

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE
EMPRESAS



TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES
(TIC) Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN COMERCIAL DE LA
EMPRESA PACAGROUP GENERAL SERVICES, LIMA 2016.**

PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
Y GESTIÓN DE EMPRESAS

INTEGRANTES:

Montenegro Rojas, Edith
Olarte Zapata, Hernán Daniel
Ventura Carranza, Milagros Erminda

ASESOR: MG. Olger Rojas Macha

**LINEA DE INVESTIGACIÓN: NUEVAS TECNOLOGÍAS Y SU
IMPACTO EN LAS OPERACIONES Y SERVICIOS**

AGOSTO 2019

**LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIONES (TIC) Y SU INFLUENCIA EN LA
GESTIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA PACAGROUP
GENERAL SERVICES, LIMA 2016**

Presentado a la Facultad de Ciencias Empresariales – Escuela Profesional de Administración y Gestión de Empresas, para optar el Título de Licenciado en Administración y Gestión de Empresas, en la Universidad Peruana de las Américas

APROBADO POR:

MG. FLORES CERON, Vilma Eudocia

Presidente

LIC. GOMEZ ACHOCALLA, Luis

Secretario

LIC. CERDAN FLORES, Rosa Elizabeth

Vocal

Dedicatorias

El presente trabajo de investigación está dedicado a nuestras madres y abuelitas que con su amor, dedicación y esfuerzo nos mostraron el camino a seguir con perseverancia y a no desfallecer en la búsqueda de nuestros sueños, y que gracias a ellas se están haciendo realidad. Gracias

Bremilda Rojas Córdova
Sabina Montenza Hernandez
Faviana Zapata Monteza
Nancy Carranza Zavaleta
Erminda Zavaleta viuda de Carranza

Los Autores

Montenegro Rojas, Edith
Olarte Zapata, Hernan Daniel
Ventura Carranza, Milagros Erminda

Agradecimientos

Damos gracias a nuestro Señor Jesucristo por su amor infinito y por su sana protección. A nuestra prestigiosa Universidad Las Américas que nos ha brindado todo el conocimiento, enseñanzas y experiencias con sus reconocidos Maestros, Doctores, Docentes y Plana Administrativa, quienes han venido colaborando a nuestro crecimiento académico.

A nuestros Colegas de la Facultad de Ciencias Empresariales porque con ellos hemos pasado muchas experiencias y nos han ayudado a resolver nuestras dudas e inquietudes, formando equipos y viviendo momentos inolvidables.

A la empresa Pacagroup General Services por permitirnos realizar este proyecto de investigación y brindar las facilidades con respecto a nuestras consultas.

A Javier Alfredo Mescco Gutiérrez por haberme acompañado en este camino, llevándome de la mano para cruzar este reto universitario. A mis hijas Stefany y Grecia por su paciencia, tolerancia y cariño, motivándome en mí lucha.

EDITH MONTENEGRO ROJAS

Al apoyo incondicional y amor brindado por mi querida esposa Lic. Carla Padilla Soplin, que estuvo brindándome toda su fuerza para continuar este gran reto que falta poco para lograrlo.

HERNAN DANIEL OLARTE ZAPATA

Al apoyo constante e incondicional de mi amado Ing. Alex Espejo Chavarría que durante toda mi juventud y en la etapa universitaria me supo guiar y animar para continuar con mis metas, sueños y proyectos.

**MILAGROS ERMINDA VENTURA
CARRANZA**

Resumen

En la empresa Pacagroup General Services, las variables en estudio son: Las TIC Tecnología de la Información y Comunicaciones y su influencia en la Gestión Comercial.

En la empresa Pacagroup General Services, en este último año 2016, en cuanto a la Tecnología de Información y Comunicaciones y su influencia en la Gestión Comercial se ha detectado serios problemas, debido a la desactualización de su Tecnología de Información y Comunicaciones y que la Gerencia Comercial no toma acciones para actualizar y modernizar esta tecnología ni para aplicar las herramientas en aprovechamiento y el desarrollo de estrategias comerciales e función de la organización y los trabajadores en su totalidad.

Las necesidades que involucra la investigación, identifican algunas deficiencias de la gestión comercial por las actividades no automatizadas, desconocimiento de los clientes, limitación para dirigirse a nuevos mercados, generando grupos cerrados a la comunicación con sus clientes y distintos proveedores y perjudicando el desarrollo de los objetivos organizacionales.

La importancia del estudio se refiere a las probables soluciones que proponemos al problema, según el aprovechamiento de las herramientas telemáticas y las tecnologías de la información y las comunicaciones, con objetivos de implementar plataformas virtuales, aplicar herramientas telemáticas como el Workplace, difundir el comercio electrónico que actualmente la empresa Pacagroup General Services no cuenta, generando la mejora de sus operaciones, mejor llegada a una mayor cantidad de clientes, la optimización de sus recursos, la apertura a nuevos mercados, una comunicación más fluida entre sus trabajadores, clientes y proveedores.

Palabras claves: Tecnología, Información, Comunicaciones, Gestión Comercial.

Abstract

Pacagroup General Services Enterprise, in this last year 2016, in terms of information and communications technology and its influence on business management has been detected serious problems, due to the obsolescence of its information technology and Communications and business management does not take actions to upgrade and modernize this technology or to apply the tools in use and the development of commercial strategies for the benefit of the company and the workers.

Research needs identified by the activities of non-automated business management deficiencies, ignorance of clients, limitation to target new markets, generating groups closed to communication with its customers and various providers and hindering the development of the organizational objectives.

The importance of research refers to solutions that we propose to the problem, through the use of information technologies and communications, with objectives of implementing virtual platforms, application of telematic tools as the Workplace, promote electronic commerce which at present the Pacagroup General Services company not account, generating the improvement of their operations, better arrival to a greater number of clients, optimising their resources, openness to new markets, a more fluid communication between employees, customers and suppliers.

Keywords: Technology, Information, Communication, commercial management

Tabla de Contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
Resumen	vi
Abstract	vii
Tabla de Contenidos.....	viii
Índice de Figuras.....	x
Introducción	xi
1. Problema de Investigación.....	1
1.1 Descripción de la Realidad Problemática	1
1.2 Formulación del problema	4
1.2.1 Problema general.....	4
1.2.2 Problemas específicos	4
1.2.3 Objetivo general.....	4
1.2.4 Objetivos específicos.....	4
1.3 Casuística con relación a la problemática planteada	5
2. Marco Teórico	6
2.1. Antecedentes de la Investigación	6
Antecedente Internacional 1:.....	6
Antecedente Internacional 2:.....	7
Antecedente Internacional 3:.....	8
Antecedente Internacional 4:.....	9
Antecedente Internacional 5:.....	10
Antecedente Nacional 1:	11
Antecedente Nacional 2:	12
Antecedente Nacional 3:	13
Antecedente Nacional 4:	14
Antecedente Nacional 5:	15
2.2 Bases Teóricas.....	16
2.2.1 Variable Independiente: Tecnología de la información y Comunicaciones (TIC)..	16
2.2.1.1 Tecnología de la Información y Comunicaciones.....	16
2.2.1.2 Características de la Tecnología de la información y Comunicación	17

2.2.1.3 Tecnología.....	18
2.2.1.4 Información.....	19
2.2.1.5 Información en tiempo real:	19
2.2.1.6 Importancia de la Tecnología de la Información	20
2.2.1.7 Negocio del marco de datos ejecutivos	20
2.2.1.8 Importancia del Sistema de Información de Gestión.....	21
2.2.1.9 Comunicaciones.....	22
2.2.1.10 El Propósito de la Comunicación	25
2.2.1.11 Pautas para mejorar las comunicaciones	27
2.2.1.12 Medios electrónicos en la Comunicación.....	28
2.2.1.13 Las TIC como elemento dinamizador de la gestión comercial	30
2.2.1.14 Plataformas Virtuales	32
2.2.1.15 Herramientas Telemáticas.....	33
2.2.1.16 Comercio Electrónico	34
2.2.2. Variable dependiente: Gestión Comercial.....	38
2.2.2.1. Concepto de Gestión Comercial	38
2.2.2.2. Aspectos Importantes de la Gestión Comercial	39
2.2.2.3. Catálogos Digitales.....	40
2.2.2.4 Workplace Empresarial.....	41
2.2.2.5. Tiendas Virtuales.....	44
3. Alternativas de Solución.....	47
3.1. Alternativas de solución al problema general:.....	47
3.2. Alternativa de solución al problema de específico 1:	49
3.3. Alternativa de solución al problema de específico 2:	49
3.4. Alternativa de solución al problema de específico 3:	50

Conclusiones

Recomendaciones

Referencias

Apéndice

Tabla de contenido de Figuras

Figura 1: Organigrama de la empresa Pacagroup General Services

Figura 2: Diagrama de causa y efecto de las TIC y la Gestión Comercial

Figura 3: El uso de las TIC en la Empresa Individual

Figura 4: Impacto de las TIC en la Gestión Comercial

Figura 5: Los procesos concurrentes en la Gestión Comercial

Figura 6: El Workplace una herramienta tic para mejorar la Gestión Comercial

Introducción

La Tecnología de la Información y Comunicaciones (TIC) constituyen una herramienta de apoyo a la Gestión Comercial, permitiendo la construcción de estrategias orientadas a la competitividad, innovación y crecimiento económico.

La Empresa Pacagroup General Services, con RUC N° 10421978471, ubicada en Pasaje García Villón 674, Cercado de Lima, Lima, tiene como actividad económica la de **Operador Logístico** dedicada a la importación, comercialización y distribución en el Perú, siendo representada por el Señor Matías Espejo Sandoval, en calidad de Gerente General y Representante Legal.

Misión:

Nuestro compromiso con los clientes es atender la necesidad de contar con productos que tengan la rotación constante que sus negocios exigen. Nos esforzamos por ofrecer cada vez un mejor servicio, calidad en los productos y mantener precios competitivos. Generamos vínculos de confianza que superan la relación comercial en la gestión de distribución.

Visión:

Ofrecer a los clientes un ambiente laboral que brinde oportunidades de desarrollo personal y profesional. Llegamos a los principales puntos de venta de los mercados en el que estemos presentes y nos integraremos a la fabricación de productos cuando sea necesario para ofrecer la calidad y precio más convenientes para nuestros clientes. Seremos muy eficientes en nuestras operaciones.

Valores:

PACAGROUP GENERAL SERVICES se dedica principalmente a la comercialización de marcas líderes en el Perú. Actualmente PACAGROUP GENERAL SERVICES busca relaciones comerciales duraderas en todo nivel lo que permite que los clientes estén satisfechos con nuestro servicio, y con ello prevalecer en el tiempo con productos de calidad en los principales estándares del mercado.

Diversos estudios demuestran que la aplicación correcta y el buen uso de la Tecnología de la Información y Comunicaciones permite desarrollar ventajas competitivas generando beneficios al negocio (Porter, 2001).

La recepción de la tecnología de la información y las comunicaciones van desde la posesión de computadoras personales, teléfonos, Internet hasta la incorporación de ejecutivos y marcos de datos que coordinan cada uno de los procedimientos de manera progresiva.

En los Estados Unidos, la historia mecánica lo describe como el mundo más innovador del planeta. Alrededor del siglo XX, la industria estadounidense había golpeado a sus socios europeos, y monetariamente la administración puso vigorosamente en la investigación lógica y el avance mecánico. La ciencia, la innovación y la industria no solo han formado profundamente el logro monetario de los Estados Unidos, sino que además se han sumado a sus propios establecimientos políticos, estructura social, marco de instrucción y personalidad social de la nación. Las creaciones innovadoras extraordinarias en los Estados Unidos se dan en estos días con redes sociales en Internet, computadora personal, procesador, microprocesador, láser, teléfono, teléfono celular, entre otros aditivos que rápidamente se presentan en el mercado digital.

En Colombia, la accesibilidad y la utilización de la Tecnología de la Información y las Comunicaciones en las condiciones de la web es baja, esto visualiza un inconveniente crítico en una situación que requiere que se establezca para interesarse en un mercado que está progresivamente interconectado a nivel global. Parece ser relevante en ese momento para que los visionarios de negocios tomen en cuenta las circunstancias y los impulsen a interesarse en los programas de ayuda para el uso y la utilización de estos instrumentos, por ejemplo, aparatos computarizados y escenarios virtuales. A pesar de que existe una apropiación de avances fundamentales, hay un aplazamiento crítico en la utilización de dispositivos cada vez más refinados con un efecto más notable en la gestión comercial. Además, el fusible mecánico no se ha unido a un procedimiento de cambio

autoritario que mejore el avance de los modelos de administración progresivamente efectivos.

En Perú, el apoyo laboral es alto, tanto que incluso se infiere que la cantidad de especialistas (como nivel de la población) es mayor que la de las economías progresivamente creadas; la carga de capital es igualmente alta, ya que la especulación (como nivel del artículo) se encuentra entre las más sorprendentes de la Región; En cualquier caso, los resultados financieros no son verdaderos en cuanto a su forma, hasta el punto de que su valor es aproximadamente una quinta parte de lo que llega a los Estados Unidos.

En la empresa **Pacagroup General Services**, este último año 2016, en cuanto a la Tecnología de Información y Comunicaciones y su influencia en la Gestión Comercial se ha detectado serios problemas, debido a la desactualización de su Tecnología de Información y comunicaciones y que la Gerencia Comercial no toma acciones para actualizar y modernizar esta tecnología, ni para aplicar las herramientas en aprovechamiento de desarrollo de estrategias comerciales.

En la empresa Pacagroup General Services, las variables en estudio son: la Tecnología de la Información y Comunicaciones y su influencia en la Gestión Comercial.

La necesidad de la investigación comprende el análisis de la Tecnología de Información y Comunicaciones y su influencia en la Gestión Comercial dentro de la empresa, se ha identificado una deficiente Gestión Comercial, actividades no automatizadas, desconocimiento de los clientes, limitación para dirigirse a nuevos mercados, generando grupos cerrados a la comunicación con sus clientes y distintos proveedores, perjudicando el desarrollo de los objetivos organizacionales.

La importancia de la presente investigación radica en los aportes y soluciones que proponemos al planteamiento del problema, mediante el aprovechamiento de la utilización de las tecnologías de la información y comunicaciones, (TIC) con objetivos de implementar plataformas virtuales, aplicar herramientas telemáticas

como el Workplace, difundir el comercio electrónico que actualmente la empresa Pacagroup General Services no cuenta, generando la mejora de sus operaciones, mejor llegada a una mayor cantidad de clientes, la optimización de sus recursos, la apertura a nuevos mercados, una comunicación más fluida entre sus trabajadores, clientes y proveedores.

La estructura de examen alude al plan de la investigación, comenzando con el título y las partes relacionadas que deben crearse en el presente trabajo.

