



UNIVERSIDAD DE CUENCA

UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



“ANALISIS DE LA IMPORTANCIA DE LA APLICACIÓN DE TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACIÓN (TIC) EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS, ESTUDIO CASO: IMPORMAVIZ CIA. LTDA.”

TESIS PREVIA A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTORES: LUIS ALBERTO HEREDIA CORONEL
MARÍA LORENA PINOS PINOS

DIRECTOR: ING. WILSON FERNANDO CUEVA VERA

CUENCA – ECUADOR

2012 - 2013



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RESUMEN

El objetivo principal de este trabajo de tesis es exponer como ha influido en los procesos administrativos la utilización de las Tecnologías de Información y Comunicación, para lo cual analizaremos el caso de la importadora Impormaviz empresa que se dedica a la importación y comercialización de repuestos, lubricantes, llantas y aros.

Este trabajo se encuentra dividido en cuatro capítulos, en la primera parte definimos los conceptos utilizados para brindar al lector bases para su mejor comprensión, luego haremos referencia de cómo han influenciado las TIC's en los diferentes procesos administrativos que manejan las empresas públicas así como las privadas.

En el tercer capítulo analizaremos la importancia que han tenido las TIC's en el campo de la administración privada así como dentro de la empresa, para lo cual se ha tomado como referencia las actividades primarias y de apoyo de la cadena de valor, además se hace referencia a elementos tecnológicos que utilizan las empresas de características similares a la analizada en sus procesos administrativos con el objetivo de obtener utilidad para una posible implementación.

En el último capítulo en base al desarrollo de este trabajo plantearemos las conclusiones y recomendaciones con el objetivo de que estas sirvan como guía para el mejoramiento continuo de la empresa analizada, y como referencia para futuras investigaciones académicas.

Palabras claves: Análisis, importancia, aplicación, TIC, procesos administrativos, logística.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ABSTRACT

The main purpose of this thesis is to expose how the use of technology information and communication has influenced the administrative process. Therefore we'll analyze the case of the enterprise Impormaviz which is engaged in the import and marketing of spare parts such as lubricants tires and rims.

This work is divided into four chapters, In the first part we'll examine the concepts used to provide the reader basis for a better understanding, then we'll talk about how TIC's have influenced the different administrative processes that public companies manage as well as private.

The third chapter we'll analyze the importance that TIC's have in the private administrative field as well as within the company for which we have taken as a reference the primary activities and the support of the value chain. We'll also refer technological elements that businesses (companies) uses as similar characteristics to analyze their administrative processes with the aim to obtain utility for a possible implementation.

In the last chapter, based on the development of this work we'll plan conclusions and recommendations in order for these to serve as a guide for continuous improvement of the analyzed company and as a reference for future academic investigations.

Keywords: Analysis, importance, implementation, TIC, administrative processes, logistics.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Contenido

1. ANTECEDENTES Y COMPONENTES TEÓRICOS.....	13
1.1 Evolución de las Telecomunicaciones	13
1.1.1 Evolución de las Tecnologías de la Información y Comunicación	13
1.2 Empresa Impormaviz Cía. Ltda.	14
1.2.1 Cultura Organizacional	14
1.2.2 Productos Comercializados	16
1.3 Componentes Teóricos.....	16
1.3.1 Elementos Tecnológicos.....	16
1.3.2 Infraestructura de Comunicación	16
1.3.3 Procesos Administrativos.....	17
1.4 Objetivos de las TIC´S	17
1.5 Características de las TIC´S	18
1.6 TIC´S Situación Actual.....	18
2. ANALISIS GENERAL DE LAS TIC EN NUESTRO ENTORNO	22
2.1 Análisis General de las TIC's en la Administración Pública	22
2.1.1 Situación Actual del Ecuador	23
2.2 Análisis general de las TIC's en la Administración Privada.	23
2.2.1 Campos de Aplicación de TIC´s en la Administración Privada.	24
3. EVALUACION Y ANÁLISIS DE LAS TIC`S EN LA EMPRESA.....	32
3.1 Actividades Primarias	33
3.1.1 Logística de Entrada.....	33
3.1.2 Operaciones	35
3.1.3 Logística de Salida.....	37
3.1.4 Marketing y Ventas	40
3.1.5 Servicio Post-Venta	44
3.2 Actividades de Apoyo	45
3.2.1 Infraestructura Corporativa	46



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.2.2 Recursos Humanos	47
3.2.3 Desarrollo Tecnológico	51
3.2.4 Recursos Auxiliares	52
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	54
4.1 Conclusiones	54
4.2 Recomendaciones	56
ANEXOS	
BIBLIOGRAFIA	
DISEÑO	



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo MARIA LORENA PINOS PINOS, autor de la tesis "ANALISIS DE LA IMPORTANCIA DE LA APLICACIÓN DE TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACIÓN (TIC) EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS, ESTUDIO CASO: IMPORMAVIZ CIA. LTDA.", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniero Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 04 de diciembre de 2013

MARIA LORENA PINOS PINOS
0104232608

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, LUIS ALBERTO HEREDIA CORONEL, autor de la tesis "ANÁLISIS DE LA IMPORTANCIA DE LA APLICACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS, ESTUDIO CASO: IMPORMAVIZ CIA. LTDA.", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 04 de diciembre de 2013

LUIS ALBERTO HEREDIA CORONEL
0104165253

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo LUIS ALBERTO HEREDIA CORONEL, autor de la tesis "ANÁLISIS DE LA IMPORTANCIA DE LA APLICACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS, ESTUDIO CASO: IMPORMAVIZ CIA. LTDA.", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniero Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 04 de diciembre de 2013

LUIS ALBERTO HEREDIA CORONEL
0104165253

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, MARIA LORENA PINOS PINOS, autor de la tesis "ANALISIS DE LA IMPORTANCIA DE LA APLICACIÓN DE TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACIÓN (TIC) EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS, ESTUDIO CASO: IMPORMAVIZ CIA. LTDA.", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 04 de diciembre de 2013

MARIA LORENA PINOS PINOS
0104232608

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DEDICATORIA

Esta tesis la dedico a ti Mi dios, por haberme dado la salud, inteligencia, fortaleza, sabiduría, paciencia y perseverancia necesaria para salir adelante y por ser mi guía en el camino hacia la culminación de mi carrera, a ti debo todo lo que soy y seré.

Este logro se lo dedico con todo mi corazón a mi madre Inés Coronel, quien con sacrificio, esfuerzo y dedicación me ha brindado una buena educación, gracias por darme comprensión y tener fe y confianza en mí.

A mis hermanas Aurora, Yolanda, Norma y en especial a Carmita, que con sus consejos han estado allí apoyándome.

A mis sobrinos, este logro se los dedico para que en un futuro les sirva de ejemplo e inspiración para lograr todo lo que se propongan.

A toda mi familia que me ayudaron de una u otra manera en cada momento de mi vida, este éxito se los dedico.

Luis Heredia



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, me dio fuerzas para seguir adelante y no desmayar ante los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades.

A mis Padres Gustavo y Elvia por estar en los momentos más importantes de mi vida, por ser el ejemplo para seguir adelante y por los consejos que han sido de gran ayuda para mi vida y crecimiento.

A mi hermano Andrés por enseñarme a salir adelante, por estar ahí cada vez que te necesito, por su paciencia y afecto que siempre ha tenido.

A mi hija Romina quien ha sido mi mayor motivación para nunca rendirme en los estudios y poder llegar a ser un ejemplo para ella.

Lorena Pinos



UNIVERSIDAD DE CUENCA

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a Dios con toda el alma por brindarnos la inteligencia y sabiduría para poder formarnos como profesionales, ya que es muy importante superarnos en esta etapa de la vida.

Al personal de la empresa Impormaviz, por habernos brindado su valiosa colaboración y en especial al Sr. Mario Vizñay quien nos ayudó a obtener la información necesaria y nos presto su ayuda.

Al Ing. Wilson Cueva, Director en nuestro tema de tesis, por haber depositado su confianza en nosotros y darnos la iniciativa para la elaboración de este trabajo.

Luis Alberto Heredia Coronel

Maria Lorena Pinos Pinos



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPÍTULO I

1. ANTECEDENTES Y COMPONENTES TEÓRICOS

1.1 Evolución de las Telecomunicaciones

Las telecomunicaciones inician a mediados del siglo XIX con la creación del telégrafo, que permitía enviar y recibir mensajes a través de tonos largos y cortos, a esto se le conoce con el nombre de clave Morse. Luego la creación del teléfono con el que se podía mantener un contacto mediante la voz

El siguiente invento fue el modem que permitía transmitir datos de una computadora a otros dispositivos. En los años 60 se desarrolla la informática gracias al uso del satélite. A finales de los 70 las personas podían conectarse en distintas partes del mundo debido a la aparición de las redes de computadoras.

En el año de 1980 en base a la creación de los ordenadores personales se da el desarrollo de las redes digitales, lo que impulso la aparición del Internet convirtiéndose en el principal instrumento de las TIC, para que a principios del siglo XXI aparezcan las redes inalámbricas que han facilitado la comunicación y la obtención de información.

1.1.1 Evolución de las Tecnologías de la Información y Comunicación

En los últimos años, el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) han hecho más presencia en las actividades cotidianas que realiza el ser humano ya sea en medios escritos como la prensa u otros como la radio, la televisión y la red mundial, estos se han incrementado de manera significativa. El medio más usado en la sociedad es el internet puesto que nos podemos comunicar todos los días del año y a cualquier hora.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.2 Empresa Impormaviz Cía. Ltda.

Nace como un Taller Mecánico en el año 1975 el cual solo arreglaba carros de maquinaria pesada, sus fundadores fueron el Sr. Mario Vizñay y la Sra. Lucia Merchán, con el transcurso de los años el taller va creciendo de manera acelerada, viendo la necesidad de importar repuestos para el arreglo de los vehículos, deciden crear en el año 2002 la empresa Impormaviz Cía. Ltda. Con el objetivo de ofrecer repuestos importados de inmejorable calidad además de lubricantes, neumáticos y aros. La principal característica de esta empresa es satisfacer a sus clientes con un trabajo de calidad.

La Empresa Impormaviz Cía. Ltda. está ubicada en la calle Antisana 9-92 y Cajas, donde funcionan sus oficinas administrativas y bodegas de sus productos. La empresa comenzó con dos empleados y en la actualidad cuenta con 20 empleados.

Los departamentos que posee la Empresa son: Departamento Administrativo, Departamento Financiero y Departamento de Comercialización cada uno con sus respectivas subdivisiones que los detallaremos en el Anexo 1.

El Gerente General es el Sr. Mario Vizñay, está a cargo 37 años y es quien ha puesto su talento y empeño para que la empresa crezca constantemente.

1.2.1 Cultura Organizacional

1.2.1.1 Visión

“Ser una empresa innovadora en el mercado automotriz, garantizar excelencia en el servicio con profesionales que enmarcados dentro de los mejores principios éticos y morales lideren con excelencia y dedicación la empresa”.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.2.1.2 Misión

“Servir al transporte Ecuatoriano con responsabilidad y eficiencia, ofreciendo repuestos importados de inmejorable calidad, con la firme convicción de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, motivados siempre en el crecimiento y desarrollo del país”.

1.2.1.3 Objetivos

- Ofrecer un servicio de calidad en la distribución, venta y reparación de vehículos.
- Cumplir y superar las expectativas de nuestros clientes a través de un buen servicio.
- Capacitar a nuestro personal en forma continua, para que den un servicio de calidad y excelencia.

1.2.1.4 Valores

▪ **Mejoramiento continuo**

La actualización permanente de habilidades y conocimientos del personal es fundamental en la empresa Impormaviz Cía. Ltda. puesto que siempre hay que cumplir las exigencias de nuestros clientes.

• **Gestión de la comunicación interna**

La empresa realiza una gestión eficiente que permite asegurar la fluidez de información, ya sea desde la Alta Dirección al resto de la empresa, y viceversa, logrando conocer la opinión de proveedores y clientes y transmitir esta información a todas las áreas de la empresa.

• **Gestión eficiente de la seguridad laboral**

La capacitación permanente a los empleados, en torno a la seguridad laboral forma parte de la estrategia en recursos humanos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- **Retribuciones en base al desempeño**

La empresa aprecia los empleados comprometidos con la empresa, estos son retribuidos con ascensos, liderazgo de proyectos más importantes, beneficios o a través del salario, si cumplen los objetivos planteados.

1.2.2 Productos Comercializados

La actividad principal de la Empresa Impormaviz Cía. Ltda. es la distribución de repuestos, lubricantes y aros, los cuales se importa de distintas partes del mundo y lo detallaremos en el anexo 2.

1.3 Componentes Teóricos

Existen varios factores relacionados con la tecnología que explican la convergencia de la Electrónica, la Informática y las Telecomunicaciones en las TIC. Pero todos se derivan de tres elementos fundamentales.

1.3.1 Elementos Tecnológicos

En un sistema los elementos tecnológicos constituyen parte fundamental, ya que de esto dependerá su existencia y la capacidad para reproducir información. Entre ellos tenemos:

- **Hardware**, son componentes tangibles que permiten adquirir la información y presentarla, sean estos datos, imágenes o videos, mediante el uso de dispositivos como tarjetas de sonido y tarjetas graficas.
- **Software**, es la información que se transmite al hardware en códigos, para que este la procese y la ejecute.

1.3.2 Infraestructura de Comunicación

Las infraestructuras de telecomunicaciones son las encargadas de transportar la información desde un punto a otro mediante el uso de varios equipos, medios de acceso y transmisión. Proporcionan la capacidad que es necesaria para que la



UNIVERSIDAD DE CUENCA

comunicación se pueda mantener, ya sea en forma de voz, datos o imágenes. Para que la comunicación se lleve a cabo es necesario disponer de acceso a la red de comunicación, que la información sea transportada por medio de cables, señales u ondas y que el emisor y receptor estén comunicados. Todo esto se basa en varios servicios y redes que requieren su interconexión.

1.3.3 Procesos Administrativos

Es el conjunto de pasos o etapas necesarias para que una actividad pueda ser llevada a cabo. Además se puede definir a este proceso como el conjunto de etapas interrelacionadas para que la administración se pueda llevar a cabo.

Este proceso está constituido por actividades de planificación, organización, dirección y control.

1.4 Objetivos de las TIC´S

Estas tecnologías tienen como objetivo reducir la duda o inseguridad que se tiene en cuanto al manejo de la empresa así como en la toma de decisiones para que estas puedan ser mejoradas.

La influencia que tienen las tecnologías sobre las actividades que desarrollan las empresas ha hecho que sea indispensable para todos los sectores económicos. Los objetivos de estas son:

- Permitir que las personas ingresen a los servicios desde cualquier lugar.
- Proveer de información a bajos costos.
- Lograr la automatización de las actividades que se desarrollan en la empresa.
- Permitir que la comunicación y el intercambio de datos sea de forma inmediata y que esta se pueda dar ente personas y empresas en cualquier parte del mundo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.5 Características de las TIC´S

Entre las características de las Tecnologías de Información y Comunicación que más sobresalen, según Cabero, se pueden mencionar: la inmaterialidad, interactividad, instantaneidad, innovación, elevados parámetros de calidad de imagen y sonido, digitalización, influencia sobre los procesos más que sobre los productos, interconexión, tendencia a la automatización y presentación en todos los sectores de una sociedad.¹ Las mismas que serán descritas en el Anexo 3.

