



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**“EL E-BUSINESS Y SU APLICACIÓN EN LA CASA
TEXTIL ÉLITE DEPORTIVA DEL CANTÓN LA
LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO
2012”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: RAÚL G. CASTAÑEDA CHERE
TUTOR: ING. VERÓNICA PONCE CHALEN, MSc

**LA LIBERTAD – ECUADOR
2012**

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**“EL E-BUSINESS Y SU APLICACIÓN EN LA CASA
TEXTIL ÉLITE DEPORTIVA DEL CANTÓN LA
LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO
2012”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: RAÚL G. CASTAÑEDA CHERE
TUTOR: ING. VERÓNICA PONCE CHALEN, MSc

LA LIBERTAD – ECUADOR

2012

La Libertad, 06 de Septiembre de 2012

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del trabajo de investigación, **“EL E-BUSINESS Y SU APLICACIÓN EN LA CASA TEXTIL ÉLITE DEPORTIVA DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2012”** elaborado por el Sr. Raúl Genaro Castañeda Chere, egresado de la Carrera de Ingeniería en Administración de Empresa, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Ing. Verónica Ponce Chalen, MSc.
TUTORA

DEDICATORIA

Este Proyecto de tesis está dedicado en primer lugar a Dios por brindarme la sabiduría necesaria y la fuerza de voluntad para seguir adelante día a día y a todos aquellos que han hecho posible el que me desarrolle como persona tanto en el ámbito personal como profesional, en especial a Mamá, Papá y hermanos quienes han sido un pilar fundamental para la consecución de mis metas, objetivos y sobre todo para seguir adelante sin importar los problemas que se presenten, es por ello que los considero como personas primarias en este proyecto de vida, ya que son la fuerza motivadora que me impulsa a seguir preparándome y seguir creciendo personal y profesionalmente.

AGRADECIMIENTO

Expreso mis más sinceros agradecimientos a quienes integran Casa Textil Élite Deportiva, por darme las facilidades para auscultar la información necesaria y poder llevar a cabo el proceso de investigación. A la Ing. Verónica Ponce por brindarme su apoyo y asesoría profesional en cada Capítulo y hacer posible que este Proyecto de Tesis se desarrolle cumpliendo todos los parámetros necesarios para dar solución a la problemática planteada, y en particular a todas aquellas personas quienes fueron partícipes en el desarrollo de este Proyecto de Titulación.

Gracias.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
**DECANA DE LA FACULTAD
C.C. ADMINISTRATIVAS**

Econ. Pedro Aquino Caiche MSc.
DIRECTOR DE ESCUELA

Ing. Verónica Ponce Chalen, MSc
PROFESORA – TUTORA

Econ. Elena Robles Lozano MBA.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL – PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“EL E-BUSINESS Y SU APLICACIÓN EN LA CASA TEXTIL ÉLITE DEPORTIVA DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2012”

Autor: Raúl G. Castañeda Chere

Tutora: Ing. Verónica Ponce Chalen. MSc

RESUMEN

La aplicación de la herramienta e-business en Casa Textil Élite Deportiva del Cantón la Libertad, provincia de Santa Elena, tiene como objetivo aplicar la herramienta e-business mediante la implementación de procedimientos empresariales que guíen el uso la tecnología a fin de que se generen mejores prácticas productivas en los procesos de producción marketing y servicios e incremento de las oportunidades de ofertas de esta institución. Actualmente los procedimientos empresariales se desarrollan de una forma empírica y de forma tradicional. Basados en una análisis realizado obtenido mediante la tabulación de encuestas realizada a los directivos, colaboradores y clientes, observación directa aplicada en la empresa, y entrevista a un profesional con conocimientos en el tema planteado, se obtuvo como resultado la necesidad de automatizar los procesos de producción de Élite Deportiva, se desarrolló un prototipo de una página web centrada en la gestión de relación con el cliente, esta plataforma virtual permitirá a la empresa desarrollar diversas ventajas competitivas en sus procesos, generando en el área de marketing una publicidad agresiva, mejor posicionamiento, promoción, valoración y distribución de las diferentes prendas deportivas, brindando mayor información a los clientes y por ende más comodidad y beneficios para estos, puestos que ahora podrán realizar sus pedidos a cualquier hora del día, con la captación de los pedidos de los clientes, permitirá en el área de producción un mejor control del abastecimiento de materia prima, y mantener un cronograma con una mejor planificación en series de tiempos, y en el área de servicio permitirá fortalecer la relaciones con los clientes, aumentar la tasa de retención de estos y por ende un aumento en la cuota de sus gastos. Se obtendrán estas ventajas competitivas si la aplicación del e-business se da de forma adecuada en cada proceso y si se capacita oportunamente a los colaboradores.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Contenido	
PORTADA.....	I
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
TRIBUNAL DE GRADO	V
RESUMEN.....	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XI
ÍNDICE CUADROS	XIII
ÍNDICE DE ANEXO	XV
INTRODUCCIÓN	1
1.- Título del Tema.....	3
2.- Planteamiento y Formulación del Problema.....	3
3.- Justificación del Tema	7
4.- Objetivos.....	10
5.- Hipótesis	11
6.- Operacionalización de las Variables.....	12
CAPÍTULO I.....	14
MARCO TEÓRICO.....	15
1.1 Fundamentación Teórica E-business.....	15
1.1.1 Conceptos de E-Business	16
1.1.2 Análisis Situacional.....	17
1.1.2.1 Macroambiente.....	18
1.1.2.2 Microambiente	23
1.1.3 Herramientas Tecnológicas	26
1.1.3.1 Internet	26
1.1.3.3 Extranet.	27
1.1.4 Importancia de Herramientas tecnológicas	28
1.1.5 Catálogos Electrónicos.....	29
1.1.5.1 Ventajas de los Catálogos Electrónicos	30

1.1.6 Modelos Electrónicos.....	32
1.1.6.1 ERP (Enterprise Resource Planning)	32
1.1.6.2 CRM (Customer Relations ship Management).....	34
1.1.6.3 SCM Supply Chain Management.....	34
1.1.7 Despunte de Venta Online	35
1.1.8 Tipos de Ventas Online.....	38
1.1.8.1 BI (Business Intelligence).....	38
1.1.8.2 B2C Empresa-Clientes	38
1.1.8.3 B2B Empresa –Empresa	40
1.1.9 Direccionamiento Estratégico	41
1.1.10 Marketing Mix	43
1.1.11 Valor que genera el E-business.....	47
1.2 Casa Textil Élite Deportiva del Cantón la Libertad.....	47
1.2.1 Constitución de la Compañía	47
1.2.1.1 Diagnóstico Empresarial:	48
1.2.1.2 Segmentación	50
1.2.2 Recursos de la organización.....	51
1.2.3 Estructura de la Organización	54
1.2.3.1 Áreas de Casa Textil Élite Deportiva.....	56
1.2.3.1.1 Operativa	56
1.2.3.1.2 Marketing	57
1.2.3.1.3 Servicios.....	58
1.2.4 Proceso Productivo	58
1.2.4.1 Control de Calidad	59
1.2.4.2 Calidad de Servicio	60
1.2.5 Procesos Metodológicos.....	61
1.2.6 Fundamentación legal	61
1.2.7 Industria Textil Deportiva en la Provincia de Santa Elena	63
CAPÍTULO II	67
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	68
2.1 Diseño de la Investigación	68
2.2 Modalidad de la Investigación	69
2.3 Tipos de Investigación	69
2.4 Métodos de Investigación	70