1. Problema de Investigación. Representamos la metodología del problema, el detalle de la cuestión, el problema general, los problemas explícitos, el objetivo general, los objetivos explícitos y el sofisma según lo indicado por el peligro presentado, del cual dependemos de la recopilación de los datos proporcionados por personal que trabaja dentro de la organización y se incluye con el problema en el que se está trabajando.

2. Marco Teórico. Presentamos el sistema hipotético con los cimientos de la exploración y las bases hipotéticas que aluden a nuestros factores autónomos y de protección.

3. Alternativas de Solución. Proponemos las opciones de acuerdo que contienen, el procedimiento que se completará para ejecutar el acuerdo.

Por fin, pensamos en los fines, las sugerencias, las referencias bibliográficas y las extensiones separadas, demostrando los registros de tablas, figuras, esquemas y otros como lo indican los modelos de la Sexta Edición de APA.

1. Problema de investigación

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

En Estados Unidos, el mal manejo de la Tecnología de Información y Comunicaciones en las empresas y los trabajadores ha generado pérdida de miles de millones de dólares.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, como métodos electrónicos de captura, manejo, almacenamiento y dispersión de la información y los datos, fomentan su utilización en la estructura de técnicas que apoyan el avance de la organización, el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación les permite explotar diferentes instrumentos y activos innovadores, avanzando un enorme cambio en sus procedimientos y metodología.

La gestión comercial es la capacidad encargada de hacer que la organización sea conocida y abierta al mundo exterior, gestiona dos problemas básicos, la lealtad del consumidor y la inversión, o la expansión de su mercado. Dado esto, es importante desarrollar un acuerdo satisfactorio de valor, una división de administración de clientes competente y artículos o administraciones de calidad. La Gestión Comercial es la que completa la conexión comercial de la organización con el mercado. En la remota posibilidad de que investiguemos esto desde la perspectiva del procedimiento de creación, la capacidad comercial o la junta directiva sería la última fase de este procedimiento, dado que a través de él los elementos de la organización se proporcionan al mercado y, en consecuencia, a ella le aportan activos monetarios.

En este momento, el negocio de los ejecutivos no es solo la última fase del proceso de negocios, ya que, en consecuencia, pensaba que solo satisfaría una capacidad de oferta selectiva y, en cualquier caso, el negocio que el directorio incorpora desde el mercado examina hasta que se conecta con la base al acuerdo o posición del artículo accesible para el comprador o cliente, incluidas las técnicas de acuerdos y el acuerdo de acuerdos en el campo comercial.

Shin especifica que las Tecnologías de la información y la comunicación constituyen un activo clave que permite a las organizaciones descubrir nuevas puertas abiertas en el mercado, con bajos gastos y alta probabilidad de éxito.

Bhatt y Grover (2005) expresan que el ser la base innovadora esencial para la asociación, esto por sí solo no genera una ventaja, sino que se ve reforzado por un arreglo vital que caracteriza al objetivo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. En este sentido equivalente, Gurbaxani y Whang (1991) destacan la importancia de construir un modelo integrador que considere los gastos interiores y el trabajo de comparación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la organización (Albarracín, 2014).

En América Latina, la escena monetaria es tan grande que las organizaciones, en general, comenzarán poco y se mantendrán pequeñas, no hay nada de malo en ser pequeñas, pero permanecer poco siempre es un problema (Torre, s.f.).

El propósito de este desarrollo deteriorado y la ausencia interminable de avances en la Región, esto debería sonar las alertas. En los últimos diez años, América Latina se ha beneficiado enormemente de las brisas positivas de la economía mundial, lo que le ha permitido disminuir la pobreza extraordinaria, mejorar la correspondencia y lanzar a 50 millones de personas a la clase de los empleados.

No obstante, a medida que estas brisas positivas se debilitan, el desarrollo debe originarse desde adentro, y el avance y el dinamismo serán la clave para que el distrito explote los avances innovadores de los últimos años. Las organizaciones latinoamericanas presentan nuevos artículos a un ritmo menor que sus socios en otras áreas de creación. A decir verdad, en Ecuador, Jamaica, México y Venezuela, la tasa de avance de los artículos no es exactamente una gran parte de la de Tailandia o Macedonia. Posteriormente, esta ausencia de avance perjudica la intensidad, modera el desarrollo y afecta la edad de las ocupaciones de valor.

En el Perú la mayoría de las empresas elaboran estrategias competitivas y no incluyen una adecuada implementación de las Tecnologías de Información y comunicaciones como un factor clave para el éxito, por ejemplo, cuando las empresas hablan de comunicación, normalmente lo relacionan con publicidad, marketing o comunicación externa y no es así, la comunicación interna es la gran abandonada en nuestro país, por otro lado, las tecnologías de la información son herramientas de software que permiten crear productos / servicios que interconectan con las personas y empresas, logrando romper cualquier barrera y/o fronteras, ayudan a las empresas a lograr los objetivos planteados, el cual, actualmente, es otro factor por el cual al no ser usada, fracasan en muchas empresas.

La empresa Pacagroup General Services, en la actualidad cuenta con una Tecnología de Información y Comunicaciones (TIC) básica, sin embargo, la Gestión Comercial dentro de la empresa es deficiente, porque hay actividades no automatizadas, desconocimiento de los clientes, limitación para dirigirse a nuevos mercados, generando grupos cerrados a la comunicación con sus clientes y distintos proveedores y perjudicando el desarrollo de los objetivos organizacionales, faltando actualizarse en Tecnología de Información y Comunicaciones.

Los trabajadores del Área Comercial están mayormente en campo y en algunos casos en diferentes provincias del país, muchas veces no realizan las labores indicadas, ni se informan de las novedades de la compañía (capacitaciones, nuevas alianzas, eventos). De llegar a continuar sin establecer una adecuada Tecnología de Información y Comunicaciones, ello seguirá impactando negativamente en la Gestión Comercial, las Cobranzas, la Logística, la División y en la empresa en su totalidad.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera la Tecnología de la Información y Comunicaciones influyen en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016?

1.2.2 Problemas específicos

¿De qué manera las plataformas virtuales influyen en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016?

¿De qué manera las herramientas telemáticas influyen en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016?

¿De qué manera el comercio electrónico influye en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016?

1.2.3 Objetivo general

Establecer cómo la Tecnología de la Información y Comunicaciones influye en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016.

1.2.4 Objetivos específicos

Determinar cómo las Plataformas Virtuales influyen en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016.

Aplicar cómo las Herramientas Telemáticas (Herramienta Workplace) influyen en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016.

Difundir cómo el Comercio Electrónico influye en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016.

1.3 Casuística con relación a la problemática planteada

El Sr. Javier Ochoa Calderón trabaja en la Compañía de Servicios Generales de Pacagroup, en el Área Comercial desde el 15 de julio de 2016 hasta el presente.

En el largo trecho de noviembre, hubo un error en el acuerdo con el Proveedor Industriales SAC de EFC, por lo que se exploró el motivo y se identificó que el problema comienza en el Área Comercial y difunde las Áreas de Crédito y Cobranza, Logística, Hardware. División y la Compañía completamente, encontrando que estos errores ocurren la mayor parte del tiempo a la luz del hecho de que el personal tiene un instrumento esencial en la Tecnología de la Información y las Comunicaciones, lo que provoca que los aplazamientos citen y vendan, lo que causa inconvenientes, influyendo así en los objetivos comerciales de la empresa. y de la empresa.

Al solicitar la cotización, el cliente observa que la respuesta no llega a tiempo, porque tiene que cerrar una negociación comercial, encima llega incompleta la cotización, ocasionando malestar e incertidumbre. Igual se accede a gestionar la compra y adquisición de los materiales, pero en el despacho al recibir los materiales se dan con la sorpresa que no son los materiales que se pedía.

El material que se vendió correspondía a un producto de otra División, originando una problemática en el Área Comercial, teniendo que volver a cambiar el material y mover toda una logística por el error (falso flete). La gerencia correspondiente efectuó un llamado de amonestación a los jefes y representantes de las diferentes áreas, porque el cliente llamó quejándose por lo sucedido y por la demora para brindarle la solución, generando un problema de atención y servicio que compromete a todos en la Empresa.

2. Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

Antecedente Internacional 1: Título de la tesis: La utilización de las Tecnologías de Información y Comunicaciones en la Gestión Comercial de las Pymes para Servicios de Bienes Inmuebles.

Tesis presentada para obtener el Título de Contador Público Autorizado –C.P.A.

Autor: Evelyn Susana Pita Carrasco

Institución: UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

Ciudad: Guayaquil - Ecuador

Año: 2013

Páginas: 79

APA: (Pita Carrasco, 2013)

Conclusiones de la tesis:

La investigación es un importante aporte y nos da a saber y conocer que la mayoría de los negocios en Guayaquil y en empresas nacionales, el negocio inmobiliario ha tomado más fuerza con el comercio electrónico, con el fin de atraer más clientes a través de canales publicitarios, realizar alcances de forma masiva y obtener más probabilidades de venta, por tal motivo se concluye que el uso adecuado de las Tecnologías de Información y Comunicaciones son importantes para el logro de objetivos de la empresa, esto sin perder la calidad ofrecida, de tal manera que nuestros clientes puedan quedar satisfechos.

Comentario de los investigadores:

Se recomienda el uso de las tic – tecnologías de la información y de las comunicaciones, las empresas deben realizar capacitaciones constantes para el uso adecuado de las mismas que ayuden a un trato mas eficiente a los clientes, a la vez deben implementar páginas web y redes sociales que ayuden a estar mas cerca de los clientes ofreciendo sus productos y/o servicios. Un punto importante es remover la implementacion de inovación tecnológica y facilitar el acceso a las nuevas Tecnologías de Información y Comunicaciones.

Antecedente Internacional 2: Título de la tesis: Impacto del uso de las Tecnologías de Información y Comunicaciones en la Gestión Judicial de la Dirección Seccional de Administración Judicial de Cúcuta

Tesis presentada para obtener el título de Magister en Administración de Empresas MBA

Autores: Lubdy Vega Pérez y Luz Amparo Reyes Cañas

Institución: UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN

Ciudad: Medellín - Colombia

Año: 2015

Páginas: 87

APA: (Cañas, 2015)

Conclusiones:

El objetivo de la exploración es decidir el efecto de la utilización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la Administración Judicial de la Sección de Administración Judicial de Cúcuta. Los resultados demostraron que el grado de utilización de las Tecnologías de Información y Comunicación Externas que utiliza la Dirección Seccional de Administración Judicial de Cúcuta para intercambiar archivos con proveedores y clientes, siendo la ausencia de preparación de administradores legales y personal directivo como el factor fundamental de la subutilización de los componentes mecánicos que posee la Entidad.

Comentarios:

La preparación del personal se prescribe para la correcta utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y su conocimiento, mientras que la dedicación de los especialistas en la utilización de las Tecnologías es significativa de Información y Comunicaciones para un desempeño eficiente, aumentando la productividad comercial de la entidad.

Antecedente Internacional 3: Título de la tesis: El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones en el Sector Hotelero de la Península de Yucatán
Tesis presentada para obtener el Grado de Doctor en Administración de Empresas.

Autor: Manuel Jesús Caro Encalada

Institución: UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID

Ciudad: Madrid - España

Año: 2008

Páginas: 404

APA: (Caro Encalada, 2008)

Conclusiones:

El objetivo de la exploración es aclarar el efecto que las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones tienen en la habitabilidad (salario) normal de las organizaciones de alojamiento en la Península de Yucatán. La teoría afirma la importancia de la tecnología de la información y las comunicaciones como un activo agresivo de un tipo clave con la capacidad de crear manos superiores viables, debido a la presencia de conexiones sólidas y notables entre los activos relacionados con las tecnologías de la información y la comunicación, lo que sugiere una mejora. En la rentabilidad de los procedimientos y metodologías empresariales no es lo mismo que las organizaciones de posadas de la Península.

Comentario de los investigadores:

El uso de las tic - tecnologías de la información y de las comunicaciones son fundamental para competir en el mercado, esto debido a que el entorno es cambiante y se debe estar a la vanguardia, el cual va a permitir ajustarse a la demanda, mejorar ofertas, obtener información de los clientes, identificar necesidades, crear nuevos productos o servicios, asegurar fidelización de los clientes, lo más importante es desarrollar habilidades de uso de las tecnologías de la información y de las comunicaciones mejor que la competencia, el cual influirá de manera significativa en los ingresos del negocio.

Antecedente Internacional 4: Título de la tesis: Impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones en el desempeño de las PYMES en el Ecuador, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, Año 2010

Tesis presentada para obtener el Título Profesional de Licenciado en Ingeniería en Administración de Empresas.

Autores: Doris María Celi Pinza y Darwin Ulises Sánchez Seraquive

Institución: UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

Ciudad: Guayaquil - Ecuador

Año: 2010

Páginas: 121

APA: (Seraquive, 2010)

Conclusiones:

La exploración significa mostrar que la selección de innovaciones que dependen del procesamiento y de Internet (apropiación de la tecnología de la información y la comunicación) radica en su efecto potencial en la eficiencia y la agresividad de las organizaciones. La recepción de aplicaciones de PC para la mecanización de formularios de creación; El acceso, uso y selección de usos dependientes de la web por parte de las organizaciones, ha hecho que la información se convierta en el factor principal de generación y, en consecuencia, se identifique con su eficiencia y agresividad.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación permiten la edad de cambios extremos en las organizaciones que las ejecutan, se producen mejores enfoques para crear, se llegan a los mercados globales, se puede compartir el aprendizaje, el desarrollo y la mejora de la intensidad y la rentabilidad de una organización. Además, tienen confinamientos, debido a sus costos de uso, los peligros del acceso engañoso a los datos y la rivalidad con la fuerza laboral a consecuencia de la reubicación del equivalente.

Comentarios:

La investigación se completó y en la propuesta se sugiere como un acuerdo electivo. La utilización de la Tecnología de la Información y las Comunicaciones debe ser energizada para las PYME, antes de lo cual la legislatura debe establecer un plan de preparación que mejore el aprendizaje empresarial, conocer la utilización de PC, web, avance de las páginas web, correspondencias, utilización de la programación gratuita entre otros. En cuanto a su importancia, la universidad debe estar asociada con el avance de los usos, los cursos de equipos y la programación para ayudar al marco de trabajo de la empresa, es decir, todas las sustancias deben contribuir al aprendizaje de la utilización adecuada de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en las pymes.

Antecedente Internacional 5: Título de la tesis: Implantación de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones en las Mipymes colombianas con actividad comercial

Tesis presentada para obtener el Grado de Maestría en Administración con énfasis en Negocios

Autor: Roberto Luque Asín

Institución: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLIVAR

Ciudad: Cartagena - Colombia

Año: 2013

Páginas: 131

APA: (Asín, 2013)

Conclusiones:

En el estudio analizado, la investigación nos permite conocer que las Tecnologías de la Información y Comunicaciones son muy importantes para el crecimiento y el logro de objetivos de las Micro, Pequeña y Mediana Empresas de Colombia, pero que actualmente están en una fase muy temprana de aplicación de dichas tecnologías, sin embargo, los datos estudiados apuntan a un crecimiento tecnológico no solo de las empresas, sino del mismo país. Por tal motivo el Gobierno de la República de Colombia ha iniciado con su plan "Vive Digital"

incentivando a uso de la población y sector empresarial, a la vez tiene el programa Gobierno en línea, la mejora de infraestructura de telecomunicaciones del país, estímulo de conexión de internet. Es muy importante que las Mipymes pierdan el miedo a la tecnología por la falta de conocimiento e información.

