



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



Gobierno del
Estado de
México

ESTADO DE
MÉXICO
¡El poder de servir!



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO

TES
TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES
IXTAPALUCA

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE IXTAPALUCA

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

LINEA DE INVESTIGACION:

DESARROLLO Y FORTALECIMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES

TESIS:

**MODELO DE DESARROLLO DE ALTA DIRECCION Y ADMINISTRACION DE
RECURSOS DE TI EN MIPYMES**

QUE PRESENTA:

LIC. CHRISTIAN JULIAN JIMENEZ RUIZ

PARA OBTENER EL GRADO DE:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN

DIRECTOR DE TESIS:

MTRA. MARÍA DEL CARMEN ARRIETA LOPÉZ

IXTAPALUCA, ESTADO DE MÉXICO

AGOSTO, 2024



"2024. Año del Bicentenario de la Erección del Estado Libre y Soberano de México".


**COMITÉ DE REVISIÓN Y TITULACIÓN APROBADO
POR EL CONSEJO DE POSGRADO**

Ixtapaluca, Estado de México a 13 de septiembre de 2024.


Los abajo firmantes, Miembros del Jurado para Examen de Grado de Maestría, hacen CONSTAR que, habiendo revisado el trabajo de tesis desarrollado por el LCDO. JIMÉNEZ RUÍZ CHRISTIAN JULIAN, bajo el título "MODELO DE DESARROLLO DE ALTA DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS DE TI EN MIPYMES", hemos dictaminado que ha sido aprobado y aceptado por el Comité asesor indicado, como requisito parcial para obtener el grado de Maestría en Administración, por lo que se autoriza su impresión.

ATENTAMENTE


PRESIDENTE


MTRA. MARÍA DEL CARMEN ARRIETA LÓPEZ
DOCENTE PTC

SECRETARIO


MTRA. MARÍA JUANA HERNÁNDEZ FLORES
DOCENTE PTC

VOCAL


DRA. MARÍA EUGENIA ESTRADA CHAVIRA
DOCENTE PTC

VOCAL


MTRA. LAURA SUSANA REYES ONZÁLEZ
DOCENTE PTC





GOBIERNO DEL
ESTADO DE
MÉXICO



ESTADO DE
MÉXICO
El poder de servir

EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN, CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Tecnológico de Estudios Superiores de Ixtapaluca
Subdirección de Estudios Profesionales

"2024. Año del Bicentenario de la Erección del Estado Libre y Soberano de México".

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y DE NO PLAGIO

En el Estado de México, la que suscribe **LCDO. JIMÉNEZ RUÍZ CHRISTIAN JULIAN** estudiante de la Maestría en Administración, adscrito al Tecnológico de Estudios Superiores de Ixtapaluca, manifiesta que se responsabiliza por la autenticidad y originalidad del contenido del presente trabajo de Tesis titulado **"MODELO DE DESARROLLO DE ALTA DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS DE TI EN MIPYMES"**, el cual ha sido elaborado y presentado para la obtención del grado en la maestría en Administración.

Ixtapaluca, Estado de México a 13 de septiembre de 2024.

AUTOR INTELECTUAL

LCDO. JIMÉNEZ RUÍZ CHRISTIAN JULIAN



"2024. Año del Bicentenario de la Erección del Estado Libre y Soberano de México".


**COMITÉ DE REVISIÓN Y TITULACIÓN APROBADO
POR EL CONSEJO DE POSGRADO**

Ixtapaluca, Estado de México a 13 de septiembre de 2024.

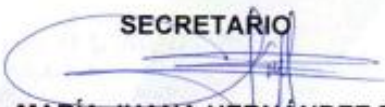
Los abajo firmantes, Miembros del Jurado para Examen de Grado de Maestría, hacen CONSTAR que, habiendo revisado el trabajo de tesis desarrollado por el LCDO. **JIMÉNEZ RUÍZ CHRISTIAN JULIAN**, bajo el título "**MODELO DE DESARROLLO DE ALTA DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS DE TI EN MIPYMES**", hemos dictaminado que ha sido aprobado y aceptado por el Comité asesor indicado, como requisito parcial para obtener el grado de Maestría en Administración, por lo que se autoriza su impresión.

ATENTAMENTE


PRESIDENTE


MTRA. MARÍA DEL CARMEN ARRIETA LÓPEZ
DOCENTE PTC

SECRETARIO


MTRA. MARÍA JUANA HERNÁNDEZ FLORES
DOCENTE PTC

VOCAL


DRA. MARÍA EUGENIA ESTRADA CHAVIRA
DOCENTE PTC

VOCAL


MTRA. LAURA SUSANA REYES ONZÁLEZ
DOCENTE PTC





GOBIERNO DEL
ESTADO DE
MÉXICO



ESTADO DE
MÉXICO
El poder de servir

EDUCACIÓN

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN, CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Tecnológico de Estudios Superiores de Ixtapaluca
Subdirección de Estudios Profesionales

"2024. Año del Bicentenario de la Erección del Estado Libre y Soberano de México".

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS

En el Estado de México, el que suscribe **LCDO. JIMÉNEZ RUÍZ CHRISTIAN JULIAN** estudiante de la Maestría en Administración, adscrito al Tecnológico de Estudios Superiores de Ixtapaluca, manifiesta que es autor intelectual del presente trabajo de Tesis bajo la dirección de la **MTRA. MARÍA DEL CARMEN ARRIETA LÓPEZ** y cede los derechos del trabajo **"MODELO DE DESARROLLO DE ALTA DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS DE TI EN MIPYMES"**, al Tecnológico de Estudios Superiores de Ixtapaluca para su difusión, con fines académicos y de investigación.

Los usuarios de la información no deben reproducir el contenido textual, graficas o datos del trabajo sin el permiso del autor y/o director del trabajo. Si el permiso se otorga a algún usuario, deberá dar el agradecimiento correspondiente y citar la fuente del mismo.

Ixtapaluca, Estado de México a 13 de septiembre de 2024.

AUTOR INTELECTUAL

LCDO. JIMÉNEZ RUÍZ CHRISTIAN JULIAN



Km 7 Carretera Ixtapaluca-Coatepec, C.P. 56580, Ixtapaluca, Estado de México.

Tel.: (55) 13148152

www.tesi.edu.mx

DEDICATORIA

Me gustaría dedicar esta Tesis a toda mi familia. Para mis padres, por su inmenso apoyo y aliento en momentos malos y menos malos. Me han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio. Para mi hermano, que, aunque sin saber nada de negocios siempre me alienta a realizar cosas sin tener miedo a nada “si te da miedo, hazlo con miedo”, siempre para adelante hermano.

A mi tío Armando, que me enseñaste a creer en mí mismo desde niño, que siempre me dijiste si se puede llegar a ser exitoso y que nada tiene límite en la vida, ¡gracias! Tío.

Finalmente, agradezco a Dios, sin él no soy nada, en tiempos de tristeza siempre me da el aliento que necesito...Gracias!

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer al Mtra. María del Carmen Arrieta López, directora de esta tesis por su confianza y toda su paciencia, por sus contribuciones y su plena colaboración en el desarrollo de este trabajo. ¡Por las numerosas y edificantes discusiones que hemos mantenido y su cuidadosa lectura de las sucesivas versiones de esta memoria, por cada platica que hemos tenido y por esos consejos que me dio en momentos difíciles Gracias Maestra!

A mis compañeros/ as con los cuales he compartido ideales e incontables horas de trabajo. Gracias por los buenos y malos momentos, por aguantarme y por escucharme.

A mis padres y a mi hermano por todo su apoyo, siempre los hare sentir orgullosos de ser creador de nuevos proyectos.

Índice General

RESUMEN.....	11
ABSTRACT	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
CAPITULO I: INTRODUCCION.....	13
INTRODUCCION	13
1.1 SITUACION PROBLEMÁTICA	15
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.3 JUSTIFICACIÓN	18
1.4 HIPOTESIS.....	19
1.4.1 VARIABLES INDEPENDIENTE	19
1.4.2 VARIABLES DEPENDIENTES.....	19
1.5 OBJETIVOS.....	20
1.5.1 OBJETIVO GENERAL.....	20
1.5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	20
1.6 ALCANCE	20
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
2.1 ANTECEDENTES	23
2.2 MARCO HISTÓRICO	24
2.3 BASE TEORICA	25
2.4 MARCO LEGAL.....	28
2.5 MARCO CONCEPTUAL	31
CAPITULO III: METODOLOGIA	33
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION	34
3.2 POBLACION Y MUESTRA	35
3.3 INSTRUMENTO	35
3.4 PROCEDIMIENTO.....	37
CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSION	38
4.1 ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS	39
4.2 COMPROBACIÓN HIPÓTESIS	41
4.3 PRESENTACIÓN RESULTADOS	41
4.3.1 ANÁLISIS DEL NEGOCIO	41

4.3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO	42
4.3.2.1 ANÁLISIS EXTERNO	43
4.3.2.2 ANÁLISIS INTERNO.....	43
4.3.2.3 FODA.....	44
4.3.3 ANÁLISIS DE MERCADO	45
4.3.4 PERSPECTIVA ESTRATÉGICA	46
4.3.5 INICIATIVAS ESTRATÉGICAS.....	48
4.3.5.1 FINANCIERA.....	48
4.3.5.2 CLIENTES	49
4.3.5.3 PROCESOS INTERNOS	51
4.3.5.4 INNOVACIÓN Y APRENDIZAJE	52
4.3.9 COSTOS DE IMPLEMENTACIÓN	54
CONCLUSIONES.....	56
BIBLIOGRAFIA	57

INDICE DE FIGURAS

Fig1. Areas principals de la empresa al inicio de la problematica.....	13
Fig2. Ubicación provisional de las oficinas y venta de equipos.....	16
Fig3. Diagrama Organizacional posterior al modelo de negocio.....	18
Fig4. Procesos derivados a la aplicación del proceso de negocio.....	25