2.4.1 Método Inductivo	71
2.4.2 Método Analítico	71
2.5 Técnicas de Investigación	72
2.6 Instrumentos de Investigación.....	74
2.7 Procedimientos	75
2.8 Población y Muestra.....	75
2.8.1 Población.....	75
2.8.2 Muestra.....	76
2.8.3 Procesamiento de datos y Análisis.....	80
CAPÍTULO III.....	81
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	83
3.1 Encuesta Aplicada a los Colaboradores de Casa Textil Élite Deportiva	83
3.2 Encuesta Aplicada a los Directivos de Casa Textil Élite Deportiva	91
3.3 Encuesta Aplicada a los Clientes de Casa Textil Élite Deportiva.....	99
3.5 Procesamiento y Análisis de la Observación	113
3.6 Resumen de entrevista aplicada	114
3.7 Conclusiones y Recomendaciones	115
3.7.1 Conclusiones	115
3.7.2 Recomendaciones.....	116
CAPÍTULO IV.....	117
EL EBUSINESS Y SU APLICACIÓN EN CASA TEXTIL ÉLITE DEPORTIVA	118
4.1 Introducción	118
4.2 Justificación.....	120
4.3 Importancia	121
4.4 Factibilidad Técnica.....	122
4.5 Misión	123
4.6 Visión	123
4.7 Objetivos	123
4.7.1 Objetivo General	123
4.7.2 Objetivos Específicos.....	123
4.8 Estructura Organizacional.....	124
4.9.1 Dimensiones del Diseño Organizacional	130
4.9.1.1 Dimensiones Estructurales	131

4.9.1.2 Dimensiones Contextuales	134
4.10 Implantación de la Herramienta Tecnológica	138
4.10.1 Gustos y Preferencias de los Clientes	140
4.11 Empleados Inteligentes	144
4.12 Ingeniería E-business	145
4.12.1 Aplicación del E-business	149
4.12.2 Evaluación de ventas en Élite Deportiva	152
4.13 Factibilidad Económica.....	155
4.13.1 Reducción de Costos	157
4.14 Proyecciones Financieras	158
4.14.1 Estados financieros.....	159
4.15 Impacto sobre el medio ambiente	165
4.16 Evaluación y Seguimiento	166
4.17 Conclusiones	167
4.18 Recomendaciones.....	168
Bibliografía	188

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N°1 Sistema de gestión ERP	33
Gráfico N° 2 Sistema B2C	39
Gráfico N° 3 Sistema B2B	40
Gráfico N° 4 Organigrama Élite Deportiva	55
Gráfico N° 5 Proceso productivo	61
Gráfico N° 6 Conocimientos en computación.....	83
Gráfico N° 7 Nivel de conocimientos de colaboradores	84
Gráfico N° 8 Implemento de medios electrónicos	85
Gráfico N° 9 Oportunidades de venta	86
Gráfico N° 10 Mejor servicio a los clientes	87
Gráfico N° 11 Promoción de productos	88
Gráfico N° 12 Herramientas que generen mejores ventajas competitivas ..	89
Gráfico N° 13 Desarrollo de mejores habilidades	90
Gráfico N° 14 Herramientas de gestión empresarial	91
Gráfico N° 15 Implemento de medios electrónicos	92
Gráfico N° 16 Mejor servicio a través de la Web	93
Gráfico N° 17 Capacitación a los colaboradores	94
Gráfico N° 18 Mejores formas de adquisición de materia prima	95
Gráfico N° 19 Mayor información de productos	96
Gráfico N° 20 Excelente imagen ante el cliente	97
Gráfico N° 21 Desarrollo de mejores habilidades	98
Gráfico N° 22 Compra a través de medios electrónicos	99
Gráfico N° 23 Frecuencia de compra.....	100
Gráfico N° 24 Compra de prendas deportivas	101
Gráfico N°25 Sistema web para diferentes transacciones	102
Gráfico N° 26 Optimización de costo y tiempo	103
Gráfico N° 27 Mayor información de productos	104

Gráfico N° 28	Facilidades para adquirir prendas de vestir	105
Gráfico N° 29	Uso de sistema web Élite Deportiva.....	106
Gráfico N° 30	Compras a través de la web	107
Gráfico N° 31	Frecuencia de compra a través de la web	108
Gráfico N° 32	Adquisición de prendas mediante la web site	109
Gráfico N° 33	Sistema web en Élite Deportiva	110
Gráfico N° 34	Preferencia de clientes potenciales.....	111
Gráfico N° 35	Sugerencias en cuanto a compras futuras.....	112
Gráfico N° 36	Análisis de Observación Directa	113
Gráfico N° 37	Organigrama Élite Deportiva	124
Gráfico N° 38	Resultados del marketing en internet	129
Gráfico N° 39	Estructura e-business	139
Gráfica N° 40	Equipos deportivos	141
Gráfica N° 41	Camisa deportiva	142
Gráfica N° 42	Chompa y calentador	142
Gráfica N° 43	Camisa tipo polo.....	143
Gráfica N° 44	Medias y gorras	143
Gráfica N° 45	Página principal plataforma Élite Deportiva	149
Gráfica N° 46	Plataforma Élite Deportiva comando quiénes somos	150
Gráfica N° 47	Catálogo de productos Élite Deportiva.....	151

ÍNDICE CUADROS

	Pág.
Cuadro N° 1 Precios de productos	45
Cuadro N° 2 Activos inmovilizados	52
Cuadro N° 3 Talento humano	53
Cuadro N° 4 Áreas de Élite Deportiva	55
Cuadro N° 5 Tipo de prendas deportivas	64
Cuadro N° 6 Población de Élite Deportiva	79
Cuadro N° 7 Conocimientos en computación	83
Cuadro N° 8 Nivel de conocimientos de colaboradores	84
Cuadro N° 9 Implemento de medios electrónicos	85
Cuadro N° 10 Oportunidades de venta	86
Cuadro N° 11 Mejor servicio a los clientes	87
Cuadro N° 12 Promoción de productos	88
Cuadro N° 13 Herramientas que generen mejores ventajas competitivas ..	89
Cuadro N° 14 Desarrollo de mejores habilidades	90
Cuadro N° 15 Herramientas de gestión empresarial	91
Cuadro N° 16 Implemento de medios electrónicos	92
Cuadro N° 17 Mejor servicio a través de la Web	93
Cuadro N° 18 Capacitación a los colaboradores	94
Cuadro N° 19 Mejores formas de adquisición de materia prima	95
Cuadro N° 20 Mayor información de productos	96
Cuadro N° 21 Excelente imagen ante el cliente	97
Cuadro N° 22 Desarrollo de mejores habilidades	98
Cuadro N° 23 Compra a través de medios electrónicos	99
Cuadro N° 24 Frecuencia de compra	100
Cuadro N° 25 Compra de prendas deportivas	101
Cuadro N° 26 Sistema web para diferentes transacciones	102
Cuadro N° 27 Optimización de costo y tiempo	103
Cuadro N° 28 Mayor información de productos	104

Cuadro N° 29	Facilidades para adquirir prendas de vestir.....	105
Cuadro N° 30	Uso de sistema web Élite Deportiva	106
Cuadro N° 31	Compras a través de la web	107
Cuadro N° 32	Frecuencia de compra a través de la web	108
Cuadro N° 33	Adquisición de prendas mediante la web site	109
Cuadro N° 34	Sistema web en Élite Deportiva.....	110
Cuadro N° 35	Preferencia de clientes potenciales	111
Cuadro N° 36	Sugerencias en cuanto a compras futuras	112
Cuadro N° 37	Áreas de Élite Deportiva.....	135
Cuadro N° 38	Ventas Élite Deportiva.....	152
Cuadro N° 39	Proyección de ventas mediante la web	153
Cuadro N° 40	Preferencias de compras de clientes potenciales	154
Cuadro N° 41	Costo de Operación de la Plataforma web Élite Deportiva	155
Cuadro N° 42	Costo de Hardware para Plataforma web Élite Deportiva .	156
Cuadro N° 43	Costo de Software para Plataforma web Élite Deportiva ..	156
Cuadro N° 44	Costo final para la Plataforma web Élite Deportiva	157
Cuadro N° 45	Reducción de Costos.....	157
Cuadro N° 46	Activos fijos	158
Cuadro N° 47	Balance General sin proyecto	159
Cuadro N° 48	Balance General con proyecto	160
Cuadro N° 49	Estado de Pérdidas y Ganancias sin proyecto.....	161
Cuadro N° 50	Estado de Pérdidas y Ganancias con proyecto.....	162
Cuadro N° 51	Flujo de Cajas Proyectado sin proyecto.....	163
Cuadro N° 52	Flujo de Cajas Proyectado con proyecto.....	164

