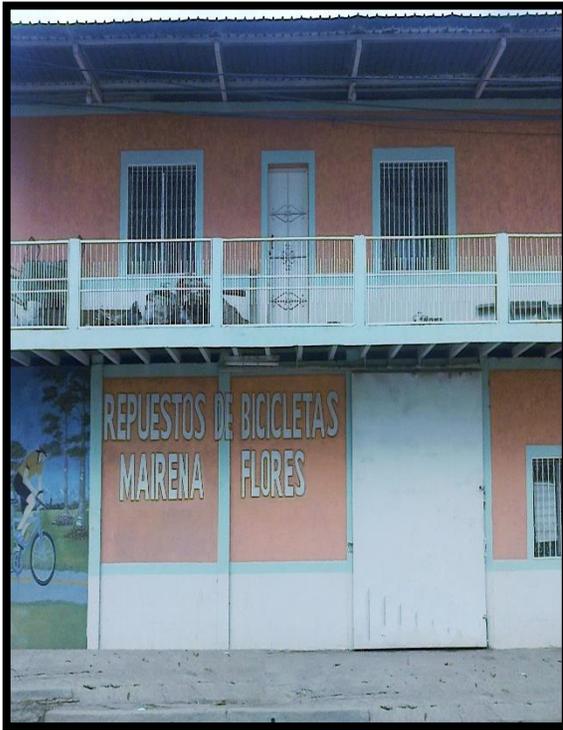


Gabino José Mairena

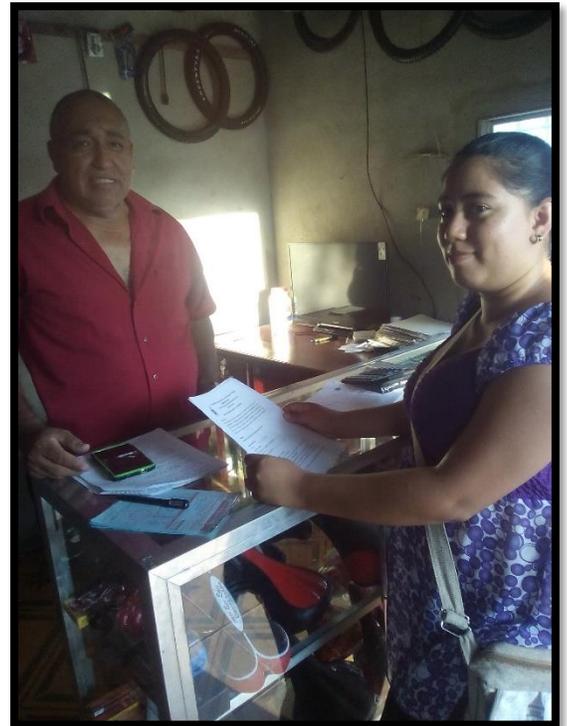
Propietario Repuestos Mairena Flores

Telf.: 88593913

Anexo N° 9: Fotos



Fachada de la Empresa Repuestos Mairena Flores



Entrevista al propietario



Entrevista al propietario



Entrevista a los colaboradores