RESUMEN

El uso de las tecnologías de la información en la actualidad es tópicamente cobra importancia vital para el crecimiento de las MiPymes pues en el mundo digital encuentran espacios para expandir sus actividades y desarrollar sus espacios de negocio: En el contexto actual las empresas de los sectores industrial, comercial, de servicios y gobierno se ven forzadas a conocer, adquirir y usar estructuras de TIC's en sus actividades. Desde Ecatepec hasta Zumpango, Ameca, en el oriente del Estado de México se ha acrecentado rápidamente el uso necesario de las TIC's en los ciudadanos en la vida cotidiana, el hogar, los comercios y pequeñas empresas dejan claro que las estructuras de TIC's quedando claro que una estructura de TIC's ofrece elementos críticos para el control, monitoreo, desarrollo y soporte a los servicios que ofrecen las tecnologías. Apoyo CLAP S.A de C.V es una empresa creada para ofrecer y dar soluciones eficaces a los sectores que abarcan las MiPymes de educación, pequeñas, medianas y grandes empresas y hogares de cualquier nivel socioeconómico para que puedan tecnificarse por medio de una estructura óptima y cuyo acceso sea lo más simple posible tanto a nivel económico como operativo, se demuestra que de esta manera cualquier sector es capaz de poder instalar su propia estructura de TIC's, conforme a las necesidades y procesos que requieren para insertarse o poder ser competitivos en el mercado nacional. Un valor agregado de esta propuesta es que hace posible que una MiPyme desde lo local, con profesionales del mismo contexto local, con la misma capacidad de ofrecer un servicio oportuno, actualizado, con costos adaptables, con técnicos especializados con sentido humano, que son parte esta, y que están dispuestos a contribuir al desarrollo de estos sectores y de la comunidad. Apoyo CLAP se constituirá como una empresa del área TIC, con domicilio en Ixtapaluca Edo. De México.

Palabras clave.

ABSTRACT

The use of information technologies today is a topic that becomes vitally important for the growth of SMEs because in the digital world they find spaces to expand their activities and develop their business spaces: In the current context, companies in the industrial, commercial, service and government sectors are forced to know, acquire and use ICT structures in their activities. From Ecatepec to Zumpango, Ameca, in the east of the State of Mexico, the necessary use of ICTs in citizens' daily lives, homes, shops and small businesses has increased rapidly, making it clear that ICT structures offer critical elements for the control, monitoring, development and support of the services offered by technologies. Apoyo CLAP S.A de C.V is a company created to offer and give effective solutions to the sectors that include education SMEs, small, medium and large companies and households of any socioeconomic level so that they can become more technologically advanced through an optimal structure and whose access is as simple as possible both economically and operationally. It is demonstrated that in this way any sector is capable of installing its own ICT structure, according to the needs and processes that they require to enter or be able to be competitive in the national market. An added value of this proposal is that it makes it possible for a local SME, with professionals from the same local context, with the same capacity to offer a timely, updated service, with adaptable costs, with specialized technicians with a human sense, who are part of this, and who are willing to contribute to the development of these sectors and the community. Apoyo CLAP will be established as a company in the ICT area, with headquarters in Ixtapaluca, Edo. De México.

Keywords.

CAPITULO I: INTRODUCCION

El uso de las tecnologías de la información en la actualidad es tópico que cobra importancia vital para el crecimiento de las MiPymes pues en el mundo digital encuentran espacios para expandir sus actividades y desarrollar sus espacios de negocio.

En el contexto actual las empresas de los sectores industrial, comercial, de servicios y gobierno se ven forzadas a conocer, adquirir y usar estructuras de TIC's en sus actividades. Desde Ecatepec hasta Zumpango, Ameca, en el oriente del Estado de México se ha acrecentado rápidamente el uso necesario de las TIC's en los ciudadanos en la vida cotidiana, el hogar, los comercios y pequeñas empresas dejan claro que las estructuras de TIC's quedando claro que una estructura de TIC's ofrece elementos críticos para el control, monitoreo, desarrollo y soporte a los servicios que ofrecen las tecnologías.

Apoyo CLAP S.A de C.V es una empresa creada para ofrecer y dar soluciones eficaces a los sectores que abarcan las MiPymes de educación, pequeñas, medianas y grandes empresas y hogares de cualquier nivel socioeconómico para que puedan tecnificarse por medio de una estructura optima y cuyo acceso sea lo más simple posible tanto a nivel económico como operativo, se demuestra que de esta manera cualquier sector es capaz de poder instalar su propia estructura de TIC's, conforme a las necesidades y procesos que requieren para insertarse o poder ser competitivos en el mercado nacional.

Un valor agregado de esta propuesta es que hace posible que una MiPyme desde lo local, con profesionales del mismo contexto local, con la misma capacidad de ofrecer un servicio oportuno, actualizado, con costos adaptables, con técnicos especializados con sentido humano, que son parte esta, y que están dispuestos a contribuir al desarrollo de estos sectores y de la comunidad. Apoyo CLAP se constituirá como una empresa del área TIC, con domicilio en Ixtapaluca Edo. De México.

1.1 SITUACION PROBLEMÁTICA

Las empresas proveedoras de Tecnologías para la Información y la Comunicación se van difundiendo cada vez más para contribuir definitivamente a la sistematización de todas las áreas de una empresa, incluidas las MiPymes. Debido a estas empresas, las organizaciones han logrado acceder a importantes ventajas de negocio, entre las que destaca y se debe citar la mejora continua de sus procesos operativos, a nivel nacional e internacional ya que al permitirse ofrecer servicios y productos de la más alta calidad se podrá competir en ambos mercados, es decir, captar un mayor flujo de en cantidad de clientes reales y además los virtuales. A lo anterior se debe sumar, que podrá optimizar mejor sus recursos, abrirse a nuevos mercados, obtener saberes más profundos, desde el marketing, de las necesidades de la clientela, para ofrecerles un servicio de mejor calidad y llegar a una comunicación más efectiva, en la que estén realmente incluidos sus empleados y también con los clientes y proveedores. En breve resumen, las TIC's permiten alcanzar un aumento considerable en la eficiencia.

Si partimos de que "Soporte CLAP S.A de C.V" es una empresa que cuenta con una estructura de TICs, aunado a que exista un bajo nivel de gestión de las funciones de la esta, se requiere estrategias que permitan que el objetivo del negocio se logre y así pueda tener mayor posicionamiento en el mercado, además no se cuenta con empleados y colaboradores con aptitud y dinamismo por lo que las metas de ventas estimadas no serían alcanzables e incluso la empresa quedaría atrás de las demás empresas del sector que están en alineadas con los avances tecnológicos.

Así mismo no se tiene el E-comers, para fortalecer las ventas online, a través de los canales de comunicación mayormente usado como los son paginas dinámicas de venta online, no se manejan estándares de venta mensual como mínimo.

La empresa no incorpora la TICs en los procesos actualmente utilizados por lo que no son agiles como por ejemplo hablar de la automatización de los procedimientos de las áreas de marketing y ventas, adquisiciones, facturación y cobranza, control de

inventarios, bases de datos para acceder a la información, atención al cliente personal o con el both, lo que indica que falta mejorar el control en la administración, capacitar a los trabajadores y fidelizar a los clientes, para aumentar la participación en el mercado y la rentabilidad.

Aunque los recursos que ofrece una estructura de TIC's existan, no siempre se aprovechan adecuadamente en el negocio porque no se piensan las adecuadas estrategias relacionadas a las actividades fundamentales hace falta mejorar el control en la gestión y uso de la información, que el negocio logre más espacios físicos y lugares virtuales para hacerse publicidad, mejorar los saberes digitales del personal, que los socios o dueños tengan un concepto preciso sobre el gerenciamiento de la empresa, además de la falta de crecimiento del negocio.

Lo que se define es que la principal problemática es la mala administración financiera, mala planeación estratégica, la cual se busca solventar con la aplicación del modelo de negocio de alta dirección.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

SOPORTE CLAP S.A de C.V es una empresa que tiene por objeto la venta de equipo de cómputo, soporte técnico y venta de software a la medida, se debe al emprendimiento del que sustenta, se han generado diversas necesidades de aprendizaje de la administración empresarial, ya que actualmente no se cuenta con los conocimientos totales para llevar a cabo la administración idónea del negocio, puesto que solo lleva la administración el dueño de la empresa, sin tener hasta el momento al personal idóneo para cada departamento en crecimiento, a pesar de que este ya está puesto en marcha, es necesario contar con algunos procedimientos automatizados para la eficacia y rapidez de los mismos, sin que afecte al cliente final.

La empresa SOPORTE CLAP S.A de C.V actualmente cuenta con los siguientes procesos: ventas, clientes, empleados, proveedores, herramientas y finanzas

1.- VENTAS.

Actualmente Soporte CLAP S.A de C.V cuenta con una sola persona y esta realiza la labor de ventas que a su vez no se ve reflejado puesto que no hay muchas ventas registradas, no hay herramientas de difusión del negocio como páginas web, blogs etc. A lo que afecta directamente la labor de venta e ingreso monetario.

2.- CLIENTES

En este apartado, no se cuenta con un catálogo de clientes y solo existe una persona en cargada de la atención a cliente y venta al cliente, y otra encargada de soporte vía telefónica, creación de encuestas de salida y satisfacción del cliente. No se lleva la continuidad del cliente, en compras o mantenimientos, (calendarización), esto indica mal manejo de cartera de cliente, ocasionando pérdidas clientes.

3.- EMPLEADOS.

No tienen el compromiso o sentido de idempresista así como responsabilidad, el motivo se piensa sea por los turnos de trabajo extensos en el local y porque no se lleva acabo el esquema de comisionistas.