ÍNDICE DE ANEXO

	Pág.
ANEXO 1: Cronograma de trabajo para propuesta del proyecto.	170
ANEXO 2: Encuesta a aplicada a los colaboradores de Casa Textil Élite Deportiva.....	171
ANEXO 3: Encuesta aplicada a clientes de Casa Textil Élite Deportiva ..	173
ANEXO 4: Encuesta a aplicada a los directivos de Casa Textil Élite Deportiva.....	175
ANEXO 5: Guía de Observación “Casa Textil Élite Deportiva”	177
ANEXO 6: Entrevista aplicada a un profesional con conocimientos en el tema.	178
ANEXO 7: Encuesta aplicada a los clientes potenciales de Casa Textil Élite Deportiva.....	179
ANEXO 8: Casa Textil Élite Deportiva.....	180
ANEXO 9: Área operativa de Casa Textil Élite Deportiva	180
ANEXO 10: Área de estampado Casa Textil Élite Deportiva	181
ANEXO 11: Área de atención al cliente Casa Textil Élite Deportiva	181
ANEXO 12: Depreciación de activos actuales.	182
ANEXO 13: Depreciación de activos propuestos.....	182
ANEXO 14: Costos directos de producción de C. T. Élite Deportiva.....	182
ANEXO 15: Gastos operacionales sin la aplicación del e-business.	183
ANEXO 16: Gastos operacionales con la aplicación del e-business.	183
ANEXO 17: Costos generales de fabricación sin la aplicación del e-business.	183
ANEXO 18: Costos generales de fabricación con la aplicación del e-business.	184
ANEXO 19: Tablas de amortización de prestamos.	184
ANEXO 20: Activos propuestos a adquirir.	185

INTRODUCCIÓN

La tecnología evoluciona constantemente, produciendo cambios en nuestras vidas en todos los aspectos, pero ningún otro ámbito experimenta cambios rápidos y significativos como el que afecta a la forma de trabajar de las empresas, generando la automatización de todos sus procesos para el desarrollo de mejores prácticas empresariales y excelentes resultados corporativos, dejando de lado la forma tradicional de realizar negocios, para llevarla a una era de innovaciones continuas.

La presente investigación tiene como finalidad dar a conocer una novedosa forma de hacer negocio llamado e-Business para su aplicación en Casa Textil Élite Deportiva del Cantón la Libertad, Provincia de Santa Elena, con el propósito de generar mejoras en sus procesos de Producción, Marketing y Servicios.

Se propone una herramienta de gestión empresarial aplicada al ámbito de los negocios en red para Casa Textil Élite Deportiva, la cual generará mejoras significativas en todo el proceso de producción de las diferentes prendas deportivas; mejores formas de promocionar y dar a conocer los productos ante el cliente, y generar un mejor servicio, relación y satisfacción del cliente.

La presente investigación está compuesta de cuatro capítulos. El primer Capítulo corresponde al Marco Teórico, en el cual se exponen los antecedentes referentes al e-Business, fundamentación teórica argumentando la variable dependiente e independiente y la fundamentación legal del e-Business en el Ecuador al igual que su influencia en las empresas textiles en la Provincia de Santa Elena. Se expone además conceptos básicos así como definiciones de temas importantes empleados en el desarrollo de la presente investigación.

El segundo capítulo trata sobre la Metodología de la Investigación, en el cual se detalla el Diseño, Modalidad, Tipo, Métodos, Técnicas e Instrumentos de

investigación utilizados en el desarrollo de la investigación, al igual que la población y muestra estimada para la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

El tercer capítulo lo componen el Análisis e Interpretación de Resultados de la Observación, Encuestas y Entrevista aplicada como instrumentos de recolección de datos, utilizados para obtener los indicadores que sustenten el estudio de factibilidad, para luego emitir las conclusiones y recomendaciones pertinentes según los resultados obtenidos en la tabulación.

El cuarto capítulo integra la propuesta planteada acerca del e-Business y su Aplicación en Casa Textil Élite Deportiva del Cantón la Libertad, de la Provincia de Santa Elena, misión, visión, objetivos, estructura e-business con un enfoque hacia mantener mejores relaciones con el cliente, herramientas y procesos e-Business, y la influencia de este sobre los colaboradores y por consiguiente de las mejora continua en los procesos de Producción, Marketing y Servicio de Casa Textil Élite Deportiva.

Al final de la presente investigación se detallan las Conclusiones, Recomendaciones y anexos que sirven de soporte para el mismo.

1.- Título del Tema

“El E-business y su Aplicación en la Casa Textil Élite Deportiva del Cantón la Libertad, Provincia de Santa Elena, año 2012”

2.- Planteamiento y Formulación del Problema

Hasta hace pocos años las pequeñas y medianas empresas todavía podían competir sin tecnología informática y de comunicación. Hoy en día competir sin estos dos elementos básicos es imposible, y aquellas que se resistan a actualizarse están prácticamente condenadas al fracaso.

La web (espacio virtual), está experimentando un gran cambio en cada una de nuestras vidas, pero ningún otro ámbito está propiciando cambios revolucionarios en el campo empresarial como el que afecta a las diversas formas de hacer negocios. En la actualidad el boom del crecimiento de las diversas empresas se debe a la aplicación de una de las más potentes herramientas que surge y toma fuerza en un mercado globalizado; como lo son las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

Las organizaciones actúan hoy en un mercado global y dinámico donde sobrevivirán únicamente aquellas que tengan la mayor agilidad para identificar y aprovechar las oportunidades. Por esta razón, dentro de las estrategias de mercadeo de las empresas, uno de los factores críticos de éxito consiste en penetrar en nuevos mercados, contar con tecnología de punta ágil y flexible para responder a sus requerimientos con personal capacitado para sacar el máximo provecho de esta tecnología y para adelantar procesos de gestión de conocimiento que orienten a la organización hacia el alcance de los objetivos institucionales.

El intercambio de conocimiento genera valor a la organización. En este sentido, el conocimiento en la organización es un conjunto colectivo de saber y saber hacer. Gestionarlo supone administrarlo y rentabilizarlo, lo cual implica planificar y

controlar, conlleva adquisición, mantenimiento, medición y puesta en disponibilidad de los recursos. “El conocimiento es la fuente de competitividad de las empresas”.

Para lograr el éxito en el mercado actual, es necesario que se cambien algunos paradigmas dentro de la organización tales como su cultura y el concepto de niveles jerárquicos, al igual que la creencia de que todo el tema de internet en la gestión empresarial tiene que ver solamente con tener una página Web.

A medida que las empresas incorporan herramientas tecnológicas en cada uno de sus procesos, estas empiezan a desarrollar una gran ventaja competitiva, en el mercado en el que se desenvuelven, y a su vez exteriorizan legitimidad ante sus clientes. El uso y aplicación masiva de herramientas tecnológicas ha dado lugar a que los empresarios conciban a estas como prioritarias en una organización.

Una de las principales herramientas de redes globales que está en su apogeo es el Internet y consigo el Intranet y Extranet, concebidos para facilitarles la vida a las empresas, de tal forma que las cosas sean mucho más sencillas y menos costosas.

El uso de la tecnología ha provocado numerosos cambios en el campo administrativo a nivel corporativo, por ello su importancia y aplicación. En el ámbito administrativo ha surgido una brillante forma de realizar negocios electrónicos, denominado E-Business, mismo que consolida herramientas ya mencionadas con anterioridad.

No obstante, entrar al modelo E-business implica tener claro que muchas cosas van a cambiar dentro de la organización: los procesos, la tecnología, la cultura y, sobre todo, la capacitación que demanda el recurso humano. Lamentablemente algunos de estos aspectos de vital importancia no han sido considerados por los administradores, lo que ha llevado a fracasos preocupantes en la implementación

del modelo. Enfocándonos en el Cantón la Libertad de la Provincia de Santa Elena, es notorio que gran parte de las microempresas de este sector aun no aplican este tipo de implementos estratégicos, perdiendo numerosas oportunidades de negocios y beneficios, tales como la introducción a otros mercados y a su vez el fortalecimiento del mismo.