Comentario de los investigadores:

Es muy importante realizar futuras investigaciones referente a la implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones referente al comercio electrónico, no solo en el proceso de ventas, sino que abarque el de logística y métodos de pago, además las Tecnologías de la Información y Comunicaciones pueden ayudar a mejorar empresas en clusteres, cooperativas, bancos, etc.

Antecedente Nacional 1: Título de la tesis: Uso de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones y el desempeño de los docentes de educación básica secundaria en la institución educativa, Jorge Eliécer Gaitán Tota - Boyacá 2016

Tesis presentada para obtener el grado académico de Magister en Informática Educativa.

Autores: Correa Florez Qeipo Ferley y Patiño Gómez Jaime Elder

Institución: Universidad Privada Norbert Winer

Ciudad: Lima - Perú

Año: 2016

Páginas: 185

APA: (Elder, 2016)

Conclusiones:

La investigación tiene como principal objetivo determinar si existe relación en el uso de las tic - tecnologías de la información y de las comunicaciones con el desempeño que muestran los docentes de educación secundaria en la organización Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán de Tota, Boyacá, 2016. El resultado del estudio de las variables relacionadas a la competencia tecnológica, habilidades comunicativas

y competencia investigativa concluye que sí existe una correlación y esta se da en un nivel alto y positivo en el desempeño del docente.

Comentario de los investigadores:

La herramienta de recolección de datos se dio mediante encuestas, las cuales trabajadas de manera estadística emitieron un resultado positivo acerca de que el uso de la Tecnología de la Información y Comunicaciones forman parte de un rol importante para el desempeño del docente, resaltando que el trabajo que desempeñan requieren de optimizar la utilización de la tecnología para su desarrollo pedagógico, generar una mejor gestión en sus actividades y afrontar diferentes situaciones en el cambio global en la educación.

Antecedente Nacional 2: Título de la tesis: Aplicación de Cobit para mejorar el nivel de gestión de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones en la Red de Salud Valle del Mantaro.

Tesis presentada para obtener el grado académico de Magister en Ingeniería de Sistemas con mención en Gerencia de Sistemas Empresariales.

Autor: Matos Vila Gilmer Simón

Institución: Universidad Nacional del Centro del Perú

Ciudad: Huancayo - Perú

Año: 2014

Páginas: 170

APA: (Vila, 2014)

Conclusiones:

COBIT comprende los objetivos de control para los datos y la innovación relacionada, un instrumento utilizado para las buenas prácticas a través de un sistema de espacios y procedimientos en una estructura sensible y consistente conectada al territorio de Tecnología e Información.

La investigación reveló que la etapa actual no tiene la información completa que afecta directamente a los clientes, no tiene la ayuda vital para evaluar sus trabajos y obligaciones para satisfacer las necesidades comerciales.

Se termina de resaltar que los destinos de control son fundamentales con el objetivo de que los resultados que requiere la asociación son los normales, y tienen la opción de distinguir las deficiencias y los peligros potenciales de cada división de la Compañía.

Comentario de los investigadores:

La organización debe poner énfasis a los resultados del análisis ya que una herramienta tan potente debe mantenerse actualizada en el tiempo para la toma de decisiones. Al ser una institución de salud, la tecnología contribuye en la mejora de la atención y la Tecnología de la Información y Comunicaciones juega un rol fundamental, ya que impacta en las áreas que están orientadas a mejorar y superar la calidad de vida ordinaria de los ciudadanos en la investigación.

La tesis está orientada a homogenizar procesos e información para los usuarios de las diversas áreas de la empresa, además de formar parte de su desarrollo profesional.

Antecedente Nacional 3: Título de la tesis: Tecnologías de la Información y Comunicaciones y desempeño docente en la Facultad de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana de Integración Global, Lima, 2015.

Tesis presentada para obtener el grado académico de Magister en Ciencias de la Educación con mención en Docencia Universitaria.

Autor: Pablo Roberto Herencia Cano

Institución: Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle

Ciudad: Lima - Perú

Año: 2015

Páginas: 118

APA: (Pablo Roberto, 2015)

Conclusiones:

La exposición en los instructores es vital en el proceso de aprendizaje de los suplentes, esto va conectado en la cadena con el objetivo de negocios donde el

compromiso con la ciudadanía es evidente. La propuesta se centra en afirmar la teoría de que la conexión entre las Tecnologías de la Información y la Comunicación y la ejecución autoritaria en la Facultad de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana de Integración Global Lima, 2015, es enorme. Tras la investigación, se insiste en la especulación.

Comentarios:

En el momento en que las instituciones educativas tienen un marco de información y comunicación satisfactorio, pueden brindar una administración progresivamente personalizada y sus administraciones son productivas y exitosas. Confirmar que se cumpla y que se brinden las facilidades de que los docentes hagan uso de las herramientas que la universidad les brinda es primordial, la tesis descrita se orienta a confirmar que se esté ejecutando de manera correcta lo descrito mediante el análisis de las herramientas de recolección de datos de los docentes de la organización.

Que la hipótesis haya resultado afirmativa presenta un horizonte positivo de avance sobre lo implementado, donde se evidencia que los esfuerzos prestados ya sean de ámbito económico, tiempo y personal, forman parte de la continuidad del negocio.

Antecedente Nacional 4: Título de la tesis: El uso de las TIC – Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones en la eficacia y eficiencia de las empresas de servicios de encomiendas en Tacna

Tesis presentada para obtener el Grado Académico de Maestro en Ciencias (Magister Scientiae)

Autor: Ing. Fredy Paniagua Vargas

Institución: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann

Ciudad: Tacna – Perú

Año: 2011

Páginas: 183

APA: (Vargas, 2012)

Conclusiones:

En la presente investigación se confirma que el uso de las tic - tecnologías de la información y de las comunicaciones impacta a favor en la eficacia y eficiencia de las empresas de servicio de encomiendas en la ciudad de Tacna, utilizando adecuadamente las comunicaciones básicas (Teléfonos fijos y celulares), la Tecnología de la informática básica (computadora conectada a una impresora con software básico) y el uso de Comunicaciones como (Navegación de internet, e-mail, página Web, video conferencia).

Comentario de los investigadores:

Se deben fortalecer el uso adecuado de las comunicaciones básicas, el uso de la tecnología informática básica y el uso de comunicaciones avanzadas, a la vez repotenciar los equipos que hagan factible la transferencia de datos, realizar capacitaciones constantes para el manejo de computadoras y realizar evaluaciones de desempeño del personal.

Antecedente Nacional 5: Título de la tesis: El uso de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones en la Gestión de la Municipalidad Provincial de Huánuco.

Tesis presentada para obtener el Título profesional de Licenciado en Administración.

Autores: Bach. Minerva Yessabel Beraun Salazar y Bach. Melchor Nicanor Morales Espinoza.

Institución: Universidad Nacional “Hermilio Valdizán” Huánuco.

Ciudad: Huánuco – Perú

Año: 2015

Páginas: 137

APA: (Espinoza, 2015)

Conclusiones:

La exploración afirma que la utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación afecta a la Administración de la Municipalidad Provincial de Huánuco, 2014. Podemos afirmar que la utilización de los datos obtenidos a través de la web se identifica con el procedimiento de administración, organización, definición de planes, actividades, y cursos, obtener fuentes de financiamiento, difundir nuevos avances.

Pero los funcionarios pocas veces utilizan los correos o incluso no utilizan el internet para mejorar la toma de decisiones, la calidad y efectivizar los resultados de las actividades de gestión.

Comentario de los investigadores:

Según la investigación realizada se debe consensuar el uso de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones en las mejoras de las actividades de la gestión, procesos técnicos, para integrarse al conocimiento de nuevas tecnologías informáticas.

Los funcionarios deben familiarizarse con el uso de los correos electrónicos, de tal manera ayude en la toma de decisiones de gestión, mejorar la calidad y efectivizar los resultados de las actividades de gestión, a la vez se le deben brindar capacitaciones constantes con el uso de internet, actualizaciones de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones, que ayuden a realizar una función óptima.

2.2 Bases teóricas**2.2.1 Variable independiente: Tecnología de la información y Comunicaciones (TIC)**

2.2.1.1 Tecnología de la Información y Comunicaciones: La tecnología de datos y comunicaciones (TCD), por sus siglas en inglés es la disposición de innovaciones creadas para supervisar los datos y enviarlos desde un punto hasta el siguiente, ofrece una amplia gama de acuerdos, incorpora los avances para almacenar, enviar

y obtener datos a partir de uno. Localice luego en el siguiente y recuperarlos en el momento ideal, o los datos del procedimiento para calcular los resultados y preparar los informes.

Según (Cabero, 1998: 198), demuestra que, en términos generales, podríamos afirmar que los nuevos datos y los avances en la correspondencia son los que giran en torno a tres medios fundamentales: datos, microelectrónica y comunicaciones de difusión; de forma limitada, lo que es cada vez más importante de manera inteligente e interconectada, lo que permite lograr nuevas sustancias abiertas.

Thompson y (Strikland, 2004) caracterizan los avances de datos y correspondencia, por ejemplo, aparatos, segmentos de hardware y electrónicos, equipados para controlar datos que respaldan la mejora y el desarrollo monetario de cualquier asociación.

2.2.1.2 Características de la Tecnología de la Información y Comunicación

Reflejos:

- Son de carácter imaginativo e inventivo, permiten la conexión de clientes, es decir, dan acceso a nuevos tipos de correspondencia.
- Instantaneidad, probabilidad de obtener datos en excelentes condiciones especializadas en un corto espacio de tiempo.
- La interconexión, nos permite acceder en una fracción de segundo a numerosos bancos de información que se encuentran a kilómetros de separación física, visitar destinos, ver o conversar con personas que se encuentran en el lado opuesto del planeta, debido a la interconexión de los avances de imagen y sonido.
- La diversidad, permite el acceso a diferentes capacidades, transmite datos por métodos para imágenes, escritos y videoconferencias que permiten la colaboración entre al menos dos personas.

- La colaboración, en otras palabras, las TIC orientadas a la comunidad solo por la forma en que nos permiten completar como grupo, es decir, algunas personas con diversos ejercicios pueden trabajar para lograr un objetivo compartido.
- La penetración en todas partes, independientemente de si se trata de cuestiones sociales, instructivas, financieras o modernas, mientras tanto influye en el método de generación, circulación y utilización de mercancías materiales, sociales y sociales.
- Son vistos como temas de discusiones abiertas y políticas, a la luz del hecho de que su utilización infiere un futuro prometedor.
- La mayor parte del tiempo se identifica con la utilización de la web y el procesamiento.
- Influyen en numerosas regiones de la ciencia humana, por ejemplo, la ciencia humana misma, la hipótesis de las asociaciones o los ejecutivos.
- Tendencia a robotizar el avance de los instrumentos para la administración programada de datos en una enorme cantidad de ejercicios sociales y de expertos.

Comentario:

Las tic – tecnologías de la información y de las comunicaciones, son necesarias herramientas, equipos y componentes electrónicos, que nos permite procesar la información y comunicación de manera eficaz y estar interconectados, llegando al usuario al instante, dando solución a los problemas de cualquier índole laboral, evitando se produzcan los llamados cuellos de botellas, generando un gran desarrollo y crecimiento económico a la organización.

2.2.1.3 Tecnología

Completo total de la información que tenemos sobre cómo hacer las cosas (Koontz, 2012). La innovación es la ciencia con la que el hombre contempla, descompone,

arregla y cree que las mejores opciones tienen la opción de tener una vida más plena, más segura, más tranquila que avanza en completo desarrollo y reforma de las diversas empresas en todo el globo terraqueo. El mundo, pasando de las mejoras del día a día a lo largo de la vida cotidiana se engancha con este sistema, por ejemplo, los involucrados en la construcción, el procesamiento, la ciencia material, la correspondencia y de esta manera en el bienestar (Concepto Definición, 2011).

Comentario:

La tecnología es el conocimiento que nos permite desarrollar de una manera más eficiente nuestras labores, y tener un buen desempeño en la organización, lo cual conlleva a brindar un buen servicio, satisfaciendo las necesidades y deseos de las personas.

2.2.1.4 Información

Los datos se componen de una recopilación de información efectivamente regulada y solicitada, que sirve para elaborar un mensaje, en vista de una maravilla o elemento específico. Los datos son un activo que le da importancia al mundo real, ya que, a través de códigos y colecciones informativas, ofrece modelos de idea humana (Defiition De, s.f.).

Los datos son una gran cantidad de información sobre una ocasión, maravilla o circunstancia; la calificación en un entorno dado, tiene su importancia, cuya razón puede ser: para disminuir la vulnerabilidad o aumentar el aprendizaje sobre algo (Thompson, 2008).

Comentario:

La información nos permite tener la capacidad de resolver problemas y saber tomar decisiones, pues, su aprovechamiento nos permite tener un mejor conocimiento para tomar acciones y proponer soluciones.

2.2.1.5 Información en tiempo real:

Información de lo que está ocurriendo (Koontz, 2012).

Comentario:

La información a tiempo real nos permite recibir los datos en el menor tiempo posible para ejecutar y tomar decisiones rápidas, viene a ser un equipamiento de pequeños dispositivos o grandes computadores, que ofrecen la oportunidad de saber qué es lo que pasa en el mundo entero en un tiempo inmediato real y actualizado, y que lleva a realizar grandes cambios en la actitud y vida de las personas.

Todo esto unido al internet y al wifi, hace que la información corra a una velocidad extraordinaria a través de todo el mundo. (ADMPRENS17A, 2017)(Ortorio, 2017).

2.2.1.6 Importancia de la Tecnología de la Información

La información es la herramienta que posee una región, estado, país o continente de todo lo que sucede dentro y fuera de sus fronteras, dando a entender que es lo que moviliza el acontecer a diario de cualquiera de los antes nombrados. Por otro lado, la tecnología viene a formar parte de esta información, puesto que, sin ella, no se tendría un panorama actualizado del acontecer diario dentro de las fronteras o también fuera de los países alrededor del mundo. Y la tecnología de punta es la que se usa a través de los aparatos tecnológicos.

Comentario:

La innovación de datos ha reformado las estrategias para transmitir los mismos, abriendo una vasta extensión de resultados concebibles en los que la separación nunca más es un límite para la correspondencia y la mejora de los ejercicios entre individuos, ofreciendo un camino para la producción de nuevos tipos de correspondencia, a través de un grupo similar, modelo (teléfonos móviles, que nos permite obtener una gran cantidad de datos, voz, web, etc., de un dispositivo similar).