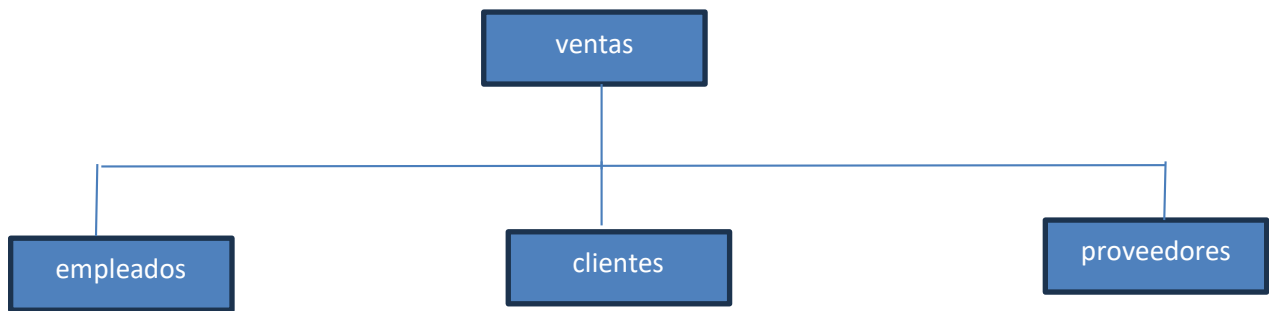
4.- PROVEEDORES.

Actualmente no se tiene algún problema con proveedores ya que al momento de la requisición ellos cumplen en tiempo y forma, el único detalle es que se hacen compras intermitentes y eso no permite entrar al esquema de descuentos continuos.

Actualmente la empresa cuenta con el siguiente organigrama:

Figura 1

Muestra las diferentes áreas constituidas en la situación actual de la empresa



Nota. Autor.- Christian J. Jiménez Ruiz.

Ante la falta de planeación estratégica se desarrolla la siguiente pregunta de investigación:

¿Qué beneficios trae a la empresa la implementación del modelo de desarrollo de alta dirección y administración de recursos de TI en mi PYMES??

Debido a que no se cuenta con personal completamente capacitado en el área de TIC'S y Administración como tal, se llevara a cabo el modelo mencionado para todo el personal de nuevo ingreso y el personal operativo de la Pyme. Así mismo complementando el diseño del modelo de negocio, se puede ir generando la automatización de otros procesos que conforme la necesidad de la empresa van a irse creando como por ejemplo "devoluciones, servicio a domicilio etc". E irse adicionando al proceso de negocio de la empresa ya mencionada.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La mala administración del negocio de tic de Soporte CLAP S.A de C.V. hace necesario el desarrolló un modelo de alta dirección el cual permita entender las necesidades del negocio, asignar roles a cada empleado, así como los tiempos a realizarlos, esto conlleva la utilización de herramienta tecnológica para su correcto

funcionamiento administrativo como lo es el proceso de venta electrónica e-commers, facturación electrónica.

Que beneficios trae a la empresa la implementación del modelo. Al implementar este modelo en la Empresa Soporte CLAP S.A de C.V, prácticamente se vera beneficiada al tener el vigilancia total de la administración y los roles de la empresa así como el control del personal y de sus clientes, con esto se espera un incremento en la cartera de clientes los cuales tendrán a su disposición algún producto o servicio que la empresa ofrezca.

1.4 HIPOTESIS

El modelo de Desarrollo de Alta Dirección de Administración solventara la mala administración de la empresa Soporte CLAP S.A DE C.V ya que permite eliminar o mejorar en algún grado el mal manejo de las variables dependientes como, clientes, empleados, proveedores y herramientas, tanto financieros como humanos. Así mismo se espera que se genere mayor utilidad y con esto será mayormente productiva.

1.4.1 VARIABLES INDEPENDIENTE

Modelo de desarrollo de **alta dirección y administración** de recursos de TI en MiPymes.

1.4.2 VARIABLES DEPENDIENTES

- 1.- ventas
- 2.- clientes
- 3.- empleados
- 4.- proveedores

5.- tecnologías.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Generar un Modelo para el desarrollo de alta dirección y administración de recursos en TIC's de MiPymes. mediante el uso de las herramientas de tecnologías de información.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

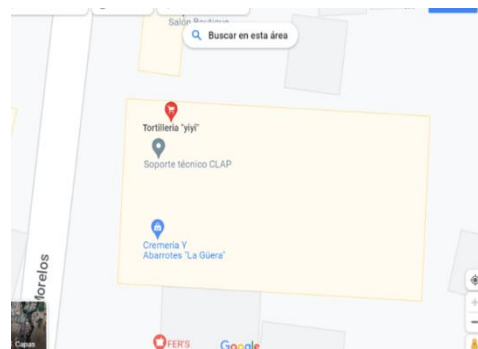
- 1.- Conocer las problemáticas específicas por área de la empresa.
- 2.- Generar un Balance ScoreCard con respecto a las problemáticas detectadas con anterioridad.
- 3.- Evaluar el resultado obtenido por la propuesta de estrategia.

1.6 ALCANCE

La empresa Soporte CLAP está situada al oriente del estado de México en Avenida Morelos S/N Camino Viejo a Coatepec Ixtapaluca Edo de Méx.

Figura 2

Fotografía tomada de Google maps



Nota. Autor.- Christian J. Jiménez Ruiz.

ALCANCE SOCIAL.

Generalmente en el negocio se recibe a clientes aledaños al domicilio del mismo, esto implica la búsqueda de más clientes para extender más allá de la zona de confort que solo es zona de Ixtapaluca centro o san francisco Ixtapaluca.

CAPITULO II:
MARCO TEORICO

2.1 ANTECEDENTES

Para el marco teórico se ha escogido como modelo el plan de negocios propuesto por Rodrigo Varela en el libro “Innovación Empresarial, Arte y Ciencia de la creación de empresas” detallado en el Capítulo 7 (ver Anexo 6 Modelo de Plan de Negocios de Rodrigo Varela, “Innovación Empresarial, Arte y Ciencia de la creación de empresas”, capítulo 7).

Según Milgrom y Roberts, (1988) entre los múltiples momentos en la dirección de empresas, es necesario destacar la importancia de estudiar la información en la cadena de suministro. Los textos sobre este tema han profundizado sobre cómo es que a través de las TIC's una empresa tiene verdaderas posibilidades de alcanzar niveles de información que realmente le permitan, por ejemplo: controlar y reducir notablemente los niveles de inventario. Lograr estos niveles de información se logran gracias a la integración de la cadena de suministro, tanto al sustituir lo que hacían otras empresas, cómo integrando a los proveedores, como hacia delante, integrando los componentes con lo que requieren los clientes (*Tang, 1990; Cachon y Zipkin, 1999; Lee et al. 1997; Lee y Whang, 1998; Gavirneni et al. 1999*). Por último, al interior del gobierno de las empresas se ha aprendido de las consecuencias de las TIC's en cualquier organización. Dice Galbraith, (1973) que el análisis de la transición creada por unas TIC's se apoya básicamente en que la información debe iniciarse desde entender el embrollo que es estudiar el lugar que la información tiene en la organización. Los estudios de las disciplinas de diseño y desarrollo estructural al interior de la organización han contemplado hasta este instante dos diferentes etapas de transición generadas por las TIC's. La primera etapa en la aplicación de las TIC's en las organizaciones contempló la integración de la información al interior de esas organizaciones (Goodhue et al., 1992). Pasando a la siguiente etapa que admitieron las TIC's fue como descentralizar la autoridad, trabajar en equipo y trabajar por incentivos (Hitt y Brynjolfsson, 1997). Hoy día la amplificación del web site muestra que está aceptando un paso posterior en la transmutación de las organizaciones (Orlikowski y Iacone, 2000), aunque éste es un campo de estudio que aun ha tenido

un escaso desarrollo.

2.2 Marco histórico

Hoy en día las empresas, incluidas las MiPymes, compiten en dos contextos diferentes para llegar a un mismo grupo de interesados, no excluyentes, pero sí complementarios: el primero es real, de recursos tangibles y sensorialmente perceptibles, pueden verse y tocarse, se trata de un mercado físico y un mercado virtual en dónde los bienes y servicios adquieren la forma de información digital y pueden ser compartidos por medio de los canales de comunicación, el e-business. (Rayport y Sviokla, 1996). Distinguir entre ambos contextos puede llegar a ser muy confuso. Se puede decir que realidad y virtual son dos puntas de una misma lanza o ininterrumpido continuo, y las empresas (actores que participan) se ubicarán más cercanas a una punta u otra de la lanza en relación al número y tipo de intercambios (información, negociación, etc.) que se lleven a cabo por medio de las redes de comunicación. Aunque muchas empresas buscan lograr ventajas competitivas a través de los contextos virtuales de modo absoluta no todas lo pueden lograr, pues existen etapas o intercambios que son imposibles de que se puedan evadir de lo real. Saber cómo sacar ventaja de un modo eficiente de estos procesos electrónicos si es, de manera inmediata, un desarrollo en la estructura tecnológica complicado. Un arquetipo de negocio en la web site o internet tendría por objeto identificar la forma a través de la cual la empresa puede crear valor en medios electrónicos para e-business o el e-commerce. Según Kenney y Curry (2001) hay cuatro características que conciben singular al internet de cara a cualquier otro sistema de telecomunicación y datos de información: la ubicuidad, la interactividad, la velocidad y la inteligencia, facetas que deciden de manera importante cuándo es el momento de definir el negocio. Varios autores, entre ellos Afuah y Tucci (2001), establecen que un modelo de negocio, en el tema que estamos tratando, precisa decidir la estructura con que las empresas planean pretenden ganar dinero en el largo plazo utilizando Internet, partiendo de que es una realización bastante difícil, lo que se ha demostrado después de los recientes fracasos en el universo de la web site o Internet. Amit y Zott (2001):

511) ahondan más esta definición y la traen más a la materialidad, un modelo de negocio debe «describir el contenido, estructura y gobierno de las transacciones diseñadas, así como la creación de valor a través de la explotación de las oportunidades de negocio»

2.3 BASE TEORICA

Aquí se muestran las premisas referenciales que fundamentan el desarrollo sobre la implementación del modelo de alta dirección de la empresa Soporte CLAP S.A de C.V, esto como herramienta útil para promover y gestionar los procesos administrativos de la misma.

