

UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE
SISTEMAS E INFORMÁTICA



TESIS

DETERMINAR LAS NECESIDADES DE IMPLEMENTACIÓN DE TIC
POR LA METODOLOGÍA DE DIAGNÓSTICO DIGITAL EN LA
EMPRESA “TURISMO CIVA - PIURA”

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO DE SISTEMAS E
INFORMÁTICA

PRESENTADO POR EL BACHILLER
ENMA DEL CARMEN CALLE UBILLUS

ASESOR:
M. SC. ING. ANTHONY PAUL TAVARA RAMOS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
GESTIÓN DE SISTEMAS INFORMÁTICOS – GERENCIA DE CENTROS DE
TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN

PIURA, PERÚ, MAYO 2019

UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE
SISTEMAS E INFORMÁTICA**



TESIS

**DETERMINAR LAS NECESIDADES DE IMPLEMENTACIÓN DE TIC
POR LA METODOLOGÍA DE DIAGNÓSTICO DIGITAL EN LA
EMPRESA “TURISMO CIVA - PIURA”**

MIEMBROS DEL JURADO Y ASESOR

INTEGRANTES	JURADO	FIRMA
PRESIDENTE	Dr. Ivan Michell Castillo Jimenez	
MIEMBRO	Ing. Jessica Magali Fiestas Yarleque de Chiroy	
SECRETARIO	Mg. Ing. Marcia Zulema Nuñez Estrada	
ASESOR	M. SC. ING. Anthony Paul Tavera Ramos	

PIURA, PERÚ, MAYO 2019

Dedicatoria

Este proyecto de investigación está dedicado de manera especial a mis padres que me supieron guiar y sembrar el valor de responsabilidad para poder salir adelante, a mis hermanos, a mis hijas: Arya & Gema, porque ellas son mi motor y motivo para perseguir mis aspiraciones, a mi esposo por su apoyo incondicional.

Agradecimiento

Agradecerle ante todo a Dios todopoderoso, porque sin él nada hubiera sido posible; es él quién me brinda la sabiduría para así realizar este proyecto de investigación. También agradecer a los Docente que me apoyaron en todo momento, su asesoría y su tiempo de inicio a fin.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar las necesidades de implementación de Tecnologías de la Información y Comunicación por la Metodología de Diagnóstico Digital en la empresa Turismo Civa Piura; donde se determinó el nivel de conocimiento y la importancia que tienen los empleados sobre TIC, identificándose que el 60% de empleados no le dan mucha importancia a las TIC y un 40% de empleados si le dan mucha importancia a las TIC. También se identificó los procesos críticos de la empresa, identificando que existen 2 procesos críticos en la empresa. Dichos procesos fueron determinados a través de las encuestas de la Metodología de Diagnóstico Digital, obteniendo 45% de riesgo en el proceso de Compra y Logística Interna y un 40% en Marketing y Ventas. Además, se seleccionaron las necesidades de TIC y se determinó la implementación de una red local.

La Metodología de Diagnóstico Digital le sirve a la empresa para la identificación de necesidades de TIC según sus objetivos.

Palabras clave: Tecnología de Información y Comunicación, Metodología de Diagnóstico Digital.

ABSTRACT

The objective of this research work is to determine the needs for the implementation of Information and Communication Technologies by the Digital Diagnostic Methodology in the company Tourism Civa Piura; where the level of knowledge and the importance that employees have about TIC was determined, identifying that 60% of employees do not give much importance to Tic and 40% of employees if they give great importance to TIC. It also identified the critical processes of the company, identifying that there are 2 critical processes in the company. These processes were determined through surveys of the Digital Diagnostic Methodology, obtaining 45% risk in the Purchase and Internal Logistics process and 40% in Marketing and Sales. In addition, TIC needs were selected and the implementation of a local network was determined.

The Digital Diagnostic Methodology serves the company for the identification of TIC needs according to its objectives.

Keywords: Information and Communication Technology, Digital Diagnostic Methodology.

INDICE DE TESIS

TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE PRINCIPAL	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	3
1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.2.1 Delimitación espacial.....	4
1.2.2 Delimitación temporal.....	4
1.3 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.3.1 Problema General.....	4
1.3.2 Problema Específico	5
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.4.1 Objetivo General	5
1.4.2 Objetivo Específico	6
1.5 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.5.1 Hipótesis General	6

1.6	VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.7	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.7.1	Tipo de la investigación	6
1.7.2	Método de la investigación	7
1.7.3	Diseño de la investigación	7
1.8	POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.9	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	8
1.9.1	Técnicas.....	8
1.9.2	Instrumentos.....	8
1.10	JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	9
1.10.1	Justificación	9
1.10.2	Importancia de la investigación.....	9
1.11.	Limitaciones del estudio	10
1.11.1	Limitaciones de tiempo	10
1.11.2	Limitaciones de espacio	10
1.11.3	Limitaciones de recursos.....	10
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	11
2.1	ANTECEDENTES.....	11
2.1.1	Antecedentes Internacionales.....	11
2.1.2	Antecedentes Nacionales.....	12
2.1.3	Antecedentes Locales.....	12
2.2	BASES TEÓRICAS	12
2.2.1	Tecnologías de Información.....	12
2.2.2	Beneficios de las TIC para las empresas.....	13
2.2.3	TIC en Mypes y Pymes.....	13
2.2.4	Metodología de Diagnóstico Digital.....	14
2.3	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	15
CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	19
3.1	Resultados Fase 1: Lanzamiento	19
3.2	Resultados Fase 2: Identificación de Oportunidades de Mejora del Negocio	43

3.3	Resultados Fase 3: Selección de Oportunidades	48
3.4	Resultados Fase 4: Planificación.....	57
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....		62
3.3	Discusión de Resultados	62
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		64
5.1	Conclusiones.....	64
5.2	Recomendaciones	65
BIBLIOGRAFÍA.....		67

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Porcentaje de TIC que dispone la empresa Turismo Civa Piura	21
Gráfico 2 Porcentaje de la participación del personal de videoconferencias	22
Gráfico 3 Porcentaje de Utilidad y/o importancia que le dan a la empresa en la actualidad	24
Gráfico 4 Porcentaje ¿Qué tendría que cambiar para que su empresa adopte las NTIC?	25
Gráfico 5 Porcentaje de las causas que tiene mayor impacto para impedir el uso de las TIC	27
Gráfico 6 Porcentaje de Frecuencia que utilizan TIC	28
Gráfico 7 Porcentaje de uso de herramientas tecnológicas como las redes sociales para la empresa.....	30
Gráfico 8 Porcentaje del valor que aportan las redes sociales a la empresa	31
Gráfico 9 Porcentaje de las modificaciones que se han realizado en la empresa sobre TIC.....	33
Gráfico 10 Porcentaje de la importancia de las TIC	34
Gráfico 11 Porcentaje de procesos o actividades críticas para el negocio	35
Gráfico 12 Porcentaje de los objetivos del área del negocio	37
Gráfico 13 Reconocimiento del agente con los que interactúa.....	38
Gráfico 14 Porcentaje de los puntos fuertes para fortalecer la relación con los agentes.....	40
Gráfico 15 Porcentaje de los problemas a los que se puede enfrentar la empresa	41
Gráfico 16 Porcentaje del reconocimiento de las TIC que soporten esos procesos y relaciones	43
Gráfico 17 Plano de la red local de la empresa Turismo Civa Piura.....	46
Gráfico 18 Porcentaje ¿Gestiona muchas referencias de clientes?	49
Gráfico 19 Porcentaje ¿Gestiona muchas ofertas y pedidos?	50
Gráfico 20 Porcentaje ¿Le aflige mucho incrementar su número de clientes?	51

Gráfico 21 Porcentaje ¿Qué nivel de preparación tienen sus clientes en TIC?	52
Gráfico 22 Porcentaje ¿Le impone el cliente la utilización de TIC?	53
Gráfico 23 Porcentaje ¿Dispone de centros de trabajo dispersos geográficamente?	54
Gráfico 24 Porcentaje ¿Es la comunicación entre los empleados una prioridad para el negocio?	55
Gráfico 25 Porcentaje ¿Para poder realizar su trabajo, es necesario que accedan a la información actualizando en todo momento?	56
Gráfico 26 Plano de red a implementar.....	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿De qué TIC dispone su empresa?	20
Tabla 2 ¿El personal ha participado de videoconferencia durante el último año promovido por su empresa?	21
Tabla 3 ¿Qué utilidad y/o importancia le doy en la actualidad a las TIC en la empresa Turismo Civa Piura?.....	23
Tabla 4 ¿Qué tendría que cambiar para que su empresa adopte las nuevas TIC?	24
Tabla 5 ¿Cuál de las siguientes causas tiene mayor impacto a la hora de impedir o dificultar el uso de las TIC?.....	26
Tabla 6 ¿Con qué frecuencia utilizan las TIC?	27
Tabla 7 ¿Hacen uso de las redes sociales (Fb, twitter, etc) como herramienta TIC para la empresa?	29
Tabla 8 ¿Considera que las redes sociales aportan valor a la empresa?.....	30
Tabla 9 ¿En qué grado se han originado modificaciones sobre TIC durante los tres últimos años en su empresa?	32
Tabla 10 ¿Cómo valora la importancia de las TIC?	33
Tabla 11 Reconocimiento de procesos o actividades críticas para el negocio	34
Tabla 12 Objetivos del área del negocio	36
Tabla 13 Reconocimiento del agente con los que interactúa	37
Tabla 14 Puntos fuertes para conseguir dichos objetivos o fortalecer la relación con los agentes.....	39
Tabla 15 Problemas a los que se puede enfrentar la empresa	40
Tabla 16 Reconocimiento de las TIC que soporten esos procesos y relaciones	42
Tabla 17 ¿Gestiona muchas referencias de clientes?	49
Tabla 18 ¿Gestiona muchas ofertas y pedidos?.....	50
Tabla 19 ¿Le aflige mucho incrementar su número de clientes?	51
Tabla 20 ¿Qué nivel de preparación tienen sus clientes en TIC?	52
Tabla 21 ¿Le impone el cliente la utilización de TIC?.....	53
Tabla 22 ¿Dispone de centros de trabajo dispersos geográficamente?	54
Tabla 23 ¿Es la comunicación entre los empleados una prioridad para el negocio?	55

Tabla 24 ¿Para poder realizar su trabajo, es necesario que accedan a la información actualizando en todo momento?..... 56

Tabla 25 Matriz de consistencia 70

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Matriz de Consistencia.....	70
ANEXO 2 Guión de la Entrevista Inicial.....	71
ANEXO 3 Cuestionario de Autodiagnóstico Digital	73
ANEXO 4 Guía de la Entrevista.....	75
ANEXO 5 Cuestionario para la Reflexión Estratégica.....	77
ANEXO 6 Cuestionario Priorización.....	78
ANEXO 7 Informe Final.....	79

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación realizada en la empresa Turismo Civa SAC Piura, se utilizó la Metodología de Diagnóstico Digital, para determinar las tecnologías de información y comunicación de la empresa y a la vez la selección de aquellas herramientas tecnológicas que mejor satisfagan las necesidades del negocio.

Las características de esta metodología son las siguientes:

- Garantizar el enfoque del negocio en la adopción de las TIC.
- Identificar las mejores iniciativas para cada empresa según el diagnóstico de sus oportunidades y objetivos del negocio.
- Conseguir un plan de implantación de las TIC.
- Ser participativa, requiriendo el trabajo conjunto de la empresa.
- Sencilla pero completa
- Planificar anticipadamente los requisitos de infraestructura, organización y capacitación que puedan condicionar el éxito del proyecto.

La estructura del proyecto de investigación es como se muestra a continuación:

Capítulo I: contiene el planteamiento del problema, la delimitación de la presente investigación, así como también los objetivos, hipótesis, variables y el diseño de la investigación. La población, muestras, técnicas e instrumentos utilizados en esta investigación, como su justificación e importancia también se encuentra en este capítulo.

Capítulo II: contiene los antecedentes de la investigación, las bases teóricas de TIC y la metodología que se está aplicando (Metodología de Diagnóstico Digital) y la definición de algunos términos básicos utilizados en esta investigación.

Capítulo III: contiene la presentación de los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados por fases para la presente investigación.

Capítulo IV: contiene la discusión e interpretación de los resultados obtenidos en esta investigación.

Capítulo V: contiene las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

En la actualidad existe una gran demanda y competencia entre empresas de transportes, es por ello que las empresas están en continua actualización tecnológica, debido a que las TIC se han convertido en parte constitutiva de las empresas, ofreciendo una mejor manera de realizar sus diferentes procesos y estar al nivel del mercado que cada vez es más competitivo, y sobre todo el cliente que cada día es más exigente en cuanto al servicio que le brindan.

Dentro de las tecnologías de información y comunicación, se tienen las aplicaciones o sistemas web, que es uno de los problemas que se pudo identificar en la empresa Turismo Civa. La sociedad valora cada día más la movilidad y tiene un efecto significativo en su calidad de vida, más aún cuando estamos inmersos en un mercado global, en el que es más sencillo, y a veces más barato comprar a miles de kilómetros que a la vuelta de la esquina (comercio online).

Por otro lado, otro problema que se pudo identificar en la empresa Turismo Civa, es la demora en los procesos de los aplicativos, debido a que los ordenadores no tienen la capacidad mínima para soportar estos aplicativos, provocando quejas e inconformidad de los clientes, además del constante problema al no poder abrir archivos por causa de los virus y falta de mantenimiento preventivo y correctivo de los ordenadores.

1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 Delimitación espacial

La presente investigación se realizó en la empresa Turismo CIVA SAC la cual se encuentra ubicada en Av. Loreto 1485 Piura.

1.2.2 Delimitación temporal

El análisis investigativo ha sido realizado con datos del año 2016 hasta Julio del 2017.

1.3 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Problema General

En la actualidad las TIC se han convertido en parte constitutiva de la mayoría de organizaciones, ya sea grandes o pequeñas. Y es porque las TIC ofrecen una mejor manera de realizar sus diferentes procesos y estar al nivel del mercado que cada vez es más competitivo y sobre todo el cliente que cada día es más exigente en cuanto al servicio que le brindan.

La empresa Turismo Civa invierten poco en TIC y no está preparada para desafiar los retos de la era de la digitalización e información que avanza a pasos agigantados; por ende, Turismo Civa se está enfrentando a un problema de necesidad tecnológica que lo ayude a estar al nivel del resto de la competencia.