1.6 TIC´S Situación Actual

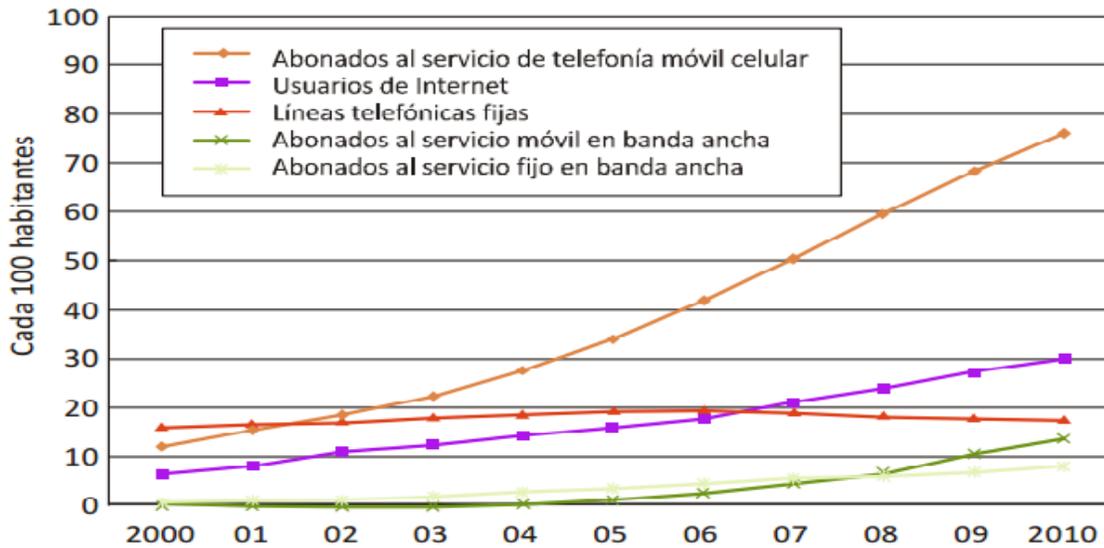
Hay que destacar el continuo crecimiento que han experimentado las TIC´S, pero también indicar la desigualdad tanto geográfica como económica con el que está ocurriendo. El incremento constante del uso de tecnologías en la sociedad, nos demuestra el impacto que está teniendo en la evolución de cada una de las actividades económicas.

¹ Cabero, J. (2000). "Las nuevas tecnologías al servicio del desarrollo en la universidad: las teleuniversidades". en rosales, C.: Innovacion en la Universidad. Santiago de Compostela, NINO.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Grafico 1: Desarrollo mundial de las TIC's 2000 - 2010



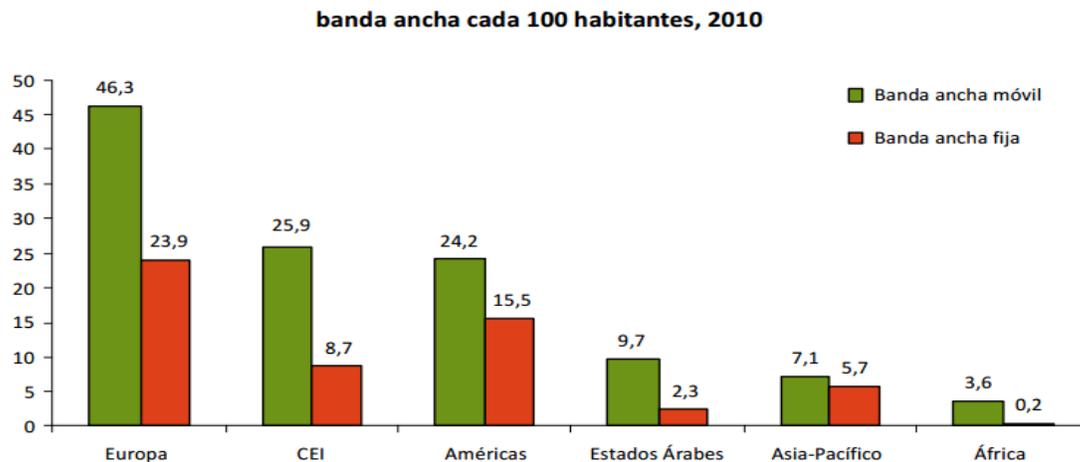
Fuente: Base de datos de la UIT sobre Indicadores mundiales de las telecomunicaciones/TIC.

Podemos observar en el grafico que el crecimiento de la telefonía fija se ha interrumpido y los abonados a la telefonía móvil han aumentado notablemente. Aunque los mercados móviles consolidados están llegando al punto de saturación, el número de abonados a los servicios inalámbricos sigue creciendo en los países en desarrollo. Aunque el índice de penetración de los servicios móviles de banda ancha en los países en desarrollo era de 5,4 abonados por cada 100 habitantes, en el mundo desarrollado este índice es casi 10 veces superior, situándose en 51,5 por cada 100 habitantes.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Grafico 2: Usuarios y abonos TIC's, 2010



Fuente: Base de datos sde la UIT sobre indicadores mundiales de las telecomunicaciones/TIC.

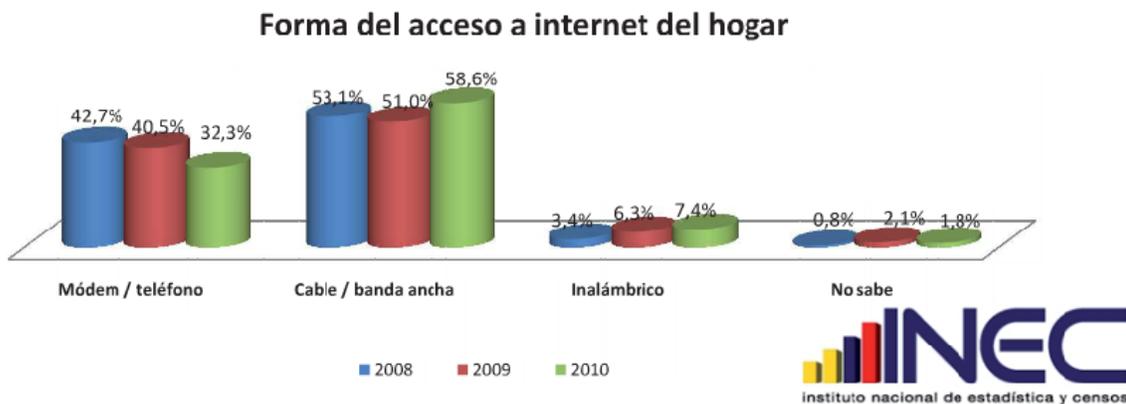
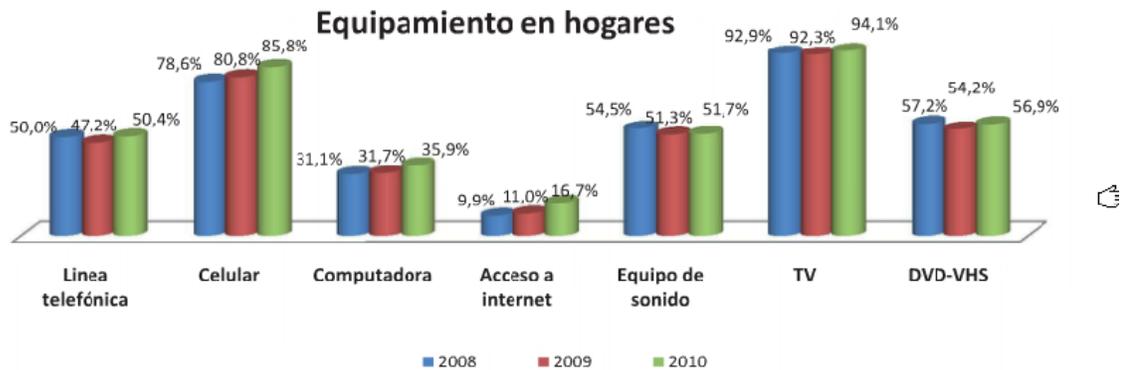
Los países en desarrollo siguen estando a la zaga en lo tocante a la banda ancha fija (alámbrica), pues el número limitado de líneas telefónicas fijas frena el acceso a la banda ancha. Aunque el número de abonados va en aumento, la tasa de penetración estimada de menos del 1% es ilustrativa de las dificultades que siguen habiendo para aumentar el acceso a alta velocidad y de gran capacidad a Internet en la región. La marcada disparidad entre los países desarrollados y en desarrollo en cuanto a los niveles de penetración de la banda ancha y las tasas de acceso a Internet ilustran aún más la necesidad de garantizar que los países en desarrollo no queden excluidos de la sociedad de la información digital.

Una de las tendencias más notables tiene que ver con la forma en que las TIC han transformado la comunicación de las personas. Por otra parte, las aplicaciones móviles, incluidos los servicios web, han contribuido considerablemente a modificar la experiencia de los usuarios en línea. Aparte de sus aplicaciones comerciales, las aplicaciones móviles (servicios bancarios) pueden tener un efecto de amplio alcance en la capacidad de las poblaciones rurales e indigentes de los países en desarrollo para participar en la economía.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Gráfico 3: Acceso a elementos TIC's en el Ecuador



Este último gráfico que es resultado de un estudio realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos nos demuestra que nuestro país, en comparación a otros de la región y el mundo, tiene algunos elementos en los que falta mejorar como son líneas telefónicas, computadoras y acceso a internet.

El proceso de expansión de la tecnología se da a largo plazo, y de cierto modo el estado y gobiernos seccionales han generado políticas con las que ha permitido iniciar con este proceso, el que nos llevará hacia una sociedad de información equitativa facilitando a la ciudadanía el acceso a las diferentes tecnologías.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO II

2. ANALISIS GENERAL DE LAS TIC EN NUESTRO ENTORNO

El uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en la administración es una necesidad del siglo XXI, las TIC son una herramienta que mejora la productividad y simplificación de los diferentes procesos que se dan en las organizaciones.

Desde sus inicios han causado un gran impacto en la forma como las personas interactúan entre sí, provocando un cambio en las costumbres es decir paso de ser una sociedad limitada a una sociedad global gracias a las TIC, estas hacen posible conectarse o contactarse con personas de cualquier parte del mundo en solo unos instantes, y compartir información de tipo laboral, educativo, recreativo, personal, etc.

Las TIC's agregan valor a las actividades operacionales y de gestión tanto en las empresas Públicas como Privadas y permite obtener ventajas competitivas y permanencia en el mercado.

2.1 Análisis General de las TIC's en la Administración Pública

El Estado cumple un papel muy importante en los cambios que ocurra en un país, debido a que ellos tienen acceso a información confidencial de las personas o empresas. Cada vez la sociedad quiere mejores servicios exigiendo la transparencia en las actividades que realizan los servidores del sector público.

Avanzar hacia el uso de las TIC en las instituciones gubernamentales ha traído muchos beneficios para las personas, pudiendo calificar de forma cualitativa los servicios que se les brinda, aumentando la eficiencia y eficacia de la gestión pública.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.1.1 Situación Actual del Ecuador

El Ecuador ha avanzado mucho en la llamada Administración Electrónica, creemos que desde el sector público se ha realizado un esfuerzo en el desarrollo de las tecnologías que lo detallaremos en el Anexo 4. El reto ahora es que las personas lo utilicen de una manera productiva. Sin embargo las personas aún no aprovechan todas las ventajas que esta ofrece.

El uso de las TIC en el sector público significa un ahorro, es decir equidad y eficiencia, la finalidad principal de la tecnología es mejorar los servicios y crear otros nuevos para la comodidad de los usuarios.

Importancia del Gobierno Electrónico

La importancia del Gobierno electrónico se debe al avance acelerado de las tecnologías de información, puesto que hoy en día el Estado exige y obliga a las entidades públicas que estén a la par de la tecnología para brindar un mejor servicio a los usuarios dando como resultado un trabajo proactivo y eficiente

2.2 Análisis general de las TIC's en la Administración Privada.

La incidencia que tienen las Tecnologías de Información y Comunicación en la eficiencia y productividad de las empresas se ven reflejadas en el desempeño de su labor económica y en los impactos positivos y notables dentro de esta, estamos hablando por tanto de que con estas tecnologías se ha logrado llegar a mercados que sin ellas no hubiese sido posible.

Hay que tener en cuenta que las tecnologías más modernas son las que muestran un mayor impacto en este ámbito económico, entre las que tenemos se encuentran el internet, la telefonía móvil y las redes de comunicación de datos.

El entorno empresarial se encuentra en un proceso de cambio constante a causa del desarrollo de aplicaciones tecnológicas nuevas. Esto a causa del desarrollo de



UNIVERSIDAD DE CUENCA

sistemas y elementos tecnológicos que tienen aplicaciones que requieren de internet para su funcionamiento, lo que conlleva a un proceso al que las empresas no deben permanecer ajenas, tratando de mantener una gestión adecuada de los mecanismos e instrumentos necesarios que permitan a la empresa ofrecer un mayor valor.

2.2.1 Campos de Aplicación de TIC's en la Administración Privada.

Hoy en día vemos a las TIC's como una herramienta fundamental en las empresas, esto a causa del entorno competitivo en que estas se desarrollan, teniendo que buscar nuevas formas de crear mayor valor agregado para conseguir un mejor desempeño en los procesos internos logrando con esto una administración eficaz, eficiente y económica.

La forma en que se realizan las actividades de producción de valor esta cambiando, esto a causa de que en cada una de las áreas de esta cadena vemos la influencia de tecnologías de información, con lo que se puede explicar el valor estratégico que estas han adquirido haciéndolas diferentes a tecnologías aplicadas por otras empresas.

Las TIC's generan herramientas innovadoras y rentables para las empresas permitiendo obtener ventajas competitivas de acuerdo al grado en que estas se apliquen a cada una de sus actividades, es así que para poder desarrollar un análisis es necesario disponer de un marco de referencia que nos permita caracterizar la actividad de lo que entendemos por empresa y a esto resulta muy útil la aplicación del modelo de la cadena de valor de Michael Porter.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Grafico 4: Cadena de valor de Michael Porter



El concepto de cadena de producción de valor transforma las actividades que realizan normalmente las empresas en actividades tecnológicas y económicamente distintas.

Estas actividades se clasifican en nueve categorías. Las actividades relacionadas con la elaboración del producto, comercialización y entrega de este, así como las que tienen que ver con el mercadeo y servicio postventa son denominadas actividades primarias. Las actividades que complementan a las anteriores proveyendo de infraestructura y factores de producción para el funcionamiento de esta cadena se denominan actividades de apoyo.

Actividades Primarias:

- Logística de Entrada
- Operaciones
- Logística de Salida
- Marketing y Ventas
- Servicio Postventa

Actividades de Apoyo:

- Compras



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Desarrollo de Tecnologías
- Gestión de Recursos Humanos
- Infraestructura de la Empresa

Explicaremos las herramientas TIC's basándonos en los procesos desarrollados en cada una de estas actividades, permitiendo mejorar los mismos para cumplir los requerimientos del cliente y alcanzar un mejor desempeño de la empresa.

ACTIVIDADES PRIMARIAS

1. Logística de Entrada

La administración de inventarios en empresas comerciales es muy importante, es por ello que se debe prestar mayor atención a los procesos de recepción, almacenamiento y control de inventarios lo que nos permitirá medir y controlar estas actividades, las mismas que son desarrolladas a lo largo de la cadena de suministro. Las empresas dan prioridad a elementos como:

Entregas a tiempo

Nivel de stock

Órdenes de compra

Seguimiento de envíos

Siendo uno de los elementos claves para el éxito de estas actividades el uso y precisión del manejo de información. Estos procesos pueden ayudar a cubrir las necesidades de los clientes, así como el uso de un sistema para el control de inventarios y la utilización de las redes de comunicación.

- **Sistema de Control de Inventarios**

Nos permite comprobar la cantidad de productos existentes en el almacén. Con este sistema podemos controlar el número de ítems disponibles permitiéndonos



UNIVERSIDAD DE CUENCA

anticipar escases de producto así como altos niveles de stock con lo que se llevara un control adecuado y actualizado de las necesidades de abastecimiento.

2. Operaciones

Esta actividad está relacionada con la aplicación de un Sistema para la Gestión de Almacenes (SGA), este programa contribuye al normal funcionamiento del almacén.

Un SGA además de identificar la ubicación de cada uno de los productos, se encarga de registrar los movimientos de las maquinarias optimizando el espacio de almacenaje así como de sus operarios y de las personas encargadas de manipular los artículos. Este sistema controla la mercadería que ingresa ya sea en materia prima o producto terminado, el almacenamiento y la distribución o venta del mismo.

3. Logística de Salida

Esta actividad constituye parte importante dentro de la cadena logística, ya que en base a esto la empresa lograra la satisfacción del cliente y con esto la consecución del objetivo que persigue la empresa.

Todas las actividades que se desarrollan en la empresa han sido mejoradas en base a estas tecnologías, ya que estos procesos permiten que departamentos que trabajaban de forma independiente hoy se relacionen, ya que con esta integración hay la posibilidad de manejar datos históricos de cada uno de los departamentos permitiéndonos analizarlos con el fin de mantener una cierta cantidad de productos en stock para poder satisfacer las necesidades de los clientes ofreciéndoles un servicio de calidad.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

4. Marketing y ventas

Hoy en día vemos que las actividades comerciales electrónicas así como la publicidad por internet se están convirtiendo en uno de los instrumentos más usados debido a que los proveedores de internet son más accesibles.