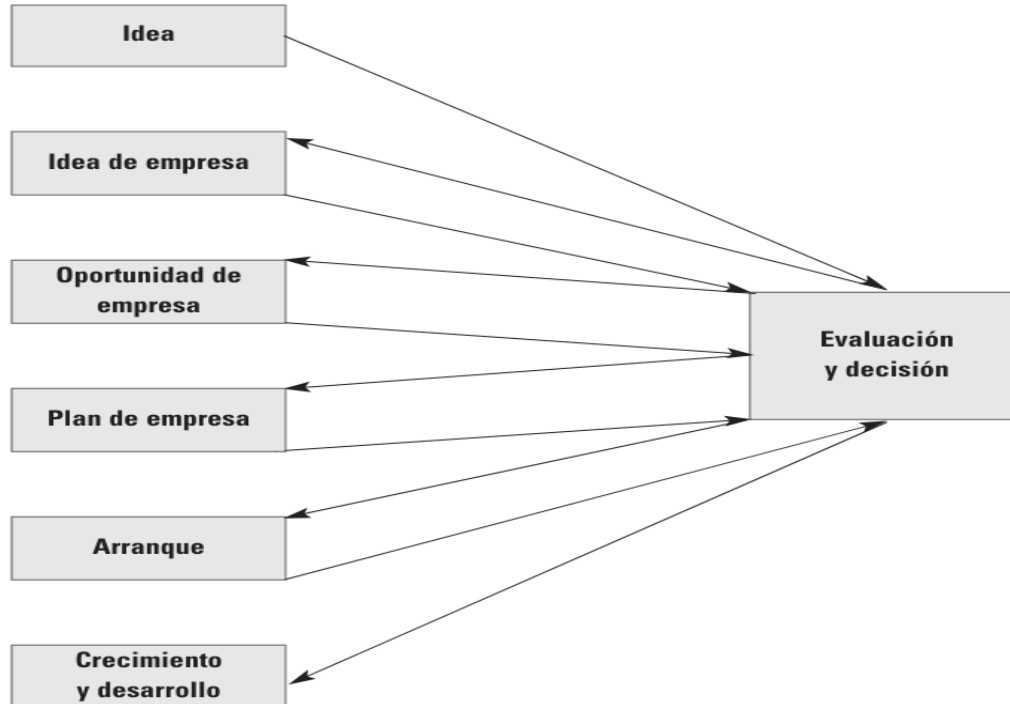
Esta exploración se encadena con diversas propuestas teóricas que le propician estructura relacionándolo con el propósito planeado. Sobre este particular, Arias (1999), afirma que las bases teóricas son: “un conjunto de conceptos y proposiciones”. Las TIC’s en lo general, y particularmente la agenda empresarial, se deben valorizar como herramientas o vías para mejorar los procedimientos al interior de las empresas del mismo giro de tecnologías o del llamado e-commers, en ese sentido, algunos autores tales como es “Rodrigo Varela en el texto “Innovación Empresarial creación de nuevas empresas”, habla de formar teorías que se consideran adecuadas para fundamentar los procesos empresariales y fundamentar la creación de los mismos, atendiendo a las necesidades de cada empresa en creación.

Así mismo el autor Rodrigo Varela proporciona los siguientes procesos a tomar en cuenta:

Figura 3

Muestra los procesos por los que pasa una organización para el replanteamiento

administrativo el cual sea su caso.



Nota. Autor.- Rodrigo Varela “innovación empresarial, creación de nuevas empresas”

En la figura 3 se puede apreciar que es de la mayor relevancia considerar todos aquellos requisitos que son necesarios para la construcción y triunfo de la empresa, porque al orientarse en su evolución está orientado, en lo principal, a la mejora continua de dos aspectos esenciales referidos a la información con que se cuenta en la empresa: la calidad y la cantidad de esta.

Para el marco teórico se ha escogido como modelo de negocios propuesto por Rodrigo Varela en el libro “Innovación Empresarial, Arte y Ciencia de la creación de empresas” detallado en el Capítulo 7 “Modelo de Plan de Negocios” de Rodrigo Varela, “Innovación Empresarial, Arte y Ciencia de la creación de empresas”, capítulo 7).

Donde menciona lo siguiente:

La planeación de la empresa pretende proporcionar las respuestas pertinentes, en el tiempo preciso, a las cinco importantes cuestiones que cualquier empresario,

cualquier inversionista, cualquier financiera, los proveedores, los compradores, los stake holders, etcétera, quieren contestar:

- ¿Para qué es y cuál es la razón de ser de la empresa?
- ¿Quién, ¿qué y cómo dirigirá la empresa?
- ¿Es posible conocer las causas y razones para creer en el triunfo del negocio?
- ¿Cómo hacer, que articulaciones y que estrategias se van a utilizar para lograr los objetivos determinados?
- ¿Con cuáles recursos y que estrategias son necesarios para realizar la empresa?
- ¿Qué se va a utilizar para conseguir los objetivos y estrategias?

“En este sentido, el plan de empresa es un proceso que busca darle idempresia y vida propia a la empresa. Es un procedimiento para enunciar en forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos, las formas operativas, los resultados y, en resumen, la visión del empresario sobre el proyecto. Es un mecanismo para proyectar la empresa en el futuro, prever dificultades e identificar posibles soluciones ante las coyunturas que pudieran presentarse”. (autor: Rodrigo Varela).

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Conocer de los flujos de efectivo es útil, porque proporciona a los usuarios de los estados financieros el soporte para medir la capacidad que tiene la empresa de generar efectivo y equivalentes al efectivo, también lleva a identificar las necesidades de liquidez que ésta tiene, por último, permite reconocer las fuentes de financiamiento con su costo. Para tomar decisiones financieras, los empresarios deben medir el potencial que tiene la empresa de generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como las fechas en que se producen los flujos y el grado de incertidumbre referente a el monto la fecha en que se logran.

Beneficios de contar con flujos de efectivo. El estado de flujo de efectivo, se determina en conjunto con el balance general y el estado de resultados, entrega información que sirve para evaluar los cambios en los activos netos de la empresa, su estructura

financiera (separando la liquidez de la solvencia) y el comportamiento del capital de trabajo, en particular en lo conducente a la capacidad de negociación para rectificar los montos, en el sutil balance que equilibre las fechas de cobros con las fechas de pagos, adaptando a la empresa conforme a los cambios en el contexto evolutivo de las fortalezas y de las oportunidades que se puedan presentar.

La información que proporciona el flujo de efectivo se debe usar para evaluar el aforo que la empresa tiene para generar efectivo y equivalentes al efectivo, lo que facilita la aplicación de los ya conocidos modelos para medir y comparar el valor presente VPN de los flujos netos de efectivo de distintas empresas.

Los flujos de efectivo que provienen de las actividades de operación proceden primordialmente de las transacciones que conforman el principal origen de ingresos ordinarios de la empresa. Es decir, se producen de las operaciones y otras transacciones que entran en la contabilidad de las ganancias o pérdidas netas.

Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación, son los siguientes:

- (a) cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios;
- (b) cobros procedentes de regalías, cuotas, comisiones y otros ingresos;
- (c) pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios;
- (d) pagos a y por cuenta de los empleados;

2.4 MARCO LEGAL

La representación de la empresa puede estar a cargo de una persona natural o jurídica, quien tendrá facultadas para celebrar todos los actos y contratos a lugar según el objeto social o que se sean pertinentes y relacionados por que actualizan los supuestos que dan la existencia y funcionamiento de la sociedad, mismos que senrá

administrados de hecho. La representación debe ser designada por la asamblea de accionistas, el accionista único, o el consejo de administración, excepto que en el acta de constitución o por algún acuerdo de accionistas exista algún acuerdo en los estatutos que vaya en contrario o indique otro proceder. De cualquier modo la representatividad otorgada se regirá por las normas generales de responsabilidad de los administradores previstas en la regulación vigente en México.

A continuación mencionare algunas otras normas que inciden en este tipo de empresa.

Se expide la Ley que Regula el Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación para la Seguridad Pública del Estado de México, en los siguientes términos:

LEY QUE REGULA EL USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA LA SEGURIDAD PÚBLICA DEL ESTADO DE MÉXICO.

Artículo 2 Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:

- I. Centro de Control, Comando, Cómputo y Comunicaciones: Conjunto de recursos humanos y de herramientas tecnológicas modernas, que facilitan el rápido acceso a los usuarios de seguridad pública.
- II. Centros de Mando Municipal: A las áreas que se encargan de operar el sistema de emergencia 066, la consulta de la base de datos, así como de administrar y controlar el sistema de videovigilancia municipal.
- III. Centros de Mando Regional: A las áreas que se encargan de administrar y operar el sistema de emergencia 066, la consulta de la base de datos, así como administrar y controlar el sistema de videovigilancia regional.
- IV. Consejo Estatal: Consejo Estatal de Seguridad Pública.
- V. Equipos y Sistemas Tecnológicos: Conjunto de aparatos y dispositivos dentro de la categoría de tecnologías de la información y comunicación para la seguridad pública, adecuados para el tratamiento de voz e imagen.