¿Cuáles son las necesidades determinadas de TIC utilizando la Metodología de Diagnóstico Digital?, al desarrollar esta pregunta, se pretende una rápida adaptación de uso apropiado, por lo que ayuda a redefinir la forma de aprender, intercambiar conocimiento y comunicarse, dándose así una oportunidad para mantenerse al nivel tecnológico actual del mercado.

1.3.2 Problema Específico

La empresa Turismo Civa tiene una cartera de clientes estricta con respecto a la tecnología, lo cual hace que constantemente los clientes recomienden su pronta obtención de un sistema web que les permita obtener información de la empresa (compra y reservas de pasajes, ofertas, quejas) sin ir físicamente a la empresa, lo cual implica estudiar:

- ¿Cuál es el nivel de conocimiento que tienen los empleados de TIC?
- ¿Cuál es el estado actual de las TIC en la empresa?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General

Determinar las necesidades de implementación de TIC por la metodología de Diagnóstico Digital en la empresa Turismo CIVA.

1.4.2 Objetivo Específico

- Determinar cuál es el nivel de conocimiento de TIC que tienen los empleados.
- Analizar cada proceso de la empresa y determinar las oportunidades de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).
- Elaborar una propuesta con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) determinadas.

1.5 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Hipótesis General

En la presente investigación se logró determinar las necesidades de TIC en la empresa Turismo Civa usando la metodología de Diagnóstico Digital en la empresa.

1.6 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

La variable que se utiliza es la de la Metodología de Diagnóstico Digital: Tecnología de la Información y Comunicación.

1.7 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 Tipo de la investigación

El estudio es de nivel aplicativo, tipo cuantitativo, método descriptivo.
Cuantitativa: Medición objetiva, estructurada y sistemática basada en análisis estadísticos.

Corte Trasversal: Se realizó en un momento y tiempo definido.

1.7.2 Método de la investigación

El método de investigación que se utilizó en este proyecto es el de la Metodología de Diagnóstico Digital, la cual servirá como herramienta de trabajo para la clasificación de aquellas iniciativas de implementación de TIC que mejor ayuden a la necesidad de la empresa.

Se realizó una inducción previa a las encuestas, con el fin de homogenizar la población en tema de conocimiento del término TIC, que no significa que no sepan usarlo.

1.7.3 Diseño de la investigación

Fases de la Metodología de Diagnóstico Digital

- Fase 1: Lanzamiento
 - Se lleva a cabo la entrevista inicial con el Gerente y así poder hacer un primer análisis en cuanto a uso de las TIC.
 - Se presenta los resultados obtenidos de la encuesta de Guía de Autodiagnóstico Digital.
 - Se presenta los resultados obtenidos de la encuesta de Guía de la entrevista.
- Fase 2: Identificación de Oportunidades de Mejora del Negocio
 - Se identifican las herramientas tecnológicas encontradas en la fase anterior.
 - Se realiza la verificación de los equipos informáticos y la red local de la empresa.
 - Reflexionar sobre la estrategia de la empresa sobre la posibilidad de lograr innovaciones o transformaciones en

el negocio basadas en TIC, mediante la plantilla de reflexión de nuevas oportunidades.

- Fase 3: Selección de oportunidades
 - Reconocer criterios de priorización mediante el cuestionario para la Reflexión Estratégica.

- Fase 4: Planificación
 - Se redacta una ficha detallada de los equipos informáticos encontrados.
 - Se presenta un informe final de las herramientas tecnológicas recomendadas.

1.8 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

La población corresponde a 20 personas que han sido encuestadas, por lo tanto, no se va a tomar una muestra estadística, toda la población es representativa. Además, la verificación de las características técnicas de 16 equipos informáticos.

1.9 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1.9.1 Técnicas

Para efecto del presente proyecto de tesis, se utilizó como técnica la encuesta, la misma que se aplicó a los empleados y clientes en la empresa de Turismo Civa Piura.

1.9.2 Instrumentos

Cuestionario de Evaluación (se adjuntan anexos).

1.10 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

1.10.1 Justificación

Este proyecto busca implementar a la empresa con las nuevas tecnologías de la información y comunicación para su mejoría, aplicándose la Metodología de Diagnóstico Digital, la cual se basa en un modelo de implantación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que busca principalmente analizar cada empresa, sus procesos, sus relaciones con clientes, proveedores, etc., con el objeto de encontrar sus principales carencias y oportunidades de mejora, facilitando que la tecnología sea una herramienta de mejora para Turismo CIVA SAC. En este caso no existen procedimientos únicos ni transferibles, por ende, lo que es bueno para una empresa no tiene por qué ser lo mejor para otra empresa.

Por otro lado, se pretende que la metodología que se presenta a continuación sea adaptable, esto se aplica a todo tipo de empresas de menos de 250 trabajadores. No obstante, dependiendo del tamaño y complejidad de la organización, se exigirá:

- La involucración de mayor o menor número de personas en reuniones.
- La utilización de distintas herramientas de obtención de información (entrevistas, reuniones).
- Mayor o menor duración del proyecto.

1.10.2 Importancia de la investigación

El presente estudio de investigación es importante porque como consecuencia de la aplicación de la Metodología de diagnóstico Digital (MDD), se permitirá diagnosticar el uso de las TIC, que permitirá

determinar si son necesarias o si hace falta la implementación de otras, y a la vez, ayudará a sensibilizar la empresa sobre las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

1.11. Limitaciones del estudio

1.11.1 Limitaciones de tiempo

El análisis investigativo ha sido realizado con datos del año 2016 hasta Julio del 2017.

1.11.2 Limitaciones de espacio

La presente investigación se realizó en la empresa Turismo CIVA SAC la cual se encuentra ubicada en Av. Loreto 1485 Piura.

1.11.3 Limitaciones de recursos

Se cuenta con un fondo de \$10.000 para la actualización de herramientas tecnológica de la empresa.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

2.1.1 Antecedentes Internacionales

La guía de Autodiagnóstico en la utilización de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) es parte de la metodología de Diagnóstico Digital, elaborado por SPRI (Sociedad para la Promoción y Reconversión Industrial SA); que permita identificar rápidamente las iniciativas de uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) que mejor se adapte a las necesidades del negocio.

En América Latina existe una modalidad diseñada para la educación de manera virtual, con una amplia gama de recursos y programas virtuales que ha ido evolucionando a lo largo de los años, en todos los campos: capacitación, formación profesional, superior, etc. Lo que se

utiliza con más frecuencia es la capacitación virtual en las empresas, videoconferencia, entre otros. (UNESCO, 2002)

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Metodología de Diagnóstico Digital” (García Rivera, 2016) que ayuda a las organizaciones en la mejor selección de iniciativas de implantación de TIC.

(Choque, 2009) determinó que las TIC permiten un mayor desarrollo de la capacidad de adquisición de información; concluyéndose que, en esta investigación, que es necesario el uso del correo electrónico para escribir y enviar correos y así poder comunicarse entre sí, enviando archivos adjuntos.

2.1.3 Antecedentes Locales

“Tecnologías de Información en el sector Turismo de Piura. Diagnóstico de su uso y aceptación” (Mezones, 2011). Realizó un estudio donde utilizó una metodología parecida donde determinó el uso y aceptación de las TIC en el sector turístico de la ciudad de Piura. Concluyendo que el nivel de aceptación de las TIC tenía un nivel bajo.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 Tecnologías de Información

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC o bien NTIC para nuevas tecnologías de información y de la comunicación) agrupan los elementos y las técnicas usadas en el tratamiento y la transmisión de

la información, principalmente la informática, internet y las telecomunicaciones. (Alex, 2010)

Los orígenes de las TIC son recientes. Aunque el nombre de tecnología de información se remonta a los años 70, su utilización en los negocios se remonta a mediados del siglo XX, durante la segunda guerra mundial.

2.2.2 Beneficios de las TIC para las empresas

Las tecnologías de la información y comunicación permiten a las empresas tener ventajas competitivas. Mejoran la calidad y productividad de la empresa, tanto para cumplir con mayor eficiencia el objetivo de la empresa como para la capacitación de sus empleados. Es por ello, que son de suma importancia. Se pueden mencionar las siguientes ventajas:

- Permitir el aprendizaje interactivo y la educación a distancia para los empleados.
- Impartir nuevos conocimientos para la empleabilidad que requieren muchas competencias (integración, trabajo en equipo, motivación, disciplina, etc.).
- Ofrecer nuevas formas de trabajo y de inclusión la laboral, como teletrabajo.

Dar acceso al flujo de conocimiento e información para empoderar y mejorar las vidas de las personas, facilidades, exactitud, menores riesgos, menores costos, etc.

2.2.3 TIC en Mypes y Pymes

El departamento o equipo que dentro de una organización ejerce las funciones de TIC. Se encarga de estudiar, diseñar, desarrollar,

implementar y administrar los sistemas de información utilizados para el manejo de datos e información de toda la organización. Estos sistemas, a su vez, comprenden aplicaciones o software y equipos o hardware.

Realizar las tareas de la organización apoyándose en la Tecnología de la información, generalmente redundante en un procesamiento más rápido y confiable de sus datos. La información resultante tiene mayor movilidad y accesibilidad y cuenta con mayor integridad; que cuando se procesa en forma manual. Igualmente, las computadoras relevan a los empleados de numerosas actividades repetitivas y aburridas, permitiéndoles aprovechar su tiempo en actividades que agregan más valor.

2.2.4 Metodología de Diagnóstico Digital

La Metodología de Diagnóstico servirá a las empresas de consultoría como modelo de referencia y herramienta de trabajo para ayudar a las MYPES en la selección de aquellas iniciativas de implantación de las TIC que mejor apoyen a sus necesidades de negocio. Consta de 4 fases:

- Fase 1 Lanzamiento, donde se llevará a cabo la entrevista inicial con el Gerente y se aplica a los empleados la Guía de Autodiagnóstico Digital y Guía de la Entrevista.
- Fase 2 Identificación de Oportunidades de Mejora del Negocio, se identifican las herramientas tecnológicas encontradas en la fase anterior y se realiza la verificación de los equipos informáticos y la red local de la empresa. También se reflexiona sobre la estrategia de la empresa sobre la posibilidad de lograr innovaciones o transformaciones en el negocio basadas en TIC, mediante la plantilla de reflexión de nuevas oportunidades.

- Fase 3 Selección de oportunidades, se reconoce criterios de priorización mediante el cuestionario para la Reflexión Estratégica.
- Fase 4 Planificación, se redacta una ficha detallas de los equipos informáticos encontrados y se presenta un informe final de las herramientas tecnológicas recomendadas.

Esta metodología pretende:

- Ser sencilla y completa.
- Identificar las mejores iniciativas para cada empresa según el diagnóstico de sus oportunidades y sus objetivos de negocio.
- Garantizar el enfoque de negocio en la adopción de las TIC por las MYPES.
- Conseguir un plan de implantación de las TIC realistas y ordenado en el tiempo.
- Ser participativa, requiriendo el trabajo conjunto del consultor y el empresario.

Planificar anticipadamente los requisitos de infraestructura, organización y capacitación que puedan condicionar el éxito del proyecto.

2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

- **TIC:** Tecnologías de la información y comunicación.
- **Correo electrónico:** es una herramienta telemática, basada en un conjunto de técnicas y servicios que combinan las telecomunicaciones y la informática. Se puede enviar el mensaje de correo electrónico a

uno o varios remitentes al mismo tiempo, con dirección visible o encriptada, con listas de distribución públicas o privadas.

- **Dominio: (en inglés domain):** Sinónimo de dirección de una página principal (homepage) en Internet. El término dominio se usa asimismo para referirse a la identificación de uno o varios servidores conectados a la Red. La asignación de dominios está regulada por el llamado DNS.
- **DNS:** Domain Name System = Sistema de Nombres de Dominio.
- **INTERNET:** significa interconneted networks, es decir: redes interconectadas
- **Intranet:** es una red TCP/IP de una empresa u organización, que enlaza a empleados y miembros de una organización, etc. y su información, de tal manera, que aumenta la productividad de aquellos, facilita el acceso a la información y convierte la navegación por los recursos y las aplicaciones de su entorno informático.
- **LAN: local area network** red de área local.
- **NTIC:** las nuevas tecnologías de la información y la comunicación o bien las TIC (tecnologías de la información y la información): se refieren a un conjunto de procesos y productos que son el resultado del empleo de nuevas herramientas surgidas del campo de la informática, soportes de la información y canales de comunicación, relacionados con el almacenamiento, procesamiento y transmisión digital de la información. Por ejemplo: computadoras personales, equipos multimedia, las redes locales, Internet, intranet, extranet,

software, hipertextos, realidad virtual, videoconferencias, por nombrar algunos.

- **Página Web (en inglés Web page):** Archivo disponible en la World Wide Web o que tiene el formato necesario para aparecer en ella.
- **Servidor (en inglés server):** Ordenador de alta potencia que permanece conectado a una red 24 horas al día y que almacena datos que pueden ser recuperados desde otros ordenadores.
- **Tecnología:** es: “la aplicación de los nuevos conocimientos de la ciencia al mejoramiento de la industria”.
- **URL:** Uniform Resource Locator ó Localizador uniforme de recurso. Modo estandarizado de indicar una dirección de una página web.
- **Videoconferencia:** Sistema de comunicación multimedial que permite, a través de una red de computadoras, que varios participantes puedan verse y hablar en tiempo real, estando a distancia. Se trasmite de forma bidireccional y simultánea, imágenes y sonidos.
- **World Wide Web (también llamada Web, WWW o W3):** subconjunto de Internet en el que la información se presenta en páginas con formato HTML, las cuales tienen la ventaja de permitir saltar de unas páginas a otras mediante el llamado hipertexto, de forma tal que el usuario puede navegar entre páginas relacionadas con un simple clic del mouse (ratón).

- **Interconexión:** Hace alusión a formas de conexiones, vía hardware y que se permitirá el acto de la comunicación en el que se han desarrollado nuevas realidades expresivas y comunicativas.

CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Resultados Fase 1: Lanzamiento

- 1) Realizar una entrevista inicial con el Gerente y así poder hacer un primer análisis en cuanto a uso de las TIC.

Preguntas destinadas a conocer las distintas áreas de responsabilidad de la compañía y comprender los principales procesos de negocio (estructurado por preguntas abiertas. Ver Anexo N°02).

2) Presentar los resultados obtenidos en la Guía de Autodiagnóstico Digital.

Tabla 1 ¿De qué TIC dispone su empresa?