El desconocimiento de los empresarios del Cantón la Libertad, en cuanto a la falta del uso y aplicación de estas herramientas los vuelve un segmento vulnerable sin los suficientes instrumentos para poder competir en un mercado globalizado y de fácil acceso a empresas extranjeras. Es notorio que el implantamiento de herramientas tecnológicas es un factor crítico para ciertos negocios, pero sin duda alguna el cambio tecnológico es un factor primordial de cambio, que surge de la aplicación de habilidades, experticia y conocimientos de los empresarios, mismo del cual carece la mayor parte de los empresarios del Cantón la Libertad, Provincia de Santa Elena.

El Cantón la Libertad es el lugar en donde se ha dado el mayor asentamiento empresarial de La Provincia de Santa Elena, y podría decirse que es uno de los principales lugares en donde se da el mayor flujo comercial de la Península, por consiguiente debería ser un ejemplo para los demás sectores: como, el Cantón Salinas, Santa Elena (Ruta de Spondylus) y porque no decirlo a nivel regional y nacional, en cuanto a desarrollo y aplicación de herramientas tecnológicas, pero desafortunadamente la mayor parte de nuestros empresarios tienen un amplio desconocimiento de estas. Aunque en algunos casos existen variadas excepciones, es decir que si hay algunos empresarios que tienen cierto conocimiento de estas herramientas tecnológicas, lo que les ha permitido desarrollar ventajas competitivas, pero no implica que hayan logrado sacar el mayor provecho que esto repercute en el entorno empresarial

Formulación del Problema

“Como influye el e-bisness y su aplicación como herramienta tecnológica de cambio en Casa Textil Élite Deportiva del Cantón la Libertad - Provincia de Santa Elena”.

Evaluación del Problema

Delimitado: La investigación consiste en determinar las causas que se generan al aplicar el e-business en la microempresa Élite Deportiva del Cantón la Libertad de la Provincia de Santa Elena.

Evidente: Es notorio que el implantamiento de herramientas tecnológicas es un factor crítico para ciertos negocios, pero sin duda alguna el cambio tecnológico es un factor primordial de cambio que debe ser implementado en el sector micro empresarial del Cantón la Libertad.

Concreto: Determinar de qué forma influye la aplicación del e-business en la microempresa Élite Deportiva como herramienta de desarrollo.

Original: En el ámbito administrativo la aplicación del e-business se da como una forma novedosa de propiciar un cambio de 90° a los procesos en las empresas, y ello es lo que se busca al aplicar el e-business en Casa Textil Élite Deportiva

Factible: La aplicación del e-business desarrollado es un recurso de gran utilidad para aquellos empresarios que desean que su empresa sea exitosa, maximizando el actual potencial de la tecnología de información.

3.- Justificación del Tema

El entorno en el que se engloban las empresas para llevar a cabo las diversas formas de hacer negocios, esta dando cambios verdaderamente sorprendentes y esto es debido al imperante espacio que está tomando la tecnología, misma que crece desmesuradamente a un ritmo sin igual. De modo que, si las empresas no actúan al mismo ritmo con que surgen los cambios tecnológicos pueden verse seriamente afectadas.

La evolución natural de los sistemas de información converge con el impacto de la emergencia de Internet y da lugar a una nueva raza de sistemas de empresa conocida como soluciones del comercio en colaboración. Los sistemas de información funcionales se enfrentan a otro reto de integración: compartir información, a través de las fronteras de la empresa, con sus suministradores, socios comerciales, clientes y aliados.

El comercio electrónico ha contribuido a aumentar dramáticamente la cantidad de bienes y servicios que se compran electrónicamente. El negocio entre los actores de una cadena de valor no es sólo cuestión de encontrar el producto adecuado al mejor precio, sino trabajar juntos para diseñar los mejores productos y entregarlos en el mercado de la manera más eficaz. Los e-marketplaces y el e-commerce son dos claros exponentes de esta nueva raza en la que compradores y vendedores apoyados en sus intranets intercambian información sobre sus niveles de inventarios, planes de producción y costes de transporte para asegurar que las órdenes de pedidos y los tiempos de entrega minimicen el coste total de la cadena de suministro, tanto del comprador como del vendedor; en lugar de que los compradores definan las cantidades basados únicamente en sus propias circunstancias.

En otros casos, el diseño de un producto no se limitará a un equipo de ingenieros del departamento de investigación y desarrollo, ni se confinará a las cuatro

paredes de una empresa. Internet y las herramientas basadas en la web permitirán a todos los que están implicados en el proceso de diseño, en todas las funciones de la empresa desde marketing a financiero y en todas las partes de la cadena de valor desde el suministrador de materias primas o partes hasta el usuario final, participar con un esfuerzo en colaboración en un objetivo común.

Es por ello que las empresas de hoy en día pugnan por ser las mejores, implementando nuevas tecnologías novedosas y vanguardistas, desarrollando nuevas estrategias de negocios basadas en velocidad de repuestas, rapidez, sorpresa, e incluso una búsqueda de innovaciones constantes en cuanto a sus reglas y ataques simultáneos en sus varios frentes.

Basándonos en hechos tomados de la realidad de otros países, en cuanto al rápido desarrollo de sus microempresas, es notorio que el impacto con que estas se han logrado proyectar es debido al implemento y uso correcto de las tecnologías. Dentro de estas implementaciones tecnológicas se encuentra una de las más utilizadas, como lo es la tecnología basada en red, la misma que utiliza herramientas como el Internet, Intranet y Extranet.

Enfocado entonces de esta diversa forma de generar ventaja competitiva, se ha desarrollado una nueva y sorprendente forma de hacer negocio llamado e-business, que trae consigo una nueva era de cambios en los diversos procesos que utiliza la empresa, desencadenándola de la forma tradicional de hacer negocio y conduciéndola a un mundo de novedosos cambios tecnológicos.

Partiendo de esta perspectiva considero que al implementar este tipo de tecnología en Casa Textil Élite Deportiva del Cantón la Libertad, podrá desarrollar mejores formas de comercializar sus productos, a precios mucho más competitivos no solo a nivel local sino también a nivel, regional y nacional, dando un plus a su empresa en cuanto a producto, diseño, estilo y marca. Haciendo uso de la herramienta e-

business las microempresas pueden plantear ínter-conectividad externa o extranet en acciones relacionales y de transacciones entre empresas en la fase de adquisición y logística de inputs (**Business-to-Business o B2B**); e ínter-conectividad externa en acciones comerciales hacia los clientes y consumidores (**Business-to-Consumer o B2C**); conectividad interna o intranet entre distintas unidades en el entorno de la empresa, facilitando las decisiones y mecanismos de gestión y control. Está por demás mencionar que mientras el E-business continúa dando un cambio de manera impresionante al mercado en el que actúan las empresas, solo las que desarrollen habilidades para responder con agilidad a estos cambios podrán mantenerse a largo plazo.

Por lo expuesto anteriormente es imprescindible que quienes tienen relación directa con Casa Textil Élite Deportiva del Cantón la Libertad, Provincia de Santa Elena, tengan conocimiento sobre estas Tecnologías, para que la puedan aplicar, a fin de que saquen el mayor provecho posible, logrando así el fortalecimiento de su mercado, y consigo la eliminación de esa cultura anclada de negocios tradicionales que vienen aplicando. Este es el principal propósito por el que se debe hacer uso de estas diversas herramientas, puesto que solo así se podrá hacer frente a las diversas competencias dentro de un mercado que es cada vez más complejo y divergente conforme se dan los cambios evolutivos.

La importancia del estudio radica en el que si Casa Textil Élite Deportivas aplica estas herramientas tecnológicas, se generará un verdadero cambio en su formas de hacer negocios, logrando de esta forma eliminar esa gran brecha digital que existe entre los diferentes grupos, en cuanto a sus habilidades para hacer uso de la tecnología, puesto que debido a esta gran diferencia las oportunidades de generar beneficios son muy diversas y cada vez más necesarias en el mercado competitivo.

4.- Objetivos

Objetivo general:

- Aplicar el E-business mediante la inserción de herramientas tecnológicas que propicien desarrollo y cambio que permitan el incremento de oportunidades de oferta de la microempresa Textil Élite Deportiva en el mercado meta.