- VI. Instituciones Policiales: Los cuerpos de policía, de vigilancia y custodia de los establecimientos penitenciarios, de detención preventiva y de centros de arraigo y las dependencias encargadas de la seguridad pública a nivel estatal y municipal.
- VII. Instituciones de Seguridad Pública: Las instituciones policiales, de Procuración de Justicia, del Sistema Penitenciario y demás dependencias encargadas de la seguridad pública a nivel estatal y municipal.
- VIII. Inteligencia para la Prevención: Conocimiento obtenido a partir del acopio, procesamiento, disseminación y aprovechamiento de información, para la toma de decisiones en materia de seguridad pública.
- IX. Ley: Ley que Regula el Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación para la Seguridad Pública del Estado de México.
- X. Ley de Protección: Ley de Protección de Datos Personales del Estado de México.
- XI. Ley de Seguridad: Ley de Seguridad del Estado de México.
- XII. Ley de Transparencia: Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de México y Municipios.
- XIII. Procuraduría: Procuraduría General de Justicia del Estado de México.
- XIV. Permisarios de Servicios de Seguridad Privada: Son las personas físicas o jurídicas colectivas que prestan los servicios de seguridad privada.
- XV. Registro: Registro de Equipos y Sistemas Tecnológicos para la Seguridad Pública.
- XVI. Reglamento: Reglamento de la Ley que Regula el Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación para la Seguridad Pública del Estado de México.
- XVII. Secretaría: Secretaría de Seguridad Ciudadana del Estado de México.
- XVIII. Secretariado Ejecutivo: Secretariado Ejecutivo del Sistema Estatal.
- XIX. Sistema Estatal de Informática: Dirección General del Sistema Estatal de Informática de la Secretaría de Finanzas del Gobierno del Estado de México.
- XX. Tecnología: Conjunto de recursos, procedimientos y técnicas usados para el procesamiento, almacenamiento y transmisión de la información, utilizados para apoyar tareas de seguridad pública.

2.5 MARCO CONCEPTUAL

CRM: La traducción de esta siglas es Customer relationship management - Gestión de las Relaciones con Clientes- y que tiene relación con el modo en cómo nace una relación o vínculo confinado a un cliente, aceptándose como parte principal y estratégica en una organización conforme a la administración de las tendencias y lo que ofrece el mercado con sentido de mejorar eficiencia en la actividad empresarial.

HARDWARE: Componentes duros y tangibles que debidamente estructurados forman la parte material de la computadora.

INTEGRADOR: Incorporador, creador o desarrollador de diferentes características o elementos, dejándolos a punto o al mismo nivel, para que formen parte del todo.

INTERMEDIACION ADUANERA: Ayuda logística por la cual una persona natural o jurídico colectiva desarrolla actividades de comercio internacional, básicamente en importar o exportar mercancías, proporcionando la información necesaria, y de ser requerido, la infraestructura precisa para lograr esa finalidad.

LICENCIA TECNOLOGICA: Contrato o convenio por medio del que se pacta, autoriza o se acuerda mutuamente la posesión y uso de tecnología conforme a los términos estipulados o establecidos que describen las condiciones de uso, comercialización, re licenciamiento, entre otros.

MAQUINAS INTELIGENTES: partes componentes de un equipo que atienden con una respuesta definida ante una acción o mando, y que pueden tener la función de dar, dentro de su alcance, distintos tipos de respuestas ante diferentes tipos de variables o estímulos.

NEW INTELIGENT RECOGNITION SYSTEM: Nuevo sistema de reconocimiento inteligente.

SEGURIDAD ELECTRONICA: Todo lo referente a brindar protección al ser humano, para el equipo, ara el software y para la información o data a través de componentes y elementos, tangibles o intangibles, de tipo tecnológico.

SOFTWARE: infraestructura de diferentes niveles que es intangible, es el soporte lógico de la computadora digital, y comprende el conjunto de instrucciones o elementos lógicos necesarios que son introducidos a la computadora -programas, lenguajes, archivos, memoria, BIOS, entre otros- para que realice las tareas específicas indicadas.

SOLUCIONES INTELIGENTES: Son los recursos tangibles o intangibles creados con el fin de modernizar o generar bienestar en aspectos específicos al servicio de las necesidades humanas diarias.

MECANISMOS DE AUTOMATIZACION: Sistemas intercomunicados que responden con algún parámetro previamente elegido ante una acción determinada, con la finalidad de realizar procesos sin intervención o en lo más mínimo de la mano humana¹⁰.

CAPITULO III: METODOLOGIA

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION

Para realizar esta investigación nos adherimos al método de tipo cuantitativo, ya que se tomarán en consideración los datos recopilados se interpretan en el apartado de resultados, para luego hacer el análisis de los mismos pero conectados al contexto general en relación al uso de las TICs en la empresa.

Además, se realizarán los aprovechamientos necesarios del método cualitativo para aprovechar el caudal teórico que ofrecen para aplicarlos en el método descriptivo pues se estará al estudio detallado del estatus actual de la empresa en relación al avance que tenga respecto de la utilización de las TIC's basados en observaciones. También se tomará nota y lo que de mérito aporte considerando la información, actitudes y reflexiones de los involucrados en este proceso.

Los involucrados en esta investigación que se considera crítica su participación fueron el propietario de la empresa, tres colaboradores, dos del área de ventas y uno de soporte técnico. A ellos se les aplicaron entrevistas, cuestionarios y permitieron observaciones participantes en los distintos procesos atendidos por ellos al interior de la empresa.

El proceso de recogida de datos se llevó a cabo durante el mes de octubre 2022. Previo a la interpretación de lo recogido se realizaron las tablas y/o graficas correspondientes a través de Laptops, paquetería de Microsoft, e impresora, dispositivo móvil para estar en contacto con los involucrados según lo fuera requiriendo el procesamiento y con los investigadores que fueron enviados a la extracción de las evidencias resultantes.

3.2 POBLACION Y MUESTRA

La muestra se tomará de la misma población con la cual cuenta la organización.

Población:

- 1.- Clientes
- 2.- Empleados.
- 3.- Proveedores

3.3 INSTRUMENTO

Se realizó un cuestionario como instrumento para obtener los datos y las opiniones de la población en cuestión.

Figura 4

La siguiente figura muestra la serie de preguntas que se realizó a los encuestados vía electrónica.

PREGUNTAS	1	2	3	N/A
1. Me siento muy satisfecho con mi ambiente de trabajo				
2. En mi organización está claramente definida su Misión y Visión.				
3. La dirección manifiesta sus objetivos de tal forma que se crea un sentido común de misión e identidad entre sus miembros				
4. Existe un plan para lograr los objetivos de la organización.				
5. Yo apporto al proceso de planificación en mi área de trabajo.				
6. En esta Institución, la gente planifica cuidadosamente antes de tomar acción.				
7. Si hay un nuevo Plan Estratégico , estoy dispuesto a servir de voluntario para iniciar los cambios.				
8. Está conforme con la limpieza, higiene y salubridad en su lugar de trabajo				
9. Cuento con los materiales y equipos necesarios para realizar mi trabajo				
10. Me gusta mi trabajo				
11. Las herramientas y equipos que utilizo (computador, teléfono, etc.) son mantenidos en forma adecuada.				

Nota. Autor: Christian J. Jiménez Ruiz.

El instrumentó utilizado fue un cuestionario y tiene una confiabilidad “ACEPTABLE” ya que está comprobado bajo el modelo de Alfa de Cronbach.

El alfa de Cronbach es una medición estadística, que normalmente es llevada a cabo para medir la consistencia interna o confiabilidad de un instrumento o cuestionario (que utiliza escalas de Likert). Valora a través de su cálculo qué tan bien se correlaciona el conjunto de variables o ítems que la conforman midiendo un aspecto unidimensional de los individuos a partir del constructo.

Este coeficiente de fiabilidad fue desarrollado por Lee Cronbach en 1951.

Abajo se presenta la fórmula para determinar el alfa de Cronbach.

$$\alpha = \frac{N * \bar{c}}{\bar{v} + (N - 1) * \bar{c}}$$

Donde:

N = número de elementos.

\bar{c} = covarianza promedio de los pares de ítems.

\bar{v} = varianza promedio.

El cálculo de alfa de Cronbach requiere determinar la covarianza promedio dividida entre la varianza total promedio.

Interpretación del coeficiente

El valor de alfa puede variar de 0 a 1. Mayor fiabilidad cuando se acerca a 1, menor fiabilidad o consistencia cuando se acerca a cero.

Los valores cercanos a 1 indican mayor consistencia. Si los valores se acercan a cero indica que no hay correlación entre los elementos. Son independientes.

Los investigadores usan frecuentemente el 0,7 de valor de referencia para el alfa de Cronbach.

3.4 PROCEDIMIENTO.

Para el propósito de esta tesis, se decidió usar las técnicas de grupo focal y entrevista a profundidad. Los argumentos son los siguientes: la información que se quiere lograr es predominantemente cualitativa más que cuantitativa, como consecuencia de que no se sabe con certeza la opinión de los que podrían ser los clientes. Esto haría, desde cualquier óptica, inútil llevar a cabo el cuestionario en el que se pregunta acerca de los aspectos que opinamos que se necesitan conocer. Es de mayor relevancia tener en cuenta que esos clientes nuevos puedan mencionar lo que piensan que deberíamos de ofrecerles, en caso de ser contratados y cuánto están dispuestos a pagar, y principalmente si necesitan una empresa como la propuesta en el contexto principal.