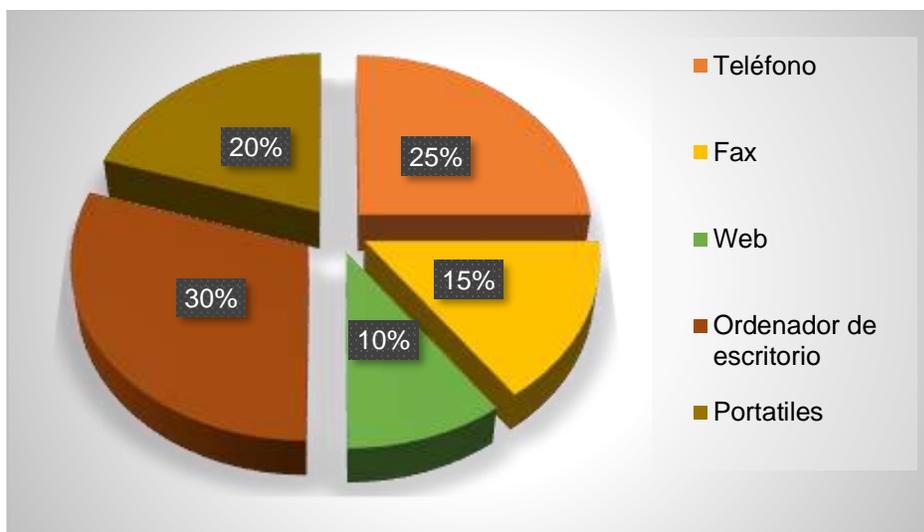
TIC	Nº	%
Teléfono	5	25
Fax	3	15
Web	2	10
Ordenadores de escritorio	6	30
Portátiles	4	20
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

En estos ítems se observa el uso de tecnologías que dispone la empresa. En esta ocasión el 30% (6 empleados) usan computadoras de escritorio, un 25% (5 empleados) usan el teléfono, un 20% (4 empleados) usan laptop, un 15% (3 empleados) usan fax y un 10% (2 empleados) usan web. Esto quiere decir, que, sí existen y hacen uso de las tecnologías de información; la empresa está apostando por tecnología, sin embargo, en cuanto a sistema web es bastante bajo, siendo 2 empleados de 20 los que usan esta herramienta tecnológica.

Gráfico 1 Porcentaje de TIC que dispone la empresa Turismo Civa Piura



Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 ¿El personal ha participado de videoconferencia durante el último año promovido por su empresa?

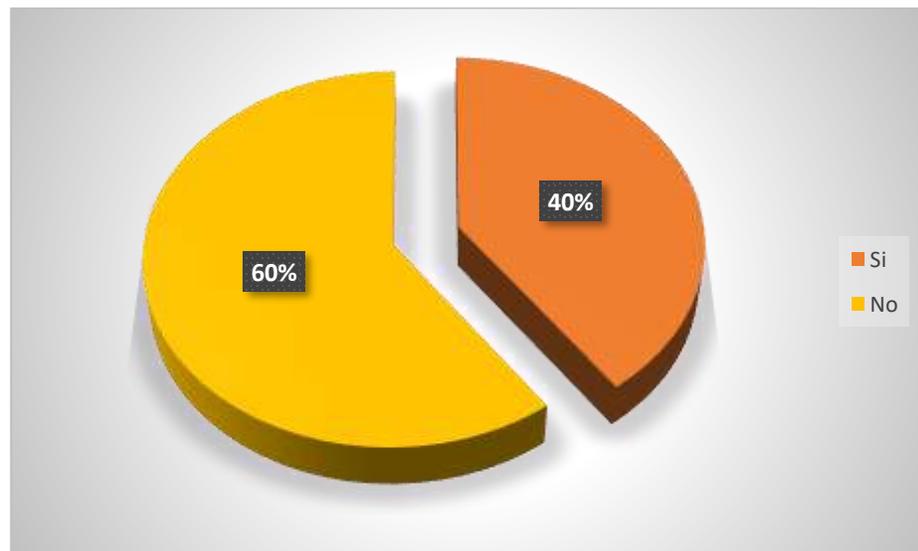
	Nº	%
Si	8	40
No	12	60
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

Observando los datos recabados en estos ítems, el resultado refleja que la mayor parte de los empleados encuestados no han asistido a una videoconferencia, tal como lo indica el 60% de la tabla, tan sólo con un 40% de la población si han asistido a videoconferencias, optando por no hacer imprescindible su uso en el desempeño profesional, además la falta de preocupación por el uso de esta herramienta tecnológica, que es más factible para la capacitación de los empleados.

Gráfico 2 Porcentaje de la participación del personal de videoconferencias



Fuente: Elaboración propia

Tabla 3 ¿Qué utilidad y/o importancia le doy en la actualidad a las TIC en la empresa Turismo Civa Piura?

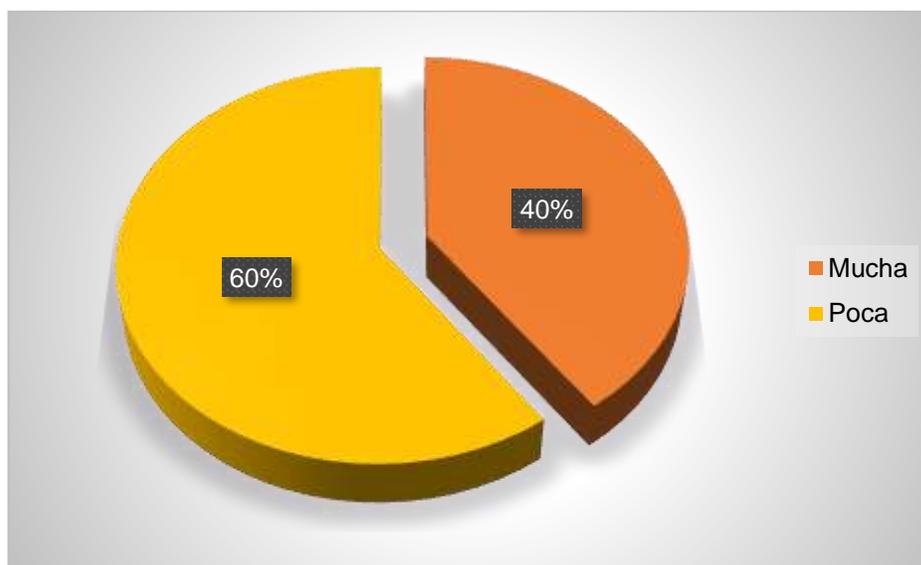
	N°	%
Mucha	8	40
Poca	12	60
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

Este ítem tiene implícito parte de las aspiraciones de la investigación, por cuanto señala la postura que tienen los empleados acerca de las TIC. Y en efecto, el 60% ha opinado que es de mucha importancia poseer el conocimiento de ella y por ende utilizarla. Y un 40% ha opinado que es poco importante saber de estas herramientas; lo que refleja que los empleados se preocupan, mas no se ocupan, de adquirir tales conocimientos. Sin embargo, lo positivo de ellos es que la actitud de ellos va en favor de comenzar a usar este tipo de herramientas tecnologías dentro de la empresa, las cuales han existido desde hace algunos años.

Gráfico 3 Porcentaje de Utilidad y/o importancia que le dan a la empresa en la actualidad



Fuente: Elaboración propia

Tabla 4 ¿Qué tendría que cambiar para que su empresa adopte las nuevas TIC?

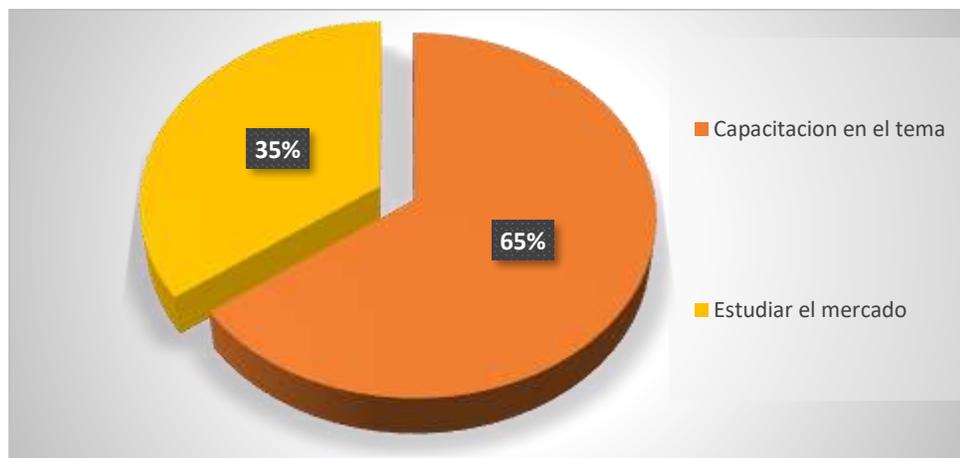
	N°	%
Capacitación en el tema (TIC)	13	65
Estudiar el mercado	7	35
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

Comparando los datos recabados en estos ítems, se obtiene que la mayor parte de los empleados encuestados respondieron que para que la empresa adopte nuevas tecnologías de información, tendrían que capacitarse en el tema, tal como lo indica el 65% de la tabla, tan sólo con un 35% de la población optaron por estudiar el mercado.

Gráfico 4 Porcentaje ¿Qué tendría que cambiar para que su empresa adopte las NTIC?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 5 ¿Cuál de las siguientes causas tiene mayor impacto a la hora de impedir o dificultar el uso de las TIC?

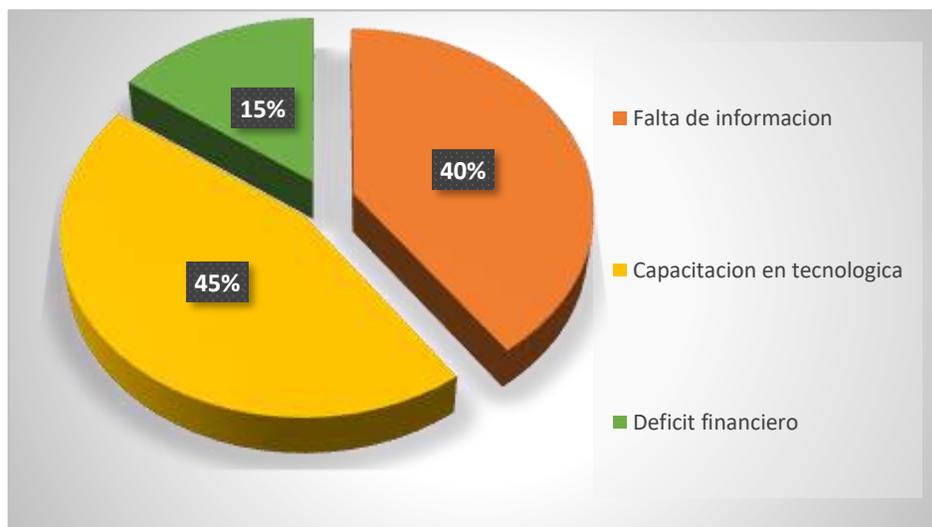
	Nº	%
Falta de información	8	40
Capacitación en tecnología	9	45
Déficit financiero	3	15
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

En estos ítems se observa las causas por las que se podría dificultar el uso de TIC. En esta ocasión, con un 45% de empleados optaron por capacitación en tecnología, un 40% en falta de información sobre TIC y un 15% en déficit financiero. Esto quiere decir, que la economía de la empresa no es obstáculo para implementar TIC en la empresa, y a la vez los empleados están dispuestos a su respectiva capacitación sobre TIC sabiendo que no sólo beneficia a la empresa, sino a su desarrollo profesional.

Gráfico 5 Porcentaje de las causas que tiene mayor impacto para impedir el uso de las TIC



Fuente: Elaboración propia

Tabla 6 ¿Con qué frecuencia utilizan las TIC?

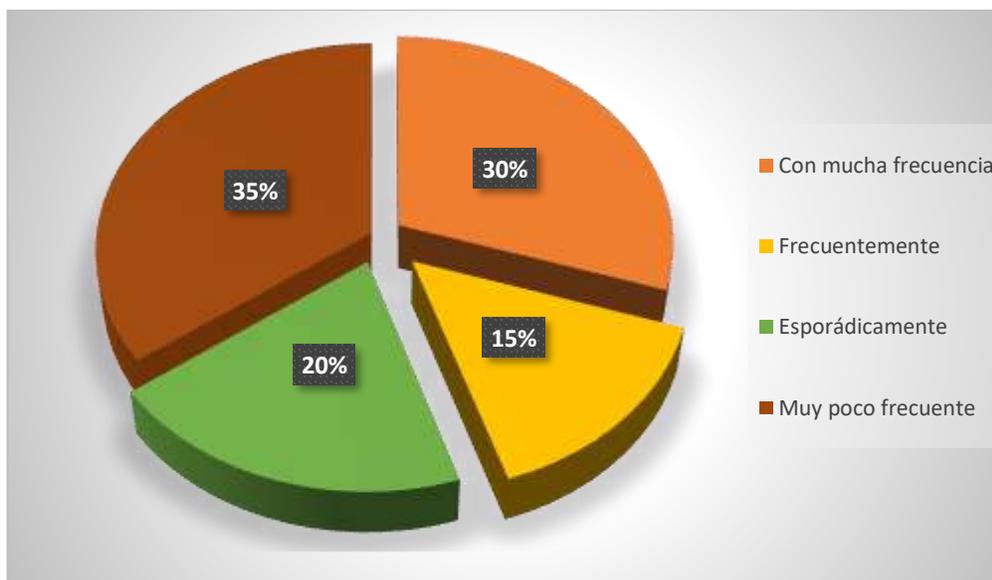
	Nº	%
Con mucha frecuencia	6	30
Frecuentemente	3	15
Esporádicamente	4	20
Muy poco frecuente	7	35
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

Comparando los ítems, en ésta oportunidad, se observa como un 35% muy poco frecuente utilizan las herramientas tecnológicas, quedando las demás opciones positivas con un 20% esporádicamente (alguna vez al mes), 15% frecuentemente (3-5 días a la semana) y 30% con mucha frecuencia (diario). Ello nos induce a pensar, que un 65% sí se está preocupando por estar a la par del desarrollo tecnológico. Sin embargo, pocos lo han llevado o lo aplican en la empresa.

Gráfico 6 Porcentaje de Frecuencia que utilizan TIC



Fuente: Elaboración propia

Tabla 7 ¿Hacen uso de las redes sociales (Fb, twiter, etc) como herramienta TIC para la empresa?