2.2.1.7 Negocio del marco de datos ejecutivos

Se caracteriza por ser un marco formal para recopilar, coordinar, observar, desglosar y dispersar los datos internos y externos de la organización de una manera auspiciosa, poderosa y eficaz para ayudar a las jefaturas en la presentación de sus tareas.

El marco de datos de administración (GIS) debe ajustarse a las necesidades explícitas y puede incorporar datos de rutina, por ejemplo, informes de mes a mes; datos que enfocan las exenciones, particularmente en enfoques básicos y datos importantes para anticipar el futuro (Koontz, 2012).

Comentario:

El Sistema de información de gestión permite a los directores realizar informes que proporcionan un diagrama total de todos los datos que se espera se ajusten a las opciones que se extienden desde pequeñas sutilezas a un procedimiento de nivel superior.

2.2.1.8 Importancia del Sistema de Información de Gestión

La razón principal para un Sistema de Información de Gestión es establecer un liderazgo básico por parte de los administradores, progresivamente efectivos y rentables. Al unir los datos de una variedad de fuentes en una base de datos solitaria y exhibir los datos en una organización consistente, un SIG puede dar a los supervisores todo lo que tienen que decidir sobre las opciones educadas excepcionalmente y realizar un examen de principio a fin de las cuestiones operativas (Ingram, sf).



Sistema de Información de Gestión

Fuente: Elaboración propia.

Comentario:

El sistema de información de gestión es importante, porque utiliza las tecnologías de las comunicaciones para ayudar en la toma de decisiones gerenciales.

2.2.1.9 Comunicaciones

La correspondencia es el componente clave para intercambiar datos entre el cliente y la organización. Además de la circunstancia de que se utiliza para hacer que los clientes tengan en cuenta los artículos que desean vender, sin embargo, además, el sentimiento del comprador es considerado por su experiencia.

La organización ahora solo mejora su elemento dependiendo de la evaluación que el comprador tenga del artículo (Díaz, s.f.).

La correspondencia es significativa por la capacidad de coordinación: comprende el intercambio de datos de un garante a un cobrador, siempre que el destinatario comprenda los datos (Koontz, 2012).

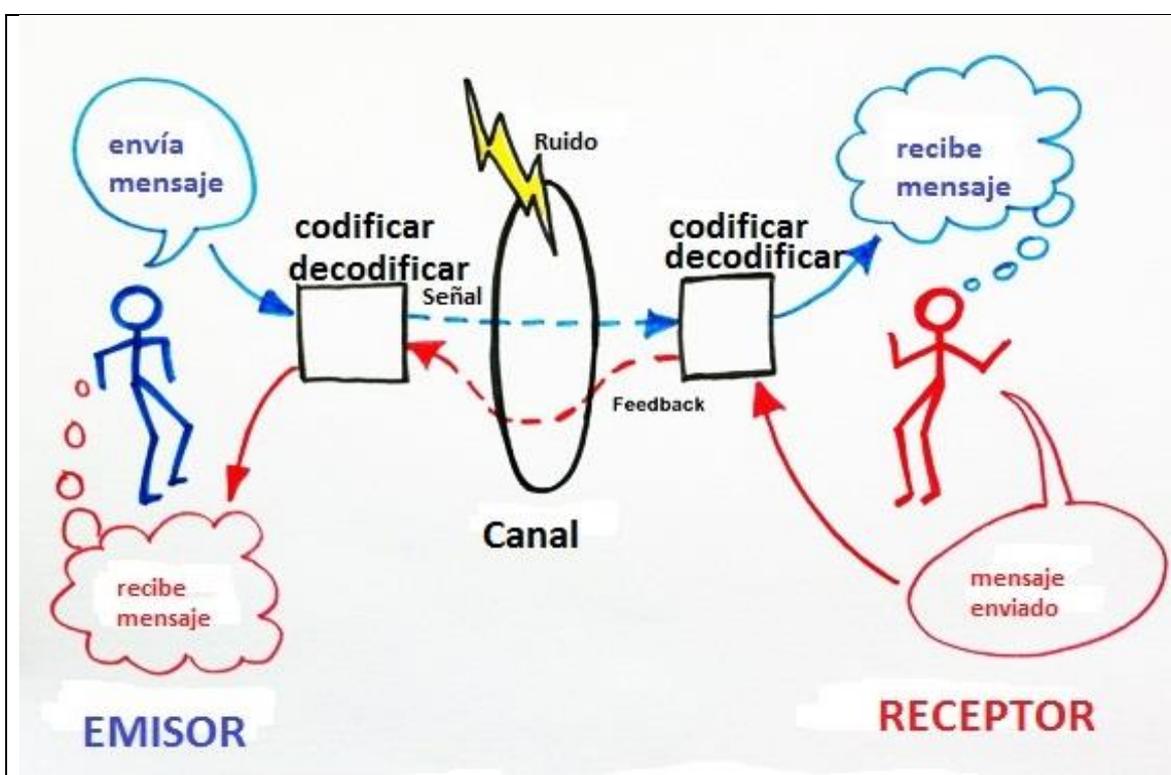
Proceso de correspondencia

Incorpora el remitente en la transmisión de un mensaje a través de un canal seleccionado y el colector. Es el intercambio de datos de un garante a un coleccionista siempre y cuando el último lo obtenga. El procedimiento de correspondencia comienza con el soporte que codifica un pensamiento que se envía oralmente, compuesto, hacia afuera o de alguna manera u otra al colector; este codifica el mensaje y adquiere una comprensión de lo que el remitente transmite, lo que puede provocar algún cambio o actividad, a pesar de que el proceso de correspondencia puede verse obstaculizado por la conmoción, o lo que sea que lo impida.

Esta correspondencia tiene diferentes componentes que alientan o mejoran esa demostración.

Los elementos de las comunicaciones:

1. **EMISOR:** Es la persona que emite un mensaje codificado.
2. **RECEPTOR:** Es la persona que recibe el mensaje codificado.
3. **MENSAJE:** Es la información que se desea ser transmitida.
4. **CANAL:** Es el medio para enviar el mensaje que puede ser codificado.
5. **CÓDIGO:** Son los signos y reglas que se emplean para enviar el mensaje.
6. **CONTEXTO:** Es la situación en la que se produce las comunicaciones.



La Comunicación y sus Procesos

Fuente: (Koontz, 2012)

Barreras e interrupciones a la comunicación

Se evita la correspondencia con obstrucciones e interferencias a su procedimiento. Las barreras en la comunicación u esencialmente obstrucciones, son trabas que pueden mutilar, deformar o bloquear el mensaje de forma incompleta o completa, y se organizan entre el remitente y el destinatario, cuando se gestiona el procedimiento abierto.

Notamos los límites que impiden la correspondencia:

a) Límites semánticos

Tienen que ver con la importancia de las palabras; cuando no determinamos su importancia, se prestan a diversos entendimientos y, en consecuencia, el destinatario no descifra lo que el remitente declaró, sin embargo, lo que muestra su entorno social.

En el caso de que, al hablar o componer, utilicemos una palabra con una implicación que no se compara, ocurre un obstáculo semántico. Esto implica: cambio de significación.

b) Obstáculos fisiológicos

Evitan que se envíe o se reciba un mensaje de forma clara e inequívoca, debido a las imperfecciones fisiológicas del remitente o del beneficiario. Tales imperfecciones pueden influir en cualquiera de las facultades. Absolutamente o de forma incompleta.

c) Límites psicológicos.

Hablan de las circunstancias mentales específicas del remitente o recopilador de los datos, que se producen de vez en cuando disfrutando o despidiendo al beneficiario o al patrocinador, en general, o incluso al mensaje que se imparte; la

insuficiencia o la torsión también pueden deberse a estados entusiastas (temor, problemas, felicidad) o prejuicios para afirmar o no lo que se dice, no comprenden o no aceptan lo que escucha o examina.

d) Límites físicos

Son las condiciones que ocurren en la naturaleza y que contrarrestan el gran modelo de correspondencia: conmoción, iluminación, separación, decepción o falta de los métodos utilizados para transmitir un mensaje: teléfono, receptor, grabador, TV, etc.

e) Límites administrativos

Son aquellos que comienzan en estructuras autoritarias deficientes, falta de previsión y poca actividad de los canales. Esto puede deberse a la ausencia de arreglos, planes de gastos implícitos, giros semánticos, articulación deficiente, pérdida de transmisión y mantenimiento deficiente, ajuste deficiente y evaluación inoportuna, correspondencia no original, duda, peligro y temor; Falta periodo para aclimatarse al cambio; o sobrecarga de datos (Estefanía, 2014)

Comentario:

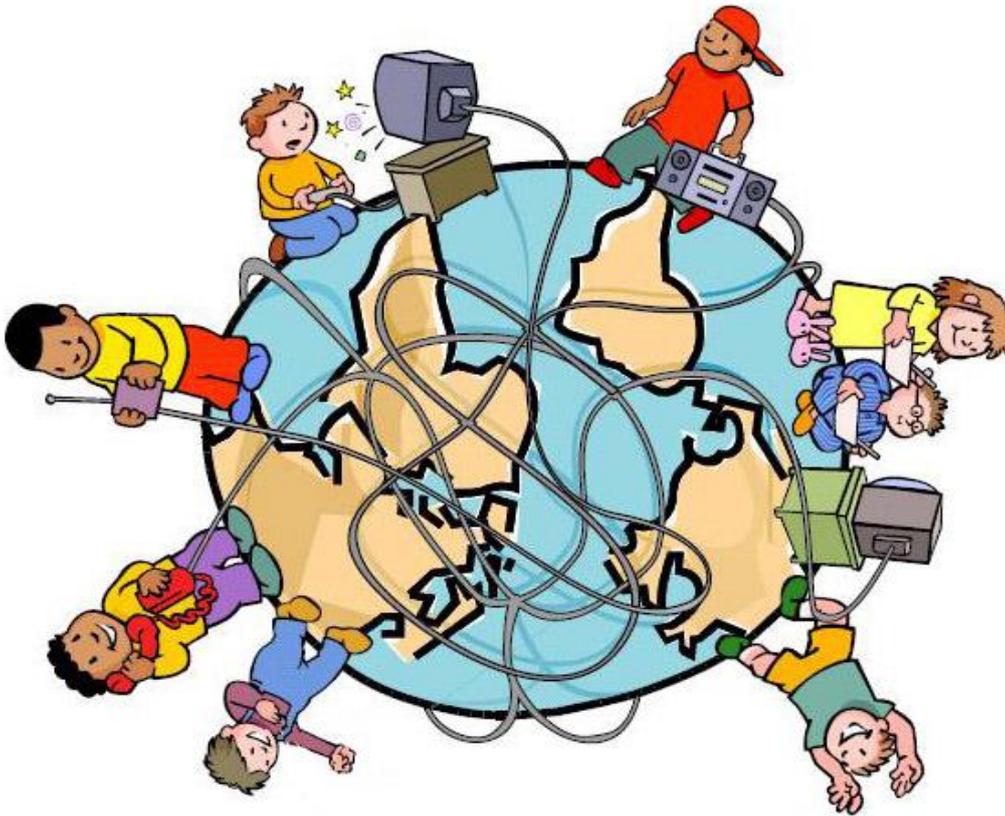
Las comunicaciones permiten entendernos entre unos y otros, entre la empresa y sus trabajadores, para entender el entorno y las necesidades. Sin la comunicación es prácticamente imposible pasar un día entero sin necesidad de utilizarla.

2.2.1.10 El Propósito de la Comunicación

En una organización, la razón de la correspondencia es tener datos para actuar en los procedimientos de progreso o alentarlos, es decir, para impactar la actividad y lograr el bienestar de la organización. La correspondencia es fundamental para el funcionamiento interno de la organización, ya que incorpora capacidades administrativas.

Es esencial lo más importante:

- a) Establecer y dispersar los objetivos de una organización.
- b) Desarrollar planes para su realización.
- c) Organice los recursos humanos y los diferentes activos de la manera más competente, convincente y, por lo tanto, poderosa.
- d) Seleccionar, crear y evaluar a los individuos de la asociación.
- e) Dirigir, propulsar y crear una atmósfera en la que los individuos necesitan contribuir.
- f) Ejecución de control (Koontz, 2012).



El Propósito de las Comunicaciones

Fuente: Elaboración propia.

2.2.1.11 Pautas para mejorar las comunicaciones

La correspondencia exitosa es el deber sorprendentemente de la organización, directores y no administradores, para avanzar en la dirección de un objetivo compartido, que se puede evaluar a través de los resultados que se ven.

Las reglas que lo acompañan están subordinadas a derrotar los obstáculos a la correspondencia:

a) Aclarar el motivo del mensaje.

Los remitentes de los mensajes deben tener claro qué necesitan para impartir. Esto implica que uno de los pasos iniciales de la correspondencia es explicar la motivación detrás del mensaje y hacer un arreglo para lograr el fin ideal.

b) Usar codificación clara

La correspondencia exitosa requiere que la codificación y el descifrado se terminen con imágenes conocidas para el remitente y el recopilador del mensaje. De esta manera, el jefe (particularmente la autoridad asesora) debe mantener una distancia estratégica de las palabras especializadas sin sentido, que son comprensibles para los especialistas en un campo específico.

c) Consultar las perspectivas de los demás.

La organización de la correspondencia no debe hacerse en el vacío, sino que debe ser asesorada con otras personas e instada a participar (para recopilar información, analizar el mensaje y seleccionar los métodos adecuados).

d) Considerar los requerimientos de los beneficiarios.

Es fundamental pensar en los requisitos de los beneficiarios de los datos; Cuando sea apropiado, se les debe impartir algo significativo, tanto por el momento como en un futuro cada vez más lejano.

e) Usar el tono y el lenguaje apropiados para garantizar la credibilidad

En la correspondencia, la manera de hablar, la decisión del idioma y la armonía entre lo que se dice y cómo se dice, afecta la respuesta del beneficiario del mensaje.

f) Obtener crítica

Muchas veces los datos se transmiten sin transmitir: la correspondencia posiblemente se termina cuando el beneficiario comprende el mensaje, y el remitente no puede estar seguro de si lo comprendió, excepto si recibe una crítica, que se logra mediante consultas, mencionando respuestas a una carta y anime a los beneficiarios a exhibir sus respuestas al mensaje.

g) Considerar los sentimientos e inspiraciones de los beneficiarios.

La capacidad de la correspondencia va más allá de la transmisión de datos; también gestiona los sentimientos, que son significativos en las conexiones relacionales entre supervisores, trabajadores y asociados de una organización; Además, la correspondencia es indispensable para crear una situación en la que los individuos se despierten para progresar en la dirección de los objetivos de la organización, mientras logran sus propios objetivos.

f) Escuchar

Es el camino a la comprensión. El tiempo, la simpatía y la fijación en el mensaje del comunicador son requisitos para obtenerlo. Los individuos deben estar sintonizados y prestando atención para obtenerlos; En este sentido, las interferencias deberían mantenerse alejadas (Koontz, 2012).