Objetivos específicos:

- Argumentar la aplicación del e-business mediante el uso de criterios citados por expertos que establezcan la inserción tecnológica como herramienta de desarrollo y cambio en la Casa Textil Élite Deportiva.
- Desarrollar las estrategias metodológicas mediante la aplicación de métodos de investigación analítico e inductivo que determine la viabilidad de la aplicación de herramientas tecnológicas en la Casa Textil Élite Deportiva
- Interpretar los resultados de los criterios obtenidos de la aplicación del e-business, mediante el uso de programas estadísticos y gráficos que sustente la aplicación de las herramientas tecnológicas en la Casa Textil Élite Deportiva.
- Orientar la aplicación del e-business mediante el correcto uso de las herramientas tecnológicas que determine la viabilidad del desarrollo de Casa textil Élite Deportiva ante futuras inversiones.
- Analizar los factores que se presentan producto de la aplicación del E-business mediante un FODA que proporcione mejoras en la eficiencia operativa e incremento de las ventas en Casa Textil Élite Deportiva del Cantón la Libertad.

- Interpretar la percepción de quienes integran la microempresa al aplicar el e-business mediante un sondeo de opiniones, que oriente la adopción de las herramientas tecnológicas en la Casa Textil Élite Deportiva del Cantón la Libertad.

5.- Hipótesis

“La aplicación del E-business permitirá el desarrollo de las áreas de servicios, marketing y producción e incremento de oportunidades de oferta de la casa textil Élite Deportiva del Cantón la Libertad”.

Variables de la investigación.

Variable Independiente.- Aplicación del E-business

Variable Dependiente.- Casa Textil Élite Deportiva del Cantón la Libertad.

Definiciones conceptuales.

Variable Independiente.

Aplicación del E-business.- Conjunto de actividades de gestión empresarial, derivadas de la integración de las TIC en general, específicamente de la web y aplicadas al ámbito de los negocios en red.

Variable Dependiente.

Casa Textil Élite Deportiva del Cantón la Libertad.- Empresa dedicada a la transformación de materia prima en productos terminados de implementos textiles, como: uniformes deportivos, trajes de primera calidad para damas, caballeros y niños, uniformes escolares y todos los diseños y formas que el cliente solicite

6.- Operacionalización de las Variables

VARIABLE	DEFINICIONES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITMS	INSTRUMENTOS
INDEPENDIENTE Aplicación de E-business	Conjunto de actividades de gestión empresarial, derivadas de la integración de las TIC en general, específicamente de la web y aplicadas al ámbito de los negocios en red.	Análisis Situacional	Macroambiente	¿Qué le recomendaría a los empresarios que quieren adentrarse a la adopción del e-business en sus empresas?	Entrevista
			Microambiente	¿Cree usted que la aplicación del e-business ayudara a reducir costos e incrementar los ingresos de las empresas ds Santa Elena?	Entrevista
		Herramientas Tecnológicas	Intranet	¿Se daría un mejor servicio a los clientes de Élite Deportiva si se lo hace a través de una página web?	Encuesta
			Extranets	¿Considera apropiado contar con herramientas electrónicas empresariales que propicien mayores ventajas competitivas a Casa Textil Élite Deportiva en su entorno?	Encuesta
		Modelos Electrónicos	ERP		Encuesta
			CRM		Encuesta
		Direccionamiento Estratégico	Misión, Visión, Cultura, Valores, Objetivos	¿Es preponderante la reputación de Casa Textil Élite Deportiva para crear confianza ante el cliente?	Encuesta
Marketing Mix	Producto	Cree usted que¿ si se usan medios electrónicos para promocionar los productos de Élite Deportiva se estimulará más la compra de estos?	Encuesta		
		Precio			
		Plaza			

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Consultas varias

VARIABLE	DEFINICIONES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITMS	INSTRUMENTOS
DEPENDIENTE Casa textil Elite Deportiva del Cantón la Libertad.	Empresas dedicadas a la transformación de materia prima en productos terminados, de implementos textiles, como: uniformes deportivos, trajes de primera calidad para damas, caballeros y niños, uniformes escolares y todos los diseños y formas que el cliente solicite.	Diagnóstico empresarial	FODA Segmentación	Cree usted que¿sería mucho mas cómodo y menos costoso realizar los pedidos a Casa Textil Élite Deportiva a través de medios electrónicos?	Encuesta
		Recursos	Activos intangibles Recurso Humano	¿Es preponderante la capacitación de los colaboradores para crear ventaja y mejores resultados corporativos?	Encuesta
		Estructura Corporativa	Áreas Estructura Social	¿Le gustaría desarrollar mejores habilidades utilizando herramientas tecnológicas para beneficio de la empresa y mejorar su eficiencia y eficacia?	Encuesta
		Proceso productivo	Control de calidad Calidad de Servicio	¿Qué cree que hace falta para que los empresarios de la Provincia de Santa Elena empiecen a desarrollar el comercio electrónico?	Entrevista
		Proceso técnico	Expectativas de los Clientes Proceso Metodológico	¿Si tuviese la oportunidad de comprar haciendo uso de paginas web con que frecuencia lo haría? ¿Cree usted que si se implementan medios electrónicos en los procesos de Élite Deportiva se desarrollarían mejores oportunidades de venta?	Entrevista Encuesta

Autor: Raúl Castañeda
Fuente: Élite Deportiva

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Fundamentación Teórica E-business

Según Moncalvo A. (2010) “El e-business, que surgió hacia 1995, implicó un notable cambio en el enfoque tradicional del capital y del trabajo, como pilar fundamental de la empresa, y de sus prácticas productivas y organizacionales. Las actividades y los procesos que ponen en contacto a clientes, proveedores y socios, como lo son el área de marketing y ventas, producción y logística, gestión y finanzas, deben ser repensados desde el e-business y, una vez redefinidos, propiciar su integración dentro de las redes informáticas, que permitan a su vez una descentralización en líneas de negocio”. Pag. # 182.

Según Moncalvo A. (2010) “El e-business es un concepto general que abarca a su vez términos particulares como el e-commerce, con el que suele ser confundido. El e-business también incluye la adopción de formas o modelos de negocio en red como el B2B, “de empresa a empresa” o el B2C, “de empresa a consumidor” (del inglés Business to Consumer) y su integración mediante nuevas disciplinas estratégicas como la gestión del conocimiento”. Pag. # 182.

De acuerdo al criterio argumentado por Ariel Moncalvo se sostiene que el e-business es una herramienta en potencia que integra varios modelos empresariales, mismos que son aplicados según la necesidades de las empresas, los cuales permiten desarrollar nuevas formas y prácticas empresariales descentralizadas para la obtención de mejores resultados corporativos, mejoras en los diferentes procesos internos, generar mejores relaciones externas con clientes y proveedores e internas con los colaboradores, entablando una relación directa y cohesiva entre todos los niveles jerárquicos, e integración de nuevas disciplinas estratégicas como la gestión de conocimiento, permitiendo desarrollar nuevas prácticas empresariales y a su vez trabajar con un fin común alineados a las metas y objetivos organizacionales planteados a corto, mediano y largo plazo.

1.1.1 Conceptos de E-Business

Según Andrada A. María (2010), "El término e-business (del inglés electronic y business) se refiere al conjunto de actividades y prácticas de gestión empresarial derivadas de la integración de las TIC en general y específicamente de la Web, y aplicadas al ámbito de los negocios, atendiendo a la realidad actual de descentralización de las organizaciones y a su adaptación a las características de la nueva economía o economía de los intangibles". Pag. # 151.

El implemento del E-business en la empresa permite generar mayor agilidad en los procesos, descentralizando a la organización y llevándola a un nuevo escenario en donde todo es automatizado.

De acuerdo a Ikram D. Najib (2010), "El término E-business se refiere a la transformación del negocio tradicional al negocio electrónico. Este engloba una serie de modelos basados en tecnología de información y comunicación actuales encaminados a mejorar las relaciones comerciales entre empresas, cadena de aprovisionamiento y mejoras en el área de servicio. La implementación del E-business en las empresas puede adoptar muchas formas y es ésta quien debe decidir la mejora según su necesidad". Pag. # 5.