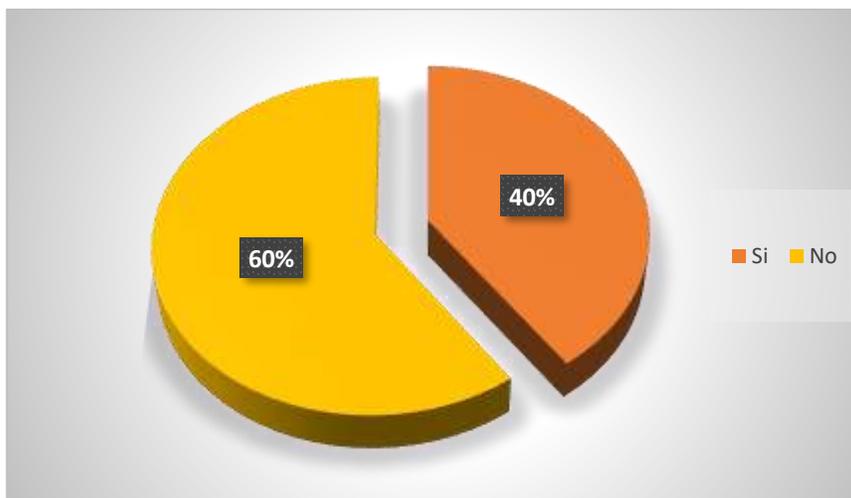
	N°	%
Si	8	40
No	12	60
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

En estos ítems se observa como un 60% no hacen uso de las redes sociales como herramientas tecnológicas para la empresa y un 40% si hace el uso de estas herramientas; esto nos quiere decir, que los empleados si usan las herramientas tecnológicas, pero más no lo aplican para la mejora de le empresa.

Gráfico 7 Porcentaje de uso de herramientas tecnológicas como las redes sociales para la empresa



Fuente: Elaboración propia

Tabla 8 ¿Considera que las redes sociales aportan valor a la empresa?

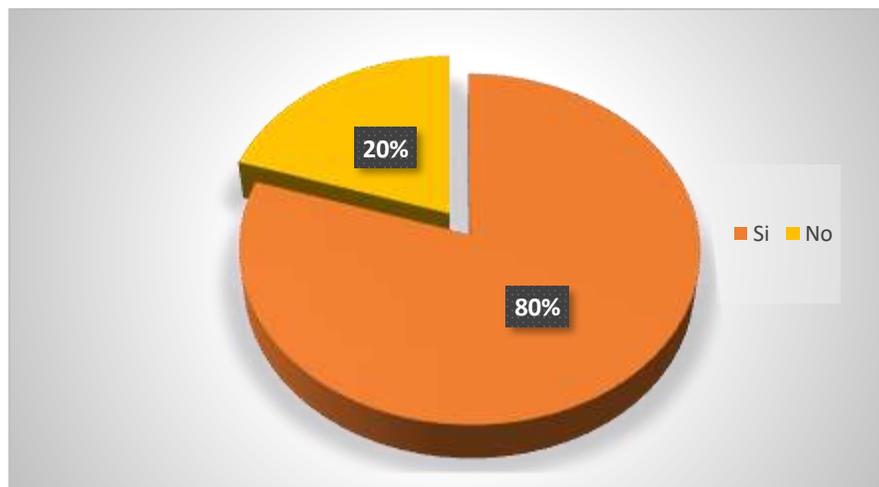
	Nº	%
Si	16	80
No	4	20
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

En esta tabla se puede ver que un 80% de los empleados consideran que las redes sociales aportan valor a la empresa, como lo hemos visto en las tablas anteriores, los empleados usan las herramientas tecnológicas, pero no la aplican para la mejora de la empresa.

Gráfico 8 Porcentaje del valor que aportan las redes sociales a la empresa



Fuente: Elaboración propia

Tabla 9 ¿En qué grado se han originado modificaciones sobre TIC durante los tres últimos años en su empresa?

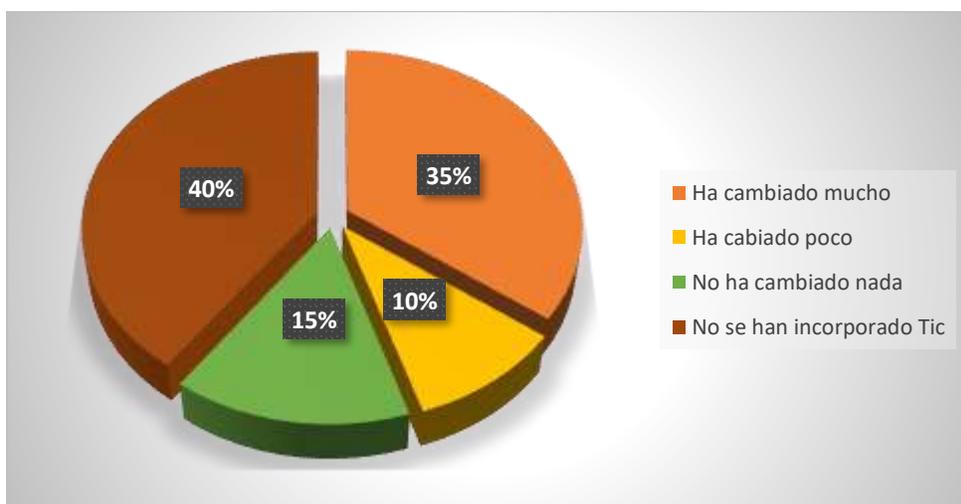
	N°	%
Ha cambiado mucho	7	35
Ha cambiado poco	2	10
No ha cambiado nada	3	15
No se han incorporado NTIC	8	40
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

Observando los datos recabados en estos ítems, se obtuvo que la mayor parte de los empleados encuestados respondieron un 40% que no se han incorporado nuevas tecnologías de información, mientras el 35% dijo que había cambiado mucho (refiriéndose a la infraestructura), 10% de empleados dijeron que ha cambiado poco (haciendo hincapié al wifi libre para los clientes) y el restante 15% dijeron que no ha cambiado nada; esto nos quiere decir, que la empresa no ha evolucionado en la obtención de nuevas herramientas tecnológicas que ayuden a estar al nivel de la competencia en el mercado.

Gráfico 9 Porcentaje de las modificaciones que se han realizado en la empresa sobre TIC



Fuente: Elaboración propia

Tabla 10 ¿Cómo valora la importancia de las TIC?

	N°	%
Muy importantes	16	80
Poco importantes	4	20
TOTAL	20	100%

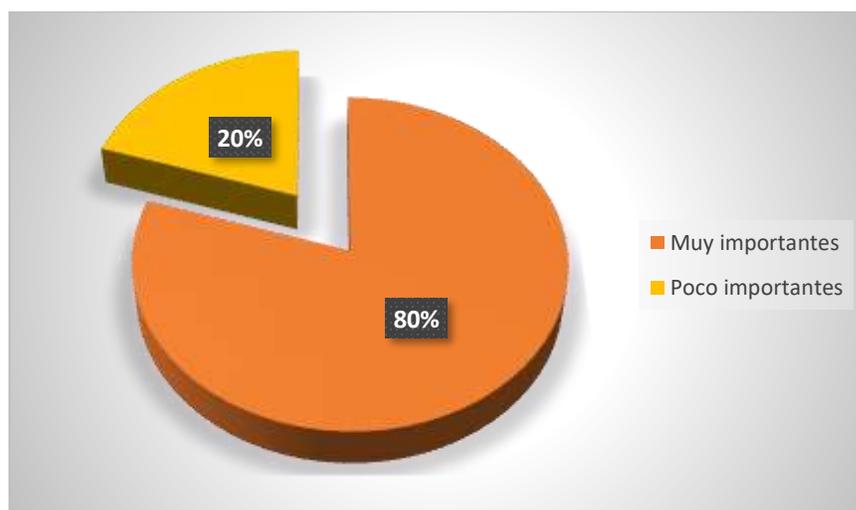
Fuente: Enma del Carmen Calle Ubillus

INTERPRETACIÓN

El 80% de los encuestados opinan que las TIC son muy importantes, y un 20% opina que son poco importante, esto nos lleva a que la sociedad actual está altamente tecnificada y que las empresas no se deben desvincular de los avances tecnológicos, porque además de que nos brindan nuevas formas de trabajar y

transmitir información, nos ayuda a tener más perspectivas tanto personal como profesionalmente, para así poder asumir retos.

Gráfico 10 Porcentaje de la importancia de las TIC



Fuente: Elaboración propia

Resultados obtenidos en la Guía de la entrevista:

Tabla 11 Reconocimiento de procesos o actividades críticas para el negocio

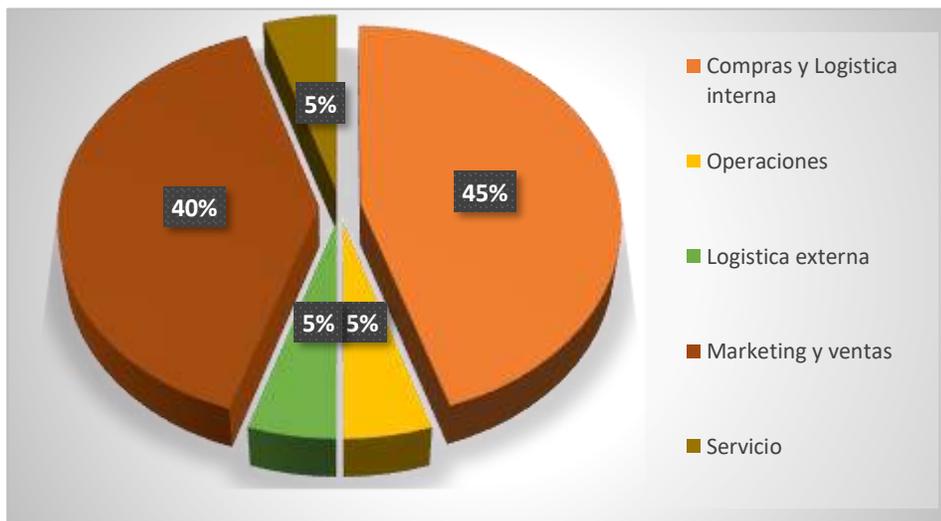
	Nº	%
Compra y Logística interna	9	45
Operaciones	1	5
Lógica externa	1	5
Marketing y ventas	8	40
Servicio	1	5
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

En estos ítems se observa los procesos críticos de la empresa. En esta ocasión el 45% (9 empleados) respondieron Compra y Logística interna, un 40% (8 empleados) respondieron Marketing y ventas, un 5% (1 empleados) Operaciones, otro 5% (1 empleados) Logística externa y el 5% restante (1 empleados) Servicio. Esto quiere decir, que, existen 2 procesos críticos en la empresa, debido a la carencia de implementación de TIC para el desarrollo y mejora de la empresa (publicidad, captar clientes, compra y venta de pasajes online, etc).

Gráfico 11 Porcentaje de procesos o actividades críticas para el negocio



Fuente: Elaboración propia

Tabla 12 Objetivos del área del negocio

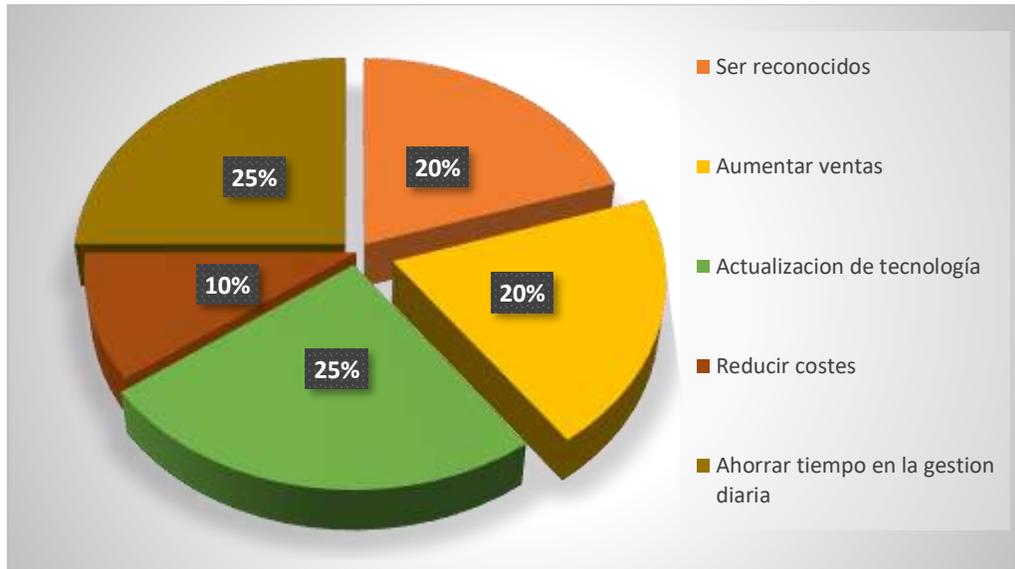
	Nº	%
Ser reconocidos	4	20
Aumentar ventas	4	20
Actualización de tecnología	5	25
Reducir costes	2	10
Ahorrar tiempo en la gestión diaria	5	25
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

El 25% de empleados encuestados indican que el objetivo del negocio es la actualización de tecnología y el ahorro de tiempo en la gestión diaria de los procesos del área, siendo de poca capacidad los equipos informáticos, hacen que las transacciones demoren en el sistema. En cambio, el 20% opina que deben ser reconocidos y aumentar sus ventas y el 10% restante opino que se debería reducir costos.

Gráfico 12 Porcentaje de los objetivos del área del negocio



Fuente: Elaboración propia

Tabla 13 Reconocimiento del agente con los que interactúa

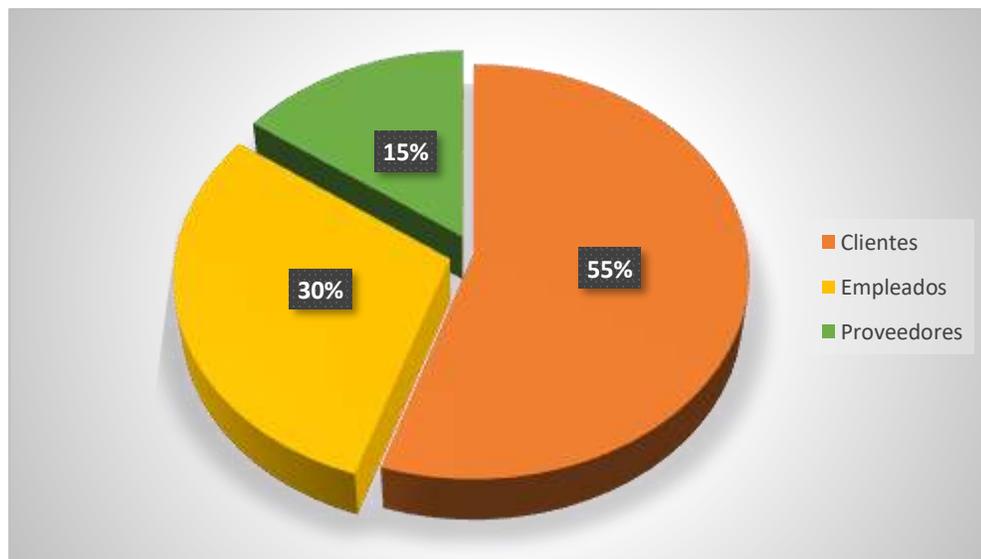
	Nº	%
Clientes	11	55
Empleados	6	30
Proveedores	3	15
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

En esta tabla se puede deducir que el 55% de empleados respondió que interactúan directamente con el cliente, esto quiere decir, que la empresa se debe a los clientes y su comodidad. El 30% respondió que interactúan entre ellos (empleados) y el 15% con proveedores.