2.2.1.12 Medios electrónicos en la Comunicación

La mayoría de las organizaciones han recibido dispositivos electrónicos para mejorar la correspondencia, por ejemplo, PC, minicomputadoras, estaciones de trabajo y correo electrónico, al igual que los teléfonos móviles para hacer llamadas

mientras se mueven y busca personas para mantenerse en contacto con el lugar de trabajo.

Comunicaciones de medios

Tienen un amplio uso. Algunas organizaciones han utilizado oficialmente la nueva innovación de manera viable desde varias perspectivas, como hemos mencionado:

- Algunos bancos entregan equipos y programación a sus clientes corporativos para que puedan transferir activos a sus proveedores fácilmente.
- Los bancos ofrecen administraciones financieras por teléfono y web a cada uno de sus clientes.
- Los datos se pueden transferir en un momento o en minutos a países del lado opuesto del mundo por fax o correo electrónico.

Chats de video

Recopilación de personas que se comunican entre sí a través de marcos de sonido y video con imágenes fijas o en movimiento.

El video de movimiento completo se usa con frecuencia para organizar reuniones entre individuos, que se escuchan entre sí, sin embargo, pueden ver su apariencia y sus presentaciones visuales. Esta estrategia de correspondencia es valiosa para mostrar gráficos o representaciones durante una investigación especializada.

Sus puntos de interés son fondos de reserva en costos y tiempo de viaje.

La utilización de PCs para supervisar datos y trabajar en sistemas.

Hoy en día, la preparación de la información electrónica hace que sea posible manejar una gran cantidad de información y hacer que los datos estén al alcance de innumerables personas. En esta línea, la información favorable se puede obtener, diseccionar y clasificar de una manera extremadamente asequible; sin embargo, siempre debe recordar, que la información no es realmente información, debe avisar a alguien. Las nuevas ilustraciones de PC pueden aconsejar y mostrar datos significativos de la organización en solo segundos.

Los nuevos avances de datos han cambiado profundamente la correspondencia. Fax, correo electrónico y mensajes de texto sustituyen a los canales de correspondencia habituales, por ejemplo, al correo postal.

En este momento, las TIC se destacan entre los factores de desarrollo más importantes en cualquier organización, dada la alta naturaleza multifacética de las condiciones ecológicas. En este sentido, cuando se trata de una economía en la que el aprendizaje constituye, mientras tanto, un activo clave y provechoso, cualquier negocio efectivo no puede ser descuidado en lo que respecta a las diferentes ideas de las TIC. Esa es la razón, la utilización de las TIC tendrá el efecto entre el logro y la decepción de la asociación. Dado que una utilización suficiente de las TIC puede permitir que la organización logre una notable ventaja sobre sus oponentes, mientras que puede ayudar a mantener una ganancia progresivamente socavada (López, 1998). Del mismo modo, utilizando las TIC, la organización puede construir eficiencia, particularmente al favorecer la fundación y el fortalecimiento de sus relaciones con el mundo exterior, Rodríguez y Díaz, (1999), Vilaseca y Torrent, (2004) y Ana Isabel Jiménez Zarco, (2006).

2.2.1.13 Las TIC como elemento dinamizador de la gestión comercial

Para los negocios, la junta ha estado utilizando datos de diferentes fuentes pertinentes, al igual que varios aparatos trabajaron en la acumulación, creación, organización y correspondencia, lo que se considera fundamental para la productividad y la viabilidad de cualquier canal de promoción (Stern et al., 1999).

El trabajo de los datos y su coordinación a través de marcos organizados y compuestos de datos y correspondencia adquiere una importancia excepcional (Roque, 2005).

Los negocios electrónicos, que generalmente se caracterizan como un enfoque para administrar los intercambios comerciales mediante PC y sistemas de transmisión de medios, no son una idea cuya aplicación se limite esencialmente a una reunión específica o a una capacidad específica o zona comercial dentro de Chanel. Se aplica a zonas tan diferentes como el intercambio entre organizaciones y entre organizaciones y sus últimos compradores (Stern et al., 1999).

Debido a las conexiones que se establecen entre las organizaciones, teniendo en cuenta que se trata de relaciones con un alto nivel de razonabilidad y con una utilización seria de los datos, las TIC pueden utilizarse a lo largo de toda la cadena de suministro y en cualquier trabajo comercial, no restringido a un territorio en particular. Desde la acumulación de datos de mercado, la obtención o la capacidad, hasta la administración de cuotas y posteriores, debería ser posible hoy en día debido a la dispersión y expansión de estas innovaciones. En cuanto a las conexiones que las organizaciones establecen con sus últimos compradores, considerando que comprenden conexiones descritas por un menor nivel de discernimiento y un nivel de vulnerabilidad más prominente, las TIC están habilitando la adquisición de un volumen de datos más notable en la medida cada vez más exacta y precisa, lo que hace que sea viable para las organizaciones ofrecer artículos y administraciones con un nivel más notable de ajuste a las cualidades de los compradores, y no solo a través de fundamentos físicos (Sánchez, 1998; Roque, 2005).

En un sentido general, podemos reconocer dentro de las TIC que son pertinentes en los canales de publicidad entre los equipos y los sistemas del marco, y las bases de datos que contienen los datos en sí. Si bien los equipos y sistemas serán marcos que se componen de PC, la programación y los avances relacionados permiten el intercambio electrónico de datos entre los diferentes individuos del canal de

promoción. Sin un momento para ahorrar los marcos, los marcos de reacción competentes, el comercio de información electrónica o la reacción rápida, entre otros, son una parte de los paquetes de innovaciones y estrategias que disminuyen el tiempo requerido para que los artículos permanezcan en el mercado, promover canales antes de ser adquiridos por los compradores (Stern et al., 1999).

2.2.1.14 Plataformas Virtuales

La sorprendente e innovadora mejora impulsó el desarrollo de organizaciones interpersonales, comprendidas como etapas virtuales para la colaboración social. La necesidad de una proximidad funcional en las comunidades informales se eleva como un complemento a la realidad, en la cual se construye un mundo dependiente de las primas y las identificaciones de los clientes. Una vez más, establece un aumento de la persona.

Las etapas virtuales, son programas (programación) enfocados a Internet, se utilizan para educar, hacer negocios electrónicos, intercambiar, etc. en el sistema mundial.

Etapas es una idea con pocos empleos. Por lo general, es una base que se encuentra en una altura específica o que proporciona ayuda, independientemente de si es física o representativa. La utilización más ampliamente reconocida del término virtual, por otra parte, está conectada a lo que existe de forma clara o reproducida, y no físicamente.

Con estas definiciones en claro, podemos presentarnos en la idea de escenario virtual, que se utiliza en el campo de la innovación. Una etapa virtual es un marco que permite la ejecución de diferentes aplicaciones en una situación similar, dando a los clientes la posibilidad de acceder a ellas a través de Internet.

Esto implica que, cuando se utiliza una plataforma virtual, el cliente no debe estar en un espacio físico particular, pero solo necesita una asociación con la web que le

permita ingresar a la etapa a la que se hace referencia y utilizar sus administraciones.

2.2.1.15 Herramientas Telemáticas

La telemática es un orden lógico y mecánico que surge del avance y la combinación de la transmisión de medios y la ingeniería de software. Esta fusión ha llevado el avance de las innovaciones que le permiten hacer que un enfoque telefónico desde el punto más alto de Mount Elbrus a un patrocinador en el desierto de Amazon, enviar un video 3D en Internet, o incluso obtener imágenes de una prueba que hace inaccesible el círculo de la Tierra.

La telemática abarca un campo lógico y mecánico de grado significativo, que abarca la investigación, el plan, la placa y el uso de los sistemas de intercambio y las administraciones del vehículo, el almacenamiento y la preparación de datos (información, voz, video, etc.), incluyendo la investigación y estructura de avances e intercambios de marcos. La telemática abarca, entre diferentes ideas, los planos utilitarios que la acompañan:

- La disposición del cliente, donde se difunden y preparan los datos sobre las administraciones y las últimas aplicaciones.
- El plano de marcado y control, donde los datos de control del propio marco se difunden y preparan, y su asociación con los clientes.
- El plan de administración, donde se distribuyen y manejan los datos sobre la actividad y los ejecutivos del marco y las administraciones, y su conexión con los administradores del sistema.

Aplicaciones

Una parte de los usos de la telemática podría ser cualquiera de los siguientes:

- Cualquier tipo de correspondencia a través de la web (acceso a las páginas del sitio, correo electrónico, etc.) es un agradecimiento concebible a la utilización de los avances creados en este campo.
- La utilización de los mensajes de texto se identifica directamente con la telemática, ya que este tema no está completamente a cargo de controlar ese intercambio de mensajes entre dos sustancias distintas.
- Sistemas GPS (Sistema de Posicionamiento Global).

2.2.1.16 Comercio Electrónico

El negocio electrónico es el camino hacia la compra, venta o comercialización de productos, administraciones y datos a través del sistema (Internet). Se refiere a una increíble variedad de resultados concebibles para obtener productos o administraciones ofrecidas por proveedores en diversas partes del mundo. La compra de artículos y administraciones en línea o en línea puede ser un resultado directo de la simplicidad y el alojamiento para completarlos.

Los intercambios o intercambios de artículos en el artefacto más remoto ofrecieron el camino a la presencia de dinero en efectivo y los cursos de aire pasados a los convoyes de camellos y los cursos de la antigua ruta hasta lograr el presente, en el que, para todos los efectos, han desaparecido, los factores de existencia, Por lo tanto, cualquier individuo de la realidad puede obtener o vender artículos de otra parte del mundo en un minuto y con una asociación de Internet solitaria.

Se pueden distinguir tres tipos de comercio electrónico:

- Entre empresas B2B (Business to Business).
- Entre empresas y consumidor B2C (Business to Consumer).
- Entre consumidores C2C (Consumer to Consumer).

El comercio electrónico desde las comunicaciones

Desde la perspectiva de los intercambios, podemos caracterizar el negocio electrónico como el transporte de datos, artículos o administraciones y pagos a través de sistemas o algunos otros métodos electrónicos.

El comercio electrónico consiste en dirigir los intercambios comerciales de forma electrónica. Se compone de la transmisión electrónica de información, incluyendo contenido, imágenes y video. El comercio electrónico incorpora diferentes ejercicios, por ejemplo, negocios electrónicos de productos y empresas, suministro en línea de sustancias avanzadas, barter, entre otros.

El comercio electrónico comprende la dirección electrónica de los intercambios comerciales; es cualquier movimiento en el que las organizaciones y los compradores colaboran y trabajan entre sí a través de métodos electrónicos.

Modelo de negocio a negocio B2B (Business to Business)

En los últimos tiempos ha habido un incremento enorme en la presencia de organizaciones comprometidas con la supervisión de los cambios en el mercado. Por este sector, la metodología de negocios, todo el alcance de las actividades que pueden ocurrir en dos asociaciones se considera, por ejemplo, compras, proveedores, ejecutivos, pagos a la junta, suministros y compromisos, por ejemplo, administración y respaldo. Esta metodología habla al 80% de los negocios electrónicos en los últimos tiempos. Una parte de sus puntos focales de este plan de acción son la disminución de los gastos por intercambio y la disminución del tiempo, es decir, la competencia en las actividades puede aumentar, a pesar del alcance de las fuentes de suministro.

Modelo de negocio a consumidor B2C (Business to Consumer)

Este tipo de negocio al cliente, alude al comercio entre las organizaciones y los últimos compradores, es decir, el negocio convencional a través de métodos electrónicos. Esta metodología fue la de una mejora inicial más destacada, donde el correo electrónico se utiliza para suplantar el trato por inventario, motivación por

la cual hay una disminución de los gastos, ya que el vendedor ahorra el gasto de crear, imprimir y enviar sus índices.

Hay dos propósitos principales detrás del logro en estos negocios: uno es la disminución de los gastos y otro es que cualquier persona con una PC con acceso a Internet puede ser tentado a hacer compras.

Modelo de negocio a consumidor C2C (Customer to Consumer)

El negocio electrónico de C2C incluye aquellos intercambios en los que, tanto como el comerciante y el comprador, son los últimos compradores, son, en general, una relación de clientes con intereses regulares que, en vista de los marcos existentes, crean condiciones que les permiten intercambiar ideas. Aprendizaje o artículos. De esta manera, en el comercio electrónico de C2C, los compradores pasan como los dos compradores y distribuidores a través de una etapa comercial.

Ventajas del comercio electrónico

Existen dos puntos de interés e impedimentos en el comercio electrónico, a pesar de que nos beneficia, también puede perjudicarnos en ángulos legítimos o monetarios para nuestra empresa u organización. Una parte de los puntos de interés para nuestra organización es disminuir los ciclos de generación, hacer que los mercados se centren progresivamente, hacer concebible una correspondencia entre los clientes, independientemente de su nacionalidad o lugar de residencia, procedimientos de publicidad personalizados, es un medio que está abierto 24 Horas todos los días y 7 días siete días, entre otros. Además, hay circunstancias adicionales favorables para que los compradores, por ejemplo, tengan acceso a ideas mucho más extensas de artículos, condiciones o costos, también permiten el acceso a artículos que no se pueden encontrar dentro del territorio, un escaparate del sitio del inventario. Para obtener más información acerca de los artículos, comodidad en el procedimiento de compra, no necesita moverse desde un punto a otro, todo se hace en la PC desde cualquier lugar del planeta, siempre y cuando tenga Internet asociación.

De manera similar, a medida que el comercio electrónico expande las puertas abiertas del negocio para el vendedor, también construye los posibles resultados de compra para el comprador, las organizaciones pueden utilizar el negocio de Internet para distinguir a nuevos proveedores o colegas y, en este sentido, tienen la opción de hacer que su organización o negocio se centren progresivamente.

Desventajas del comercio electrónico

Además, hay cargas en el negocio electrónico, algunos arreglos, de una u otra forma, nunca cambian de acuerdo con la utilización del comercio electrónico, por ejemplo, sustentos transitorios o algunas cosas de alto valor financiero, por ejemplo, adornos o artículos de colección, ya que es incomprensible que se pueda evaluar adecuadamente desde un área del vendedor y el comprador remoto.

A pesar de los ángulos anteriores, numerosas organizaciones presentan obstáculos sociales y legales directamente en el comercio electrónico, todavía hay numerosos compradores que dudan en dar su número de Mastercard o realizar pagos en la web. Un destaque entre los inconvenientes más notables es la inconcebibilidad de la correspondencia de ojo a ojo con el comerciante y el comprador, en cualquier caso, la correspondencia principal es a través de mensajes o diferentes métodos de correspondencia, por ejemplo, teléfono u organizaciones informales (visita) que permiten Intercambios de momento. Los programadores también son un riesgo latente en el negocio electrónico, ya que puede interrumpir los servidores y dañar la base de datos de la tienda virtual, modificando el código de programación e incluso engañando a los individuos (clientes) mediante métodos de "phishing" ofreciéndoles un artículo con el nombre de la organización, sin embargo, como regla general no está en exceso de una cobertura, en otras palabras, una organización de aparición, que en verdad no existe.