La mayoría de personas que cuentan con una conexión de internet utilizan este medio para realizar compras desde la comodidad de sus hogares.

En base a esto las empresas pueden aplicar estrategias que pueden ser mejoradas con el uso adecuado de herramientas TIC's.

Estrategias

- Operar un sitio web que permita a las personas obtener amplia información de los productos que comercializa la empresa.
- Hacer uso de una página para vender los productos directamente a los consumidores.
- Implementar instalaciones virtuales para mantener contacto con los consumidores y dar soporte después de la venta.
- Crear un link en el que se pueda realizar transferencias bancarias para facilitar el pago por la adquisición de la mercadería.

Marketing en Línea

Son enlaces interactivos que permiten la vinculación electrónica por parte de los clientes con las compañías. Existe una gran cantidad de información que se puede tener disponible de forma rápida, siendo esta muy fácil de manejar a la hora de navegar por la web y conocer más sobre los productos y sus características, además de poder adquirirlos a cualquier hora.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Comercio Electrónico

Esta herramienta permite a las empresas anunciar los productos o servicios que estas ofertan de forma electrónica, con la ventaja de que las personas que desean adquirirlos a más de obtener información puedan colocar pedidos con el uso de una tarjeta de crédito, transferencia bancaria o cualquier medio de pago electrónico.

5. Servicio Postventa

Esta área es considerada de poca influencia en la cadena de suministro, sin embargo en la actualidad este servicio es fundamental dentro de la empresa ya que después de realizar la venta se debe brindar un servicio de calidad ofreciendo instalación, soporte técnico y mantenimiento en el menor tiempo posible.

Todos estos servicios que se brindan después de la venta sirven para atraer a potenciales consumidores y nos permite mantener a los que tenemos, estas actividades no deben ser consideradas como un costo más bien de esto dependerá que la compañía pueda obtener ventajas competitivas.

La empresa debe disponer de un área que brinde atención al cliente en el caso de que éste desee realizar algún tipo de reclamo o plantear una queja, esta área deberá estar disponible para el público en un horario flexible y deberá contar con:

- Número telefónico, fax.
- Cuenta de correo electrónico, redes sociales, páginas web.

ACTIVIDADES DE APOYO

1. Compras

Hace referencia a la adquisición de insumos que serán usados en la cadena de valor de la empresa ya sean estas materias primas, productos terminados o la maquinaria necesaria para la transformación o transporte de dichos productos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Esta área es muy importante ya que se necesita proveer de recursos necesarios al menor tiempo posible con lo que obtendremos un mejor servicio al cliente.

2. Desarrollo de Tecnologías

Todas las actividades de la cadena de valor demuestran uso de tecnología. La mayoría de empresas hacen uso de las tecnologías en gran cantidad, empleándolas en actividades que están relacionadas con la preparación de pedidos, el transporte y tecnologías que se encuentran en el producto mismo y sus características.

El desarrollo tecnológico es considerado como actividades que se agrupan con el objetivo de mejorar el producto y el proceso. En todos los sectores industriales es importante ya que en base a esto se genera una ventaja competitiva.

3. Gestión de Recursos Humanos

El uso de herramientas tecnológicas para la gestión de recursos humanos ha tenido gran éxito en las empresas es por ello que se utilizan a la hora de realizar convocatorias laborales, pruebas de aptitud, selección, e inclusive para realizar capacitaciones, ya que no es necesario que el personal se encuentre en un lugar específico, pudiendo realizarlo desde la comodidad de su hogar.

El mantener el personal capacitado ayuda a incrementar sus habilidades así como su motivación y el costo en el que se tendría que incurrir en la realización de todas estas actividades sería considerable de no contar con ciertas herramientas tecnológicas.

4. Infraestructura de la Empresa

La infraestructura de la empresa está compuesta por la mayoría de actividades que se desarrollan dentro de esta, incluye aquellas que se encuentran en áreas administrativas como finanzas o contabilidad así como en las áreas que tienen



UNIVERSIDAD DE CUENCA

incidencia directa con el producto que puede ser en la adquisición o elaboración del mismo.

La infraestructura no debe ser considerado como un aspecto poco importante debido a que funciona básicamente como el soporte de toda la cadena de valor a mas que de esto dependerá la ventaja que tengamos sobre otras empresas.

Una apropiada administración de las herramientas de información puede contribuir de manera significativa a la reducción de costos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO III

3. EVALUACION Y ANÁLISIS DE LAS TIC`S EN LA EMPRESA

IMPORMAVIZ CÍA. LTDA.



En este capítulo trataremos de como las Tecnologías de la Información y Comunicación han aportado a los procesos administrativos de la empresa Impormaviz Cía. Ltda., como han influido en la administración así como en la manera de realizar sus actividades y procesos en diferentes áreas.

En base a los conceptos desarrollados en los capítulos anteriores y el análisis de las herramientas TIC´s utilizadas por la empresa que estamos analizando, podremos obtener una perspectiva más clara sobre los procesos que están siendo aplicados en la empresa y los resultados obtenidos por el uso de estas herramientas.

Este capítulo será desarrollado en función a los elementos de la cadena de valor, con el objetivo de resaltar la importancia que tienen las TIC´s dentro de los procesos administrativos, además de identificar en donde se localizan las áreas más beneficiadas por la utilización de esta herramientas al igual que en donde estas tecnologías no han sido aprovechadas en su totalidad.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.1 Actividades Primarias

Al analizar una empresa de carácter comercial, existen elementos de la cadena de valor que son desarrollados únicamente por la empresa proveedora que para este caso entre otros son Lubricantes Bizon, neumáticos Fireza y Doublestar, y que al tratarse de empresas productoras que desarrollan estas actividades, la empresa en la que basaremos nuestro estudio, ya no se verá inmersa en la utilización de recursos humanos y financieros, pero es muy importante el conocimiento que se obtenga de las actividades y procesos desarrollados por parte del productor ya que de esto dependerá que la empresa Impormaviz Cia. Ltda. efectúe las actividades primarias con la misma eficiencia y eficacia.

3.1.1 Logística de Entrada

Esta actividad es el primer elemento en la cadena de valor y conlleva diversos procesos que tienen que ser desarrollados de manera óptima, al ser una empresa comercial el objeto de análisis, nos encontramos en un escenario en el cual no se maneja este primer elemento, debido a que su proveedor es quien obtiene la materia prima y realiza todo el proceso que conlleva generar un producto terminado que será entregado y vendido a las distribuidoras como es el caso de la empresa Impormaviz.

Es importante tener conocimiento sobre alguno de los procesos que con influencia de las TIC's, maneja el proveedor, convirtiéndose en una ventaja para ellos y asegurando el normal desarrollo de las actividades de la empresa que estamos analizando, toda esta información adquirida sobre los procesos se ha obtenido gracias al vínculo que se ha establecido entre proveedor y cliente.

Estas empresas se manejan con especial cuidado a la hora de tratarse temas que tienen que ver con inventarios, debido a que es una de las áreas con mayor importancia son manejadas y controladas mediante software, el mismo que



UNIVERSIDAD DE CUENCA

permite mantener controles constantes sobre inventarios y nos alertara si es que este se encuentra en niveles críticos para realizar el abastecimiento.

- **Órdenes de Compra**

Las TIC's han agilizado los procesos de adquisición de los productos por parte de las empresas, en este caso Impormaviz puede realizar las órdenes de compra desde el centro de distribución en cuenca, los proveedores en Alemania, Brasil entre otros, reciben vía mail la solicitud, retorna la información por el mismo medio a los encargados de aprobarlo y se finaliza la compra.

Entre las herramientas más usadas está el teléfono móvil, correos electrónicos, portales web y redes sociales lo cual permite procesar los pedidos de compra, al hacer uso de estos medios, tanto las empresas Bizol, Firenze y Doublestar como sus proveedores reducen sus costos, y al darse esto se ve reflejado de igual manera en una reducción en el costo de compra por parte de la Importadora Impormaviz.



- **Control de Inventarios de Materias Primas y Suministros**

Como mencionamos anteriormente, la producción de las empresas proveedoras no puede detenerse por razones como la falta de materias primas o por falta de control de las existencias, es así que estas son monitoreadas mediante un



UNIVERSIDAD DE CUENCA

software que puede ser controlado desde cualquier lugar, asegurando el abastecimiento y normal funcionamiento del proceso productivo, y ya que todo esto está apoyado por plantas y equipos modernos y además una significativa inversión en investigación y desarrollo, aumenta la eficiencia de estos procesos obteniendo productos de calidad.

3.1.2 Operaciones

La producción como ya se menciona anteriormente le corresponde a la empresa proveedora, quienes gracias a la aplicación de tecnologías han logrado mejorar estos procesos productivos.

Esta área se ha visto beneficiada con el desarrollo de la tecnología, es así que la empresa productora del aceite Bizol cuenta con maquinarias controladas por ordenadores, que refuerzan y facilitan el proceso productivo, permiten la coordinación con otras áreas relacionadas con la producción y brindan información válida para realizar mejoras y con esto obtener un valor agregado.

Para un mejor entendimiento detallaremos el funcionamiento de algunas de ellas para aclarar la automatización de los procesos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Grafico 5: Líneas de Llenado



Con esta máquina se puede realizar el llenado de envases de plástico o de metal con un contenido de hasta 1.000 litros, siendo los más comunes los envases de 50 y 200 litros.

Este sistema representa lo último en tecnología para llenado, diseñada exclusivamente para el embotellado de aceites de alta calidad. El tanque de la llenadora está cerrado herméticamente, y en su interior se genera presión de aire comprimido.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Grafico 6: Posicionadores de botella



Grafico 7: Tapadoras



Posicionadores de botellas, sistema utilizado para el posicionamiento ordenado de botellas que permiten procesar envases de diferentes formas y tamaños, esta máquina permite cambiar de formato según el requerimiento de llenado sin la utilización de herramientas además de trabajar a su máxima capacidad sin dañar los envases. Estos posicionadores se combinan con los sistemas de orientación para que los envases se coloquen en la posición correcta para su llenado.

Tapadoras, ésta herramienta permite la aplicación de tapas de diferente dimensión, la misma que está configurada de acuerdo a los requerimientos de la línea de producción. Tapadoras en línea o rotativas que pueden alcanzar una velocidad de hasta 50.000 tapas/hora.

3.1.3 Logística de Salida

El instituto de logística del reino unido lo define como la colocación de recursos en relación con el tiempo.

Dentro de la empresa la distribución es un tema que se relaciona con diferentes áreas como mercadeo y a la utilización de recursos, entre otros, tecnológicos, personal calificado, transporte y maquinaria.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En este proceso el aporte de TIC's es muy importante dentro de la empresa es por ello que haremos referencia a las tecnologías que están siendo usadas para la distribución de productos a los clientes.

- **Distribución previa negociación.**

Este tipo de distribución es muy importante para la empresa ya que al tratarse de productos que son importados para luego comercializarlos a nivel nacional se debe considerar los costos en los que debería incurrir si se trasladara la mercadería desde el punto de desembarque hasta la empresa para luego seguir el proceso de distribución, es por esto que al momento de realizar el pedido a la empresa productora se toma en consideración, las ordenes que deben ser procesadas de acuerdo al monto de producto por despachar y a qué sector del país se deberá trasladar dicha mercadería.



El elemento TIC que utiliza la empresa es un dispositivo denominado PDA (personal digital assistant), el mismo que en un principio fue diseñado con características básicas de un organizador personal como lista de contactos, recordatorios, calendario y bloc de notas además de contar con una aplicación de reconocimiento de escritura, este dispositivo portátil cuenta con funciones similares a las de una computadora de escritorio.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Este dispositivo es utilizado en diferentes áreas entre ellas la de distribución de productos. Las funcionalidades en lo que respecta a distribución y gestión de ventas son las siguientes:

- Permite buscar y editar los documentos que están relacionados con la venta.
- Confirmar propuestas comerciales que se generan en la empresa.
- Control de precio, de inventarios y nivel de crédito.
- Creación de documentos para el proceso de ventas: pedidos, entregas, facturas, etc.
- Elaboración o modificación de condiciones comerciales que tienen relación con promociones, descuentos, regalos, etc.

Este elemento ha permitido mejorar la relación con los clientes, debido a que proporciona información referente a las órdenes de compra de tal forma que cuando se receipta la importación, como se tiene conocimiento de la cantidad de pedido por entregar, se traslada directamente a los diferentes almacenes situados en varios puntos del país logrando de esta forma reducir los inventarios, los tiempos de entrega y los costes totales de la logística.

- **Gestión de flotas y seguridad.**

Otro elemento usado por la empresa y que ayuda a la distribución del producto consiste en un sistema de gestión de flotas que con la aplicación de la tecnología GPRS (global position remote system) a la trazabilidad en el transporte, permite calcular la mejor ruta desde el punto de desembarque hasta los diferentes puntos de entrega, consiguiendo optimizar el tiempo además de permitir monitorear a los vehículos y mejorar la vigilancia. Esta aplicación que es controlada por el área de seguridad de la empresa permite controlar y gestionar los vehículos y reportar cualquier irregularidad.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Además del sistema de control que la empresa utiliza, cuenta con un sistema de monitoreo GPS-GPRS (global positioning systems) que reporta la ubicación del vehículo, permite tener el control del mismo y llevar registros de actividad. Este sistema de seguridad es instalado de forma oculta en un punto secreto del vehículo, permitiendo iniciar el rastreo en caso de robo, es fácil de usar y permite reducir las pérdidas.

3.1.4 Marketing y Ventas

Las empresas deben estar en donde los consumidores se encuentren. Y es por esto que se necesita de medios digitales para lograr la comunicación con el cliente, ya que estos manejan herramientas tecnológicas y demandan que las empresas también lo hagan.

Las compañías tienen que adaptarse a cambios que se presentan en los clientes y hacerlo a la misma velocidad, o de lo contrario nos quedaremos sin ellos. En este caso la empresa Impormaviz Cia. Ltda., transforma a medios digitales la forma tradicional de comunicarse, esto con la utilización de herramientas de marketing que permiten ventajas competitivas en esta área.

- **Marketing**

Marketing Producto: El análisis del producto y de sus características le corresponde a la empresa productora la misma que es la empresa proveedora de Impormaviz, sin embargo la información sobre estas características y el impacto que estas tienen en el mercado puede ser obtenido y canalizado a través de sus clientes distribuidores.

La empresa productora al tener ventas a nivel mundial necesita obtener información acerca del nivel de aceptación de estos elementos que son claves para un producto, la misma que es obtenida a través de varios medios entre ellos



UNIVERSIDAD DE CUENCA

el correo electrónico, encuestas en diferentes portales web, blogs y entornos para compartir recursos multimedia.

Todos estos entornos nos permiten almacenar recursos en internet, compartirlos con las demás personas y visualizarlos cuando exista la necesidad. Constituyen una gran fuente de información y espacios en donde se puede publicar contenidos para su difusión mundial.



Todos estos elementos son los que nos permiten identificar fortalezas y debilidades, analizar oportunidades que servirán para realizar correcciones que proyecten mejor al producto, es así que la empresa productora se basa en encuestas realizadas en estos medios en donde puede obtener la opinión de sus consumidores para tomar decisiones en lo que tiene que ver con las características del producto y nivel de aceptación, entre otros, información que se obtiene gracias a la retroalimentación con los mismos y sin duda la utilización de los servicios que brindan las TIC's ayudan a simplificar estos procesos. Abarca un gran número de informantes a un menor costo del que significaría la contratación de una empresa consultora para realizar este estudio.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Marketing Precio: La empresa con la ayuda de las telecomunicaciones recepta información que complementan a los datos obtenidos por los diferentes sistemas informáticos sobre la cantidad de productos requeridos por parte de los consumidores, la misma que es analizada y enviada mediante la utilización de la herramienta PDA, con lo cual se maneja información similar con el resto de empresas, permiten manejar información exacta e inmediata para la toma de decisiones en el caso que se presentara un escenario desfavorable en ventas, y así poder tomar estrategias en lo que tiene que ver con costos para enfrentarse a la competencia.

Marketing Plaza: Este punto hace referencia al lugar en donde se vende un producto, que no tiene que ver con lugares geográficos sino que también a diversas modalidades de negocios como pueden ser distribuidoras, supermercados y tiendas minoristas entre otros.