Gráfico 13 Reconocimiento del agente con los que interactúa



Fuente: Elaboración propia

Tabla 14 Puntos fuertes para conseguir dichos objetivos o fortalecer la relación con los agentes

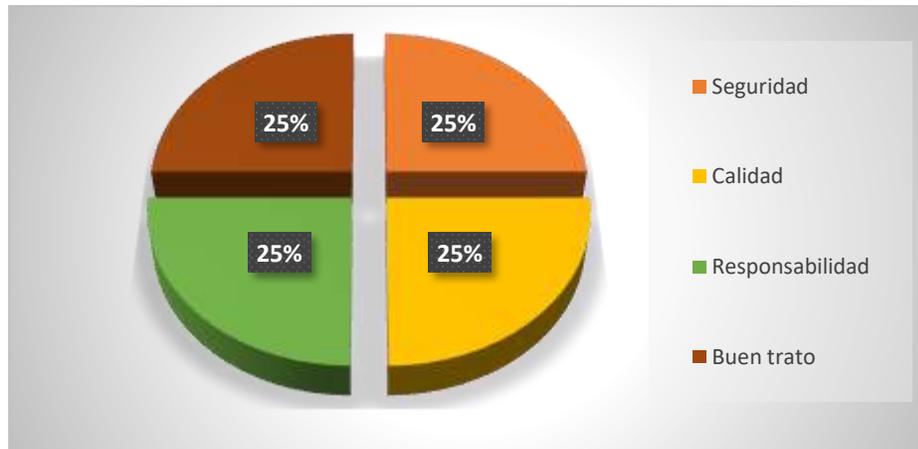
	Nº	%
Seguridad	5	25
Calidad	5	25
Responsabilidad	5	25
Buen trato	5	25
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

Luego de observar las diversas opciones que ofrece estos ítems, se deduce que están repartidas en 25% cada uno de los puntos fuertes para fortalecer las relaciones con los agentes; y es que tanto la seguridad del cliente, como la calidad, buen trato y responsabilidad que se brinda son puntos fuertes, según las respuestas obtenidas de los empleados, para que la empresa sobresalga con la ayuda de las herramientas tecnológicas.

Gráfico 14 Porcentaje de los puntos fuertes para fortalecer la relación con los agentes



Fuente: Elaboración propia

Tabla 15 Problemas a los que se puede enfrentar la empresa

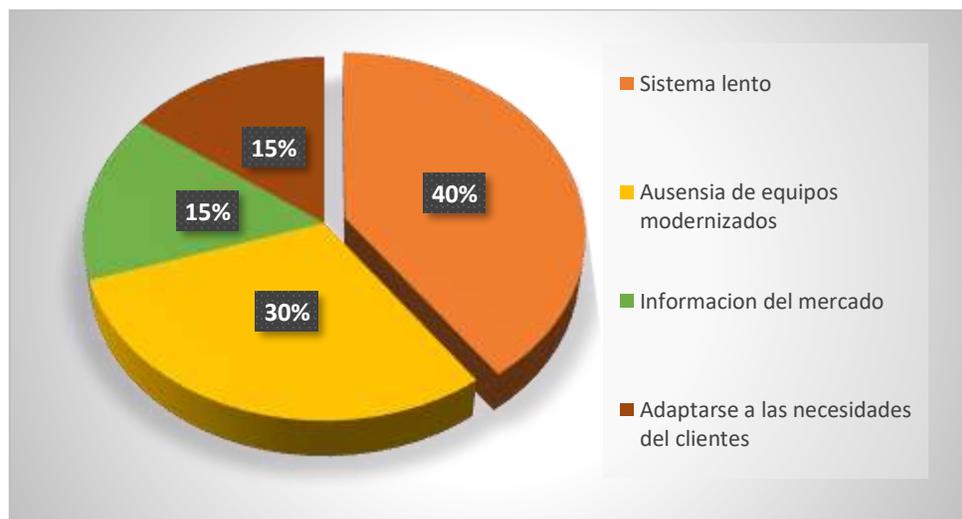
	Nº	%
Sistema lento	8	40
Ausencia de equipos modernizados	6	30
Información del mercado	3	15
Adaptarse a las necesidades del cliente	3	15
TOTAL	20	100%

Fuente: Enma del Carmen Calle Ubillus

INTERPRETACIÓN

En estos ítems, puede observar con mayor claridad los problemas por los que atraviesa la empresa, por la falta de implementación de TIC; así el 40% de los empleados respondieron que el mayor problema por el que abarcan es que el sistema es lento, y esto se debe a la falta de capacidad de los ordenadores para realizar los procesos. El 30% respondió la ausencia de equipos modernizados, el 15% respondió que uno de sus problemas es adaptarse a las necesidades del cliente y el 15% restante dijo que la falta de la información del mercado.

Gráfico 15 Porcentaje de los problemas a los que se puede enfrentar la empresa



Fuente: Elaboración propia

Tabla 16 Reconocimiento de las TIC que soporten esos procesos y relaciones

	N°	%
Página web con dominio propio	4	20
Implementación de correo electrónico	4	20
Software uso de oficina	4	10
Actualización de equipos informáticos	4	30
Actualización de software	4	20
TOTAL	20	100%

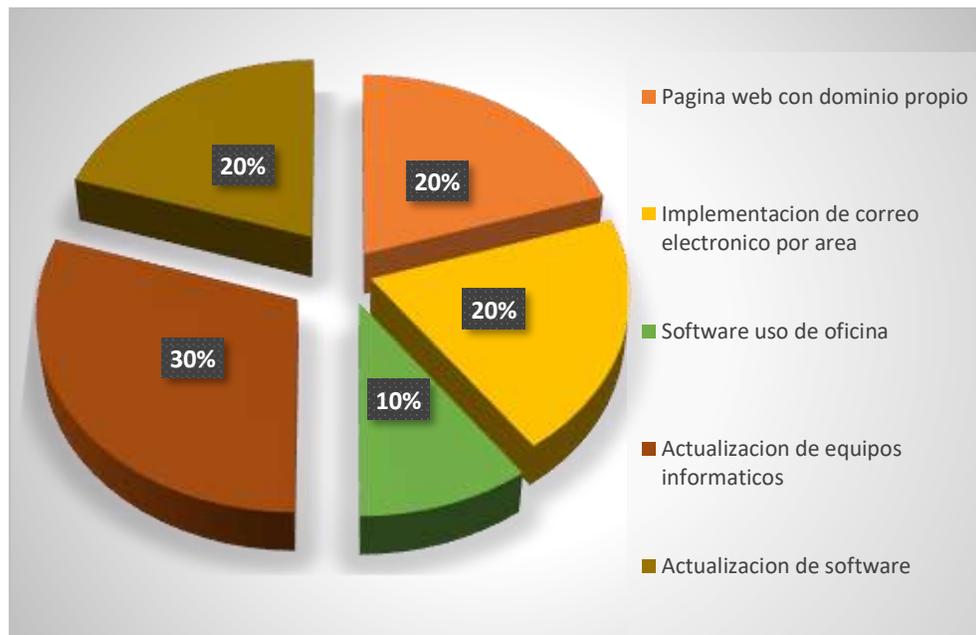
Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

Un porcentaje de 30% de empleados respondieron que necesitan actualización de equipos informáticos, esto es la base de todo lo demás, con su actualización se resolverían muchos problemas que tienen; un 20% de empleados respondieron que necesitan la empresa una página web con dominio propio, donde puedan realizar compra y venta de pasajes, información de la empresa y que sus clientes puedan dejar sugerencias, etc. sin necesidad de asistir al lugar, porque a muchos clientes, el tiempo se les hace corto para ir a comprar pasajes. o averiguar sobre ellos. Otro 20% de empleados respondieron que necesitan implementación de correo electrónico para poder llevar una mejor comunicación entre áreas; un 20% de empleados necesitan actualización de software, y se refirieron explícitamente a los antivirus,

siendo estos la causa de perdida de información en los ordenadores. Y un 10% respondió un software uso de oficina (office).

Gráfico 16 Porcentaje del reconocimiento de las TIC que soporten esos procesos y relaciones



Fuente: Elaboración propia

3.2 Resultados Fase 2: Identificación de Oportunidades de Mejora del Negocio

- 1) Se identifican las herramientas tecnológicas encontradas en la fase anterior.
 - El proceso o actividad que aportan mayor valor estratégico es el área de ventas de pasajes, según la entrevista inicial que se le realizó al gerente de la empresa Turismo Civa; porque es allí donde se elabora la parte económica de esta empresa.

- La Guía de Autodiagnóstico Digital, nos ayudó a determinar el grado de madurez y/o evolución de la empresa, obteniéndose como resultado la necesidad de digitalización que existe en la empresa, por la falta de importancia que los empleados tienen sobre TIC; identificándose que la empresa hace uso de algunas tecnologías como computadoras, teléfono y un 40% de empleados usa videoconferencia como herramientas tecnológicas. A la vez, los empleados aceptaron la necesidad de capacitarse en las tecnologías de información y comunicación y hacer más uso de estas.
- La Guía de la Entrevista, nos ayudó a obtener la necesidad y el objetivo de la empresa Turismo Civa, obteniéndose como resultados de la encuesta, que la empresa tiene problemas en sus procesos por causa de un sistema lento, antivirus desactualizado; por ende, se necesita una innovación tecnológica, para satisfacer sus objetivos; identificándose las siguientes herramientas tecnológicas que necesita la empresa:
 - La elaboración de una página web que dé a conocer la empresa, sus productos/servicios, permitiendo a la vez realizar peticiones, sugerencias, solicitudes a través de una red segura.
 - Implementación de correo electrónico para mejorar la comunicación y/o información entre áreas.
 - Actualización de equipos informáticos (hardware).
 - Actualización de software (antivirus), disponer de un antivirus actualizado en todos los ordenadores.
 - Tener presencia en las redes sociales.
 - Utilizar la herramienta tecnológica como el chat, videoconferencias para facilitar la comunicación y/o capacitación de los empleados.

2) Realizar la verificación de los equipos informáticos.

Al realizar la verificación de los equipos informáticos de la empresa Turismo Civa Piura, se obtuvo lo siguiente:

Gerencia

- Intel Core I5-3470 3.2GHZ (Gerente, SO Windows 7 Professional 64 bits).
- Intel Core I5 2400 3.1GHZ (SubGerente, SO Windows 7 professional 32 bits).
- Intel Dual Core 2.0GHZ (SO XP Profesional, secretaria, sin embargo, ella también tiene el sistema general y no le es suficiente).

Administración

- Intel Dual Core E2180 2.0GHZ (secretaria, SO XP Profesional. Poca capacidad).
- Intel Core 2Duo 2.93GHZ (administrador, SO W7 Profesional 32 bits).
- Intel Core I5-2400 3.1 GHZ (Administrator 2, SO Windows 7 Professional 32 bits).

Recursos Humanos

- Intel Core I5-3470 3.2GHZ (SO W7 Professional 64bits).
- Acer AMD ATHLON II x2 220 2.8GHZ (SO Windows Ultimate 32 bits).
- Intel Core I5-3470 3.2 GHZ (W7 Professional 64 bits).

Logística

- Intel Core I7-4790 3.6GHZ (SO Windows 7 Professional 64 bits).
- Intel Core I5-3470 3.2GHZ (SO Windows 7 Professional 64 bits).
- Intel Dual Core 2.0GHZ (SO XP Profesional, secretaria, sin embargo, ella también tiene el sistema general y no le es suficiente).

Transporte

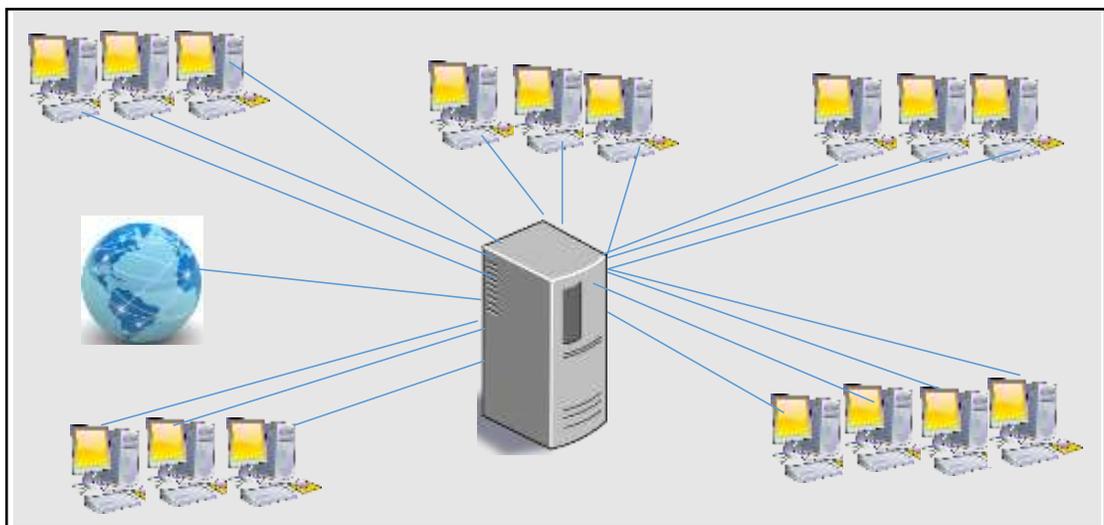
- Intel Pentium D 3.4 GHZ (SO Windows 7 Professional 32 bits).
- Intel Pentium E2160 1.8 GHZ (SO XP Professional).
- Intel Core I5-3470 3.2GHZ (SO Windows7 Professional 32 bits).
- Pc Chips Dual Core E5700 2.0 GHZ (SO XP Professional).

3) Realizar la verificación de la red local de la empresa.