Riesgos del comercio electrónico

Existen peligros tanto en el sistema mundial como en los sistemas externos de comercio electrónico que es el equivalente: el daño causado a un individuo u organización a través del robo de información, y el daño depende de ellos. El peligro

increíble que existe en el sistema en general es la poca seguridad que ponen los clientes y las organizaciones normales para mantenerse alejados de los intrusos, por ejemplo, infecciones, gusanos, troyanos, programadores, etc. Ya que son este tipo de elementos que pueden atacar las bases de datos, proyectos, inventarios y una PC de algún cliente.

Este tipo de asaltos a proyectos y en todos los sistemas que manejan datos significativos, independientemente de si se trata de una empresa o individuo, podrían comenzar, "todas las cosas consideradas" problemas multitudinarios, por ejemplo, phishing, extorsión electrónica, traspasos (no aprobados por el propietario) de los activos, y así sucesivamente. Los peligros surgen básicamente en los intercambios en línea, por ejemplo, pagos en línea, a través de un intercambio electrónico a través de Internet, ya que hay información en medio (saldos financieros, números de Mastercard, direcciones, números de contacto).

2.2.2. Variable dependiente: Gestión comercial

2.2.2.1. Concepto de Gestión Comercial

Es la capacidad a cargo de hacer que la asociación sea conocida y abierta al mundo exterior, gestiona dos problemas principales, la lealtad y la cooperación del consumidor o la expansión de su mercado. El negocio del tablero es el que hace la conexión comercial de la organización con el mercado. Negocios Los ejecutivos no son solo la última fase del procedimiento comercial, sino que abarcan desde estudios estadísticos, hasta el acuerdo o situación del artículo accesible para el comprador o cliente. Negocio el consejo es una pieza básica del trabajo de las asociaciones.

Se caracteriza por ser un aparato perfecto para la mejora de las conexiones comerciales que ayudan a cumplir los objetivos comerciales de manera productiva. Es todo ese movimiento el que es responsable de "supervisar" y resolver el "impacto" en un resultado o variable de negocio.

Negocios los ejecutivos, es un término usado para retratar los controles comerciales no especializados de una organización o asociación, específicamente la administración del salario y los costos para producir un rendimiento relacionado con el dinero.

Dentro de una asociación se aplica tanto al enfoque como a los niveles de intercambio. Un gran número de estas estrategias se reflejan en las condiciones de cualquier acuerdo en el que la asociación se someta. En el grado de los intercambios, la junta directiva está conectada a través de la supervisión de las conexiones comerciales para garantizar la coherencia con los objetivos comerciales o políticos y para comprender o tratar los resultados monetarios y el peligro de cualquier variedad.

2.2.2.2. Aspectos Importantes de la Gestión Comercial

La gestión en el comercio es una de las más importantes de cualquier empresa comercial, industrial y de cualquier sector económico y se debe conocer estos alcances

¿Pero cuáles son los aspectos que se deben fortalecer?

- **Estudio:** alcanzar las previsiones de venta, debe partir del estudio de los factores externos de la empresa. Así se determinará las principales amenazas y oportunidades que se puede tener.
- **Organización y control:** El equipo comercial debe tener la capacidad de generar actividades comerciales que incluyan la estrategia y políticas de venta que se quiere proyectar. Enlazar el marketing con este objetivo traerá resultados positivos.
- **Relaciones efectivas:** Busca la capacidad de mantener un flujo de información importante con los clientes y proveedores. Así pueden definir la forma de recaudación, los servicios complementarios que se debe ofrecer, el seguimiento post-venta y la gestión de reclamos.
- **Equipo de venta:** Configurar la estructura de ventas, incluyendo su tamaño y recurso humano debe ser un objetivo principal de la Empresa. Así

pondrán a funcionar el motor que mantendrá la inversión a mediano y largo plazo (Grupo Softland, s.f.).

2.2.2.3. Catálogos Digitales

Una lista computarizada o electrónica es una distribución en línea, es decir, una interfaz gráfica como norma, una página donde se muestran los elementos y las administraciones que ofrece una organización.

Las listas computarizadas pueden almacenar enormes cantidades de artículos y permitirles componerlas y organizarlas de varias maneras, con el objetivo de que los clientes puedan realizar búsquedas rápidas y potentes.

Hay varios inventarios según las capacidades que ofrecen. Los menos difíciles solo dan descripciones de los artículos y registros de valor, sin tener un marco de compra e instalación en línea.

Los índices electrónicos han sido creados para publicitar, negociar y apropiarse, al igual que la administración del cliente.

Son el retrato computarizado de una organización y un tipo de comercio increíble. Dentro del campo del comercio electrónico, se reconocen las actividades realizadas entre organizaciones y compradores, y aquellas realizadas entre organizaciones. En este sentido, las listas electrónicas son tipos sorprendentes de correspondencia entre una organización y sus clientes, proveedores o diferentes organizaciones. Por eso son un instrumento publicitario cada vez más utilizado por diversas asociaciones.

Por otra parte, hay varios tipos de listas electrónicas según la forma en que aparecen en Internet. Los índices de las organizaciones que se dedican al comercio minorista generalmente se muestran solos, para avanzar y vender artículos y administraciones [http://www.dgcp.gob.pa/que-es-el-catálogo-de-productos - and-administrations](http://www.dgcp.gob.pa/que-es-el-catálogo-de-productos-and-administrations).

2.2.2.4 Workplace Empresarial

Workplace, conocida como Facebook at work, es una aplicación móvil y web que ofrece Facebook para mantener a los miembros del equipo conectados. Desde 2015 está en funcionamiento esta red social, que facilita el trabajo en la oficina y permite la conexión entre compañeros de trabajo.

Workplace ofrece los mejores servicios de Facebook: un perfil de noticias, la capacidad de crear y compartir en grupos, reacciones, búsqueda de mensajes o tendencias, acceso a los perfiles de la red social, un chat para comunicarse con sus compañeros de trabajo en tiempo real, una función de audio y video llamada.

Los grupos dan la posibilidad de que puedan ser abiertos a cualquier miembro de su equipo o solo a algunas personas. También existe una función “multi-empresa” que permite que empleados de diferentes organizaciones puedan trabajar juntos.

En los perfiles se ve la información de cómo ponerse en contacto con esa persona y aparece la posibilidad de enviar un mensaje a través de workchat, donde se puede enviar mensajes, compartir archivos o realizar video llamadas. Además, esta herramienta permite crear eventos y se puede utilizar por ejemplo, para planificar una actividad interna de la empresa.

Los trabajadores de las empresas deben estar más capacitados que nunca para enfrentarse a la competencia que cada vez más invierten en tecnología e innovación. La tecnología de la información y comunicaciones deben estar a disposición de todos, ponerse en práctica, de modo tal, que sea un apoyo para alcanzar los objetivos de la organización a un costo razonable. Si bien estas tecnologías tienen un abanico de información no podrán explotarse al máximo, a menos que las tecnologías estén alienadas a las estrategias organizacionales.

En Estados Unidos, la tecnología de información y comunicaciones ha avanzado mucho, debido al desarrollo de plataformas sociales, mencionamos al creador de Facebook, Mark Zuckerberg, quien mediante investigación y pruebas detalla el éxito

de la plataforma uniendo a miles de personas en tiempo y distancia. Es así que el mismo creador ha desarrollado una plataforma empresarial llamada Workplace que pone en contacto a todos los trabajadores de una empresa a través del teléfono móvil. Esta plataforma trabaja igual que Facebook en tiempo real, cuenta con muro para acondicionar el perfil y datos, Chat de conversaciones y consultas en línea, transmisiones en directo con traducciones automáticas, pero sin anuncios publicitarios. Para llevar a cabo el proyecto, Mark Zuckerberg invitó a miles de empresas a unirse para realizar pruebas y mejoras, siendo un éxito y teniendo gran acogida en La India, Estados Unidos, Noruega, Reino Unido y Francia por la tecnología aplicada; lo cual ha mejorado mucho los problemas de deficiencia en la comunicación entre los trabajadores que no permitían el crecimiento de la productividad laboral. El psicólogo Paul Watzlawick plantea que “es imposible que una empresa no comunique, la comunicación en una empresa es fundamental para el funcionamiento y éxito de cualquier organización empresarial. Lo que ha ido evolucionando a lo largo de la historia son los procesos de comunicación y el análisis de los mismos, así como la manera de gestionar a las organizaciones y a sus recursos humanos”.

En los Estados Unidos hay una historia identificada con una baja rentabilidad laboral, que habla de una pérdida anual de 250,000 millones de dólares por cada año para las organizaciones, según el Departamento de Trabajo.

Se considera que un trabajador con baja eficiencia en el trabajo, que se siente preocupado (en forma extraordinaria) en su lugar de trabajo, crea un costo varias veces mayor que cualquier otra dolencia.

A nivel de Sudamérica, en Argentina, la tecnología de la información y comunicaciones también viene evolucionando, mencionamos por ejemplo a la empresa Mercado Libre quien tiene implementado la tecnología de información y comunicaciones como la herramienta Workplace y les sirve para unir a los trabajadores, haciendo mejor sus actividades. Les permite a los trabajadores reducir el tráfico por correo electrónico, eliminar las barreras de traducción y les

ayuda a encontrar nuevas formas de trabajar. Con relación al nivel de tecnología de información y comunicaciones, es que la información no llegaba a todos en tiempo real y sucedían problemas internos por no tener la información clara y necesaria, dando un resultado de baja productividad laboral. Hay empresas donde el 60% de los problemas, es a consecuencia de la deficiente comunicación, declaración de Peter Drucker, y frase que rescata el Lic. Alejandro Formanchuck quien concibe que una estructura nace a partir de una comunicación, todo tiene una raíz comunicacional.

En Argentina hay un pasado lleno de baja eficiencia laboral, identificado con desmotivación con los recados requeridos, insatisfacción debido a la ausencia de resultados o reconocimiento, falta de dirección, conflicto con el curso o las prácticas ejecutadas por la organización, incluso por la economía en retiro, que el país vive.

En el Perú, las tecnologías de información y comunicaciones se han implementado a menor escala, debido a que son pocas las empresas que invierten en ello. Por ejemplo, algunas empresas que cuentan con herramienta Workplace, son: la Universidad UPC, La Positiva Seguros, quienes consideran que les sirve para llegar a todos sus trabajadores a través del aplicativo móvil y ellos pueden revisar todos los eventos, cursos, videos y estar informados y actualizados con la empresa. Antes de implementar la tecnología, el problema era la deficiente comunicación y la baja productividad laboral, la implementación de las tecnologías de información y comunicaciones ha mejorado la productividad y llevado a un crecimiento económico. Para Matías Espejo Sandoval, Gerente general de la empresa Pacagroup General Services, este producto se ha convertido en la base de la transformación a nivel cultural de la compañía. “Nos dimos cuenta que el correo electrónico ya no servía para comunicarnos entre nosotros”.

Se tiene antecedentes de baja productividad laboral, debido a que las empresas no cumplen con lo ofrecido ni cuenta con las condiciones adecuadas para realizar el trabajo, por lo que el trabajador se aburre y permanece poco tiempo en la empresa llevando a cabo su renuncia (Universia Argentina, 2016).

2.2.2.5. Tiendas Virtuales

Una tienda virtual (o tienda en línea) es un espacio dentro de un sitio, donde las cosas se ofrecen disponibles para ser compradas. En un sentido amplio, puede representar una tienda virtual como una etapa de intercambio tradicional que utiliza un sitio para realizar sus transacciones e intercambios. En su mayor parte, las compras en una tienda virtual se pagan con tarjeta de crédito en un sitio similar y luego los artículos se envían por correo. En cualquier caso, se pueden utilizar diferentes métodos de pago, por ejemplo, movimientos bancarios, cupones de pago, PayPal, etc. La mayoría de las veces, la tienda virtual suele esperar que los clientes se inscriban (ingresando su información) antes de que puedan realizar una compra.

Una tienda en línea o virtual, alude a una aplicación web que permite el intercambio como la compra o el trato entre uno o unos pocos clientes a través de Internet, en un par de palabras: es un sitio que nos permite vender o comprar.

Una tienda en línea (también llamada tienda en línea, tienda virtual o tienda electrónica) alude a una tienda habitual que utiliza un sitio de Internet como sus métodos principales para intercambios importantes.

Los comerciantes de artículos y las administraciones ponen en la transferencia de sus clientes un sitio donde pueden ver imágenes de los artículos, leer sus detalles, por último. Esta administración le da al cliente velocidad en la compra, la posibilidad de hacerlo desde cualquier lugar y en cualquier momento. Algunas tiendas en línea incorporan manuales de clientes dentro de la página del artículo con el objetivo de que el cliente pueda reflexionar con anticipación sobre lo que están obteniendo; Además, incorporan la oficina para que los compradores anteriores califiquen y evalúen el artículo.

Regularmente, estos artículos se pagan con Mastercard y se envían al cliente por correo u oficina de transporte, a pesar del hecho de que confiar en la nación y en la tienda puede haber diferentes alternativas, por ejemplo, PayPal.

La mayoría de las tiendas en línea requieren la formación de un cliente en el sitio a partir de información, por ejemplo, nombre, dirección y correo electrónico. Lo último es ahora y luego se utiliza como un método para su aprobación.

Diagrama

Una tienda virtual o tienda web es un sitio que vende artículos o administraciones y, con frecuencia, tiene una cesta de la compra basada en la web relacionada con ella. Con la importancia de Internet, ha habido un rápido incremento en las tiendas web, las compras basadas en la web se han convertido en un poco de libertad para los propietarios de tiendas minoristas. En este tipo de tienda, los individuos pueden comprar desde sus hogares, tener más poder ya que tienen una gran variedad de opciones para navegar y no tienen que caminar largas separaciones para lograr diferentes tiendas.

Al estar en Internet, los permisos se pueden ofrecer a personas de todo el mundo y, a pesar de que puede hacer envíos a todo el mundo, por ejemplo, desde los Estados Unidos a una nación en América Latina, debe estar en la parte superior de la lista de prioridades, estos envíos universales hacen que los descuentos y reclamaciones sean problemáticos, observando Certificación de costos de expansión, con la excepción de cuenta de artículos avanzados. Del mismo modo, las administraciones de tradiciones de cada nación pueden solicitar el pago de derechos adicionales en la temporada de envío o conocimiento de los artículos con la nación individual.