CAPITULO IV:
RESULTADOS y DISCUSION

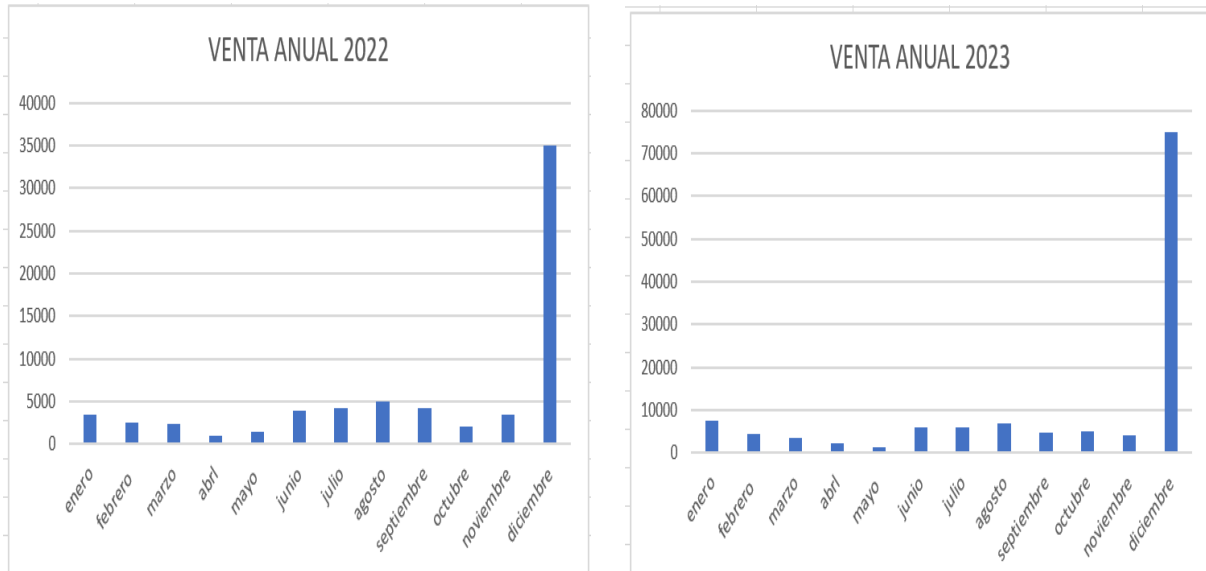
4.1 ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS

De las entrevistas que se aplicaron al propietario y a los empleados de la empresa, se reprodujeron íntegramente. De manera posterior se comenzó el análisis de la información, dónde se seleccionó la información requerida para caracterizar a la empresa y contextualizarla en su quehacer diario, así como el uso de la TIC's. Así mismo, se llevaron a cabo las observaciones participantes con el propósito de captar aspectos sobresalientes dentro de la empresa. Estos resultados se utilizaron para comparar la información adquirida de los entrevistados, es decir, que los dos instrumentos se usaron para contrastar y constatar los datos recogidos.

En este punto se analizan los resultados obtenidos con la aplicación del modelo de negocio de Soporte CLAP S.A DE C.V, la cual arroja un significativo cambio con respecto a los mismos meses del año 2022 y 2023, esto se nota en el incremento de ventas de mostrador, ventas vía telefónica y por internet. Utilizando herramientas propias de la web. Así mismo se puede decir que hasta el momento desde que se comenzó a implementar el modelo y la solución a la mala administración de la empresa, se está comenzando a tener los resultados obtenidos.

Figura 5

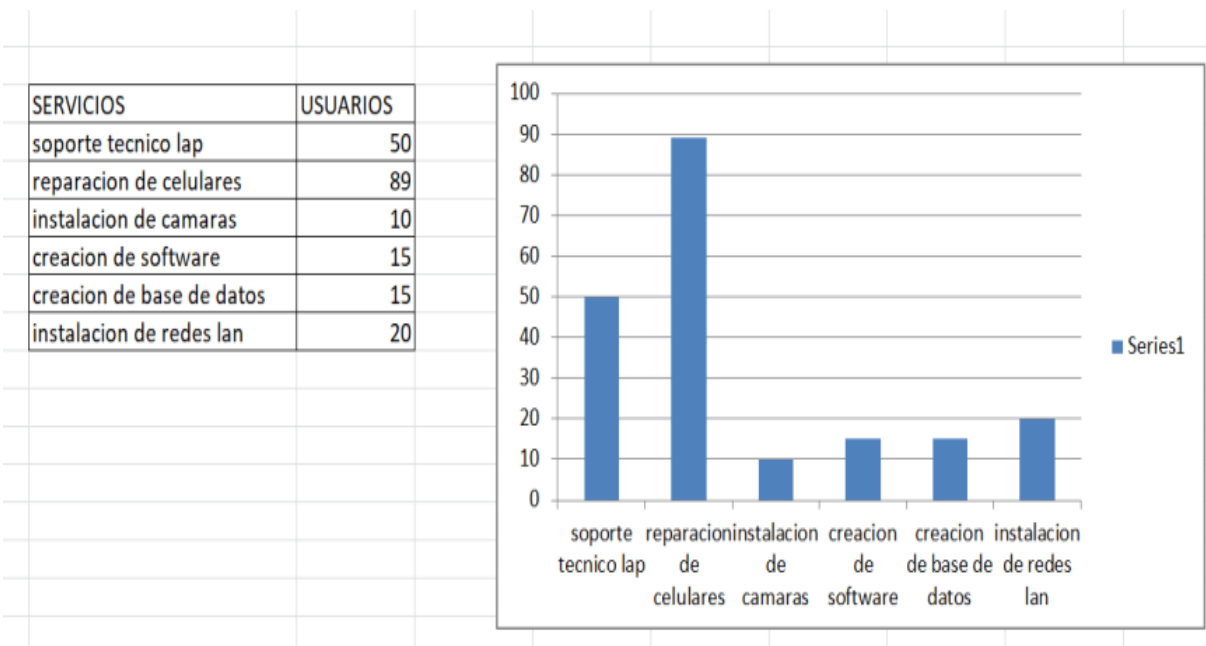
Muestra de comparación en graficas de ventas anuales para el año 2022 vs 2023



Nota. Autor.- Christian J. Jiménez Ruiz.

FIGURA 6.

La siguiente figura muestra los resultados de los servicios y productos ofrecidos por la empresa que tienen mayor relevancia en ventas.



Nota. Autor: Christian J. Jiménez Ruiz.

4.2 COMPROBACIÓN HIPÓTESIS

Se ha podido comprobar la hipótesis inicial con el resultado del comparativo de los KPI'S en el departamento de ventas, ya que se han incrementado en consideración al año anterior en un 150% correspondiendo la mayor parte para el mes de diciembre, y esto ocasiona una estabilidad financiera para el inicio del año consiguiente.

4.3 PRESENTACIÓN RESULTADOS

4.3.1 ANÁLISIS DEL NEGOCIO

Esta empresa Soporte CLAP S.A de C.V surgió con el interés del propietario abre sus puertas en septiembre de 2018, constan 4 años de experiencia en el mercado.

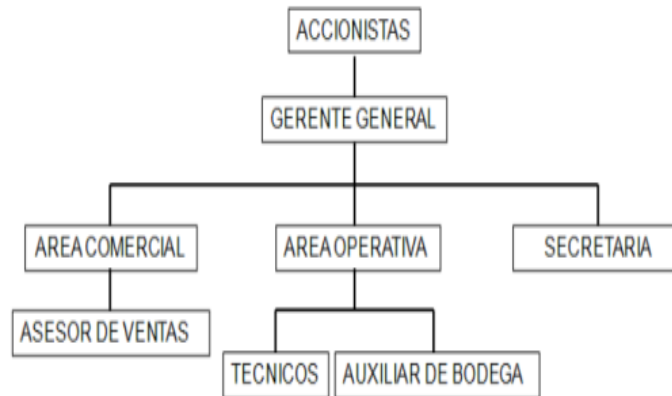
Este negocio tiene por objeto vender de equipo de cómputo, venta de pólizas de servicio, consumibles, diseño de páginas web, diseño de sistemas de información hechos a la medida de las empresas, venta, instalación y soporte técnico de cámaras de seguridad cctv.

Hoy día tiene una plantilla de 8 personas, colaboradores capacitados, por lo que el número de empleados la clasifica como una empresa pequeña.

Actualmente la empresa cuenta con el siguiente organigrama:

Figura 7

Muestra las diferentes áreas constituidas en la situación actual de la empresa



Nota. Autor: Christian J. Jiménez Ruiz.

4.3.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Durante el proceso de investigación no se encontró la visión, por lo que se propone la siguiente:

MISION.- proporcionar servicio de soporte técnico y de tecnologías de información, en forma eficiente, confiable y segura para nuestros clientes no importando el país de origen o lugar de residencia, brindando soluciones de innovación y calidad total.

VISION.- consolidar a Soporte CLAP como una empresa líder en innovación tecnológica y de clase mundial con soporte técnico internacional para brindar soluciones ofimáticas y de tecnologías de información conforme a las necesidades del cliente.

4.3.2.1 ANÁLISIS EXTERNO

Dentro del análisis externo, se tomó en cuenta las opiniones de los clientes así como de los proveedores, con la medición del instrumento mencionado con anterioridad aplicando los cambios pertinentes, para la entera satisfacción del cliente.

4.3.2.2 ANÁLISIS INTERNO

Los resultados obtenidos en base al cuestionario realizado marcan la pauta para identificar la falta de comunicación entre empleados así como las actividades que realiza cada uno de ellos, es por eso que con la aplicación del modelo de negocio se establecerán los parámetros adecuados para la entera satisfacción de los trabajadores.

Financiera

La información es muy recabada por gestión empírica. La información referida a las ventas se obtiene por medio de facturas membretadas, para el caso del registro de entradas y salidas de productos se controla mediante facturas y anotaciones en cuadernos y no tiene un método como tal, y al terminar las actividades diarias se realiza un arqueo a modo de inventario, de esta forma el propietario lleva un “control” las transacciones diarias de la empresa, la venta del día a día y los proyectos a futuro que ha logrado recabar con algunos clientes foráneos.

Para las ventas aún usan calculadoras para llevar a cabo los movimientos monetarios. Así mismo, también usan teléfonos móviles convencionales para atender las solicitudes y hacer consultas de productos de parte de los clientes.

Es de hacer notar, que el no tener un sistema para el control de inventarios o sistema personalizado crea algunas dificultades, ya que para la verificación el inventario se tiene que usar las facturas y cuadernos lo que ocasiona acumulación de papelería,

riesgo de daño o pérdida de documentos fiscales, además de que no cuentan con una estructura organizacional bien definida.