Al realizar la verificación de la red local de la empresa Turismo Civa Piura, se obtuvo lo siguiente:

- No tiene una red dividida entre datos.
- No está segmentado.
- No hay seguridad y control de la información.
- No pueden compartir de forma eficiente.
- Inadecuada distribución de la red con respecto a los equipos y cableado.
- Problemas con las impresoras.

Gráfico 17 Plano de la red local de la empresa Turismo Civa Piura



Fuente: Elaboración propia

- 4) Reflexionar sobre la estrategia de la empresa sobre la posibilidad de lograr innovaciones o transformaciones en el negocio basadas en TIC, mediante la plantilla de reflexión de nuevas oportunidades.

Plantilla de Reflexión de Nuevas Oportunidades

Reflexionar sobre nuevas oportunidades que las TIC ofrecen a la empresa para lograr sus objetivos estratégicos y/o para generar nuevos modelos de negocio. Para ello se realizaron las siguientes preguntas:

- a. Información: los agentes con los que nos relacionamos disponen de más información sobre el mercado en menos tiempo.
¿Qué ideas le sugieren estos conceptos para lograr los objetivos estratégicos de su negocio?

Creación de un sitio web de nuestra empresa, para dar a conocer nuestra empresa y sus servicios.

- b. Interactividad: las TIC permiten al cliente establecer un diálogo más fluido con la empresa.
¿Qué ideas le sugieren estos conceptos para lograr los objetivos estratégicos de su negocio?

Necesitamos crear correos electrónicos, tener presencia en las redes sociales, tener blog, etc.

- c. Personalización: la empresa puede establecer relaciones individualizadas con cada una de las personas con las que entra en contacto.
¿Qué ideas le sugieren estos conceptos para lograr los objetivos estratégicos de su negocio?

Relaciones entre contactos que se relacionen con nuestros rubros.

- d. Universalidad: la organización puede establecer contactos con cualquier tipo de persona, independientemente del lugar geográfico donde se encuentre.

¿Qué ideas le sugieren estos conceptos para lograr los objetivos estratégicos de su negocio actual?

Creación de sitio web de nuestra empresa y poder recibir sugerencias o solicitudes que nos hagan llegar a la empresa y que los clientes puedan realizar compras o reservas de pasajes, etc.

Análisis de la Cadena de Valor

- Compra y logística interna: papeles, impresoras, tintas, lapiceros, servicio técnico, etc.
- Operaciones: transportes, pasajes.
- Logística externa: personal administrativo, proveedores.
- Marketing y ventas: anuncios publicitarios (tv, radio, etc)
- Servicio: venta de pasajes, envío de encomiendas, etc.

3.3 Resultados Fase 3: Selección de Oportunidades

- 1) Reconocer criterios de priorización mediante el cuestionario para la Reflexión Estratégica.

Esta sección y priorización permitirán discriminar entre las oportunidades identificadas en la fase anterior y focalizarse en aquellas que tengan un mayor impacto en el negocio. A continuación, los resultados obtenidos de la encuesta:

Tabla 17 ¿Gestiona muchas referencias de clientes?

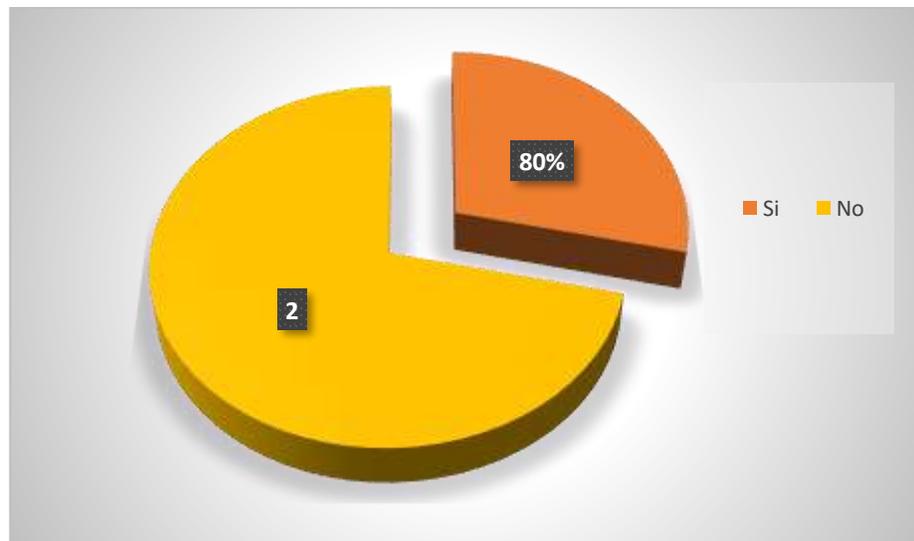
	N°	%
Si	16	80
No	4	20
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

Este ítem nos sirve para darnos cuenta que el 80% de empleados tiene citas con los clientes y el 20% restante no tiene referencia con los clientes.

Gráfico 18 Porcentaje ¿Gestiona muchas referencias de clientes?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 18 ¿Gestiona muchas ofertas y pedidos?

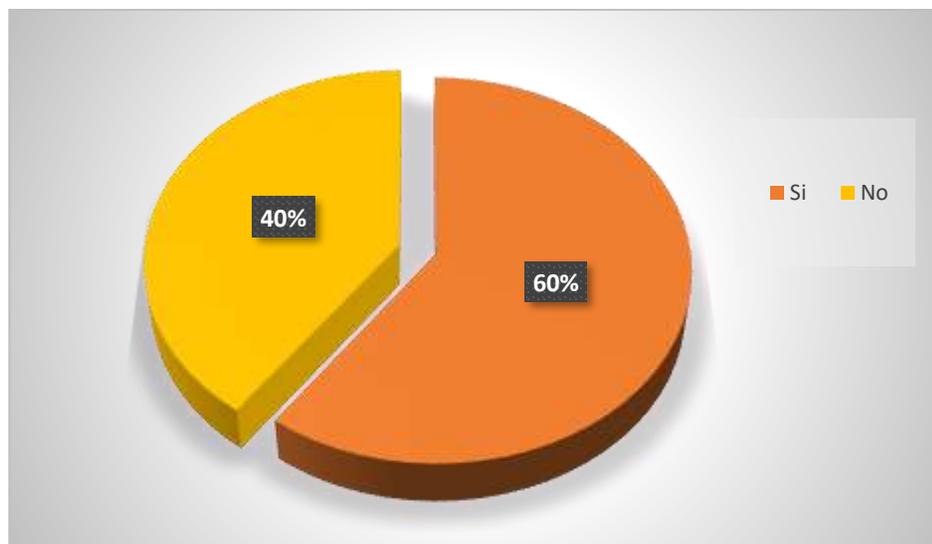
	N°	%
Si	12	60
No	8	40
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

En esta tabla se puede deducir que el 60% de empleados si gestionan ofertas y pedidos para la mejora de la empresa, y el 40% restante no lo realizan.

Gráfico 19 Porcentaje ¿Gestiona muchas ofertas y pedidos?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 19 ¿Le aflige mucho incrementar su número de clientes?

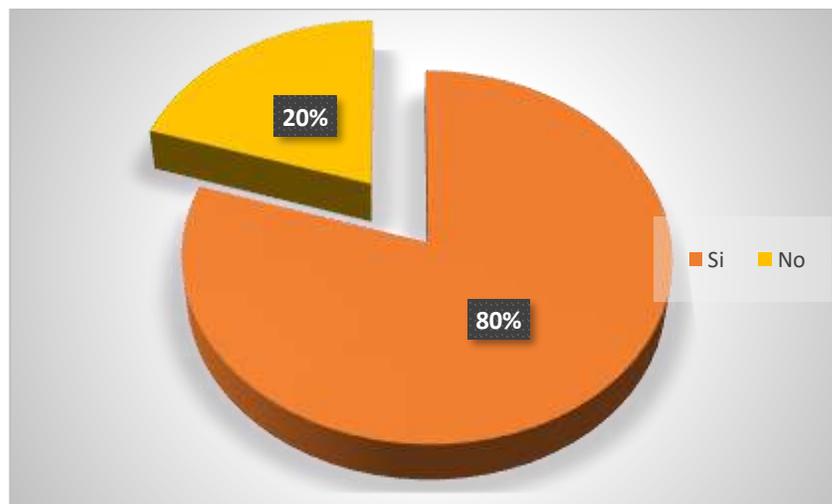
	N°	%
Si	16	80
No	4	20
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

En esta tabla se puede deducir que el 80% de empleados les preocupa mucho incrementar clientes; siendo los clientes la base de la economía de la empresa, el restante 20% no se preocupa por incrementar clientes.

Gráfico 20 Porcentaje ¿Le aflige mucho incrementar su número de clientes?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 20 ¿Qué nivel de preparación tienen sus clientes en TIC?

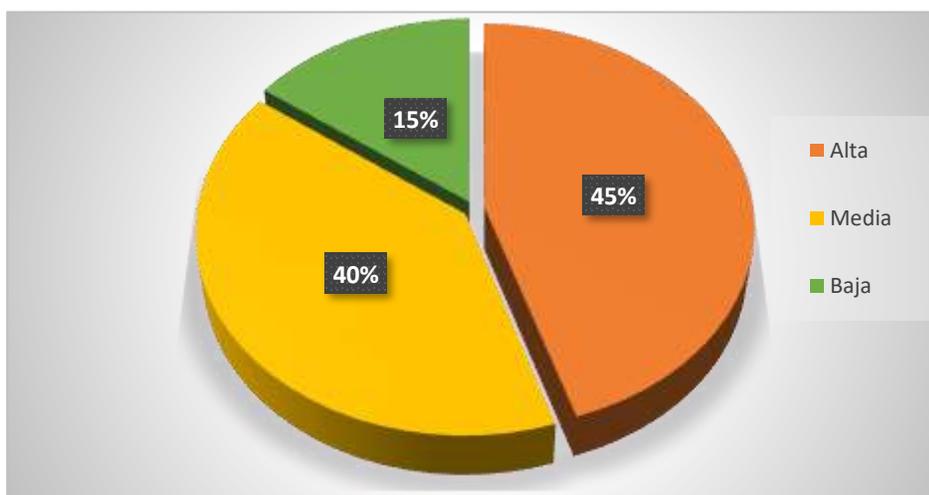
	N°	%
Alta	9	45
Media	8	40
Baja	3	15
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

El 45% de los encuestados respondieron que sus clientes tienen un alto conocimiento en TIC, por ello la empresa debe estar a la par no tanto de su competencia, sino de sus clientes. El 40% tiene conocimientos medios y el restante 15% conocimientos bajo en TIC.

Gráfico 21 Porcentaje ¿Qué nivel de preparación tienen sus clientes en TIC?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 21 ¿Le impone el cliente la utilización de TIC?

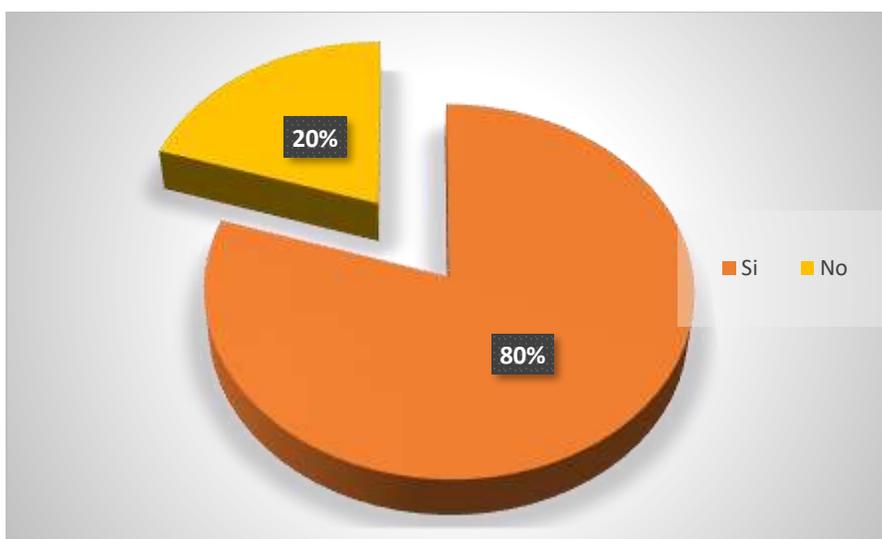
	N°	%
Si	16	80
No	4	20
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

En esta tabla se puede deducir que el 80% de clientes le impone estar actualizados en herramientas tecnológicas, mientras el 20% no le obliga la utilización de TIC; esto quiere decir, que el cliente si tiene un alto nivel de conocimiento en TIC, como ya se concluyó en la pregunta anterior.

Gráfico 22 Porcentaje ¿Le impone el cliente la utilización de TIC?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 22 ¿Dispone de centros de trabajo dispersos geográficamente?

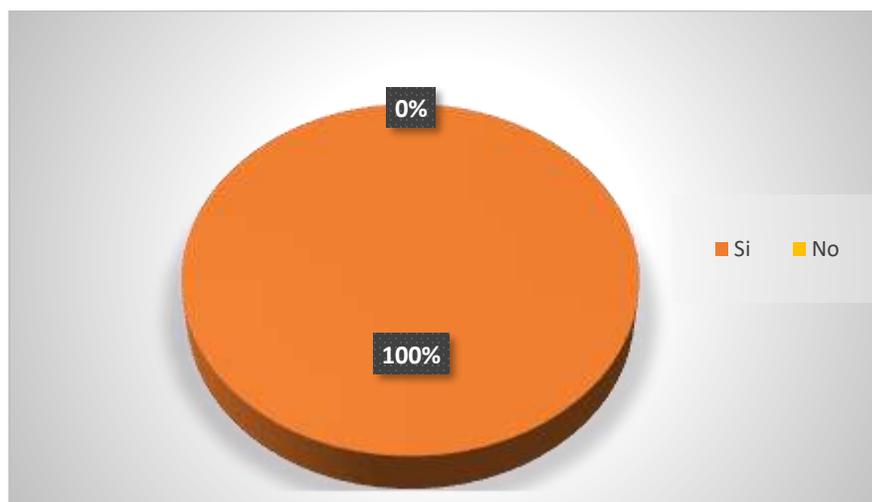
	N°	%
Si	20	100
No	0	0
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

En esta tabla podemos deducir que Turismo Civa tiene centros de trabajo dispersos geográficamente según respondieron el 100% de empleados.

Gráfico 23 Porcentaje ¿Dispone de centros de trabajo dispersos geográficamente?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 23 ¿Es la comunicación entre los empleados una prioridad para el negocio?