Impormaviz al manejar una base de datos con información de las ventas que se han realizado, puede realizar una estimación referente a las compras de cada cliente, para poder enfocarse en aumentar la eficiencia en ventas y en mejorar lo referente a mercadeo, logrando con esto la optimización de recursos económicos y tiempo, que sin la utilización de sistemas informáticos y de redes de comunicación no sería posible, obteniendo de forma efectiva datos y permitiendo procesar rápidamente los mismos, todo esto con la ayuda de la herramienta denominada PDA

Marketing Promoción: Las características que posee el producto son transmitidas por medio de promociones para que los clientes se vean motivados a comprarlos, siendo esto un mecanismo de transmisión de información para conseguir el objetivo planteado y poder incrementar las ventas.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Dar a conocer las promociones significa que la empresa va a incurrir en gastos, lo que se transmite en una disminución en el margen de ganancia, por lo tanto la empresa que estamos estudiando trata de reducir este costo por medio de la aplicación de tecnologías que permite alcanzar a un número mayor de personas con una menor inversión, entre las más utilizadas tenemos, llamadas telefónicas, correos electrónicos, mensajes de texto, facebook, etc. Con todo esto los costos por promoción se verán reducidos.

Marketing Publicidad: Los recursos humanos y materiales que se dedican a la publicidad son enormes siendo parte fundamental de nuestra sociedad, y consiste en atraer al consumidor por medio de diversos estímulos y la creatividad para poder reflejar los aspectos más destacados del producto ya que de esto depende el éxito que tenga una empresa.

La empresa que estamos analizando utiliza varios medios para desarrollar esta actividad, siendo fundamental el uso de recursos tecnológicos, ya que permite llegar a un mayor número de personas a costos más bajos que de los medios normalmente usados.

La empresa Impormaviz cuenta con medios de publicidad propios como:

Blogs: permite publicar los diferentes productos que comercializa la empresa y dar a conocer las características de los mismos, así como también brindar información a cerca de la empresa.

Correos electrónicos: además de ser una de las formas más amplias de comunicación con el cliente, es rápido, económico, eficiente y confiable. Su fácil manejo permite que clientes y comerciantes se sientan a gusto con sus ventajas.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Redes sociales: medio que en la actualidad va ganando terreno debido a su facilidad para comunicarnos, obtener información y la gran cobertura que este tiene.

3.1.5 Servicio Post-Venta

Hay que tener en consideración el trabajo que implica la venta de un producto, debiendo realizar controles que permitan obtener información para fortalecer los procesos utilizados en caso de tener aceptación, o para buscar soluciones y corregir las deficiencias del servicio brindado en caso de no lograr aceptación.

Es así que la empresa utiliza las siguientes herramientas TIC's para lograr estos objetivos.

Call-center: aunque el uso del teléfono se va reduciendo, este medio de contacto es el más apreciado por los clientes, ya que pueden hacer llegar sus comentarios y sugerencias, a la vez que permite obtener información del grado de satisfacción que se le ha proporcionado con el servicio, permitiendo mantener control sobre este y poder aplicar correctivos de ser necesario.

E-mail: este medio es usado por el cliente para realizar consultas a cerca del producto, es importante tener conocimiento sobre el motivo de su correo para que sea la persona indicada quien le brinde solución, es importante tener más información sobre el cliente que contacta para poder identificarlo con certeza.

Este canal de ayuda en línea es muy importante ya que permite al cliente obtener su respuesta de manera rápida a cualquier hora y lugar, convirtiéndose esto en un freno menos a su compra.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facebook y Twitter: las redes sociales en la actualidad es el medio de mayor uso debido a que este se encuentra en plena expansión, aquí los clientes encontraran respuestas a sus inquietudes.

Las conversaciones no se llevan a cabo únicamente entre los agentes de la empresa y el cliente, sino que pueden formar parte de esta conversación también otros seguidores de la marca.

Las redes sociales han revolucionado la forma en que la empresa se comunica con el cliente, debido a que es fácil de usar y tiene una gran capacidad de difusión que permite a los usuarios expresar su satisfacción con el producto, sus comentarios y sugerencias así como su inconformidad y desagrado.

Los encargados de manejar este medio son personas que tienen un alto nivel de conocimiento sobre los procesos, facilidad para relacionarse y están acostumbrados al lenguaje empleado en este canal.

Es fundamental dar respuesta a todas las preguntas que se han planteado en un periodo corto de tiempo, además debe ser lo suficientemente clara como para ser comprendida no solo por la persona que formulo la pregunta sino también por los demás usuarios que podrían tener similares inquietudes.

3.2 Actividades de Apoyo

Explicaremos como las TIC's han podido optimizar los procesos de las actividades de apoyo que posee la empresa IMPORMAVIZ CIA. LTDA. Como estas han fortalecido a la empresa en sus diferentes departamentos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.2.1 Infraestructura Corporativa

La Empresa Impormaviz Cia. Ltda. Ha fortalecido los procesos propios de su gestión corporativa esencialmente mediante el desarrollo y aplicación de sistemas informáticos, que apoyan a toda su cadena de valor es así que el sistema utilizado por la empresa es el NAF 4.7 que es una Base de Datos de Oracle, es un sistema informático que posee varios módulos utilizados por la empresa, en los que se recopila, procesa, almacena y entrega información para la toma de decisiones en los distintos departamento de la empresa. Los módulos que posee el sistema son los siguientes:

- Facturación
- Inventarios
- Cuentas por Pagar
- Cuentas por Cobrar
- Bancos
- Contabilidad
- Compras
- Presupuesto
- Sueldo y Salarios

Todos estos sistemas se interrelacionan entre sí los mismo que ayudan a la toma de decisiones en la alta dirección, estos módulos son utilizados por varias personas de la empresa y toda la información que suben tienen acceso los diferentes departamentos.

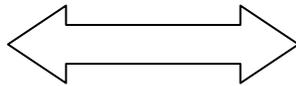
También un sistema que ha ayudado de gran manera a la empresa es el PDA, puesto que este envía de manera instantánea información a la Base de Datos de la empresa, logrando que se lleve un registro de todos los pedidos y ventas que se realicen en cualquier parte del país.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Grafico 8: Interconexión PDA – Computador

Trasmisión de datos



Este dispositivo facilita la conexión a internet desde cualquier lugar, permitiendo mantener actualizada la información de manera que se cuenta con la misma que se maneja en la empresa, esta actualización es importante ya que en base a esto se realizaran los pedidos y los requerimientos de inventario.

El manejar la información en varios dispositivos y de manera simultánea con la empresa, ayuda a mantener seguridad sobre la información ya que estos accesorios están propensos a caídas, perdidas o que sean robados.

3.2.2 Recursos Humanos

Este Departamento es muy importante ya que identifica las estratégicas, define los procesos requeridos para lograr los objetivos, analiza las competencias requeridas para las distintas áreas de trabajo, define e implementa los modelos de evaluación de desempeño del personal, a continuación vamos a mencionar algunos procesos en los que se ha utilizado la tecnología.

- **Reclutamiento**

En este caso la empresa utiliza medios escritos y portales web de empleo, estos son:

Convocatoria a personal por medios escritos, por medio de prensa escrita en la que se anuncia el empleo y se coloca una dirección de correo electrónico al cual



UNIVERSIDAD DE CUENCA

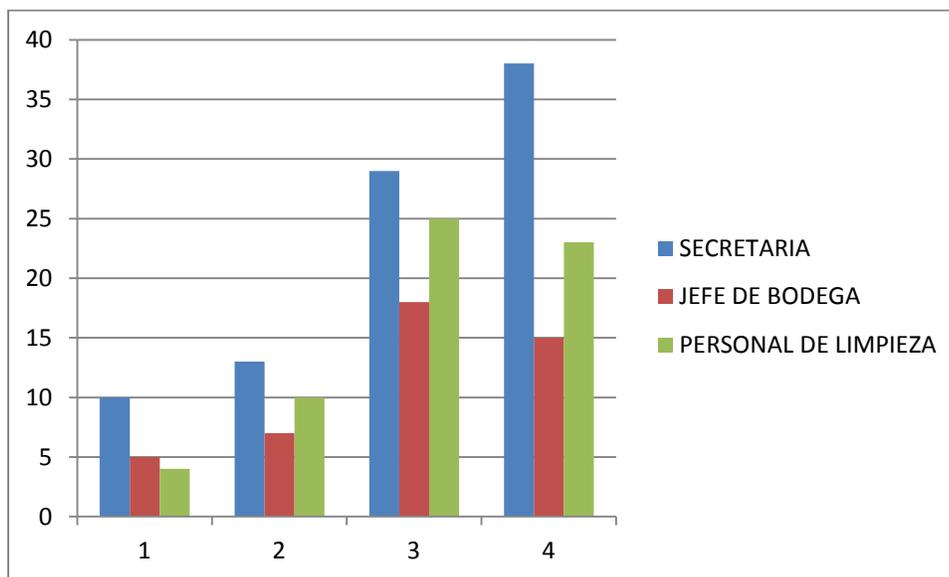
deben enviar sus currículos, de ahí el Jefe de RR.HH selecciona las mejores carpetas para realizar las entrevistas, esto es muy ventajoso puesto que tienen una base de datos de diferentes perfiles profesionales en sus archivos.

De esta manera podemos comparar lo que pasaba en las anteriores convocatorias de personal:

RECLUTAMIENTO DE PERSONAL				
CARGO	CONVOCATORIA			
	ENTREGA PERSONAL		ENVIO POR CORREO	
	12/06/2012	20/09/2012	11/02/2013	24/04/2013
SECRETARIA	10	13	29	38
JEFE DE BODEGA	5	7	18	15
PERSONAL DE LIMPIEZA	4	10	25	23

Grafico 9: Reclutamiento de Personal

POSTULANTES 2012 -2013





UNIVERSIDAD DE CUENCA

Podemos observar en el grafico como se ha incrementado el número de postulantes de manera considerable gracias a la utilización del correo electrónico, esto se debe a que es fácil de usar y optimiza el tiempo, reduciendo los costos operativos de los aspirantes.

Convocatoria a personal mediante portales de empleo de acceso web, la empresa utiliza el portal de Multitabajos para la recepción de sus currículos, el cual ha ayudado a tener una base de datos on-line para la empresa, obteniendo información permanentemente actualizada las 24 horas del día los 365 días del año a total disposición de la empresa según lo necesite.

- **Capacitación**

Las capacitaciones que se imparten son vía online, estas capacitaciones se las realiza trimestralmente colocando mayor énfasis al área de ventas, ellos tienen una conexión directa con sus proveedores del exterior, quienes les enseñan como utilizar los repuestos, beneficios que poseen cada producto, tienen una interacción directa puesto que si al momento de la capacitación tienen alguna pregunta o duda sobre el tema ellos les responden de manera inmediata ya que se las realiza mediante video llamada.

- **Control de Asistencia y Horas Extras**

Para llevar a cabo el control del personal se ha implementado un software informático, el mismo que lleva un registro de los trabajadores por medio de su huella digital, estos tendrán que registrarla previamente en el sistema de una computadora especifica que maneja una base de datos, para al momento en que el personal salga o ingrese de la empresa su marcación pueda ser reconocida mediante el lector de huellas.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

El software administrativo es un sistema que mediante un reloj digital genera una base de datos la misma que permite monitorear los movimientos de los trabajadores, además este sistema permite crear reportes de las entradas, atrasos, salidas, faltas, salidas antes de tiempo, permisos, y la elaboración de las horas extras.

- **Comunicación RR.HH Empleados**

Este es un tema de mucha importancia puesto que de la comunicación depende el éxito del ambiente laboral, el cual se lo realiza mediante vía telefónica, correo electrónico y personal.

El área de RR.HH tiene una conexión directa con el personal, ya que se le ha asignado una cuenta de correo electrónico interno de la empresa a cada persona, el cual sirve para comunicar a los empleados sobre capacitaciones, proyecto o información relevante para la empresa.

Esto ha logrado que entre el Jefe de RR.HH y el personal exista interacción óptima al momento de comunicar cualquier información.

- **Gestión de talento Humano**

La gestión del Talento Humano permite que la mayor parte de los empleados se relacione con la empresa en actividades como, evaluar el desempeño que trata de identificar el potencial y rendimiento de cada uno, ascensos, incentivos personales.

Para poder saber todo esto es muy importante implementar un sistema de planificación de recursos empresariales que permitirá obtener un registro actualizado de las actividades diarias de los empleados como son sus habilidades y destrezas al momento de desempeñar su trabajo, mas los resultados de las evaluaciones que se realizaran en la empresa, obteniendo un personal eficiente y productivo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.2.3 Desarrollo Tecnológico

El desarrollo tecnológico ha ido incrementándose de manera acelerada gracias al manejo de las TIC`s, las cuales han aportado sustancialmente en el progreso de Impormaviz Cía. Ltda.

Por una parte podemos hablar de que la empresa realiza sus pedidos por medio de un PDA el cual se conecta mediante un chip de red, es de mucha importancia porque se puede revisar el inventario que posee y si se tiene mercadería por entregar en cualquier ubicación que la persona se encuentre, dando como resultado una respuesta concisa al cliente al momento de su despacho con tiempos reales de entrega.

Además sus vehículos cuentan con un sistema de GPS-GPRS que ayuda a controlar la ubicación del carro, evitando así el mal uso del mismo y teniendo un control óptimo de las ubicaciones, despachos y seguridad de su mercadería.

Cuenta con un reloj digital el cual ha sido de gran ayuda para tener un mejor control de los empleados al momento de las entradas y salidas de la empresa, esto ha servido para que se reduzcan los atrasos que se tenía antes de la implementación de este sistema.

Todos estos sistemas son controlados por una persona que está a cargo, la misma que debe estar al tanto de la mínima cosa que suceda en el sistema para no provocar cuellos de botella al momento de la compra o venta de la mercadería, dando así reportes semanales a los distintos departamento de la empresa de lo que está sucediendo.

Esta persona es de entera confianza del dueño puesto que de acuerdo a la información que proporcione el mismo se tomaran las decisiones.

Gracias a la implementación de la TIC`s los procesos que se realizaba antes se han reducido de manera sorprendente, puesto que se ha dejado de utilizar registro



UNIVERSIDAD DE CUENCA

manuales para optar por un sistema óptimo al momento de realizar sus actividades dentro y fuera de la empresa.

3.2.4 Recursos Auxiliares

Durante el estudio de este capítulo, hemos visto que han ayudado de gran manera el uso de la TIC's en lo que se refiere a los recursos auxiliares, mediante la utilización de correos electrónicos, llamadas telefónicas y portales web.

Incide directamente en la compra de suministros de oficina puesto que el encargado que realiza todo esto lo hace por medio de un correo electrónico o una llamada telefónica para que el proveedor despache su pedido.

También otro recurso que ayuda las TIC's es la compra de Tickets aéreos que antes se los realizaba directamente en las agencias de viajes ahora se las compra mediante portales web de las diferentes aerolíneas, ahorrando costos operativos o accediendo a mayores descuentos.

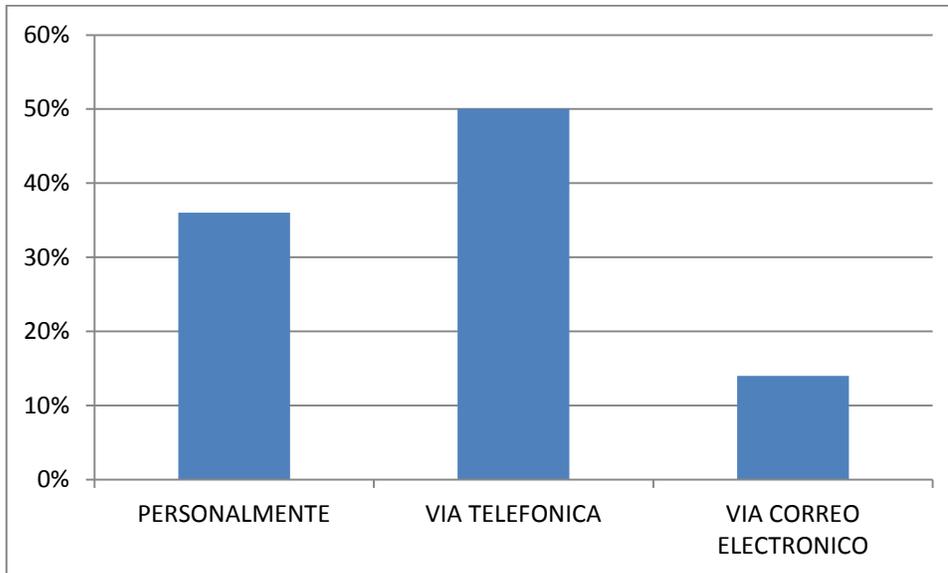
Otro recurso auxiliar que se utiliza es la reserva de hoteles al momento de viajes del personal, se lo realiza vía telefónica o mediante un correo electrónico.