Clientes

Las TIC's con que cuenta el personal es:

- Celulares
- Calculadoras
- Red social WhatsApp

En la empresa el personal si cree que el uso de mejores tecnologías hace más eficiente y ágil los procesos refiriéndose a venta y compra.

Por otro lado, el propietario declaro que utilizar un modelo de negocio que se oriente hacia el uso de TIC's aportaría a que la empresa crezca.

El propietario de la empresa opina que si el personal se capacita en el uso de TIC's propiciaría que el trabajo se realice de una manera más eficiente y efectiva, por eso en un futuro planea incorporar nuevas tecnologías para atraer más productividad.

En general, está empresa usa la telefonía celular para mantener comunicación con clientes, proveedores y trabajadores, además, utilizan la aplicación WhatsApp para la solicitud y recepción de productos.

4.3.2.3 FODA

Se llevo a cabo el análisis de FODA para identificar las fortalezas, oportunidades amenazas y debilidades de Soporte CLAP S.A DE C.V, tomando en consideración las observaciones e información recogida durante las entrevistas.

FIGURA 8.

FODA que muestra las mejores y las peores posibilidades del negocio

Fortalezas	Oportunidades
Excelente comunicación entre colaboradores y propietarios. Estrecha relación con clientes y proveedores. Asignación de las funciones de los colaboradores.	Clientes fijos dentro y fuera de la CDMX Diversidad de proveedores. Amplio mercado escolar en la zona Oriente Del estado de México.
Debilidades Pocos conocimientos en administración Demora en realizar procesos de atención al cliente. Robo hormiga por parte de algunos técnicos de soporte. Gastos innecesarios.	Amenazas Competencia con <u>TICs</u> incorporadas. Proveedores también forman parte de la competencia.

**SOPORTE CLAP
S.A DE C.V**

Nota. Elaboración propia

4.3.3 ANÁLISIS DE MERCADO

Se pronóstica que la demanda de servicios en la nube crecerá en los siguientes años, con una creciente demanda hacia la industria de TIC's por todo el sector corporativo que continuará en crecimiento. Se espera que el alcance de los servicios de infraestructura de TIC's de parte de estos usuarios finales crezca rápidamente. En consecuencia lógica, se espera un incremento de ingresos para la Soporte Clap S.A de C.V, puesto que hay pocas empresas competidoras al oriente del estado de México las cuales proporcionan servicios similares a los ofrecidos por ella.

4.3.4 PERSPECTIVA ESTRATÉGICA

TABLA 1

Mapa estratégico

	Mapa estratégico	Cuadro de mando integral		Plan de acción			Presupuesto
		Objetivo	Indicador	Acción	Responsable	Iniciativa	
Perspectiva financiera	Sistema automatizado de administración	Manejo de entradas y salidas de los productos y servicios ofrecidos	Mejorar la Organización de los productos y servicios en la empresa.	Desarrollar e implementar un sistema de información que permita el control de entradas y salidas de los productos, Mejorar la atención en los procesos de ventas en la empresa Soporte CLAP.	Desarrollador del sistema.	Establecer los requerimientos del sistema.	\$10,000
Perspectivas de Cliente	Facebook empresarial.	Incrementar interacción con clientes actuales potenciales.	Fidelización de los clientes.	Utilizar medios tecnológicos para promoción de los productos y servicios esto con la finalidad de tener mayor comunicación con los clientes y proveedores.	Propietario	Crear imagen empresarial para la red.	\$5,000
	Uso de medio de audiovisual (anuncios espectaculares y bardas con publicidad de la empresa)	Promocionar los productos a ofrecer en la empresa.	Aumento de mercado y ganancias	Propietario de la empresa.			\$15,000
Perspectiva de procesos internos	Sistema de archivo automatizado físico y digital. Sistema de inventarios de producto físico y digital. (hardware y software).	Facilitar la ordenación de los datos o procesos de la empresa.	Reducción en el tiempo de búsqueda de datos.	Mejorar los procesos internos de la empresa. Reducción de gastos innecesarios.	Propietario de la empresa.	Identificar el tipo de organización de la información. Servidor principal y base de datos para el alojamiento de la información	\$10,000

	Mapa estratégico	Cuadro de mando integral		Plan de acción			Presupuesto
		Objetivo	Indicador	Acción	Responsable	Iniciativa	
Perspectivas de innovación y aprendizaje (recursos humanos)	Acceso los colaboradores a tecnologías internet computadora.	Accesibilidad información relevancia para colaboradores.	Facilidad al identificar información de los productos y/o servicios	Proporcionar a los colaboradores de la empresa las herramientas y conocimientos necesarios en el área de ventas y de soporte técnico para lograr adoptar nuevas formas de trabajo.	Propietario de la empresa.		\$15,000
	Capacitación a los colaboradores en el uso de las herramientas TICs.	Obtener conocimientos en el uso de las TICs.	Conocer la importancia del uso de las TICs en las empresas.		Ingeniero en Sistemas Información.	Construir el plan de formación.	\$10,000
Perspectivas de Cliente	Facebook empresarial.	Incrementar interacción con clientes actuales potenciales.	Fidelización de los clientes.	Utilizar medios tecnológicos para promoción de los productos y servicios esto con la finalidad de tener mayor comunicación con los clientes y proveedores.	Propietario	Crear imagen empresarial para la red.	\$5,000
					Total, de inversión		\$70,000

Nota. Elaboración propia

4.3.5 INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

4.3.5.1 FINANCIERA

No tener un sistema para el control de inventarios o sistema personalizado crea algunas dificultades, ya que para la verificación el inventario se tiene que usar las facturas y cuadernos lo que ocasiona acumulación de papelería, riesgo de daño o pérdida de documentos fiscales, además de que no cuentan con una estructura organizacional bien definida.

1: Sistema automatizado de administración empresarial.

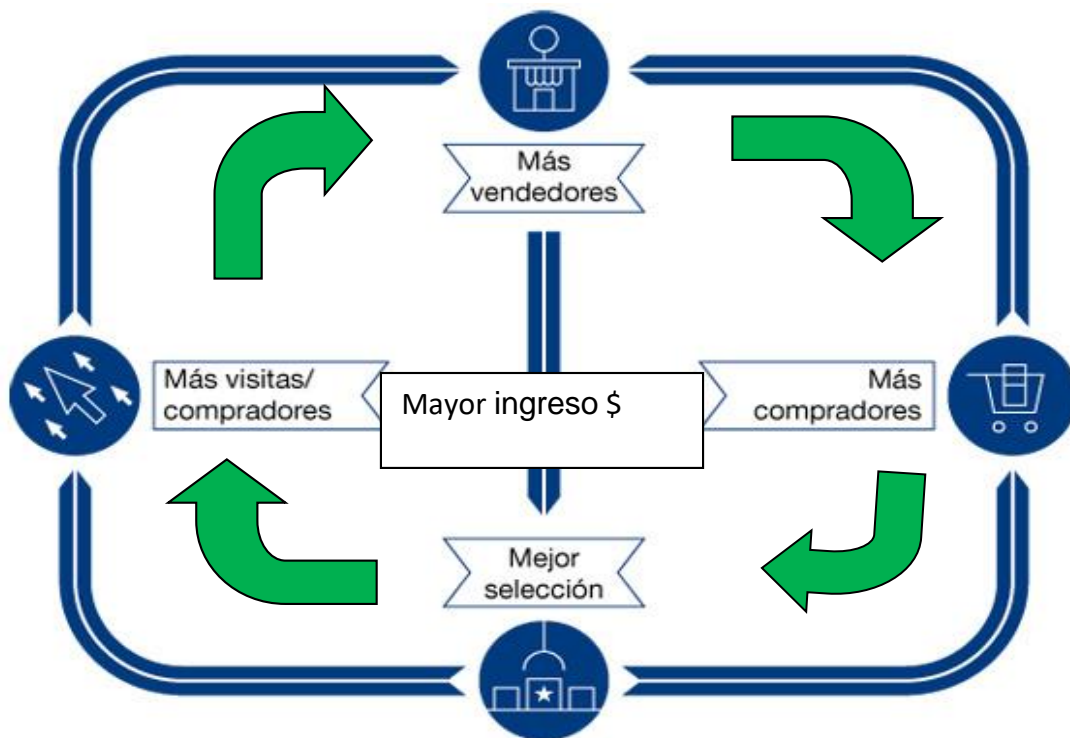
Se considera necesario implementar un Sistema web para el Control de Inventario con capacidad para:

1. Controlar las entradas y salidas monetarias.
2. Automatizar el inventario.
3. Estar accesibles en todo momento.
4. Incluir los datos utilizados en los procesos de compra y venta.
5. Fácil de usar.

Por lo que hace a la interpretación de resultados se presentan en la siguiente figura, dónde se aprecia que al ser un modelo, se tienen que realizar todos los procesos paso para lograr el resultado esperado cada mes.

Figura 9

En esta imagen muestra el funcionamiento global del modelo ya aplicado



Autor.- Christian J. Jiménez Ruiz.

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

4.3.5.2 CLIENTES

Con el uso de tecnología como Facebook, Twitter, WhatsApp etc., permitirá a la empresa:

1. Darse a conocer nuevos clientes.

2. Crear una relación más estrecha con los clientes.
3. Promocionar nuevos productos, y/o servicios.

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

Utilización de medio audiovisual (anuncios espectaculares y algunas pintas de bardas con la publicidad de la empresa)

En la empresa es importante se implementen las siguientes tecnologías para la generación de nuevos clientes y darse a conocer en más áreas geográficas.

- Teléfonos móviles y convencionales tanto para la comunicación con los agentes internos y externos de la empresa.
- WhatsApp utilizado para la comunicación con proveedores y clientes, intercambiando fotos relacionadas con los productos.
- Ordenadores de escritorio utilizados para la organización de la información y la realización de transacciones a través del internet y correo electrónico, estas tecnologías solamente son utilizadas por el propietario de la empresa.
- Además, se cuenta con un televisor LCD con acceso a cable para el entretenimiento de los clientes mientras esperan su turno para ser atendidos.