El implemento del E-business en la empresa consiste en la automatización de sus procesos, llevándolos de un manejo tradicional al del modelo tecnológico, a fin de que estos sean más eficientes y eficaces y permitan desarrollar nuevas ventajas competitivas en la empresa.

Para Moncalvo A. (2010) "Es el empleo de las nuevas tecnologías para transformar y mejorar los procesos clave de la organización y el rendimiento del negocio. La introducción de soluciones de e-business en una organización tiene como objetivo incrementar la eficiencia de las relaciones entre ésta y los actores que intervienen en su modelo de negocio (colaboradores, proveedores, clientes y socios)". Pag. # 182.

El implemento del e-business permite crear mejores formas de interacción entre los clientes, colaboradores y proveedores, desarrollo de un marketing agresivo y a bajos costos, talento humano con mejores habilidades y destrezas, captación de más clientela, adentramiento a otros mercado que no son ni físicos siquiera.

1.1.2 Análisis Situacional

Según Colom A. (2006), “Las empresas se enfrentan a unos escenarios a veces de difícil comprensión, donde la volatilidad de parámetros económicos y la turbulencia la llevan a situaciones cambiantes, con incertidumbre y riesgo. En este contexto se puede incluir la asimetría de la información, la presión competitiva a escala internacional y el liderazgo de las grandes empresas, la evolución de precios y divisas y el riesgo de cambio, la evolución del catálogo tecnológico del momento y la dinámica de Investigación, Desarrollo, Transferencia, Innovación (polinomio I+D+T+i), la dinámica estructural de empresas y grupos empresariales, las operatorias estructurales y virtuales, entre otros”. Pag. # 7.

El escenario en el que actúan las empresas es cada vez más complejo y de difícil comprensión, lo cual obliga a las organizaciones a desarrollar mejores estrategias empresariales, a ser más flexible estructuralmente, desarrollar mejores procesos alineados a los constantes cambios tecnológicos para poder satisfacer las necesidades del mercado.

Según Colom A. (2006), “Todo ello lleva a la necesidad de una mayor flexibilidad en la estructuración empresarial, una mayor visión de conjunto, un mayor grado de integración e interacción de los distintos departamentos empresariales, y una mayor necesidad de comprender continuamente al cliente para dejarlo satisfecho plenamente. Evidentemente debe resaltarse la imperiosa necesidad de altas dosis de información y comunicación, y unos instrumentos y técnicas de gestión de alto nivel, entre los mismos el asociacionismo y cooperación, en sentido amplio”. Pag. # 7.

La necesidad de mantenerse a la vanguardia de las diversas estrategias administrativas que surgen, lleva a las empresas a mejorar y cambiar constantemente sus procesos ser mas flexibles es toda su estructura, desarrollar mejores relaciones con sus clientes y contribuir con la satisfacción de sus diversas necesidades.

Biasca, R. Eduardo (2005), “Diversos estudios han comprobado que las causas más importantes de crecimiento, declinación o cambios significativos en las empresas están relacionadas con factores ligados

al medio en la cual se encuentran y no solo a cambios internos. Por este motivo, el análisis del entorno es particularmente relevante cuando la empresa se encuentra en un medio hostil, cambiante o complejo. Si bien es usual ver que un Gerente Financiero utilice algunos indicadores (por ejemplo, parte del Sistema Reuter) y que alguien del área comercial reciba información de variables comerciales (en especial precios y ventas por segmentos de mercado), en la mayoría de las empresas la interpretación del entorno se hace en forma primitiva. Cuanto mejor se realice este análisis del contexto, mejor podrá ser el diagnóstico y por ende, la respuesta empresarial".
Pag. # 44.

Los cambios que se dan de forma interna en las organizaciones no producirán los resultados esperados, si no se hacen teniendo una perspectiva clara de lo que acontece en el entorno, por ello es fundamental el análisis del mismo para poder aplicar la próxima estrategia con miras al cumplimiento de los objetivos corporativos.

1.1.2.1 Macroambiente

Demografía.- Para identificar y describir el mercado meta al cual se dirigirán los productos o servicios de una organización, se hace necesario el estudio y análisis de diferentes aspectos de la población, entre otros: tamaño; densidad; ubicación y distribución; edad y sexo; grupos étnicos, empleo y desempleo; estado civil; número de hijos; escolaridad, tipo de vivienda; migración, índices de natalidad y mortandad; etapa del ciclo de vida familiar; distribución del ingreso; clase social; religión; escolaridad o nivel educativo, entre otros. Los cambios demográficos dan origen a nuevos mercados y eliminan otros.

En la fuerza demográfica se hace necesario el estudio de varios aspectos de la población para poder definir bien el mercado meta; en este caso para estudiar el entorno demográfico de Casa Textil Elite Deportiva considerando la soluciones de aplicación e-business, podemos precisar que esta es una institución que ofrece sus líneas de productos de diversos estilos y diseños a empresas del sector público y

del sector privado, lo cual hace que el segmento con que interactúa sea muy diverso; una gran parte de éste inmerso en la llamada brecha digital (diferencia entre personas que tienen acceso a internet y personas que no tienen acceso a internet). Sin embargo siendo el entorno en el que actúa Casa Textil Élite Deportiva muy diverso y cambiante en cuanto a aspectos culturales (gustos, preferencias, estilos) de los clientes, se debe considerar y establecer una base electrónica de clientes tomando como prioridad este aspecto.

Cambios económicos.-La escasez de materias primas, los costos de la energía y los de crédito pueden imponer importantes limitaciones en la capacidad de una empresa para desarrollar nuevos productos, para mantener inventarios o para invertir en instalaciones para nueva producción.

Las personas no constituyen por sí mismas un mercado; es preciso que dispongan de dinero para gastarlo y estén dispuestas a hacerlo. Por lo tanto, es esencial que las empresas observen el ambiente económico y traten de identificar las probables direcciones de la inflación, las tasas de interés, el crecimiento económico, los costos y la disponibilidad de las materias primas; los patrones cambiantes en la forma de gastar del consumidor entre la gran variedad de factores que afectan el poder adquisitivo del consumidor y sus patrones de gastos, debido a que los consumidores en diferentes niveles de ingresos tienen también patrones de gasto y preferencias diversas.

En una economía en donde un cambio en uno de los factores *Ceteris Paribus* puede causar reacciones diversas en los consumidores, dada las diferentes variaciones inflacionarias e incluso los variados cambios tecnológicos, es importante que Casa Textil Élite Deportiva conozca de los cambios en el ingreso real y los patrones cambiantes de gastos del consumidor, su comportamiento, puesto que ahora los consumidores utilizan de forma habitual las redes de computadoras para evaluar los productos y servicios, comparar precios y ejercer mucha influencia en el

mercado. Dada la realidad tecnológica a las que se enfrentan las empresa es necesario que Casa Textil Élite Deportiva, conozca y haga uso del e-business y de su integración a las cada vez más amplias redes electrónicas, para llevar a cabo y rediseñar los procesos de producción, racionalizar las formas de dar a conocer los diferentes diseños en líneas, llegar a nuevos clientes y gestionar las operaciones internas. En consecuencia los cambios económicos son considerados como uno de los factores de primer orden por la mayoría de las Pymes, y no pasa a ser desapercibido para Casa Textil Élite Deportiva quien trabaja para poder satisfacer los requerimientos y aun sin contar con la tecnología on-line necesaria, las necesidades de los clientes.

Factores socioculturales.- Los individuos, los grupos y la sociedad como un todo cambian constantemente en función de lo que consideran formas deseables y aceptables de vida y de comportamiento. Tales modificaciones pueden incidir profundamente en las actitudes de los individuos hacia los productos y hacia las actividades de mercadeo. Es importante que los gerentes de mercadotecnia puedan comprender y predecir los cambios en los valores individuales y sociales que pueden ser considerados fundamentales por los grupos de consumidores y cómo estos repercuten en las actividades de mercadotecnia de las empresas.