COMPRA DE RECURSOS AUXILIARES	
PERSONALMENTE	36 %
VIA TELEFONICA	50 %
VIA CORREO ELECTRONICO	14 %



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Grafico 10: Compra de Recursos Auxiliares



Este grafico nos muestra que el personal realiza compras ya sea de forma personalizada y vía telefónica con más frecuencia que por correo lo cual nos indica que aun no están adaptados a un proceso tecnológico más rápido donde reduce los costes operativos al momento de realizar una compra.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- El aporte de las TIC en el desenvolvimiento de los empleados se refleja de manera significativa en los procesos administrativos y operativos permitiendo de esta manera que el trabajo sea más eficiente y óptimo.
- La gerencia sustentada en las TIC permite que la alta dirección pueda tomar decisiones de manera inmediata en las gestiones que realice, es decir en tiempo real.
- La utilización de las TIC ha fortalecido el nivel de comunicación de la alta dirección con los empleados, de esta manera se ha logrado un mejor trabajo en equipo.
- Estas tecnologías han proporcionado un valor agregado a la empresa, ya que han logrado comunicarse de una manera muy rápida con sus proveedores y al momento de tener alguna inquietud con respecto a algunos de sus productos ellos lo resuelven al instante, esto gracias a las videos llamadas que se realizan.
- Estas herramientas constituyen uno de los medios más adecuados para comunicarse con el exterior, es decir no tienen que visitar a la mayoría de sus clientes para realizar los pedidos porque mediante la WEB pueden recibir la información para posteriormente ser despachados.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Gracias a las TIC se puede tener un control del despacho de la mercadería a sus distintos clientes puesto que el GPRS, proporciona la ubicación de donde se encuentra el camión y el tiempo en que se demore la entrega de la misma.
- Actúan como factor socializador en la empresa, ya que por medio del correo de la empresa los empleados están al tanto de información relevante que suceda, permitiendo una comunicación continua en todas las áreas de trabajo.
- La implementación del reloj digital ha mejorado el cumplimiento del personal en el momento de llegada y salida, teniendo de manera exacta un registro de marcaciones de todo el personal.
- Se ha logrado tener un registro óptimo de inventarios puesto que mediante el sistema informático que se maneja se refleja cuanta mercadería hay existente en las bodegas.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

4.2 Recomendaciones

- Las TIC's deben formar parte de las políticas empresariales, ya que solo así se podrá alcanzar un crecimiento económico sostenido, es decir, ofrecer un mejor servicio y optimizar los recursos a utilizar para poder ser competitivos.
- Potenciar la formación funcional en las empresas (Gestión de Almacenes, Transportes, Inventarios, etc.) con la intención de que los trabajadores conozcan los procesos de negocio de su sector y el impacto de su trabajo directo en el resto de la cadena de valor.
- Es necesario capacitar y formar a los empleados, ya que el uso de las TIC's no es sólo un incentivo para ellos, sino que se convierte en una herramienta necesaria para su productividad y para el rendimiento de su trabajo.
- Para el transporte de mercaderías dentro del almacén, recomendamos a la empresa la implementación del sistema AGV (Automatic Guided vehicle), que es un sistema orientado a vehículos que permite realizar tareas de transporte sin precisar del manejo directo de una persona.
- Para la distribución recomendamos la implementación de un sistema de planificación de rutas para las operaciones de entrega, lo que consiste en importar diariamente los archivos de pedidos de clientes para el ruteo, permitiendo calcular las rutas más óptimas teniendo en cuenta factores como: vehículos disponibles, capacidad, ubicación del cliente, etc.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Se recomienda realizar las actualizaciones de software de la herramienta PDA para que esta trabaje a su mayor capacidad y pueda apoyar a los diferentes requerimientos de la empresa.
- Recomendamos la creación de un enlace en la página web de la empresa en el que se pueda visualizar todos los productos que oferta la empresa así como las características de estos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

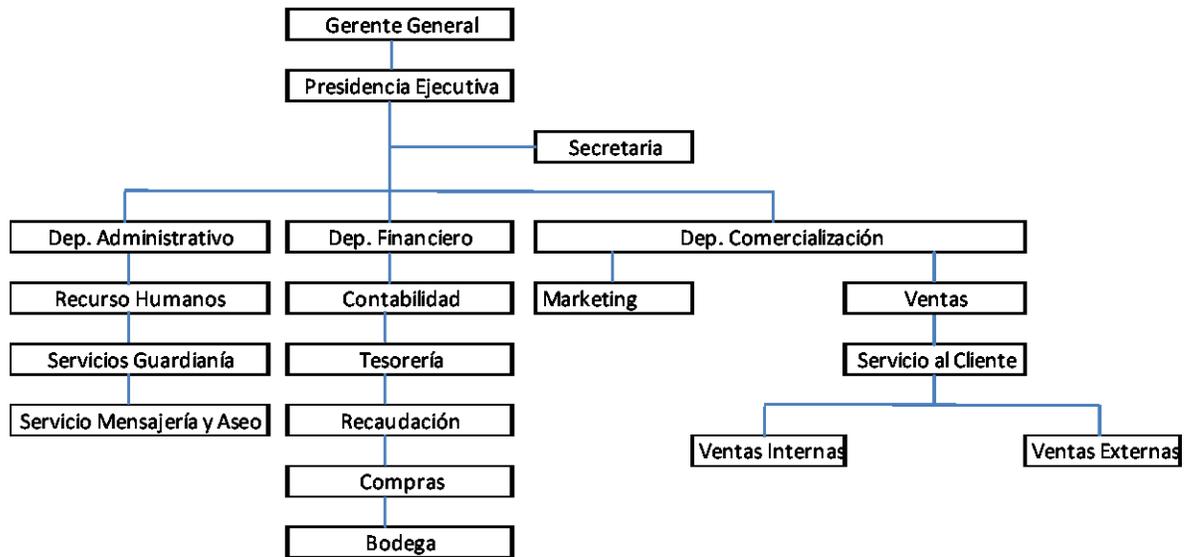
ANEXOS



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 1

FUENTE: IMPORMAVIZ CIA.LTDA. Departamento de RR.HH





UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 2

Lubricantes

Grafico 1: Bizol en sus diferentes presentaciones.



Bizol Performance Top Trans SAE 15W-40 es un moderno aceite de motor universal, de baja viscosidad, para uso en todos los motores, bajo todas las condiciones de operación y todos los efectos ambientales (aceite para todo el año). Satisface con creces las más altas exigencias que los motores diesel modernos plantean a los aceites de motor. La avanzada tecnología de los aditivos garantiza una viscosidad muy baja y la protección contra el desgaste permite intervalos de cambio de aceite máximos. El lubricante ideal para todos los motores diesel y a gasolina, con o sin convertidor catalítico, incluyendo los modelos con turbocompresores. Para intervalos prolongados de cambio de aceite, se deben seguir las instrucciones entregadas por el fabricante del vehículo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Clasificaciones y Especificaciones

BIZOL ATF PREMIUN

BIZOL ATF Premium es un líquido de transmisión para transmisión automática y embragues hidráulicos que cumple con los requisitos de las últimas especificaciones del mercado.

Este producto garantiza una operación correcta del engranaje hidráulico incluso con condiciones de operación extremas y fluctuaciones considerables de temperatura.

BIZOL ANTIFREEZE G11

Anticongelante de larga duración basado en etilenglicol para uso durante todo el año en motores a gasolina y diesel, que requieren un anticongelante libre de nitrito.

- Protege eficientemente contra la corrosión y el recalentamiento.
- No afecta sellos ni tubos.
- Concentrado.
- Para mezclar con agua.

BIZOL MEHRZWECKFETT K2K-30

Grasa producida en base a materiales y aditivos especiales cuidadosamente seleccionados. Para la lubricación de cojinetes de rodillo y de fricción sometidos a velocidades normales a altas, así como también bajo condiciones de operación con presencia de polvo.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Neumáticos

- FIRENZA

El neumático Firenza es un producto muy fiable. En él se dan cita la tecnología japonesa y el diseño italiano, sus neumáticos son fabricados con la última tecnología, lo que le brinda una gran durabilidad y unas prestaciones de alto nivel.

Grafico 2: Neumáticos en diferentes presentaciones



Nuestros Productos

315/80R22.5 (DELANTERA)

295/80R22.5 (DELANTERA)

315/80R22.5 (TRACCION)

12.00R20 (CON TUBO Y DEFENSA) (MIXTA)



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- **DOUBLESTAR**

Los neumáticos Doublestar su calidad y rendimiento los ubican como una de las marcas más prestigiosas en el mercado Chileno. Los neumáticos Doublestar de origen Chinos cuentan con una variada lista de modelos y medidas, tales como 11R22.5, 295/80R22.5, 1000R20, 1100R20, 1200R20 entre otros., satisfaciendo con esto al transportista en todas las áreas de trabajo del transporte.

Grafico 3: Neumáticos Doublestar en sus diferentes presentaciones



Nuestros Productos
315/80R22.5 (DELANTERA)
295/80R22.5 (DELANTERA)
315/80R22.5 (TRACCION)
12R22.5 (TRACCION)
11R22.5 (TRACCION)
12.00R20 (CON TUBO Y DEFENSA) (TRACCION)



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Aros

- **MAXION**

Se destaca como uno de los mayores fabricantes de ruedas de acero, llantas desmontables y los separadores en América Latina. Sus productos permiten a los vehículos ligeros, medianos y pesados, camiones, autobuses, como el equipo de carretera, tractores, agrícolas y vehículo todo terreno.

Tiene el know-how, de unos 45 años la producción de ruedas, en relación con el diseño, desarrollo y proceso, cumpliendo con todas las especificaciones para el mercado nacional e internacional.

Grafico 4: Neumáticos Maxion en sus diferentes presentaciones



Nuestros Productos
ARO 9X22.5
ARO 8.25X22.5
ARO 7.50X22.5



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 3

- **Inmaterialidad**

La materia prima es la información y se pueden construir mensajes sin referentes reales, lo que permite la simulación de fenómenos.

- **Interactividad**

Otorgan al usuario un papel más activo que los medios de comunicación tradicionales, ya que permiten el intercambio de información entre el usuario y el ordenador. Esta característica permite adaptar los recursos utilizados a las necesidades y características de los sujetos.

- **Instantaneidad**

Permiten satisfacer las demandas de recibir la información en las mejores condiciones técnicas posibles y en el menor tiempo permitido, en ocasiones de manera instantánea.

- **Interconexión**

Esta característica hace referencia a la creación de nuevas posibilidades tecnológicas, a partir de la conexión entre dos tecnologías.

- **Innovación**

Por principio, las TIC's persigue como objetivo la mejora, el cambio y la superación cualitativa y cuantitativa de su predecesora y de las funciones que ésta realizaba.

- **Calidad de imagen y sonido**

El proceso y transmisión de la información abarca todo tipo de información: textual, imagen y sonido, por lo que los avances han ido encaminados a



UNIVERSIDAD DE CUENCA

conseguir transmisiones multimedia de gran calidad, lo cual se ha visto facilitado por el proceso de digitalización.

- **Digitalización**

Consiste en transformar la información codificada analógicamente en códigos numéricos, que permiten más fácilmente su manipulación y distribución.

- **Influencia sobre los procesos**

Es muy posible que el uso de diferentes aplicaciones de las TIC's presente una mayor influencia sobre los procesos mentales que realizan los usuarios para la adquisición de conocimientos que sobre los propios conocimientos adquiridos.

- **Tendencia a la automatización**

La propia complejidad empuja a la aparición de diferentes posibilidades y herramientas que permiten un manejo automático de la información en diversas actividades personales, profesionales y sociales. La necesidad de disponer información estructurada hace que se desarrollen gestores personales o corporativos con distintos fines y de acuerdo con unos determinados principios.

- **Presentación en todos los sectores de una sociedad**

El impacto de las TIC's, no se refleja únicamente en un individuo, grupo, sector o país, sino que se extiende al conjunto de las sociedades del planeta.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 4

Herramientas destacadas dentro de la Administración Pública en el Ecuador

Como ya se ha venido hablando anteriormente sobre las TIC`s el Ecuador a hecho avances muy importantes en lo que se refiere a la implementación de dichas tecnologías en su Administración. A continuación vamos a detallar entidades Públicas que han aplicado esta herramienta:

1. PORTALES

El portal es considerado un intermediario de información que tiene como fuente de ingreso la de tener una forma simple de acceder a toda y no sólo a una parte de la información referida al tema del mismo. Toda esta información no necesariamente está contenida dentro del mismo portal, porque el portal, normalmente, se encarga de centralizar enlaces en una forma fácil y organizada que facilite la navegación dentro de un tema.

- **Portal de compras Públicas**

Es un instrumento gratuito que sirve para que los proveedores del Estado oferten obras, bienes y servicios, incluidos los de consultoría, de una manera ágil, optima y transparente. Los proveedores tendrán más oportunidades de negocios, también la sociedad civil podrá conocer fácilmente el destino de sus recursos y ejercer su derecho a saber en que invierte las diferentes dependencias del Estado.

- **Portal del MRL**

El portal del Ministerio de Relaciones Laborales es una herramienta que permite a empleadores reducir el tiempo en el registro y revisión de contratos de trabajo, los ciudadanos accedan a través de Internet a información de los trámites ciudadanos en las instituciones del Estado. Este Portal presentará la información



UNIVERSIDAD DE CUENCA

de todos los trámites necesarios para la obtención de un servicio de las entidades del gobierno.

- **Portal del SRI**

Este Portal es uno de los más usados en el Ecuador, puesto que gracias a este se ha facilitado las declaraciones en los formularios y se puede acceder a información rápida confiable y oportuna. El portal del SRI ha revolucionado la interrelación del ente regulador y sus contribuyentes.

- **Portal de IESS**

El Portal del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) permite a sus afiliados una extensa gama de actividades entre ellas podemos mencionar: gestión de préstamos, generación de planillas de pagos, consultas, etc.

2. SISTEMA CALL CENTER IESS

El Call Center es un sistema informático y tecnológico de vanguardia que ayuda a atender las necesidades que plantean los usuarios de este servicio, esto ha ayudado en la agilización de citas medicas a los afiliados puesto que se les indica la el día, la hora y el médico con quien tendrán que atenderse logrando la optimización de su tiempo.

3. TRAMITES CIUDADANOS

Es un Portal construido por el Gobierno para que los ciudadanos accedan a través de Internet a información de todos los trámites necesarios para la obtención de un servicio de las entidades del gobierno.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

4. SISTEMA DE USO INTERNO GUBERNAMENTAL

- **EI E-SIGEF**

Es un Portal de transparencia de las entidades no financieras del sector público, donde los ciudadanos y la prensa tienen acceso a la información de la ejecución presupuestaria con consultas a información consolidada en línea. Dentro del sistema se ven contemplados los módulos presupuestarios, tesorería y contabilidad, nomina, inventarios, activos fijos y control de proyectos.