Asimismo, es una ventaja increíble para numerosos empresarios de pequeña y mediana escala, pequeños y medianos, ya que pueden tener una tienda abierta para todos a un costo insignificante, en contraste con la especulación que debe hacerse para lograr más lugares físicos con sucursales.

Normalmente, las tiendas web tienen varios tipos de pagos para que el cliente pueda acceder sin problemas, por ejemplo, el marco de la tarjeta de cargo o el pago

en contra del transporte, el último es el pago en la temporada de transporte del artículo en la ubicación del cliente, algunos también incluyen el movimiento del banco.

Protección y seguridad

Debido a los peligros para la protección de la información en Internet y el riesgo de fraude de datos, es fundamental realizar compras en línea solo en destinos respetables y legítimos. También es apropiado no dar información individual o tarjeta de crédito en caso de que no esté utilizando una asociación protegida.

Para garantizar que la tienda visitada sea real, puede verificar, entre otras cosas, las siguientes cosas:

- Presencia de Términos de Uso y Aviso Legal.
- Complete los datos de contacto, incluido el nombre y la dirección de la organización.
- Elementos que dan calidad y confianza inquebrantables a <https://web-gdl.com/servicios/que-es-una-tienda-en-linea/>.

3. Alternativas de solución

Propuesta de soluciones:

Nuestras alternativas de soluciones como aportes a la investigación son implementar actualizaciones en la Tecnología de Información y Comunicaciones como la implementación de la herramienta Workplace, el cual le servirá de guía y manual para enterarse de todos los productos que hay en todas las Divisiones y hacer consultas para que sus dudas sean resueltas al instante.

Con esta herramienta interactúan todas las Áreas de la empresa, formadas en grupo general y grupos abiertos de diferentes Áreas y Divisiones a efectos de que los trabajadores conozcan en mayor detalle a los productos, operaciones, las novedades con la empresa, capacitaciones, eventos, alianzas estratégicas y contactarse inmediatamente desde cualquier punto del país sabiendo la información a tiempo real, siendo nuestro objetivo mejorar la Gestión Comercial con el menor índice de quejas y devoluciones.

Así mismo, se sugiere una capacitación en Tecnología de Información y Comunicaciones por parte de los Jefes de Área y Divisiones con los trabajadores para aclarar dudas, exponiendo casos similares y brindar alternativas de solución eficaces que los lleven a ganar-ganar.

3.1. Alternativas de solución al problema general:

Problema general: ¿De qué manera la tecnología de la información y comunicaciones influye en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016?

Respuestas:

La Tecnología de la información y Comunicaciones – TIC influye porque:

- A. Las TICs. son herramientas electrónicas telemáticas que ayuda a tener comunicación e información en tiempo real.
- B. La automatización de servicios y procesos internos y externos son rápidos.
- C. Permite desarrollar estrategias competitivas diferenciadoras a la Gestión comercial con el fin de lograr el crecimiento económico.
- D. Mayor comunicación entre la Gerencia, jefes, Supervisores y trabajadores (mejora la comunicación interna).
- E. Genera desarrollo intelectual y desarrollo de habilidades.
- F. Fácil acceso a la información del negocio.
- G. Permite reducir costos al optimizar la disponibilidad y veracidad de la información.
- H. Permite agilizar en la toma de decisiones y dar respuestas rápidas tanto a nivel interno como a nivel cliente.
- I. Mejora la comunicación con el cliente.
- J. El uso de adecuado de la Tecnología de Información y Comunicaciones nos permite tener ventajas competitivas y ser líderes en el mercado.
- K. Nos da la oportunidad de mejorar la calidad de los servicios.
- L. Favorece la agilidad de relaciones con clientes y proveedores

3.2. Alternativa de solución al problema de específico 1:

Problema específico 1: ¿De qué manera las Plataformas Virtuales influyen en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016?

Respuestas:

- A. Se debe implementar plataformas virtuales, para realizar cursos de capacitación de usos adecuados de las Tecnologías de Información y Comunicaciones, conferencias, información de nuevos servicios o productos ofrecidos en el mercado, precios, promociones, celebraciones, entre otros.
- B. Una adecuada distribución de los contenidos informativos
- C. Comunicación e información fluida y eficaz entre trabajador y capacitador.
- D. Realizar seguimiento de las capacitaciones, informaciones, precios, promociones, celebraciones brindadas, entre otros.
- E. Ahorro de tiempo.
- F. Permite trabajar en equipo.
- G. Permite disponer de mayor información a través de las plataformas virtuales.

3.3. Alternativa de solución al problema de específico 2:

Problema específico 2: ¿De qué manera las Herramientas Telemáticas influyen en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016?

Respuestas:

- A. Se debe contar con herramientas telemáticas, como intranet, foro, chat, redes sociales empresariales, contar con la aplicación de la herramienta WorkPlace que interactúe en tiempo real con el personal de todas las áreas, con el fin de que todos estén informados de las novedades, ofertas,

capacitaciones, reuniones, o cualquier evento importante que se realice en la empresa.

- B. Permite tener fácil acceso a la información referente al negocio.
- C. Gran potencial para bajar información del negocio.
- D. Hace la comunicación más sencilla.
- E. Permite interactuar con más personas, clientes externos e internos.

3.4. Alternativa de solución al problema de específico 3:

Problema específico 3: ¿De qué manera el Comercio Electrónico influye en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016?

Respuestas:

- A. Se debe implementar mejoras en el comercio electrónico, como paneles de publicidad, promociones vía web, ofertas atractivas, tiendas abiertas las 24 horas, flexibilidad en los métodos de pago, permitiendo pagar de la forma tradicional o electrónicamente.
- B. Permite a través de una pantalla el acceso a un abanico productos o servicios.
- C. Permite una manera nueva de distribución de los productos o servicios.
- D. Permite reducir los costos y precio final al ofrecer vía online los productos o servicios.
- E. Permite que los clientes puedan acceder a cualquier zona geográfica del país y del extranjero sin limitación alguna y con expansión hacia nuevos mercados.
- F. Aumento de las ventas y la competitividad con calidad en los servicios.
- G. Respuesta inmediata a las necesidades y entrega de los productos o servicios de manera más corta.
- H. Nos permite tener un control de pedidos y clientes que manejan mucho este medio de compra o visita.
- I. Aumentar la relación entre el cliente, los clientes y la empresa competitiva.
- J. Un aumento en el crecimiento de las ventas

Conclusiones

Se determinaron que la falta de conocimiento de las TIC – Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, afectó la Gestión Comercial en la empresa.

Se detectó que las plataformas virtuales no se encuentran implementadas en la empresa y por ello la organización no se encuentra comprometida con los clientes.

No existe una buena gestión de las herramientas telemáticas como el facebook empresarial, el twiter, el Instagram, las redes sociales y otros elementos digitales.

No se utiliza el comercio electrónico debidamente y dentro de ello el no contar con el work place incide en la gestión comercial y se pierde clientes por falta de tiendas virtuales.

Recomendaciones

Impartir charlas de capacitación para aumentar las ventas utilizando el comercio electrónico que incidirá en el aumento de clientes, clientes potenciales y otros afines.

Implantar las plataformas virtuales procedimientos para crear un historial crediticio y obtener fuente de financiamiento que incidirá en la Liquidez de la Empresa.

Implementar las herramientas telemáticas como políticas de comercio y de negocios que influirá en la gestión comercial y la rentabilidad de la empresa.

Se sugiere implementar el WorkPlace para acelerar las funciones de la gestión comercial en beneficio de la empresa, considerando el aumento de las ventas y la rentabilidad sostenida de la organización en el largo plazo y con calidad comercial.

Referencias

- Admprens17a. (17 de Marzo de 2017). *La importancia de la tecnología de la información (TI)*. Obtenido de La importancia de la tecnología de la información (TI): <https://www.prensariotila.com.ar/la-importancia-de-la-tecnologia-de-la-informacion-ti/>
- Albarracín, E. G.(2014). *Estudios Gerenciales*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001557#bib0040>
- Jiménez, A.I. (2006). La influencia de las TIC en la gestión comercial. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación*.
- Argentina, U. (16 de 11 de 2016). *Conocé qué es Facebook Workplace: la nueva red social para el trabajo*. Obtenido de Conocé qué es Facebook Workplace: la nueva red social para el trabajo: <http://noticias.universia.com.ar/practicas-empleo/noticia/2016/11/16/1146231/conoce-facebook-workplace-nueva-red-social-trabajo.html>
- Asín, R. L. (2013). *Implantación de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones en las Mipymes colombianas con actividad comercial*. Cartagena , Colombia.
- Cañas, L. V. (2015). *Impacto del uso de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones en la Gestión Judicial de la Dirección Seccional de Administración Judicial de Cúcuta*. Medellín, Colombia.
- Caro, M. J. (2008). *El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en el Sector Hotelero de la Península de Yucatán*. Madrid, España.
- Concepto Definición*. (Agosto de 2011). Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/tecnologia/>
- Definición.De*. (s.f.). Obtenido de <https://definicion.de/informacion/>
- Díaz, C. (s.f.). *Gestión Org.* . Obtenido de <https://www.gestion.org/marketing/52735/4p-de-la-mercadotencia/>
- Elder, C. F. (2016). *Uso de las tecnologías de la información y la comunicación y el desempeño de los docentes de educación básica secundaria en la institución educativa Jorge Eliécer Gaitán Tota - Boyacá 2016*. Lima, Perú.

- Espinoza, M. B. (2015). El uso de la Tecnología de la Información y Comunicación en la Gestión de la Municipalidad Provincial de Huánuco. Huánuco, Perú.
- Estefanía, M. P. (2014). *Monografías.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos100/barreras-proceso-comunicacion/barreras-proceso-comunicacion.shtml>
- Campos, S. F. ; Loza, P. M. (2011). *Repositorio Utn*. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1945/1/05%20FECYT%201136%20TESIS.pdf>
- Grupo Softland. (s.f.). *Líderes en soluciones de software de gestión ERP y Capital Humano en Latinoamérica y España*. Obtenido de <http://www.softland.la/hablemos-de-negocios/4-aspectos-importantes-de-la-gestion-comercial-en-tu-empresa#>
- Ingram, D. (s.f.). *La Voz de Houston*. Obtenido de <https://pyme.lavoztx.com/qu-es-un-sistema-de-gestin-de-la-informacin-7690.html>
- Koontz, H. (2012). *Administración - Una perspectiva global y empresarial*. México: Mc Graw - Hill / Interamericana Editores S.A de C.V.
- Ortorio, J. M. (Marzo de 2017). *TI Prensa*. Obtenido de <https://www.prensariotila.com.ar/la-importancia-de-la-tecnologia-de-la-informacion-ti/>
- Herencia, P. R. (2015). *Tecnologías de la Información y Comunicación y desempeño docente en la Facultad de Marketing y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana de Integración Global, Lima, 2015*. Lima, Perú.
- Pita, E. S. (Setiembre de 2013). *La utilización de las TICS en la gestión comercial de las PYMES para servicios de bienes inmuebles*. Guayaquil, Ecuador.
- Porter, M. E. (2001). *Strategy and the Internet*.
- Seraquive, D. M. (2010). *Impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones en el desempeño de las PYMES en el Ecuador*. Loja, Ecuador.
- Thompson, I. (Octubre de 2008). *PromoNegocios.Net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/que-es-informacion.html>
- Torre, A. D. (s.f.). *América Latina: la falta de innovación dificulta la creación de empleos de calidad*. Obtenido de

<http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/12/05/latin-america-many-entrepreneurs-little-innovation-growth>

Vargas, F. P. (2012). El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la eficacia y eficiencia de las empresas de servicios de encomiendas en Tacna. Tacna , Perú.

Vila, G. S. (2014). Aplicación de Cobit para mejorar el nivel de gestión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la Red de Salud Valle del Mantaro. Huancayo, Perú.

APÉNDICES

Apéndice A: Matriz de consistencia de las TIC y la Gestión Comercial

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	VARIABLES	SUB VARIABLES O DIMENSIONES	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN AL PROBLEMA GENERAL	CONCLUSIONES
¿De qué manera la Tecnología de la Información y Comunicaciones influyen en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016?	Establecer cómo la Tecnología de la Información y Comunicaciones influye en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016	X = TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES (TIC)	X₁ =Plataformas virtuales X₂ =Herramientas telemáticas X₃ = Comercio electrónico	<ul style="list-style-type: none"> Las TIC ayuda a tener comunicación e información a tiempo real. Automatización de servicios Permite desarrollar estrategias Mayor comunicación entre la Gerencia, jefes, Supervisores y trabajadores Información del negocio. Permite reducir costos Respuesta rápida tanto a nivel interno como a nivel cliente. Mejora la comunicación con el cliente. El uso de las TIC permite tener una ventaja competitiva y ser líder en el mercado. Favorece la agilidad de relaciones con clientes y proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> Las TIC están desactualizadas El uso de las TIC influye directamente en la gestión comercial Desconocimiento de los trabajadores Cambios importantes en el mundo de los negocios que influyen en la tecnología Es importante acceder a las TIC Las grandes empresas muestran un aumento en el uso de las TIC Las TIC crean un gran impacto en los negocios.
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS			ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN AL PROBLEMA ESPECÍFICO 1	RECOMENDACIONES
¿De qué manera las Plataformas Virtuales influyen en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016?	Determinar cómo las Plataformas Virtuales influyen en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016	Y = GESTIÓN COMERCIAL	Y₁ =Catalogo digitales Y₂ =Workplace empresarial Y₃ =Tiendas virtuales	<ul style="list-style-type: none"> Implementar plataformas virtuales Adecuada distribución de los contenidos informativos Comunicación e información fluida Realizar seguimiento de las capacitaciones, informaciones, Ahorro de tiempo. Permite trabajar en equipo. Permite disponer de mayor información a través de las plataformas virtuales. Mayor disponer de mayor información 	<ul style="list-style-type: none"> Actualizarse en el uso de las TIC mediante el sistema WORKPLACE Capacitación permanente

PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS			ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN AL PROBLEMA ESPECÍFICO 2	RECOMENDACIONES
<p>¿De qué manera las Herramientas Telemáticas influyen en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016?</p>	<p>Aplicar cómo las Herramientas Telemáticas (Herramienta Workplace) influye en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar herramientas telemáticas, como intranet, foro, chat, redes sociales empresariales, otros. • Contar con la aplicación de la herramienta WorkPlace que interactúe en tiempo real con el personal de todas las áreas. • Permite tener fácil acceso a la información referente al negocio. • Gran potencial para bajar información del negocio. • Hace la comunicación más sencilla Permite interactuar con clientes externos e internos. 	
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS			ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN AL PROBLEMA ESPECÍFICO 3	RECOMENDACIONES
<p>¿De qué manera el Comercio Electrónico influye en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016?</p>	<p>Difundir cómo el Comercio Electrónico influye en la Gestión Comercial de la Empresa Pacagroup General Services, Lima 2016</p>			<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar el comercio electrónico, como paneles de publicidad, promociones vía web, ofertas atractivas, tiendas abiertas las 24 horas, flexibilidad en los métodos de pago, de forma tradicional o electrónicamente. • Acceso a un abanico productos o servicios. • Permite una manera nueva de distribución de los productos o servicios. • Permite reducir los costos y precio final al ofrecer vía online los productos o servicios. • Acceder de cualquier zona geográfica sin limitación, expansión hacia nuevos mercados. • Respuesta inmediata a las necesidades y entrega de los productos o servicios • Aumenta la relación entre el cliente y la empresa. • Un aumento en el crecimiento de las ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las TIC deben amoldarse al tamaño de la empresa para aumentar y mejorar la gestión comercial • Una orientación estratégica para la gestión comercial. • La gestión comercial debe mejorar con la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Fuente: Elaboración propia.