El factor sociocultural es fundamental para Casa Textil Élite Deportiva dado que, dependiendo de los gustos y preferencia se confeccionan los diferentes diseños de variados estilos, sean casuales, deportivos, formales, entre otros. En consideración a esto es crucial para Casa Textil Élite Deportiva contar con una lista electrónica de clientes agrupados por secciones de preferencias, para poder ofrecer un servicio óptimo y eficiente, además esto implica ejercer un mayor control e-business en toda la cadena de valor. El conocimiento y estudio de las expectativas de los clientes prima, dado los cambios que experimentan los consumidores en sus formas de vida y esto incluye el uso masivo y progresivo de los medios electrónicos.

Factores políticos y legales.- Desde la perspectiva del derecho existe la mayor de todas las trabas, reina la inseguridad jurídica, especialmente en lo referente al valor probatorio de los documentos electrónicos y a la delimitación y adjudicación de responsabilidades civiles y penales.

Pese a esta perspectiva Ecuador cuenta con la “Ley de Comercio Electrónico, Firma Electrónicas y Mensaje de Datos” vigente desde el 10 de abril de 2002, la cual ejerce control sobre los usuarios en sus diferentes artículos entre los mas relevantes Art.44 “Cumplimiento de formalidades”, Capítulo II DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y TELEMÁTICA Art. 45 “Validez de los contratos electrónicos” y 46 “Perfeccionamiento y aceptación de los contratos electrónicos” y Capítulo III DE LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS O CONSUMIDORES DE SERVICIOS ELECTRÓNICOS Art. 48 “Consentimiento para aceptar mensajes de datos” y 49 “Consentimiento para el uso de medios electrónicos”.

La presente ley y su reglamento establecen los principios básicos aplicables, los derechos y obligaciones de los consumidores, la regulación de la publicidad y su contenido, la información básica comercial, las responsabilidades y obligaciones del proveedor, los servicios públicos domiciliarios, la protección contractual, el control de la especulación, las prácticas prohibidas, la protección de la salud y seguridad, las asociaciones de consumidores, el control de calidad, las infracciones y sanciones y la competencia y procedimientos. En vista de que no se ha reformada desde su expedición es necesario que la Asamblea Nacional haga una revisión de esta, puesto que hace mención a leyes que ya han sido reformadas en la actualidad, sin embargo siendo conocedores de que esta ley no se ha reformado desde su vigencia, se debe considerar su aplicación hasta que no se conozca de alguna reforma, puesto que el desconocimiento de la misma no exime de responsabilidades a nadie.

Factores tecnológicos.- Uno de los factores más sobresalientes que actualmente determinan el destino de las empresas es sin duda, la tecnología. El entorno de las organizaciones presenta día a día nuevas tecnologías que reemplazan las anteriores, y a la vez crean nuevos mercados y oportunidades de comercialización. Los cambios en la tecnología pueden afectar seriamente las clases de productos disponibles en una industria y las clases de procesos empleados para producir esos productos.

Sin duda alguna la relevancia del uso del internet, del uso y aplicación del e-business derivado de la integración de las TIC en los negocios juega un papel importante.

Según Chong (2007) “Las TIC a implementarse en el entorno empresarial se puede clasificar de la siguiente forma:

- **Basada en Audio.-** Puede precisarse a modo de audioconferencia, programas de radio con amplia vía telefónica, e-mail, correo de voz y telefonía en general.
- **Basada en Audio y Video.-** Especialmente la videoconferencia, sesiones de televisión por canales de televisión abiertos o cerrados, con replica vía fax o sistemas de respuestas por teclados.
- **Basada en datos.-** Software a medida de la organización o genéricos que satisfagan sus necesidades y herramientas de internet (chat, correo electrónico, lista de distribución, páginas web y foros de discusión)”.

Las aplicaciones basadas en e-business se caracterizan por ser interactivas, con alta intensidad de transacciones, y porque permiten un relanzamiento de los negocios hacia nuevos mercados. Permite la interacción entre los usuarios, compradores y vendedores en un entorno que no es fijo, ni es físico siquiera, sino que es creado por la confluencia de redes estándares, navegadores web, software, contenidos y personas, un mercado virtual en toda su extensión. Casa textil Élite

Deportiva es una institución con una gran participación en el ámbito textil, pero con un desconocimiento total en cuanto a las herramientas tecnológicas, mismas que al implementarse ayudarán a formalizar los diferentes procesos que son utilizados permitiendo desarrollar nuevas ventajas competitivas.

1.1.2.2 Microambiente

Clientes.- Los clientes son considerados el principal recurso para las organizaciones, pues de estos depende el crecimiento y sostenibilidad de la empresa en el mercado.

Andrada A. María (2010), “En la era del siglo XXI nos enfrentamos a constantes cambios tecnológicos en donde si miramos a nuestro alrededor, veremos que nuestra vida cotidiana está poblada de objetos tecnológicos, y que el ser humano ocupa un lugar fundamental en los distintos pasos que permiten idear, investigar, desarrollar e innovar para obtener productos tecnológicos como resultado de diferentes procesos que involucran el uso de materiales, energía, tecnología y personas capacitadas”. P ag. # 9.

Casa Textil Élite Deportiva ofrece una amplia línea de diseños y estilos a diferentes empresas del sector público y privado, entre estos los que se detallan a continuación.

Empresas del Sector Público a los que les confecciona Uniforme de Trabajo:

- Municipio del Cantón Santa Elena
- Municipio de La libertad
- Base Naval de Salinas
- Consejo Provincial de Santa Elena (trabaja con los abajo detallados)
- Instituto Nacional de la Niñez y la Familia
- Ministerio de Inclusión Económica y Social
- Ministerio de salud pública (Bordado de logotipo)

- Colegio Célleri Avilés
- Colegio Libertad
- Colegio Santa Rosa
- Escuela 25 de Septiembre (Uniforme Deportivos)
- Escuela Virgen del Cisne (Uniforme Deportivos)
- Escuela Virgen inmaculada (Uniforme Deportivos)
- Escuela Barquito de Papel (Uniforme Deportivos)

Instituciones del Sector Privado

- Unidad Educativa Liceo Cristiano
- Unidad Educativa Nuestro Mundo
- Colegio Dagoberto Montenegro
- Ecuajunor (torneo de tenis de Guayaquil)

Los detallados son aquellos clientes que Casa Textil Élite Deportiva considera fijos, a más de estos cuenta con una amplia lista de clientes potenciales la mayoría de estos inmersos en la llamada brecha digital (expresión que hace referencia a la diferencia socioeconómica entre aquellas personas que tienen accesibilidad a Internet y aquellas que no).

Proveedores.- Estos son firmas y personas que proporcionan los recursos que la compañía y sus competidores necesitan para producir bienes y servicios. Los desarrollos en el ambiente del proveedor pueden tener un impacto sustancial sobre las operaciones de mercadotecnia de la compañía. La escasez, huelgas, y otros sucesos pueden interferir con el cumplimiento de las entregas a los clientes y pueden dar lugar a pérdida de ventas a corto plazo y lesionar la confianza del cliente a largo plazo. Muchas compañías prefieren comprar de múltiples fuentes para evitar una gran dependencia de un solo proveedor.

Casa Textil Élite Deportiva es abastecida por nueve proveedores, mismos que constantemente brindan su colaboración mediante la venta de la Materia Prima necesaria para aprovisionar el inventario, entre estos están.

- Textil Espadilla (Quito)
- Marathon Sport (Quito)
- Neimatec (Guayaquil)
- Almacén Marianela (Guayaquil)
- Milene S.A. (Guayaquil)
- Olmedo Alnapes (Guayaquil)
- Pin S.A. (Guayaquil)
- Cofecol S.A. (Guayaquil)
- Gueiman (Ambato)

Todos estos proveedores forman parte de la cadena de suministros de Casa Textil Élite Deportiva, con los cuales se mantiene una constante comunicación vía telefónica y vía e-mail, convirtiéndose esta vía en los únicos medios por los cuales se mantiene contacto con los proveedores. Sin embargo dado los constantes cambios y actualizaciones tecnológicas, sería más beneficioso para Casa Textil Élite Deportiva hacer uso de las herramientas integradas e-business, lo cual le ahorraría costo y tiempo.