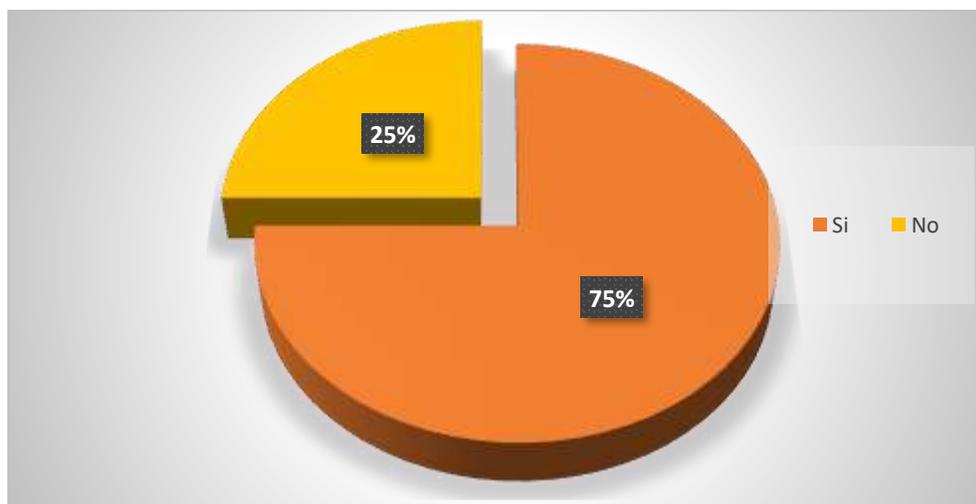
	N°	%
Si	15	75
No	5	25
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

En estos ítems se puede observar que el 75% de empleados optaron que sí es una prioridad la comunicación entre ellos, porque así se puede mantener información actualizada, mientras que el 25% de empleados respondieron que no era una prioridad.

Gráfico 24 Porcentaje ¿Es la comunicación entre los empleados una prioridad para el negocio?



Fuente: Elaboración propia

Tabla 24 ¿Para poder realizar su trabajo, es necesario que accedan a la información actualizando en todo momento?

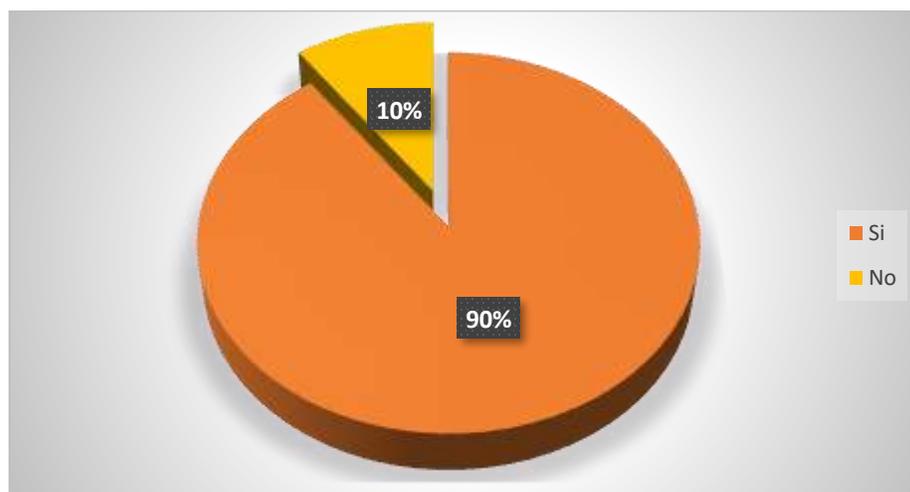
	Nº	%
Si	18	90
No	2	10
TOTAL	20	100%

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN

De acuerdo con la percepción que se recoge de los encuestados, el 90% sí necesita acceder a la información actualizada, para así llevar un mejor control y realizar sus actividades, mientras el 10% respondió que no le era necesario.

Gráfico 25 Porcentaje ¿Para poder realizar su trabajo, es necesario que accedan a la información actualizando en todo momento?



Fuente: Elaboración propia

En estas encuestas aplicadas, se logró determinar que el empleado tiene una relación directa con el cliente, y que el cliente es la base económica de la empresa; a la vez el cliente tiene altos conocimientos en tecnologías de la información y comunicación; por ende, le exige a la empresa este nivel de tecnología, para facilitar algunas actividades, como lo es una compra de pasaje online o alguna información de los servicios que ofrece la empresa, sin necesidad de acercarse al lugar.

3.4 Resultados Fase 4: Planificación

- 1) Se realiza una ficha detallada de los equipos informáticos encontrados.

CARACTERÍSTICAS DE PC	SO	ÁREA	OBSERVACIÓN
Intel Core I5-34703 3.2GHZ	Windows 7 Professional 64 bits	GERENTE	Es suficiente para las tareas que realiza el Gerente.
Intel Core I5 2400 3.1GHZ	Windows 7 professional 32 bits	SubGerente	Es suficiente para las tareas que realiza el SubGerente.
Intel Dual Core 2.0GHZ	XP Profesional	Secretaria de Gerencia	No es suficiente; el sistema es manejado también por la secretaria.
Intel Dual Core E2180 2.0GHZ	XP Profesional	Secretaria de Administración	No es suficiente; el sistema es manejado también por la secretaria.

Intel Core 2Duo 2.93GHZ	Windows 7 Profesional 32 bits	Auxiliar	Es suficiente para las tareas que realiza el Auxiliar.
Intel Core I5-2400 3.1 GHZ	Windows 7 Profesional 32 bits	Administrador	Es suficiente para las tareas que realiza el Administrador.
Intel Core I5-3470 3.2GHZ	W7 Profesional 64bits		
Acer AMD ATHLON II x2 220 2.8GHZ	Windows Ultimate 32 bits	Recursos Humanos	Es suficiente para las tareas que se realizan en el área.
Intel Core I5-3470 3.2 GHZ	Windows7 Profesional 64 bits		
Intel Core I7-4790 3.6GHZ	Windows 7 Profesional 64 bits	Jefe de Logística	Es suficiente para las tareas que se realiza.
Intel Core I5-3470 3.2GHZ	Windows 7 Profesional 64 bits	Auxiliar de Logística	Es suficiente para las tareas que se realiza.
Intel Dual Core 2.0GHZ	XP Profesional	Secretaria de Logística	No es suficiente; el sistema es manejado también por la secretaria..
Intel Pentium D 3.4 GHZ	Windows 7 Profesional 32 bits	Transportes	Es suficiente para las tareas que se realiza.

Intel Pentium E2160 1.8 GHZ	XP Professional		No es suficiente; el ordenador tiene entre sus aplicaciones el sistema de la empresa.
Intel Core I5-3470 3.2GHZ	Windows7 Professional 32 bits	Jefe de Almacén	Es suficiente para las tareas que se realiza.
Pc Chips Dual Core E5700 2.0 GHZ	XP Professional	Asistente de Almacén	No es suficiente; el sistema es manejado también por el asistente.

Cuadro de las características de los equipos informáticos encontrados.

Fuente: Elaboración propia

- 2) Se presenta un informe final con las herramientas tecnológicas recomendadas.

Se recomendará la herramienta tecnológica respectiva dependiendo de cada una de las nuevas oportunidades de negocio que se identificaron. Ver Anexo N°07

A continuación, las características recomendadas de los equipos informáticos encontrados:

CARACTERÍSTICAS DE PC	SO	ÁREA	OBSERVACIÓN
Intel Core I5-34703 3.2GHZ	Windows 7 Professional 64 bits	GERENTE	-
Intel Core I5 2400 3.1GHZ	Windows 7 professional 32 bits	SubGerente	-
Intel Dual Core 2.0GHZ	XP Profesional	Secretaria de Gerencia	Se recomienda una Intel Core I3 RAM 4GB, HD 500GB
Intel Dual Core E2180 2.0GHZ	XP Profesional	Secretaria de Administración	Se recomienda una Intel Core I3 RAM 4GB, HD 500GB
Intel Core 2Duo 2.93GHZ	Windows 7 Profesional 32 bits	Auxiliar	-
Intel Core I5-2400 3.1 GHZ	Windows 7 Professional 32 bits	Administrador	-
Intel Core I5-3470 3.2GHZ	W7 Professional 64bits	Recursos	-
Acer AMD ATHLOM II x2 220 2.8GHZ	Windows Ultimate 32 bits	Humanos	-

Intel Core I5-3470 3.2 GHZ	Windows7 Professional 64 bits		
Intel Core I7-4790 3.6GHZ	Windows 7 Professional 64 bits	Jefe de Logística	-
Intel Core I5-3470 3.2GHZ	Windows 7 Professional 64 bits	Auxiliar de Logística	-.
Intel Dual Core 2.0GHZ	XP Profesional	Secretaria de Logística	Se recomienda una Intel Core I3 RAM 4GB, HD 500GB
Intel Pentium D 3.4 GHZ	Windows 7 Professional 32 bits		-
Intel Pentium E2160 1.8 GHZ	XP Professional	Transportes	Se recomienda una Intel Core I3 RAM 4GB, HD 500GB
Intel Core I5-3470 3.2GHZ	Windows7 Professional 32 bits	Jefe de Almacén	-
Pc Chips Dual Core E5700 2.0 GHZ	XP Professional	Asistente de Almacén	Se recomienda una Intel Core I3 RAM 4GB, HD 500GB

Cuadro de las características recomendadas de los equipos informáticos encontrados.

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.3 Discusión de Resultados

En la presente investigación, se obtuvo como resultado que en Turismo Civa existe una falta de implementación de tecnologías de información y comunicación, por el desconocimiento de su correcta utilización, sin embargo, le dan mucha importancia a estas tecnologías, lo que conlleva a la aceptación de capacitación de TIC. Resultados similares encontró (Mezones, 2011), en un estudio parecido que realizó, cuyo propósito fue diagnosticar el uso y aceptación de TIC en el sector turístico de Piura, concluyendo que el nivel de aceptación era alto, sin embargo, el promedio del nivel de uso era relativamente bajo.

Es necesaria La innovación tecnológica en el mundo de los negocios es de vital importancia para que puedan responder de forma rápida y flexible a los cambios y condiciones del mercado turístico, así lo afirmó (Escorsa & Valls, 2003) en su tema "Tecnología e Innovación en la empresa". Así como es necesario que la empresa tome conciencia de lo importante que es el nivel de madurez digital, ya que les puede brindar una gran ventaja con respecto a su

competencia directa en el mercado, así lo afirmó un estudio realizado por (De La Rosa, 2013): “Diagnóstico de presencia digital”.

Por último, se obtuvo como resultado, que la Metodología de Diagnóstico Digital sí nos ayudó para obtención, identificación de nuevas iniciativas según sus oportunidades y objetivos de la empresa; tal cual lo mencionó García Rivera, J.A, es así como en la empresa Turismo Civa, se logró determinar la actualización de las herramientas tecnológicas como implementación de correo electrónico para una mejor comunicación, una página web para ofrecer sus servicios.

Contrastación de la hipótesis

De los resultados generados en el presente estudio se obtuvo que la empresa Turismo Civa logró determinar las necesidades de TIC, tal como se aprecia en la tabla 16 el porcentaje de identificación de TIC que varía entre el 10% (software uso de oficina) el más bajo y el 30% (actualización de equipos informáticos) el más alto.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

En términos generales se concluye que existe una necesidad de implementación de Tecnologías de Información y Comunicación en la empresa Turismo Civa Piura. En la encuesta ¿qué importancia y utilidad le daban a las TIC? respondieron un 60% de empleados no le dan mucha importancia a las TIC y un 40% de empleados sí le dan mucha importancia a las TIC (según la tabla 3); a la vez, se identificó, por medio de la encuesta, los procesos críticos, respondiendo un 45% de empleados en Compra y Logística interna y un 40% en Marketing y ventas (según la tabla 11). Por último, se identificó, las TIC, respondiendo un 30% de empleados que se necesita actualización de equipos informáticos, un 20% de empleados marcaron página web con dominio propio, implementación de correo electrónico y actualización de software con respecto a los antivirus (según tabla 16).

Para el objetivo específico 1: Determinar cuál es el nivel de conocimiento de tecnología de la información y comunicación que tiene los empleados; se determinó un nivel bajo de conocimientos de TIC en los empleados, siendo un 60% de empleados los que no le dan mucha importancia a la TIC y no conocen el uso de estas.

Para el objetivo específico 2: Analizar cada proceso de la empresa y determinar las oportunidades de TIC; se determinó las siguientes oportunidades de TIC: actualización de equipos informáticos 30% con respecto a hardware, página web con dominio propio 20%, implementación de correo electrónico 20% y actualización de software 20% con respecto al antivirus; según resultados obtenidos en la tabla N°16.

Para el objetivo específico 3: Elaborar una propuesta con las TIC determinadas; con la información obtenida se pudo elaborar una propuesta de las tecnologías de implementación de TIC más prioritarias. Ver Anexo N°07.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda en primer lugar una capacitación y/o charla sobre la importancia de las herramientas de TIC en su práctica profesional, porque el 60% de empleados respondieron que no le dan mucha importancia a las TIC, por ende, no tienen mucho conocimiento de esta y sólo el 40% utiliza las videoconferencias (como medio de TIC) para capacitaciones de la empresa.

También se recomienda actualización de equipos informáticos con respecto a hardware, porque uno de los problemas que enfrenta la empresa es el sistema lento, un 40% de empleados lo respondieron en la encuesta; a la vez, se recomienda la actualización de software con respecto al antivirus y una red local para una mejor intercomunicación entre áreas.

Por último, se recomienda una página web con dominio propio donde el cliente pueda realizar sugerencias, quejas, etc., y que la empresa “Turismo Civa”, incursione en las redes sociales (fb, twiter, etc) para que así dé a conocer al público sus servicios e información relevante y detallada.

BIBLIOGRAFÍA

De La Rosa, F. (12 de Mayo de 2013). Diagnóstico de presencia Digital. Obtenido de TITONET: <http://www.titonet.com/digital/diagnostico-de-presencia-digital.html>

Drucker, P. (2002). *The Discipline of innovation*.

Escorsa , P., & Valls, J. (2003). *Tecnología e Innovación en la empresa*.

García Rivera, J. A. (2016). *Metodología de Diagnóstico Digital*.

Gonzales, J. & Julca, L. (). *Tecnologías de Información aplicables al sector Turismo en el Perú*.

Manene,L. (2011). *Diagnóstico Digital de las TIC en PYMES*.

Mezones, C. (2011). *Tecnologías de Información en el sector turismo de Piura. Diagnóstico de su uso y aceptación*. Piura.