- **SIGOB**

El Sistema de Información y Gestión para la Gobernabilidad Democrática, el objetivo del SIGOB es detectar de manera temprana, percepciones adversas y salir al frente de ellas antes de que éstas se conviertan en demandas o deriven en conflictos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

BIBLIOGRAFIA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

LIBROS

- a. CHIAVENATO, Idalberto, 1995, Introducción a la Teoría General de la Administración, Edit. Mc. Graw Hill, México.
- b. DUTAN, Jorge, 2006, Microeconomía: Notas Docentes (Guía Metodológica), Imp. Abril Productos Gráficos, Cuenca.
- c. Estrategia Competitiva (Técnica para el análisis de los sectores industriales de la competencia) Michael Porter. Editorial CECSA.
- d. JOHN A. MARTILLA Y JOHN C. JAMES. Importance – Performance Analysis, Journal of Marketing, Enero de 1977. Citado en: Phillip Kotler. Administración de Marketing: Análisis, Planeamiento, Implementación y Control, Sao Paulo, Atlas, 1996.
- e. KOTLER, Philip, 2002, Dirección de Marketing, Edit. Prentice Hall, México.
- f. LAUDON, Kenneth C. Sistemas de información gerencial. Administración de empresa digital. Pearson Educación. México 2008.
- g. MALDONADO, Fernando, 2006, Formulación y evaluación de proyectos, Centro de publicaciones de la Facultad de Ciencia Económicas y Administrativas de la Universidad De Cuenca, Cuenca.
- h. PACIOS REYES, Ana. La Administración de las unidades de información: una aproximación a su concepto y evolución. Documentación de las Ciencias de la Información, 1997, nº 20, p. 225.
- i. PELGRUM, W.J. (2001) "Obstacles to the integration of ICT in education: results from a worldwide education assessment" Computers & Education, ním. 37, 163-178.
- j. PORTER, op. dt. También ver Porter, Fuller y Rawlinson (1984).
- k. Proceso Administrativo Munch Galindo García Ramírez Ed. Trillas.
- l. SÁEZ VACAS, Fernando (1997). "Innovación tecnológica y reingeniería en los procesos educativos". En ALONSO, C. (coord.). La Tecnología



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Educativa a finales del s.XX: concepciones, conexiones y límites con otras asignaturas. Barcelona: Eumo-Grafic.

m. Ventaja competitiva (creación y sostenimiento de un Desempeño superior)
Michael E. Porter, editorial CECSA.

TESIS

CEDILLO, Maria, 2007, Plan Estratégico de marketing, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Cuenca, Cuenca.

BRAVO, Camilo; FLORES, Jonathan, 2011, "Análisis de la Importancia de la Aplicación de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los Procesos Administrativos, Estudio Caso: Distribuidora Victor Moscoso Cía. Ltda.", Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Cuenca.

INTERNET

- <http://es.wikipedia.org>.
- <http://peremarques.pangea.org/tic.htm>
- <http://webdelprofesor.ula.ve/ciencias/sanrey/tics.pdf>
- <http://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-logistica.html>
- <http://www.e-advento.com/soluciones/telefonaiip.php>



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DISEÑO



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DISEÑO DE TESIS

1. IMPORTANCIA Y MOTIVACIÓN DEL TEMA

Este tema de tesis es importante porque aquí se puede expresar todas nuestras capacidades y conocimientos que hemos adquirido en nuestra carrera de estudios, el motivo que escogimos este tema de tesis es porque es innovador ya que nos ayudara a analizar la importancia de la utilización de las tecnologías de información y comunicación en los procesos administrativos, analizando el caso de la empresa Impormaviz que está dedicada a la comercialización de repuestos de vehículos.

Puede servir de diseño, modelo e inclusive de investigación para quienes vayan a realizar un tema parecido de tesis, puesto que para muchas personas es difícil plantearse el diseño de tesis e inclusive realizar lineamientos generales a seguir, de lo demás ya no se podría aplicar puesto que la realidad es cambiante y siempre se encuentra en evolución, se incrementa nuevas técnicas de aplicación en cada campo, la tecnología también evoluciona y un sin número de características y aptitudes de las sociedades. Además este tema nos permite conocer el medio ambiente en donde se va a desenvolver las actividades de nuestra investigación y entonces empezaremos a conocer la realidad para poder aplicar la teoría a la misma y de implementar características que le puedan faltar a este campo para así poder tener éxito.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2. DELIMITACIÓN

2.1 Contenido

Importancia de las tecnologías de información y comunicación.

2.2 Campo de aplicación

Tecnologías de información y comunicación

2.3 Espacios

Impormaviz

2.4 Tiempo

Febrero – Agosto de 2012

TITULO

“Análisis de la importación de la aplicación de tecnologías de información y comunicación en los procesos administrativos “



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3. JUSTIFICACIÓN DE LA TESIS

En nuestro medio a medida que transcurre el tiempo y aparecen nuevas tecnologías, las empresas necesitan estar al tanto de estas, para ser competitivas en el mercado, sin duda las tecnologías de información y comunicación son una excelente herramienta de gestión empresarial que ayuda positivamente al desarrollo y viabilidad de las organizaciones.

Esto se convierte en un problema si los dueños de empresas no están utilizando las TIC, porque en la actualidad esto nos sirve como una palanca fundamental de desarrollo económico y social, esto contribuye decisivamente a la democracia del acceso a la información facilitando igualdad de oportunidades.

Justificación de la tesis según los diferentes puntos de vista

Criterio Académico

Como estudiantes de la Facultad de Ciencias económicas y administrativas y conocedores del estudio sobre tecnologías de la información y comunicación en procesos administrativos este trabajo está realizado con el fin de proporcionar valiosos aportes en lo que se refiere a cómo llevar una buena administración con ayuda de medios informáticos.

Al mismo tiempo aportaremos con conocimientos académicos a aquellos estudiantes de la universidad que aún se están formando en la carrera de administrativa para que sepan cómo poder hacer a una empresa competitiva con la utilización eficaz y eficiente de medios de información y comunicación.

Criterio Social

Este tema se justifica porque nos da un aporte a la sociedad de lo que son las TIC y como se deben utilizar en las diferentes empresas, logrando tener buenos resultados y maximizando los procesos administrativos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Criterio Institucional

Esta tesis aporta de una gran manera ya que con ella vamos a implementar esta tecnología en la empresa, con lo que va a ayudar de manera eficiente y eficaz en los controles administrativos de adquisición y distribución.

Criterio Personal

Aptitud: Debido a que somos estudiantes de Administración de Empresas y cada día nos estamos preparando de manera académica nos sentimos en la capacidad de poder realizar la aplicación de las tecnologías de información y comunicación.

Actitud: Además esta tesis se justifica porque nuestro interés principal es demostrar lo aprendido a lo largo de la carrera, realizando este trabajo con decisión, interés y motivación.

Criterio de Factibilidad

A más de nuestra obligación como estudiantes tenemos un compromiso moral con el dueño de la empresa Impormaviz ya que nos ha proporcionado toda la información requerida y además su tiempo que en muchos otros casos no lo harían.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

4. DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

4.1 Razón Social

“Impormaviz Cia. Ltda “Importadora de repuestos automotrices.

Dirección: Antisana 9-92 y Cajas (Cuenca)

Teléfono: (593 7) 2870 483 / 2870487 Fax: (593 7) 2870485

Email: info@impormaviz.com

ventas@impormaviz.com

Página Web: www.impormaviz.com

Fue creada en el año 2002, con el objetivo de ofrecer repuestos importados estos son los lubricantes, neumáticos, aro de inmejorable calidad. El propietario de la Importadora es el Sr. Mario Vizñay.

Nuestro objetivo de estudio es la aplicación de las tecnologías de información y comunicación a través de los conocimientos que hemos adquirido a lo largo de nuestra carrera estudiantil.

4.2 Objetivos de la Empresa

- Ofrecer un servicio de calidad en la distribución, venta y reparación de vehículos.
- Cumplir y superar las expectativas de nuestros clientes a través de un buen servicio.
- Capacitar a nuestro personal en forma continua, para que den un servicio de calidad y excelencia.



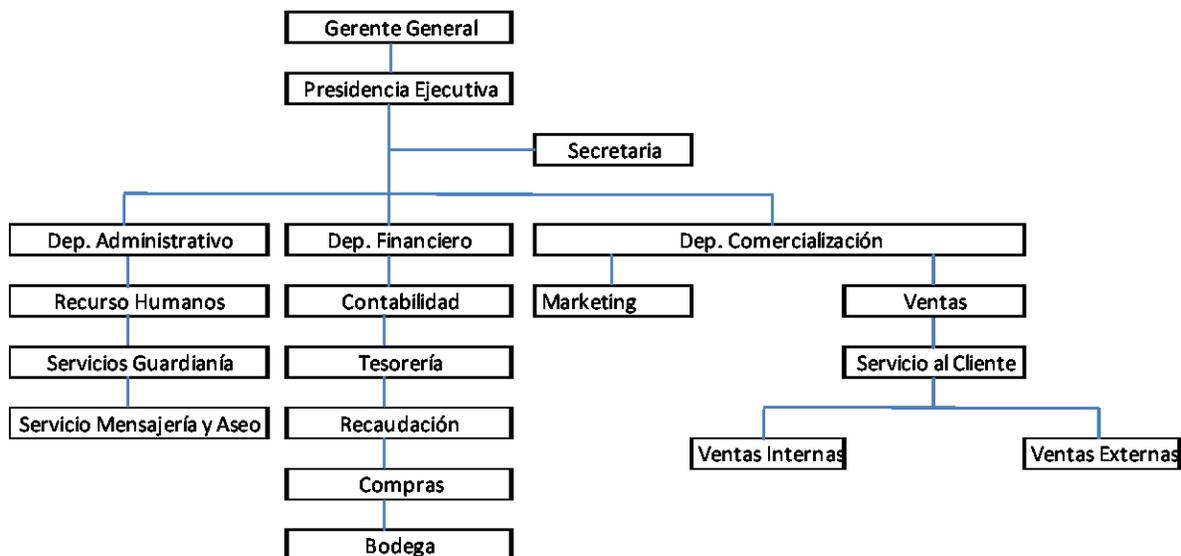
UNIVERSIDAD DE CUENCA

4.3 Factores económicos

La empresa Impormaviz tiene contactos internacionales que son los que directamente les proporcionan los repuestos ya sean de las marcas Mercedes Benz, Federal Mogul, ArvinMeritor, Hengst, etc; el capital que se utiliza es propio de la empresa.

4.3 Estructura organizacional

FUENTE: IMPORMAVIZ CIA LTDA. Departamento de RR.HH





UNIVERSIDAD DE CUENCA

4.5 Detalle de las actividades que realiza la empresa

La principal actividad que realiza la empresa es la venta y distribución de repuestos, lubricantes, aros, de algunas distinguidas marcas como Mercedes-Benz, Volkswagen, Man, etc.

4.6 Relaciones externas

En el exterior existen múltiples personas vinculadas a la empresa, ya sea como proveedores, así también como clientes sin poder especificarlos ya que son realmente innumerables.

4.7 Principales Problemas

El principal problema que tiene Impormaviz con relación a nuestra área de tesis, es que los departamentos no están debidamente adecuadas con las tecnologías de información y comunicación ya que por faltas de conocimientos el dueño no ha adquirido dichas tecnologías, su carencia es muy visible y lo que nosotros proponemos es ayudar a que la empresa Impormaviz este al tanto de los que son las TIC y que beneficios obtendrá con la aplicación de dichas tecnologías.

4.8 Perspectivas de la Institución

- Ser la primera opción al momento de que las personas adquieran repuestos de vehículos
- Abarcar un mayor mercado en el Austro del país y en el mercado de otras regiones del país.

4.9 Alguna Particularidad de la Organización

La empresa que hemos escogido para el estudio de nuestra tesis sin duda alguna necesita la implementación de las TIC, para difundir información y contactar con cualquier persona o institución del mundo mediante la edición y difusión de



UNIVERSIDAD DE CUENCA

información en formato web, el correo electrónico, los servicios de mensajería inmediata, los foros telemáticos, las videoconferencias, los blogs, etc.

5. MARCO CONCEPTUAL

5.1 Registro comentado de la tesis relacionada

Las Tecnologías de la Información y las Comunicación (**TIC**) son incuestionables y están ahí, forman parte de la **cultura tecnológica** que nos rodea y con la que debemos convivir. Amplían nuestras capacidades físicas y mentales. Y las posibilidades de desarrollo social.

Incluimos en el concepto TIC no solamente la informática y sus tecnologías asociadas, telemática y multimedia, sino también los medios de comunicación de todo tipo: los medios de comunicación social y los medios de comunicación interpersonales tradicionales con soporte tecnológico como el teléfono, fax, etc.

5.2 Selección de los conceptos claves que van a desarrollarse en la tesis

- ❖ Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)
- ❖ Cadena de Valor
- ❖ Procesos Administrativos
- ❖ Sistemas de Información

5.3 Definición Profunda de los Conceptos

5.3.1 Definición de las TIC

Se denominan tecnologías de la información y la comunicación al conjunto de tecnologías que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones, en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o



UNIVERSIDAD DE CUENCA

electromagnética Las TIC incluyen la electrónica como tecnología base que soporta el desarrollo de las telecomunicaciones, la informática y el audiovisual.²

5.3.1.1 APORTACIONES DE LAS TIC

Fácil acceso a todo tipo de información:

Sobre cualquier tema y en cualquier formato (textual, icónico, sonoro), especialmente a través de la televisión e Internet pero también mediante el acceso a las numerosas colecciones de discos en soporte CD-ROM y DVD: sobre turismo, temas legales, datos económicos, enciclopedias generales y temáticas de todo tipo, películas y vídeos digitales, bases de datos fotográficas.

La información es la materia prima que necesitamos para crear conocimientos con los que afrontar las problemáticas que se nos van presentando cada día en el trabajo, en el ámbito doméstico, al reflexionar.

Instrumentos para todo tipo de proceso de datos:

Los sistemas informáticos, integrados por ordenadores, periféricos y programas, nos permiten realizar cualquier tipo de proceso de datos de manera rápida y fiable: escritura y copia de textos, cálculos, creación de bases de datos, tratamiento de imágenes. Para ello disponemos de programas especializados: procesadores de textos, editores gráficos, hojas de cálculo, gestores de bases de datos, editores de presentaciones multimedia y de páginas web, que nos ayudan especialmente a expresarnos y desarrollar nuestra creatividad, realizar cálculos y organizar la información

² http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas_de_la_informaci%C3%B3n_y_la_comunicaci%C3%B3n



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Canales de comunicación:

Inmediata, sincrónica y asíncrona, para difundir información y contactar con cualquier persona o institución del mundo mediante la edición y difusión de información en formato web, el correo electrónico, los servicios de mensajería inmediata, los foros telemáticos, las videoconferencias, los blogs.

Almacenamiento de grandes cantidades de información:

En pequeños soportes de fácil transporte (pendrives, discos duros portátiles, tarjetas de memoria). Un pendrive de 1 GB puede almacenar alrededor de un mil millones de caracteres, un volumen equivalente a mil libros de cientos de páginas y a miles de fotografías de calidad media. Y un disco duro portátil de 200 GB, puede almacenar muchos largometrajes con buena calidad de imagen.

Automatización de tareas:

Mediante la programación de las actividades que queremos que realicen los ordenadores, que constituyen el cerebro y el corazón de todas las TIC. Ésta es una de las características esenciales de los ordenadores, que en definitiva son "máquinas que procesan automáticamente la información siguiendo las instrucciones de unos programas".

Interactividad:

Los ordenadores nos permiten "dialogar" con programas de gestión, videojuegos, materiales formativos multimedia, sistemas expertos específicos. Esta interacción es una consecuencia de que los ordenadores sean máquinas programables y sea posible definir su comportamiento determinando las respuestas que deben dar ante las distintas acciones que realicen ante ellos los usuarios.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Homogeneización de los códigos:

Empleados para el registro de la información mediante la **digitalización** de todo tipo de información: textual, sonora, icónica y audiovisual. Con el uso de los equipos adecuados se puede captar cualquier información, procesarla y finalmente convertirla a cualquier formato para almacenarla o distribuirla. Así por ejemplo, hay programas de reconocimiento de caracteres que leen y convierten en voz los textos, programas de reconocimiento de voz que escriben al dictado, escáneres y cámaras digitales que digitalizan imágenes.

Instrumento cognitivo que potencia nuestras capacidades mentales y permite el desarrollo de nuevas maneras de pensar.³

COMENTARIO

Las nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación están influyendo notoriamente en los procesos de creación y cambio de las corrientes de opinión pública. Objetos tan habituales como la televisión, el móvil y el ordenador, además de la radio, están constantemente transmitiendo mensajes, intentando llevar a su terreno a los oyentes, telespectadores o usuarios de estos medios.

APLICACIÓN

Esto lo aplicaremos en lo que se refiere a los procesos administrativos, ya que dicha empresa no posea una adecuada tecnología en lo que son los sistemas de

³ SÁEZ VACAS, Fernando (1997). "Innovación tecnológica y reingeniería en los procesos educativos". En ALONSO, C. (coord.). La Tecnología Educativa a finales del s.XX: concepciones, conexiones y límites con otras asignaturas. Barcelona: Eumo-Grafic.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

información y comunicación, dando como resultado un mejoramiento de sus actividades económicas.