Es importante mencionar que los colaboradores manifiestan que el tener acceso a estas tecnologías facilitaría su trabajo”, es decir, le serviría para investigar y dar respuesta acertada al cliente.

Luego del análisis de las entrevistas y observaciones se procedió a la elaboración del plan de negocio incorporando a las TICS,

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

el crecimiento de la misma.

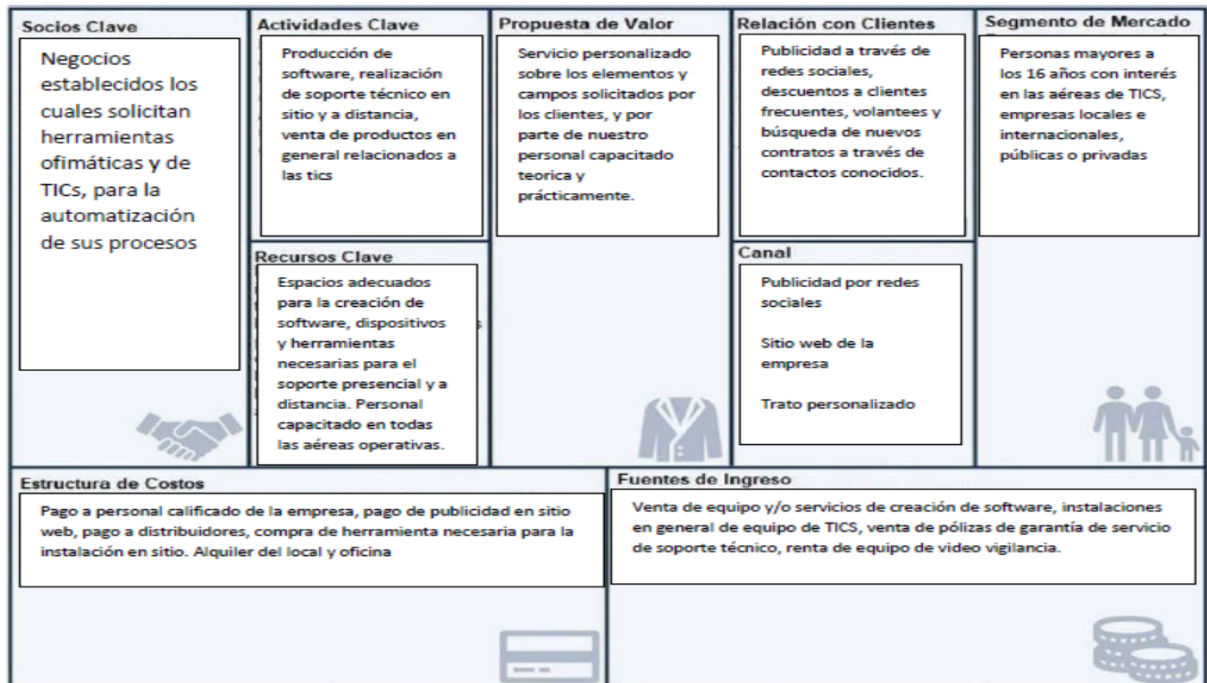
4.3.5.3 PROCESOS INTERNOS

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

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

Figura 10

Modelo de negocio



Nota. Elaboración propia

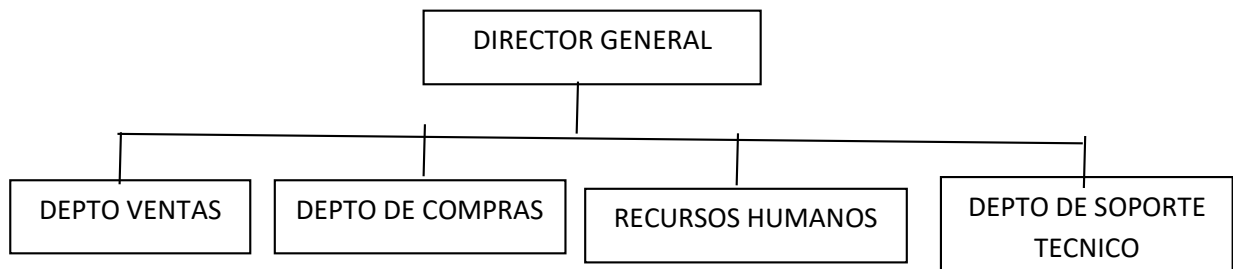
4.3.5.4 INNOVACIÓN Y APRENDIZAJE

Dentro de la empresa Soporte CLAP, para el adecuado desempeño de sus tareas se pretende contar con los siguientes departamentos o áreas para su desempeño adecuado de sus tareas rutinarias. Así mismo algunos de estos departamentos ya se mencionaron con anterioridad.

Organigrama Organizacional actual después de la implementación del modelo de negocio.

Figura 11

Diagrama organizacional después de haber implementado el modelo de negocio.



Nota. Autor.- Christian J. Jiménez Ruiz.

Representación Legal

Puede estar a cargo de una persona natural o jurídica, que podrá celebrar todos los actos y contratos comprendidos dentro del objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad y será administrador de facto. Este será designado por la asamblea de accionistas o el accionista único, salvo estipulación estatutaria en contrario, y se regirá por las normas generales de responsabilidad de los administradores previstas en la regulación vigente. Esta función la desarrolla el gerente general

Gerente

El gerente, en principio, es aquel encargado de la planeación, la dirección, la organización y el control de la organización, por lo que encausara a la organización a obtener los mejores resultados. Se debe encargar también de hacer todos los contactos de importación y compra de elementos que conforman el sistema a ofrecer. De igual forma, está en sus manos toda la parte de publicidad, diseño de estrategias, formulación de metas y presupuestos. Así mismo, tendrá bajo su control toda la parte bancaria y financiera, así como la labor de administración y control de lo referente al recurso humano.

Empleados

Asesor de Ventas

Es aquel encargado de hacer la labor de ventas, de hacer el contacto con el cliente, de ofrecer el producto, de mostrar su funcionamiento, de atender los requerimientos del cliente, de responder personalmente frente al cliente y por su puesto de completar todo el proceso de venta, desde conseguir el negocio hasta el pago de la venta, así como ofrecer las actualizaciones cuando estas estén disponibles.

Técnico

Como parte inicial del proyecto, es el encargado de la capacitación del producto, así como un agente importante de venta en el momento de Publicidad inicial que se emprende con la presencia en eventos, reuniones y Exposiciones relacionadas con los conjuntos cerrados y la seguridad. Así Mismo, es el encargado de toda la instalación del sistema y de su soporte técnico.

Auxiliar de Planta

Es un operario del que se dispone para funciones de carga de mercancía, apoyo en instalación, mensajería y apoyo en la atención dentro de las Instalaciones del negocio.

Secretaria

Es la persona encargada de todas las funciones básicas de contacto con el cliente, como contestar el teléfono y atender a los clientes que lleguen a las instalaciones, así como funciones de apoyo como facturación o Diligenciamiento de documentos en general, entre otras funciones básicas de secretariado.

4.3.9 COSTOS DE IMPLEMENTACIÓN

Se compraron la totalidad activos fijos por 9000, siendo el valor razonable de los activos y pasivos adquiridos el siguiente:

Inventarios	100
Deudores comerciales	100
Efectivo	40
Propiedades, planta y equipo	650
Acreedores comerciales	100
Deuda a largo plazo	200

Estado de flujo de efectivo por el método directo mes de abril 2024

Flujos de efectivo de las actividades de operación

Cobros a clientes	30.150
Pagos a proveedores y al personal	<u>(27.600)</u>
Efectivo generado por las operaciones	2.550
Intereses pagados	(270)
Impuestos sobre las ganancias pagados	<u>(900)</u>
<i>Flujos netos de efectivo por actividades de operación</i>	

1.380

Flujos de efectivo por actividades de inversión

Adquisición de propiedades, planta y equipo (Nota B)	(3500)
Cobros por venta de equipos	2000
Intereses cobrados	2000
Dividendos recibidos	<u>2000</u>
<i>Flujos netos de efectivo usados en actividades de inversión</i>	<i>2500</i>

Flujos de efectivo por actividades de financiación

Cobros por emisión de capital	2500
Cobro de financiamiento a largo plazo	5500
Pago de pasivos derivados de arrendamientos financieros	(900)
Dividendos pagados a los propietarios ^(□□*)	(4100)
<i>Flujos netos de efectivo usados en actividades de financiación</i>	<i>7900</i>

Incremento neto de efectivo y demás equivalentes al efectivo

11000

Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo

1200

Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo

9800

CONCLUSIONES

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

El objetivo de la investigación consistió en diseñar estrategias para implementación de TICs en la empresa Soporte CLAP S.A DE C.V.

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

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

BIBLIOGRAFIA

- 1.- <https://www.posicionamiento.mx/blog/posicionar-empresa> posición en el mercado
- 2.- <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941230008.pdf> alta dirección-modelo estratégico
- 3.- Clayton, I. M. (2008). The Guide to the Universal Service Management Body of Knowledge: A Definitive Guide to Service Management. Service Management 101.
- 4.- Chandler, A. D. (1962). Strategy and Structure. Cambridge, MA: MIT Press. Du Moulin, T.; Flores, R.; Fine, B. (2008).
- 5.- Defining IT Success Through The Service Catalog: A Practical Guide (2.^a ed). Pink Elephant. Hodge, B. J. (1998). Teoría de la organización: Un enfoque estratégico. Prentice Hall. Leopoldi, R.; Howells, V. (2004).
- 6.- The Service Catalog. HDI. Office of Government Commerce (2011). The official introduction to the ITIL Service Lifecycle. Londres: TSO. Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage. The Free Press