Muñoz, G. (). *La influencia de las Tecnologías de la Información y las comunicaciones en las pymes. Efecto de la implantación del comercio electrónico.*

Wiese López, F.A. (11 de Agosto de 2011). Artículo: Metodología de Diagnóstico Digital. Obtenido de Mi Universo es una base de Datos: <http://federico-wiese.blogspot.com/2011/08/articulo-metodologia-de-diagnostico.html>

ANEXO

ANEXO 1 Matriz de Consistencia

Problema	Objetivo		Variable	Indicadores	Índices	Técnicas De Instrumentos
Problema Principal	Objetivo General	Objetivos Específicos				
Cuáles son las necesidades determinadas de TIC usando la metodología de Diagnóstico Digital para la empresa Turismo Civa	Determinar las necesidades de Tecnología de Información y Comunicación por la Metodología de Diagnóstico Digital en la empresa Turismo Civa	Determinar cuál es el nivel de conocimiento de tecnología de información y comunicación en los empleados.	se va aplicar la Metodología de Diagnóstico Digital.	Infraestructura tecnológica	Porcentaje de datos usando la metodología	Cuestionario
		Analizar cada proceso de la empresa y determinar las oportunidades de tecnología de información y comunicación.				
	Elaborar un plan de propuesta de las tecnologías de información y comunicación		Capacitaciones			

Tabla 25 Matriz de consistencia

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 2 Guión de la Entrevista Inicial

1. Preguntas destinadas a conocer las distintas áreas de responsabilidad de la compañía y comprender los principales procesos de negocio.
 - ¿En qué áreas de responsabilidad se divide la gestión de la compañía?
Gerencia, Administración, RRHH, Logística, Transporte
 - ¿Qué relación existe entre dichas áreas?
Transferencia de solicitudes, gestiones de choferes por bus, requerimientos, contrato de personal, marketing.

2. Cuestiones que tienen por objeto conocer los distintos productos y servicios de la empresa
 - ¿Qué gama de productos/servicios ofrece?
Ofrece servicio de venta de pasajes.
 - ¿Cuáles son los rasgos más valorados por el cliente?
Servicio de calidad y seguridad de equipaje
Comodidad de viaje

3. Preguntas que persiguen conocer la tipología de clientes y de los mercados atendidos por la empresa
 - ¿Cuáles son los principales clientes del negocio?
Turistas y propios del lugar
 - ¿Qué canales de venta utiliza para relacionarse con sus clientes?
Publicidad televisiva

4. Cuestiones que tiene como objetivo conocer las variables del sector y del entorno que tienen un mayor grado de influencia en la marcha de la compañía
 - ¿Cuáles son sus principales competidores?

Transportes Flores, Oltursa, Tepsa

- ¿Qué gama de productos/servicios ofrecen?

Venta de pasajes, envío de encomiendas.

- ¿Cómo afectan los cambios tecnológicos a su sector?

Afectan de tal manera, que nos vemos en la necesidad de estar a la altura, es por ello que la creación del “Excluciva”; sin embargo, sentimos que aún nos falta actualizarnos.

ANEXO 3 Cuestionario de Autodiagnóstico Digital

1. ¿De qué Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) dispone su empresa?
 Teléfono Fax Web Ordenadores de mesa
 Ordenadores portátiles
2. ¿El personal de su empresa asistido a alguna videoconferencia durante el último año por motivos de trabajo?
 Si.
 No
3. ¿Qué utilidad le doy en la actualidad a las TIC en mi negocio?
 Mucha.
 Poca
4. ¿Qué tendría que cambiar para que su empresa adopte las nuevas tecnologías de la información? Marque todas las respuestas aplicables
 Capacitación en el tema (TIC)
 Estudiar el mercado
5. ¿Cuál de las siguientes causas tiene mayor impacto a la hora de impedir o dificultar el uso de las TIC en su empresa? Marque todas las respuestas aplicables
 Falta de información
 Capacitación en tecnológica
 Déficit financiación
6. ¿Con qué frecuencia utilizan sus trabajadores herramientas de tecnología de la información y comunicación (TIC)?
 Con mucha frecuencia (todos los días)
 Frecuentemente (3-5 días a la semana)
 Esporádicamente (algún día al mes)
 Muy poco frecuente (alguna vez al trimestre)

7. ¿Su empresa hace uso de las redes sociales (Facebook, twiter, etc) como herramienta TIC para su negocio?
- SI NO
8. ¿Considera que las redes sociales aportan valor a la empresa?
- SI NO
9. En la actividad habitual de su empresa y como consecuencia de la incorporación de las TIC ¿En qué grado se han producido modificaciones durante los tres últimos años?
- Ha cambiado mucho
 - Ha cambiado poco
 - No ha cambiado
 - No se han incorporado TIC
10. ¿Qué importancia tiene las TIC para su empresa?
- Muy importantes
 - Necesarias
 - Poco importantes

ANEXO 4 Guía de la Entrevista

1. Identificación de procesos o actividades críticas para el negocio

- Compras y Logística interna
- Operaciones
- Logística externa
- Marketing y ventas
- servicio

2. Objetivo de su área de negocio

- Ser reconocidos
- Aumentar ventas
- Mantener su permanencia
- Reducir costes
- Actualización tecnológica
- Ahorrar tiempo en la gestión diaria

3. Identificación del agente con los que interactúa

- Clientes
- Empleados
- Proveedores

4. Puntos fuertes para conseguir dichos objetivos o fortalecer la relación con los agentes.

- Seguridad
- Calidad
- Responsabilidad
- Buen trato

11. Problemas a los que se puede enfrentar en su empresa

- Reclamos y/o quejas de los clientes
- Sistema lento
- Ausencia de equipos modernizados

- Información del mercado
- Adaptar los productos a las necesidades de los clientes

12. Identificación de las TIC que soportan esos procesos y relaciones

- Página web con dominio propio
- Implementación de correo electrónico por área.
- Software de uso de oficina
- Actualización de equipos informáticos
- Actualización de software

ANEXO 5 Cuestionario para la Reflexión Estratégica

1. ¿Cuáles son sus clientes objetivos?
 - Público en general
 - Turistas
 - instituciones
2. ¿Qué mercados geográficos quiero cubrir?
 - Zona norte
 - Todo el país
 - Solo Piura
3. ¿Con que productos/servicios quiere atender a esos clientes en esos mercados?
 - Con lo que tiene actualmente
 - Nueva tecnología
4. ¿Qué conocimientos, habilidades y actitudes debe desarrollar su empresa para lograr sus objetivos?
 - Tener un personal altamente calificado
 - Fácil manejo de TIC
 - Cliente satisfecho

ANEXO 6 Cuestionario Priorización

Enfoque de Relación

Cliente

1. ¿Gestiona muchas referencias de clientes?
 Si No
1. ¿Gestiona muchas ofertas y pedidos?
 Si No
2. ¿Le preocupa mucho incrementar su número de clientes?
 Si No
3. ¿Qué grado de preparación tienen sus clientes en las TIC?
 Alta Media Baja
4. ¿Le impone el cliente la utilización de TIC en sus relaciones?
 Si No

Empleado

1. ¿Dispone de centros de trabajo dispersos geográficamente?
 Sí No
2. ¿Es la comunicación entre los empleados una prioridad para el negocio?
 Si No
3. ¿Para poder realizar su trabajo es necesario que accedan a la información actualizando en todo momento?
 Sí No

ANEXO 7 Informe Final

PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA LA EMPRESA TURISMO CIVA PIURA

- **Objetivo:** Implementar la Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) para la empresa Turismo Civa Piura.
- **Responsable:** Gerente de la empresa Turismo Civa Piura
- **Implementación de hardware:**
Se recomienda a la empresa Turismo Civa, la actualización de equipos informáticos en las áreas señaladas de acuerdo a la siguiente tabla:

CARACTERÍSTICAS DE PC ACTUALES	SO	AREA	CARACTERÍSTICAS DE PC PROPUESTAS	SO PROPUESTO
Intel Dual Core 2.0GHZ	XP Profesional	Secretaria de Gerencia	Se recomienda una Core I3 RAM 4GB, HD 500GB	Sistema operativo
Intel Dual Core E2180 2.0GHZ	XP Profesional	Secretaria de Administración	Se recomienda una Core I3 RAM 4GB, HD 500GB	para oficinas del entorno Windows actualizado
Intel Dual Core 2.0GHZ	XP Profesional	Secretaria de Logística	Se recomienda una Core I3 RAM 4GB, HD 500GB	

Intel Pentium E2160 1.8 GHZ	XP Professional	Transportes	Se recomienda una Core I3 RAM 4GB, HD 500GB
Pc Chips Dual Core E5700 2.0 GHZ	XP Professional	Asistente de Almacén	Se recomienda una Core I3 RAM 4GB, HD 500GB

➤ **Implementación de software**

Antivirus: Se requiere la instalación de un antivirus, para lograr una mejor seguridad e integridad de los datos; previo a la instalación del antivirus, se debe hacer mantenimiento correctivo y preventivo al ordenador.

El antivirus debe tener las siguientes características:

- Mayor velocidad de exploración
- Mínimo impacto en los recursos del sistema
- Eficiente en detección de amenazas conocidas
- Rapidez en el reconociendo de códigos maliciosos

Página web: Para que la empresa siga incursionando en tecnología, una página web con dominio propio (www.civapiura.com), dónde los clientes puedan acceder a la información que necesiten a cualquier hora del día, compra de pasajes on line, sin necesidad de tener que ir a la empresa.

Se propone que el desarrollo de la página sea en un lenguaje totalmente libre y abierto como lo es PHP, porque es una de las tecnologías que se puede utilizar para afrontar un desarrollo web con base de datos MySQL.

Redes sociales: la empresa Turismo Civa, debe hacer uso de las redes sociales para así poder estar a la par con los medios de masificación, en la cual se brindará promoción de pasajes, información de las rutas, concientización al pasajero con respecto al viaje, el servicio brindado.

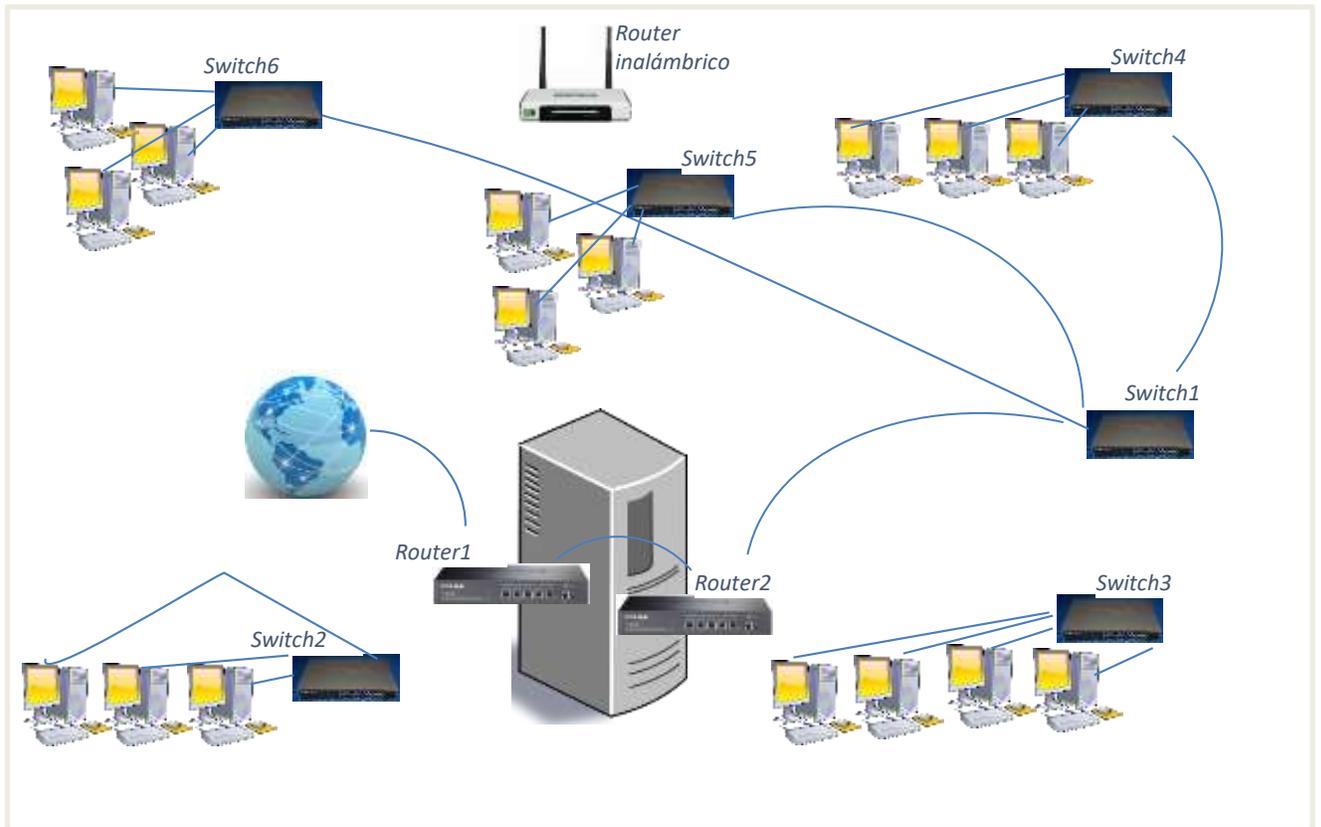
➤ **Capacitación del personal**

1. Se debe profundizar en capacitación especializada al personal en los siguientes temas:
 - Definición de TIC
 - Ventajas y Desventajas de TIC
 - Uso de las TIC
 - El impacto de las TIC en las empresas de rubro turístico
 - El impacto de las TIC en la participación ciudadana.
2. Escoger un ponente especializado en TIC.
3. Asignación del horario de asistencia del personal.
4. Evaluación explícita de los temas acordados.
5. Tomar decisiones de retroalimentación.

➤ **Implementación de una red local**

- 6 Switch de 6 puertos Gigabit RJ45, 10/100/1000.
- 2 Router 10/100/1000 base-tx.
- 1 Router inalámbrico 4 puertos 450mbps.
- 1 Servidor de archivos con mínimo de 16Gb RAM, 4Tb de disco duro escalable, estado sólido, con fuente de alimentación de 2400w, con 2 ventiladores de chasis adicionales.
- 4 rollos Cable Cat 6.
- 2 cajas de Conector RJ45 para cable de cat6.
- 16 Caja toma datos.

Gráfico 26 Plano de red a implementar



Fuente: Elaboración propia