5.3.2 Cadena de Valor

La cadena de valor es un modelo teórico que describe cómo se desarrollan las actividades de una empresa. Siguiendo el concepto de cadena, está compuesta por distintos eslabones que forman un proceso económico: comienza con la materia prima y llega hasta la distribución del producto terminado. En cada eslabón, se agrega valor, que es, en términos competitivos, la cantidad que los consumidores están dispuestos a pagar por un producto o servicio.

Actividades primarias

Las actividades primarias se refieren a la creación física del producto, su venta y el servicio posventa, y pueden también a su vez, diferenciarse en sub-actividades. El modelo de la cadena de valor distingue cinco actividades primarias:

- **Logística interna**: comprende operaciones de recepción de pedidos, seguimientos y distribución de los componentes.
- **Operaciones (producción)**: procesamiento de las materias primas para transformarlas en el producto final.
- **Logística externa**: almacenamiento y recepción de los productos y distribución del producto al consumidor.
- **Mercadotecnia y Ventas**: actividades con las cuales se da a conocer el producto.
- **Servicio**: de posventa o mantenimiento, agrupa las actividades destinadas a mantener, realzar el valor del producto, mediante la aplicación de garantías, servicios técnicos y soporte de Fábrica al producto.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Actividades Secundarias

Las actividades primarias están apoyadas o auxiliadas por las también denominadas: 'actividades secundarias':

- **Abastecimiento:** almacenaje y acumulación de artículos de mercadería, insumos, materiales, etc.
- **Infraestructura de la organización:** actividades que prestan apoyo a toda la empresa, como la planificación, contabilidad y las finanzas.
- **Dirección de recursos humanos:** búsqueda, contratación y motivación del personal.
- **Desarrollo de tecnología, investigación y desarrollo:** generadores de costes y valor.

El marco de la cadena de valor

La cadena de valor enseguida se puso en el frente del pensamiento de gestión de empresa como una poderosa herramienta de análisis para planificación estratégica. Su objetivo último es maximizar la creación de valor mientras se minimizan los costos. De lo que se trata es de crear valor para el cliente, lo que se traduce en un margen entre lo que se acepta pagar y los costos incurridos por adquirir la oferta. Sin embargo, la práctica ha demostrado que la reducción de costos monetarios tiene también un límite tecnológico, pues en ocasiones ha afectado también la calidad de la oferta y el valor que ésta genera. Por ello el pensamiento sistémico en este aspecto ha evolucionado a desarrollar propuestas de valor, en las que la oferta se diseña integralmente para atender de modo óptimo a la demanda.⁴

⁴ Laudon, Kenneth C. Sistemas de información gerencial. Administración de empresa digital. Pearson Educación. México 2008.

Porter, op. dt. También ver Porter, Fuller y Rawlinson (1984).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Comentario

La cadena de valor de una empresa se debe enlazar con las cadenas de valor de sus proveedores, distribuidores y clientes. Una red de valor consiste en sistemas de información que mejoran la competitividad en toda la industria promoviendo el uso de estándares y al dar a las empresas la oportunidad de trabajar de manera más eficiente con sus socios de valor.

Aplicación

Esto se aplica para mejorar la capacidad de la empresa para crear y mantener la ventaja competitiva, y así llegar a ser la líder en el mercado ecuatoriano.

5.3.3 Procesos Administrativos

Un proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarias para llevar a cabo una actividad.

El proceso administrativo de toda empresa implica diversas fases:

La Planificación o planeación: es un proceso racional de toma de decisiones por anticipado, que incluye la selección de los cursos de acción que debe seguir una empresa y cada unidad de la misma para conseguir determinados objetivos del modo más eficiente.

La Organización: comprende el establecimiento de una estructura global, formalizada, permanentemente y roles para las personas que integran la empresa.

La Dirección: es la función administrativa que trata de influir en las personas de la organización, para que, de forma voluntaria y con interés, contribuyan al logro de su unidad funcional y los objetivos de la empresa.

El Control: es la actividad de seguimiento encaminada a corregir las desviaciones que puedan darse al respecto de los objetivos. El control se ejerce con referencia



UNIVERSIDAD DE CUENCA

a los planes, mediante la comparación regular y sistemática de las previsiones habidas respecto de los objetivos.⁵

Comentario

El proceso de administración se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa, dirige y controla sus actividades. La empresa es mucho mayor que la suma de las eficiencias de los trabajadores, y que ella debe alcanzarse mediante la racionalidad, es decir la adecuación de los medios (órganos y cargos) a los fines que se desean alcanzar, sin embargo parece más exacto concebirla como la esencia de la habilidad general para armonizar los esfuerzos individuales que se encaminan al cumplimiento de las metas del grupo.

Aplicación

Esto nos va a ayudar a llevar de la manera más acertada la administración de la empresa y así podremos detectar los fallos que tenga dicha empresa en su administración.

5.3.4 Sistemas de Información

Es un conjunto de elementos orientados al tratamiento y administración de datos e información, organizados y listos para su posterior uso, generados para cubrir una necesidad (objetivo). Dichos elementos formarán parte de alguna de estas categorías:

- Personas.
- Datos.

⁵ Proceso Administrativo Munch Galindo García Ramírez Ed. Trillas
Elementos básicos de la administración. [Documento en Línea].
Disponible: <http://www.google.com/organizacion/elementosbasicosdelaadministracion/segunalgunosautores.htm> (Consulta: 2004, septiembre)



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Actividades o técnicas de trabajo.
- Recursos materiales en general (típicamente recursos informáticos y de comunicación, aunque no tienen por qué ser de este tipo obligatoriamente).

Todos estos elementos interactúan entre sí para procesar los datos (incluyendo procesos manuales y automáticos) dando lugar a información más elaborada y distribuyéndola de la manera más adecuada posible en una determinada organización en función de sus objetivos.⁶

Comentario

A través del procesamiento de información, se crea valor, en especial si se trata de una empresa que ofrece servicios. Por lo tanto, en este caso, la información tiene un valor aún mayor porque ayuda a alcanzar los objetivos de la compañía.

Aplicación

Estos sistemas de información se van a implementar con los sistemas informáticos a la empresa para que así se tenga un mejor manejo de inventarios y no haya exceso de estos.

⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_informaci%C3%B3n#Enlaces_externos

PACIOS REYES, Ana. La Administración de las unidades de información: una aproximación a su concepto y evolución. Documentación de las Ciencias de la Información, 1997, n° 20, p. 225.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

6. PROBLEMATIZACIÓN

6.1 Problema Central

La empresa por falta de conocimiento no ha implementado tecnología para el proceso de adquisición, distribución y venta de partes y repuestos y por ende no se han adecuado las áreas de trabajo, traduciéndose esto en gastos de dinero y tiempo.

6.2 Problemas Complementarios

- Deberían contar con un flujograma de los procesos
- El costo de los inventarios no se conoce porque los equipos y programas están desactualizados.
- Los problemas éticos relacionados con el buen uso de la información y de la confidencialidad tanto de la empresa como de los usuarios.
- La vulnerabilidad de los sistemas informáticos, problemas de seguridad: transacciones económicas.

6.3 Hipótesis

HIPOTESIS 1

Si se elabora el flujograma podemos obtener un panorama básico del proceso e identificar los cambios que se producen en este, con lo cual vamos a detallar problemas o aspectos ineficientes.

HIPOTESIS 2

Después de analizar y observar los inconvenientes presentados en el departamento de informática para el control efectivo de inventario, se manifiesta la necesidad de crear un sistema computarizado para el registro de inventario de los productos existentes dentro del almacén o depósito de la empresa.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

HIPOTESIS 3

Al implementar esta tecnología se puede determinar aspectos fundamentales relacionados con el buen uso de la información y confidencialidad de la misma.

HIPOTESIS 4

Si se analiza el nivel de seguridad existente dentro de la empresa, se podrá determinar falencias en la implementación de esta tecnología, para llevar a cabo su eficaz aplicación



UNIVERSIDAD DE CUENCA

7. OBJETIVOS

7.1 Objetivo General:

¿Qué?

Elaborar un estudio para la implementación de tecnologías para contribuir con los procesos de adquisición y distribución de repuestos.

¿Para qué?

Para satisfacer necesidades sociales y personales y así fortalecer el crecimiento económico de la empresa y su competitividad.

7.2. Objetivos Específicos

1. Evaluar y Analizar las TIC en la Administración.
2. Evaluar y Analizar las TIC en la Empresa Distribuidora de repuestos Impormaviz.

8. ESQUEMA TENTATIVO



UNIVERSIDAD DE CUENCA

OBJETIVOS ESPECIFICOS	ESQUEMA TENTATIVO
	CAPITULO I : ANTECEDENTES 1.1 Evolución de las telecomunicaciones 1.2 Empresa Impormaviz 1.3 Componentes teóricos 1.4 Servicios en las TIC 1.5 TIC Situación actual en el Ecuador
Evaluación Análisis de las TIC en la Administración	CAPITULO II : EVALUACION Y ANALISIS DE LAS TIC EN LA ADMINISTRACION 2.1 Análisis general de las tic en nuestro entorno 2.2 Análisis general de las tic en la Administración Privada
Evaluación y Análisis de las TIC en la Empresa Distribuidora Impormaviz Cía. Ltda.	CAPITULO III : EVALUACION Y ANALISIS DE LAS TIC EN LA EMPRESA DISTRIBUIDORA IMPORMAVIZ 3.1 Actividades primarias 3.2 Actividades de apoyo
	CAPITULO IV : CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 4.1 Conclusiones 4.2 Recomendaciones

9. VARIABLES; INDICADORES; CATEGORIAS



UNIVERSIDAD DE CUENCA

9.1 Cuadro de variables, indicadores y categorías.

ESQUEMA	VARIABLES	INDICADORES	CATEGORIAS
CAPITULO II : EVALUACION Y ANALISIS DE LAS TIC EN LA ADMINISTRACION			
2.1 Análisis general de las tic en nuestro entorno	Tecnología	Nivel tecnológico Empleados que utilizan computadoras Empresas que utilizan computadoras Empleados que utilizan Internet Empresas que utilizan Internet	Eficaz Eficiente Productividad Impacto
	Calidad	Estándares	Confiabilidad Gustos y preferencias
	Servicios	Eficiencia Laboral Atención Calidad del servicio	Servicios Ética Responsabilidad Confianza Seguridad Compromiso Respeto
	Publicidad	Anuncios	Gustos



UNIVERSIDAD DE CUENCA

	Beneficios	Utilidad Margen de beneficios	Liquidez Margen de beneficio
	Liquidez	Flujo de efectivo Estado de resultados	Respaldo Flexibilidad
	Características del entorno	Condiciones económicas Legislación	Riesgos Impacto Ética
	Esfuerzo	Físico Mental	Voluntad Sacrificio
2.2 Análisis general de las tic en la Administración Privada	Tecnología	Nivel tecnológico Empleados que utilizan computadoras Empresas que utilizan computadoras Empleados que utilizan Internet Empresas que utilizan Internet	Eficaz Eficiente Productividad
	Publicidad	Anuncios Publicaciones	Gustos Preferencias
	Servicios	Eficiencia Laboral Atención Calidad del servicio	Servicios Ética Responsabilidad Confianza Seguridad Compromiso Respeto Comportamiento



UNIVERSIDAD DE CUENCA

	Calidad	Estándares	Gustos y preferencias
	Características del entorno	Condiciones económicas Legislación	Riesgos Impacto Ética
	Beneficios	Utilidad	Liquidez
CAPITULO III : EVALUACION Y ANALISIS DE LAS TIC EN LA EMPRESA DISTRIBUIDORA IMPORMAVIZ			
3.1 Actividades primarias	Servicios	Eficiencia Laboral Atención Calidad del servicio	Servicios Ética Responsabilidad Confianza Seguridad Compromiso Respeto
	Pecio del trabajo	Productividad	Confianza Responsabilidad
	Logística de entrada	Órdenes de compra Control de inventarios	Seguridad Responsabilidad
	Distribución	Eficiencia laboral Calidad del servicio	Puntualidad



UNIVERSIDAD DE CUENCA

	Gastos	Cuentas por pagar Pedidos	Negociación
	Calidad	Estándares	Confiabilidad Gustos Preferencias
	Numero de productores	Registros estadísticos	Transparencia Equidad
	Consumidores	Estudio de mercado	Oportunidad
	Publicidad	Anuncios Letreros Páginas web Medios de comunicación Redes sociales	Gustos Preferencias Transparencia
	Precios	Precios del producto	Economía Ética Moral
	Tipo de comprador	Comerciante Consumidor final	Ética Transparencia
	Tipo de producto	Bienes duraderos Bienes de capital Bienes de consumo	Responsabilidad Coordinación



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.2 Actividades de apoyo	Clientes	Numero Ubicación geográfica Frecuencia de compras	Igualdad Gustos Preferencias
	Características de la empresa	Tamaño Capacidad financiera Combinación de productos	Imagen Publicidad Eficiencia Eficacia
	Características del entorno	Condiciones económicas Legislación	Impactos Riesgos Ética
	Beneficios	Utilidad Margen de beneficios	Liquidez
	Liquidez	Flujo de efectivo Estado de resultados	Respaldo Flexibilidad
	Solvencia	Inversiones Capital social	Veracidad Credibilidad
	Rendimiento sobre la inversión en compras	Ventas Activo total	Respaldo Apalancamiento
	Activo corriente	Caja Bancos Cuentas por cobrar Inventarios	Disponibilidad Eficacia Eficiencia



UNIVERSIDAD DE CUENCA

	Activo fijo	Edificio Vehículos	Respaldo Eficacia
	Pasivo	Proveedores Ventas a crédito	Garantía Plazos Intereses
	Patrimonio	Capital social	Respaldo Ganancias
	Proveedores	Cuentas por pagar	Negociación
	Espera	Tiempo de aplicación de un producto	Puntualidad



UNIVERSIDAD DE CUENCA

9.2 Listado de variables y categorías

9.2.1 Listado de variables

Activo corriente	Liquidez
Activo fijo	Logística de entrada
Beneficios	Número de productores
Calidad	Pasivo
Características del entorno	Patrimonio
Características de la empresa	Precio
Características de los productos	Precio del trabajo
Clientes	Proveedores
Consumidores	Publicidad
Distribución	Rendimientos sobre la inversión
Esfuerzo	Servicios
Espera	Tecnología
Gastos	Tipo de comprador
Ingresos	



UNIVERSIDAD DE CUENCA

9.2.2 Listado de categorías

Compromiso	Preferencias
Comportamiento	Productividad
Confianza	Respaldo
Eficacia	Respeto
Eficiencia	Responsabilidad
Ética	Riesgos
Gustos y preferencias	Sacrificio
Impacto	Seguridad
Liquidez	Servicios
Margen de beneficio	Voluntad



UNIVERSIDAD DE CUENCA

9.3 Definición de variables y categorías.

9.3.1 Definición De Variables.

Activo corriente.- Componente del balance, formado por valores o bienes que están en continua circulación en una empresa, que se estima se convertirá en líquido en un periodo de tiempo estimado.

Activo fijo.- Son los bienes durables de propiedad de la empresa con una expectativa de duración mayor que el ciclo productivo.⁷

Beneficios.- Son los servicios o ventajas que el cliente o el oferente realmente adquiere.

Calidad.- Se refiere a tres condiciones que debe reunir un producto: estética, funcionalidad y durabilidad.

Características del entorno.- Son las características del medio en el cual se desarrolla la actividad empresarial y se debe considerar principalmente características del entorno tales como las condiciones económicas y la legislación.

Características de la empresa.- Se refiere a las características que tiene una determinada empresa (magnitud, capacidad financiera, canales de comercialización, experiencia, estrategias, etc).

Características de los productos.- Son atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de atributos (características, funciones,

⁷ ROSEMBERG j.m.,” Diccionario de Administración y finanzas
MALDONADO, Fernando, 2006, Formulación y evaluación de proyectos, Centro de publicaciones de la Facultad de Ciencia Económicas y Administrativas de la Universidad De Cuenca, Cuenca
<http://es.wikipedia.org/wiki/Consumidor>

CEDILLO, Maria,2007, Plan Estratégico de marketing, Facultad de ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Cuenca, Cuenca



UNIVERSIDAD DE CUENCA

beneficios y usos) que le dan la capacidad para ser intercambiado o usado engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización.