Apéndice B: Las Tecnologías de Información y Comunicaciones



Fuente: Elaboración propia.

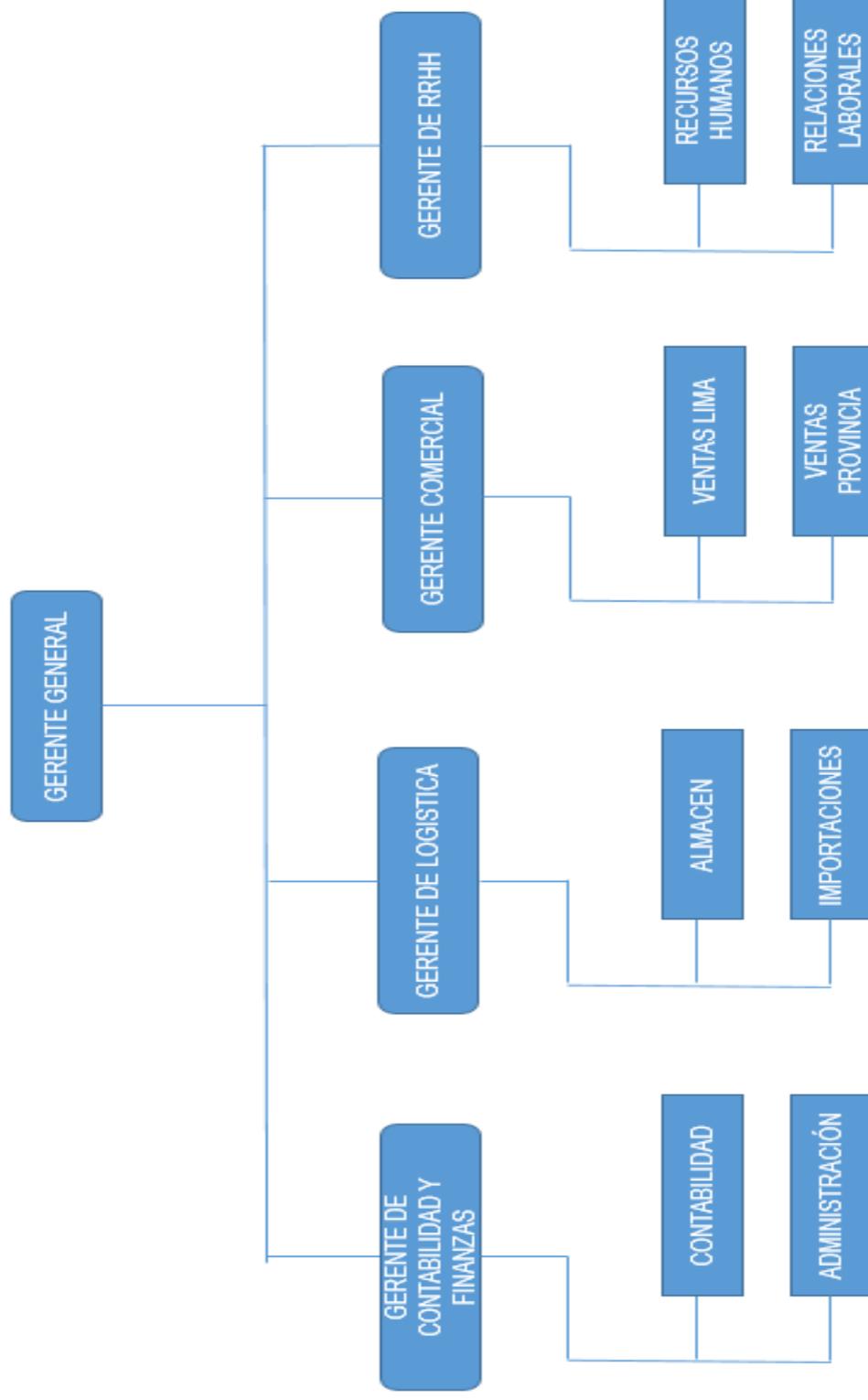
Apéndice C: Gestión Comercial ayudado por las TICs.



Fuente: Elaboración propia.

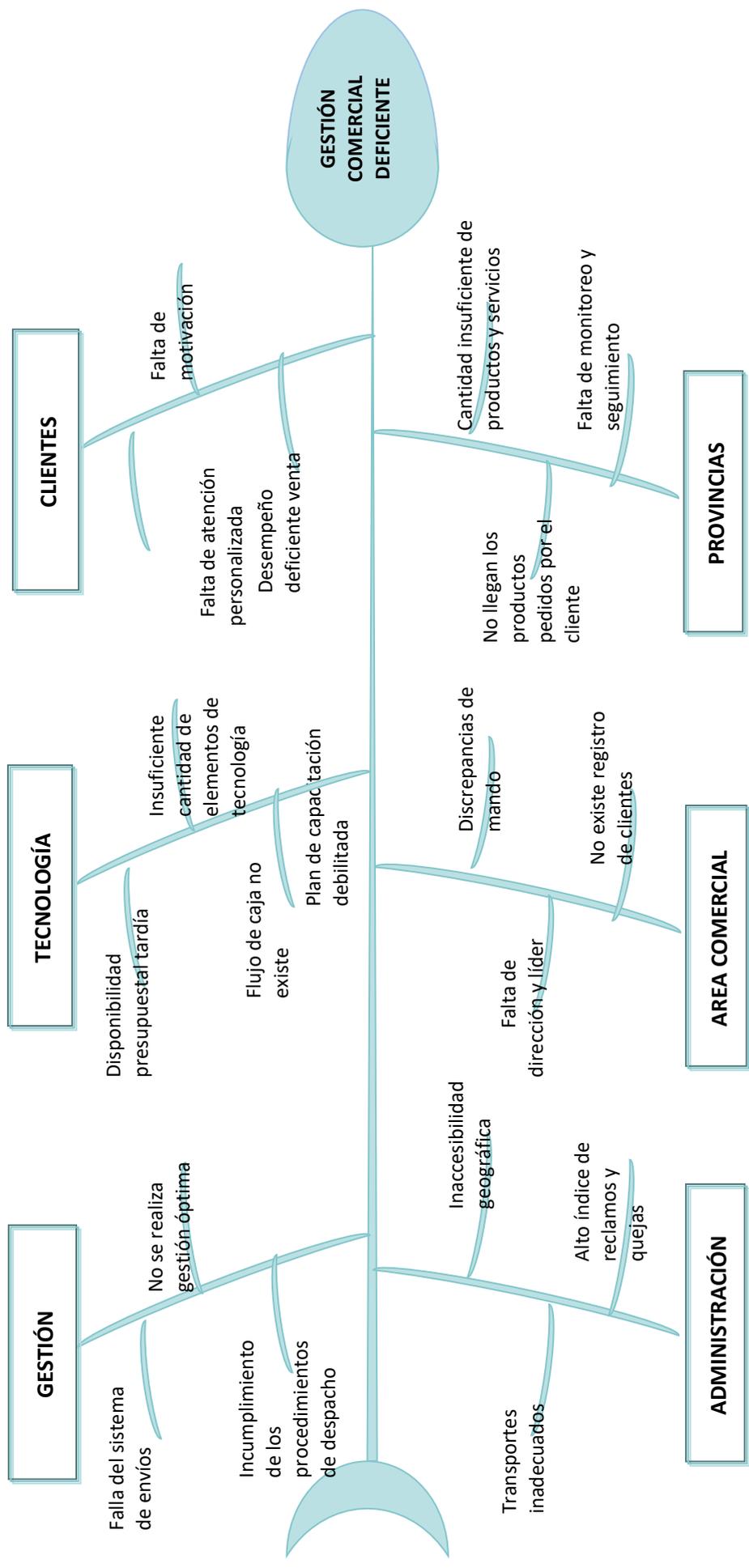
TABLA DE CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama de la Empresa Pacagroup General Services



Fuente: Elaboración propia

Figura 2: Diagrama de causa efecto de las TIC y la Gestión Comercial



EL USO DE LAS TIC EN LA EMPRESA – CONSIDERADA DE FORMA INDIVIDUAL
Las industrias y los sectores industriales en diferentes estadios de difusión tecnológica
La situación del mercado y el análisis de la competitividad en relación a la utilización de las TIC
Diferencias en la aplicación de las TIC por países
La relación entre el tamaño de las empresas y la inversión en TIC
El desarrollo y la utilización de diversas aplicaciones de TIC en la empresa
La experiencia y la utilización previa de las TIC
La utilización de las TIC en diferentes niveles y áreas de la empresa
El número de actividades y procesos empresariales en los que se emplean las TIC
La compatibilidad de los diversos sistemas, elementos y aplicaciones de las TIC
La responsabilidad derivada de la adquisición, desarrollo e implementación de sistemas de las TIC
La variación de la importancia atribuida a las TIC en la empresa en el transcurso del tiempo
Las normas requeridas para implantar prácticas y procedimientos de TIC competitivos
Las características y los costos derivados de la inversión en TIC
Las TIC como elemento incentivador del cambio en la dirección de la empresa
La importancia del conocimiento y del factor humano en el desarrollo y utilización de las TIC.

Figura 3: El uso de las TIC en la empresa Individual

Fuente: Brady et al., (1999).

GESTIÓN COMERCIAL EN LA EMPRESA POR PROCESOS	ACTIVIDADES IMPLICADAS POR PROCESOS (A)
Gestión Estratégica	Planificación, Cultura Empresarial (Propósito, Misión, Valores, Políticas), Elaboración del Plan de Gestión, Despliegue de objetivos, Definición de indicadores, Mecanismos de control
Gestión Procesos	Planificación nuevos procesos, revisiones periódicas de procesos claves y relevantes, definición arquitectura procesos, asignaciones responsables, asignación de recursos, establecimiento de índices de eficacia y efectividad
Gestión de Personas	Planificación de las necesidades, Selección, acogida, remuneración, Promoción, reconocimiento, Evaluación del desempeño, Gestión de equipos, Satisfacción de las personas
Gestión lanzamiento nuevos productos	Estudios de mercado, Análisis de productos de la competencia, Vigilancia tecnológica, Especificación de producto, Diseño, Ingeniería Concurrente, Análisis de valor, Gestión del costo, prototipos, pre series, industrialización, Inversiones, Campañas publicitarias, Modificaciones del diseño, Patentes y marcas
Gestión fabricación	Dotación de Personal, Programa Fabricación, gestión stocks, Grupos de Mejora, Gestión Operativa, formación, niveles calidad, Prevención Riesgos Laborales, Gestión residuos.
Gestión Pedidos	Gestión ofertas, aceptación de pedidos, Programación pedidos, Aprovisionamientos, logística (expedición, envío, facturación, cobro, seguimiento, etc.)
Gestión Compra	Búsqueda nuevos proveedores, Evaluación proveedores, negociación precios, asignación pedidos, reconocimiento proveedores.
Gestión Comercial y Marketing	Publicidad, visitas, reclamaciones clientes, Gestión Clientes Claves, Gestión compromisos, evaluación satisfacción clientes.
Gestión Financiera	Planificación financiera, Tesorería, pagos, Gestión administrativa, inventarios, balances, auditorías, divisas, riesgos, presupuestos, inversiones.
Gestión del Conocimiento	Plan Tecnológico, Inventario Conocimiento existente, Identificación necesidades, Identificación y gestión Personas claves, Prácticas de motivación, Gestión de la información: subprocesos de captación, didactización y disposición.
Gestión Prevención Riesgos Laborales	Estrategia PRL, Legislación aplicable, Evaluación de riesgos, Planificación: Seguridad, Vigilancia de los trabajadores, Higiene y Ergonomía, Gestión y definición de objetivos, Política, Sistema de Gestión utilizado, Gestión acciones; preventivas, correctoras, de mejora y no conformidades, auditorías, revisión del Sistema PRL
Gestión Medioambiental	Aspectos Medioambientales: identificación y evaluación, Legislación aplicable, Control Operacional, Gestión y definición de objetivos, Política, Sistema de Gestión utilizado, Gestión acciones; preventivas, correctoras, de mejora y no conformidades, auditorías, revisión del Sistema de Medio Ambiente.
Gestión de la Calidad	Planificación de la Calidad, Gestión y definición de objetivos, Política, Sistema de Gestión utilizado, Gestión acciones; preventivas, correctoras, de mejora y no conformidades, auditorías, revisión del Sistema de calidad.
Gestión de procesos	Planificación de nuevos procesos, Revisión periódica de los procesos claves y relevantes, asignación de recursos para el mantenimiento de los procesos, definición de la arquitectura de los procesos y otros.

Figura 4: Los procesos en la Gestión Comercial

GESTION COMERCIAL POR PROCESOS (B)	GESTION COMERCIAL POR PROCESOS (C)	GESTION COMERCIAL POR PROCESOS (D)
<ul style="list-style-type: none"> • Captura de la información sobre el mercado. • Selección del mercado • Necesidades • Desarrollo del hardware • Desarrollo del software • Producción • Entrega a clientes • Relaciones con clientes • Servicio • <u>Feedback de clientes</u> • Marketing • Integración de soluciones • Análisis financiero • Integración de planes • Contabilidad • Recursos humanos • Infraestructura de la Tecnología de la Información y Comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de clientes • Gestión de inventarios y logística • Diseño e ingeniería de productos • Mantenimientos de productos • Gestión de la Tecnología • Producción y gestión de operaciones • Gestión comercial • Gestión proveedores • Gestión de la información • Gestión del negocio • Gestión de los recursos humanos • Gestión de activos • Jurídico/ legal • Gestión financiera 	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir el negocio • Planificar • Desarrollar procesos • Gestionar operaciones • Aumentar apoyo humano • Vender productos y servicios • Ofrecer servicios al cliente • Gestionar servicios y productos • Facilitar servicios de asesoramiento • Planificar la red • Ofrecer la red • Facilitar servicios de apoyo • Gestionar la información • Gestionar las finanzas • Suministrar Insumos • Otros procesos para optimizar la Gestión Comercial.

Figura 5: Los procesos concurrentes de la Gestión Comercial

Workplace

by facebook



Figura 6: El workplace una herramienta TIC para mejorar la Gestión Comercial

Fuente: Facebook.com