Clientes.- Individuo, hogar o compañía que con el tiempo genera un flujo de ingresos para la empresa por medio de sus compras.

Consumidores.- Son personas u organizaciones que demandan bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades y deseos que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado.

Distribución.- “Como la función o instrumento del Marketing que relaciona la producción con el consumo y cuya misión es poner el producto a disposición del consumidor en la cantidad demandada, en el momento que lo necesite y en el lugar donde desee adquirir”.

Espera.- Tiempo que transcurre desde la compra del bien hasta que el consumidor lo recibe.⁸ La espera es el tiempo que se tiene que demorar entre una y otra actividad para volverla a realizar. Existen esperas a corto (almacenamiento temporal) como a largo plazo (almacenamiento).

Gastos.- Son todos los gastos monetarios que significan desembolsos para las personas y empresas, los que van a estar en función de su organización en un ejercicio económico.

⁸ <http://www.gbmarketingcr.net/t3.html>

Administración de Empresas – wikipedia, la enciclopedia libre.htm

<http://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-logistica.html>

<http://es.mimi.hu/economia/productores.html>

DUTAN, Jorge, 2006, Microeconomía: Notas Docentes (Guía Metodológica), Imp. Abril Productos Gráficos, Cuenca

ROSEMBERG j.m.,” Diccionario de Administración y finanzas



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Imagen.- Conjunto de creencias, ideas, impresiones que tiene una persona respecto a un objeto, institución, entidad, producto, persona, etc.

Ingresos.- Muestra las posibilidades de consumo que tiene una persona o institución (está en función de la actividad de la empresa y su estructura) en particular.

Liquidez.- Es la capacidad que tienen las empresas para cumplir sus obligaciones en el corto plazo. Es decir con sus compromisos de pago.

Logística de entrada.- Es la encargada de la distribución eficiente de los productos de una determinada empresa con un menor costo y un excelente servicio al cliente, además busca gerenciar estratégicamente la adquisición, el movimiento, el almacenamiento de productos y el control de inventarios, así como todo el flujo de información asociado, a través de los cuales la organización y su canal de distribución se encauzan de modo tal que la rentabilidad presente y futura de la empresa es maximizada en términos de costos y efectividad.

Productor.- Personas o grupos de personas, ya sea de carácter público o privado, que transforman los Recursos en productos útiles.

Pasivo.- Es una obligación a pagar proveniente de transacciones, acuerdos o acontecimientos de naturaleza presupuestaria o no presupuestaria acontecidos de un tiempo pasado.

Patrimonio.- Es la diferencia entre el total de los activos y el total de las deudas que tiene una persona ya sea natural o jurídica.

Precios.- “El precio mide, por una parte, el sacrificio monetario que el comprador está dispuesto a realizar al adquirir una determinada cantidad de un producto o servicio y, por otra, el grado de satisfacción logrado con la adquisición o el consumo de ese producto o servicio. ”



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Proveedores.- Son las personas o instituciones abastecedoras de insumos para la producción de bienes o servicios.⁹ Un bien siempre debe ir acompañado de uno o varios servicios.

Publicidad.- “Se llama publicidad a la propagación de información pagada para el propósito de dar a conocer y vender o ayudar a vender mercancías o servicios para ganar la aceptación de ideas que hagan que la gente crea o actúe en determinada forma”

Rendimientos sobre la inversión.- El rendimiento de la inversión (ROI) es el índice de dinero ganado o perdido en una inversión respecto al monto de dinero invertido.

Servicios.- “Cualquier acción que una parte ofrece a otra escénicamente intangible y que no da como resultado la transferencia de algún objeto”

Tecnología.- Es el conjunto de saberes que permiten fabricar objetos y modificar el medio ambiente. Incluyendo las plantas y animales para satisfacer las necesidades y deseos humanos.

Tipo de comprador.- Se refiere al segmento de mercado al que va dirigido nuestro producto o servicio pero fundamentalmente se refiere a que si son personas naturales o jurídicas.

Trabajo.- Factor productivo que consiste en el esfuerzo humano aplicado a la producción de la riqueza. Es el factor productivo básico, pues sin él no es posible subsistir ni satisfacer las necesidades humanas. El trabajo humano describe el

⁹ <http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-proveedor>

KOTLER, Phillip, KELLER, Kevin Lane, 2006, Dirección de marketing, Edit._ Pearson Educación, México
CEDILLO, Maria,2007, Plan Estratégico de marketing, Facultad de ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Cuenca, Cuenca

American International Group, Inc. 1996 – 2008 Qué es el rendimiento de la inversión,
http://www.valic.com/understanding-ROI_83_13640.html



UNIVERSIDAD DE CUENCA

conjunto de servicios productivos representados por el esfuerzo físico, las aptitudes y la habilidad intelectual y artística de las personas. Por ello el trabajo es un concepto genérico, que engloba aptitudes y esfuerzos de muy diversa índole. La remuneración de este factor es el salario, el cual se determina en el mercado de trabajo.

9.3.2 Definición De Categorías.

Compromiso.- Estar permanentemente dispuesto a dar lo mejor de cada uno de nosotros, participando activamente con la empresa para el cumplimiento de sus objetivos.¹⁰

Comportamiento.- Se trata de las actitudes que tienen ciertas personas e indicadores hacia el medio que los rodea.

Confianza.- En organizaciones con objetivos económicos, la confianza en definitiva genera valor que se expresa en términos económicos. No solo hablamos de beneficios para la empresa y sus integrantes, sino del efecto dinamizador dentro de la sociedad a la que pertenece.

Eficacia.- La medida de la producción en relación a los recursos humanos y otro tipo de recursos. Capacidad de producir el efecto esperado. Este término aparece, a veces, confundido con el de eficiencia.

Eficiencia.- Uso racional de los medios con que se cuenta para alcanzar un objetivo predeterminado. Es el requisito para evitar o cancelar dispendios o

¹⁰ Allen, N.J. y Meyer, J.P. (1993). Organizational commitment: evidence of career stage effects? *Journal of Business Research*, 26: 49-61

Díaz Bretones, F. (2001). Rotación y ausentismo. En D. Dei y A. Rodríguez (eds.), *Psicosociología de las Organizaciones*. Buenos Aires: Editorial Docencia, pp. 449-462

DUTAN, Jorge, 2006, Microeconomía: Notas Docentes (Guía Metodológica), Imp. Abril Productos Gráficos, Cuenca

GNU Wikimedia Foundation, Inc. 2008, http://es.wikipedia.org/wiki/Gusto_adquirido



UNIVERSIDAD DE CUENCA

errores. Capacidad de alcanzar los objetivos y metas programadas con el mínimo de recursos disponibles y tiempo, logrando su optimización.

Ética.- Es la parte de la filosofía que tiene por objeto la reflexión sobre la conducta “moral” del ser humano.

Gustos y preferencias.- Un gusto es una apreciación sobre un alimento, bebida, cosa, marca, servicio, etc. El cual se considera que para ser verdaderamente apreciado debe existir una exposición prolongada, parcial, o completa a los aromas, texturas, fisonomías, hasta que llega a ser considerado como algo familiar.

Impacto.- En cuanto al impacto de las tecnologías de la información en las prácticas y sistemas de información contables es necesario distinguir entre aquellas mejoras que sólo afectan a aspectos cuantitativos y aquellas que permiten que nuevos métodos de trabajo contable puedan llevarse a cabo o permiten diseñar nuevos sistemas de información.

Liquidez.- Representa la cualidad de los activos para ser convertidos en dinero efectivo de forma inmediata sin pérdida significativa de su valor. De tal manera que cuanto más fácil es convertir un activo en dinero se dice que es mas liquido.¹¹

Margen de beneficio.- Muestra los centavos adicionales que genera un aumento de un dólar en venta.

Preferencias.- Es la percepción de valor que las personas tenemos sobre la realidad de un determinado producto, servicio, marca.

¹¹ GNU Wikimedia Foundation, Inc. 2008, <http://es.wikipedia.org/wiki/Liquidez>
ROSEMBERG j.m.,” Diccionario de Administración y finanzas
DUTAN, Jorge, 2006, Microeconomía: Notas Docentes (Guía Metodológica), Imp. Abril Productos Gráficos, Cuenca



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Productividad.- Es la cantidad de producción de una unidad de producto o servicio por insumo de cada factor utilizado por unidad de tiempo. Mide la eficiencia de producción por factor utilizado que es por unidad de trabajo o capital utilizado.

Respaldo.- Es tener bases solidas pata enfrenatar al mundo y su realidad

Respeto.- El respeto consiste en el reconocimiento de los intereses y sentimientos del otro en una relación.

Responsabilidad.- Las circunstancias, necesidades y elecciones sitúan a las personas en situaciones y roles particulares. Responsabilidad moral es aceptar lo que se requiere, honrara el papel que se nos ha confiado y llevarlo a cabo conscientemente, poniendo lo mejor de uno mismo. Al actor se le ha dado un papel. Debe ser consciente de esto y no desear estar en otro lugar o se otra persona. Las tareas asignadas deben realizarse con integridad y sentido de propósito.

Riesgos.- Es la posibilidad de un perjuicio a raíz de prever en forma equivocada una variable económica.

Servicios.- Servicio es cualquier tarea o actividad para la cual haya una demanda y, por lo tanto, un precio. En una economía competitiva este precio será determinado, como para los bienes, por la relación que se establezca en el Mercado entre la Oferta y la Demanda existente. Los servicios son llamados también Bienes intangibles porque ellos no son mercancías que puedan ser compradas, almacenadas y luego revendidas, sino acciones que realizan otras personas y que deben ser consumidas en el momento y lugar de su producción, aunque muchas actividades de servicios implican el consumo simultáneo de otros bienes tangibles. Suele clasificarse a los servicios, por tal motivo, entre los bienes no transables o transferibles, aunque existen ciertas excepciones al respecto.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Seguridad.- La seguridad en la industria se ocupa de dar lineamientos para el manejo de riesgos en la industria.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

10. TECNICAS DE INVESTIGACION

VARIABLES Y CATEGORIAS	Técnicas cuantitativas				Técnicas cualitativas			
	Estadísticas	Registros	Encuestas	Observación	Entrevistas	Grupos focales	Testimonios	Talleres
Activo Corriente		■			■		■	
Activo fijo		■		■	■			
Beneficios		■			■		■	
Calidad	■	■	■	■	■	■	■	■
Capacidad Financiera				■	■		■	
Capacitación	■	■	■	■	■	■	■	■
Capital Social		■		■	■		■	
Características Ambientales	■	■	■	■	■	■	■	
Características de la Empresa		■	■	■	■		■	
Características de los Productos	■	■	■	■	■	■	■	■
Cargos		■	■	■	■	■	■	
Clientes		■	■	■	■		■	
Competencia	■		■	■	■	■		■
Condiciones de trabajo		■	■	■	■		■	
Control		■		■	■		■	
Diseño de Planta		■		■	■		■	
Disposiciones Legales		■		■	■		■	
Espera			■	■	■			
Experiencia		■	■	■	■		■	



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Gastos								
Gustos y Preferencias								
Ingresos								
Liquidez								
Localización								
Mercado								
Objetivos y Metas								
Operaciones								
Organigrama								
Pasivo								
Patrimonio								
Población Consumidora								
Trabajo								
Precios								
Proceso técnico								
Proveedores								
Publicidad								
Rendimiento sobre la Inversión								
Responsabilidad								
Servicios								
Solvencia								
Tecnología								
Tipo de Comprador								
Tipos de Productos								
Capacidad								
Compromiso								
Conducta								
Confianza								



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Conocimiento		Green		Purple	Orange	Purple	Blue	Purple
Coordinación		Green			Blue		Orange	
Credibilidad							Green	
Cumplimiento		Green					Green	
Desempeño		Green	Purple	Purple	Orange	Orange	Green	
Durabilidad			Green		Purple		Green	
Economía	Green	Green	Orange	Orange	Green	Purple	Orange	Purple
Eficacia					Purple		Blue	
Eficiencia					Purple		Blue	
Equidad		Orange			Orange		Green	
Especialización		Blue	Blue	Purple	Orange		Orange	
Estatus				Blue			Green	
Ética				Blue			Green	
Expectativas			Green				Green	
Experiencia		Orange	Orange		Orange		Orange	
Fidelidad			Orange				Green	
Financiamiento		Orange			Green		Purple	
Flexibilidad				Green	Green		Orange	
Formación	Orange	Green	Purple		Blue		Blue	
Funcionalidad		Purple					Green	
Garantía		Blue	Orange	Orange			Green	
Gustos			Orange				Green	
Igualdad		Purple		Purple	Orange	Purple	Purple	
Imagen			Orange	Blue	Blue	Orange	Green	
Liquidez		Blue			Blue			
Margen de beneficio		Blue			Blue			
Moral							Green	
Necesidades	Purple	Purple	Orange	Orange	Blue	Orange	Orange	Orange



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Preferencias			■				■	
Productividad		■			■		■	
Puntualidad		■					■	
Rentabilidad					■			
Requerimiento			■		■		■	
Respaldo		■		■	■		■	
Respeto							■	
Responsabilidad		■			■		■	
Riesgos		■			■		■	
Satisfacción			■				■	
Servicios								
Seguridad		■		■	■		■	
Transparencia							■	
Sacrificio							■	
Voluntad							■	



UNIVERSIDAD DE CUENCA

11. DISEÑO METODOLOGICO

11.1 Recolección y procesamiento de datos:

Para realizar nuestra tesis analizaremos la empresa Impormaviz con la finalidad de determinar cómo se lleva a cabo el proceso de adquisición y distribución de partes y repuestos, para lo cual revisaremos el método que se está utilizando en la actualidad, además realizaremos entrevistas dirigidas a todo el personal de la empresa para poder determinar lo que se necesita en la implementación de las TIC's. También entrevistaremos a personas que hayan implementado métodos de adquisición y distribución avanzados para poder tener en cuenta los problemas que se tienen que superar al momento de desarrollar la aplicación de esta tecnología. Hemos pensado en realizar grupos focales para saber si los trabajadores van a sentirse conformes con los cambios que se van a realizar y además notar que sistema es el de su preferencia.

11.2 Análisis y propuesta:

Toda la información que se ha obtenido va a ser analizada para poder tomar en consideración realidades que se presenten en el desarrollo de este tema y así lograr una mejor comprensión e interpretación de las personas que participen de este proyecto de tesis. Para el análisis cuantitativo nos basaremos en la información recolectada de las encuestas y grupos foco que se realicen. El análisis cualitativo se realizara interpretando variables que no pueden ser medidas, usando la misma información de las encuestas y grupos foco.

Nuestra propuesta de tesis está planteada con el objetivo de implementar tecnología que facilite los procesos de adquisición, venta y distribución de productos logrando así una optimización de tiempo y recursos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

11.3 Redacción del texto:

En la parte preliminar para el diseño de tesis constara la portada, seguido de ella ira la firma de responsabilidad, los créditos (dedicatoria, un breve resumen y finalmente en la parte introductoria el índice).

Luego en la parte principal redactaremos la introducción y los respectivos capítulos de acuerdo al esquema que nos hemos planteado, con sus respectivas conclusiones y recomendaciones de este análisis.

Al final adjuntaremos los anexos recogidos en la investigación de nuestro tema de tesis conjuntamente con el diseño de tesis y citaremos las fuentes bibliográficas que hemos utilizado para el desarrollo de esta tesis.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

12. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	TIEMPO EN SEMANAS																							
	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Capítulo I:																								
Antecedentes																								
Recolección de información Observación, relatos y testimonios																								
Procesamiento de la información Tabulación de datos																								
Análisis de la información Ventajas y Desventajas																								
Redacción de la información Consolidación																								
Revisión de la información																								
Reajustes																								
Capítulo II :																								
Evaluación y análisis de las TIC en la administración																								
Recolección de Información Encuestas, Entrevistas, Observación. Estudio del caso, Relatos y Testimonios.																								
Procesamiento de la Información Tabulación de datos																								



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones	TIEMPO EN SEMANAS																											
	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Recolección de Información Capítulo I,II,III																												
Procesamiento de la información Tabulación de datos																												
Análisis de la información Ventajas y Desventajas																												
Redacción de la información Consolidación																												
Revisión de la información																												
Reajustes																												
Tiempo para reajuste Total																												