Competencia.- En términos generales se puede decir que la competencia es la capacidad que tiene una empresa para mantenerse y sobresalir en el mercado. En la actualidad no basta con comprender a los clientes. Esta década se caracteriza por una intensa competencia, tanto al interior como al exterior del país. No obstante, no todas las empresas están invirtiendo lo suficiente para poder monitorear a sus competidores por el costo que esto implica. Algunas empresas creen conocerlos simplemente porque compiten con ellos, sin ver la necesidad de contar con un sistema formal de inteligencia competitiva. Sin embargo, las empresas con sensibilidad, diseñan y emplean sistemas para obtener información continua de sus competidores.

Casa Textil Élite Deportiva opera en un entorno de diversos clientes, con ciertos competidores situados en la Provincia de Santa Elena, entre estos encontramos a; Ninofabely Sport, Zona Deportiva (serigrafía), Comercial Buenaventura Moreno planta alta local # 8, local AF, AJ, ALL, AB, AD, Comercial Daniela, Galaxia Deportiva, Casa de Bordados Maritex, Spondylus, Coral Sport Confecciones Deportivas y Serigrafía, Novedades Heredia, J&V Sport y otros, no son considerados una amenaza a nivel local, puesto que el servicio que ofrecen es limitado.

Considerando que Casa Textil Élite Deportiva, no solo distribuye sus productos a nivel peninsular, sino que también lo destina a otros lugares como los son Guayaquil, Loja, Ambato y Manta, debería contar con un sistema formal de inteligencia basado en las tecnologías de información y de soluciones de aplicación e-business para monitorear constantemente a los posibles competidores de estas ciudades y de la Provincia de Santa Elena, y poder hacer frente a estos en situaciones futuras.

1.1.3 Herramientas Tecnológicas

1.1.3.1 Internet

Según Falconí C. Giancarlo (2009), “Es una gran red de computadoras distribuidas a nivel mundial que pueden intercambiar información debido a que utilizan un protocolo común de comunicaciones conocido como TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol). Esta red está constituida por miles de redes de diversos tipos y tamaños interconectadas entre sí. A través de esta red de redes se puede intercambiar datos, voz, sonido e imágenes, lo cual crea un mundo en el que las distancias entre los usuarios se acortan y la información fluye a entre todos los terminales conectados a esta red”.
Pag. # 15.

Internet es una interconexión de redes informáticas que permite a los ordenadores o computadoras conectadas comunicarse directamente, es decir, cada ordenador de la red puede conectarse a cualquier otro ordenador de la red en micras de segundos produciendo una comunicación global entre todos.

1.1.3.2 Intranets.

Para Moncalvo A. (2010). “Es una red TCP/IP ubicada dentro de una sola organización para fines de comunicaciones y procedimientos de información única y exclusivamente interna entre todos los colaboradores a fin de permitir un mejor desarrollo laboral a través del flujo de información pertinente e inclusión de todos en los diferentes procesos”. Pag. # 59.

Intranet es una herramienta que permite interactuar a toda la organización de forma interna, estableciendo un enlace entre todos los departamentos, integrando a la empresa para trabajar en base a objetivos comunes y producir una mejor comunicación con mejores resultados corporativos, cabe recalcar que esta es para fines únicos de la empresa que permitirá generar un mejor desarrollo laboral mediante un adecuado flujo de información.

Importancia de la intranet

- Permite involucrar al grupo de trabajo en la “misión de comunicación”.
- Permite interactuar entre áreas.
- Mejora la interacción.
- Permite que el personal de la empresa esté informado: Minimizando rumores. Rompe con redes informales de comunicación.
- Facilita la alineación de la gestión: nos referimos al mediano plazo, donde está ya toda la empresa involucrada en el proceso, se generaron ya los hábitos de uso y se optimizó su utilidad.

1.1.3.3 Extranet.

Conexión basada en internet entre un negocio, sus cadenas de suministros, distribuidores y socios. Un extranet no está abierto al público en general. Cada organización transfiere ciertos datos fuera de su internet privado, pero solo otras compañías que compartan esta extranet pueden tener acceso a los datos. Las

aplicaciones externas de la TI para fortalecer las relaciones con los clientes, proveedores y socios incluyen sistemas para la administración de la cadena de suministro y la empresa integrada, los sistemas de relaciones con el cliente y el diseño de la organización de los negocios electrónicos. La extensión de la extranet corporativa para incluir a clientes y socios ha ampliado el potencial para la colaboración externa.

El uso de la extranet permite a las organizaciones pasar de ser un negocio tradicional a un negocio electrónico integrado utilizando tecnología de información avanzada que permite una coordinación estrecha dentro de la compañía así como con sus proveedores y socios, cabe recalcar que un extranet no está abierto al público en general. Cada organización transfiere ciertos datos fuera de su internet privado, pero solo otras compañías que compartan esta extranet pueden tener acceso a los datos

1.1.4 Importancia de Herramientas tecnológicas

Andrada A. María (2010), "Las (TIC) atraviesan hoy todas las áreas de la actividad humana. El futuro ya está aquí, y es digital. El alto desarrollo alcanzado por la Web 2.0 plantea el llamado "paradigma de la red" el intercambio de productos digitales, que entrañan la posibilidad de ser reutilizados continuamente y poseen una gran capacidad de circulación, reemplaza, de alguna manera, en la actualidad, al tradicional intercambio de objetos. En un tiempo en que lo único permanente es el cambio, la sociedad del conocimiento plantea una nueva revolución de la información, que no es tecnológica. No se trata de nuevas máquinas, nuevo software o de aumentar la velocidad de los dispositivos. Es una revolución de conceptos, que plantean sobre todo una nueva relación del espacio y el tiempo, dimensiones fundamentales de la experiencia humana y que están cambiando por completo las estructuras sociales y nuestra forma de vivir". Pag. # 7.

Según lo citado por Andrada Ana María, se deduce que la tecnología es sin duda un factor que ha provocado novedosos cambios en toda la estructura social y empresarial, maximizando en todos sus campos las formas de comunicación, intercambio de bienes y servicio, y sobre todo mejorando de una forma

significativa las relaciones comerciales entre las organizaciones. El cambio vertiginoso que se origina provoca reacciones diversas en todo el entorno competitivo, haciendo que todos sus componentes desarrollen mejores estrategias para seguir inmersos en este.

Para la interprete Andrada A. María (2010), “Hoy, la realidad es el cambio constante, y todo está conectado con todo, incluso nosotros, por medio de los dispositivos que utilizamos diariamente. Este fenómeno, propio de la era tecnológica, amplía el ámbito de acción y decisión de las empresas y organizaciones al mundo entero, lo cual implica una marcada aceleración en el acontecer de los hechos de los cuales éstas participan. Se plantea, de este modo, una nueva relación del espacio y el tiempo, como dimensión fundamental de la experiencia humana, que está cambiando por completo las estructuras sociales y nuestra forma de ser y de vivir. Dentro del contexto de la era de la información, convertir esa gestión en dinámica, explícita y a la vez efectiva es el objetivo fundamental de la gestión del conocimiento. La principal ayuda para conseguir esta meta proviene de la tecnología y de su correcta introducción, adaptación y aprovechamiento”. Pag # 31.

Ana María establece que hoy la realidad es el cambio constante, en donde todo esta conectado con todo, incluso la sociedad, por ello la necesidad de las empresas de desarrollar nuevas formas de negocios y entre estos el e-business el cual conlleva a que las organizaciones desarrollen un gran número de oportunidades estableciendo una cadena de valor completa sobre internet/extranet/intranet, integrando a proveedores y clientes en procesos online, de tal forma que estos puedan realizar transacciones más rápidas, económicas y precisas a través de la Red, porque dentro del contexto de la era de la información, convertir esa gestión en dinámica, explícita y a la vez efectiva es el objetivo fundamental de la gestión del conocimiento .

1.1.5 Catálogos Electrónicos

Un catálogo electrónico es una publicación online, es decir una interfaz gráfica generalmente una página HTML en la que se muestran los productos y servicios

ofrecidos por una empresa. Los catálogos digitales pueden almacenar grandes cantidades de artículos y permiten organizarlos y clasificarlos de distintas maneras para que los usuarios puedan realizar búsquedas rápidas y efectivas.

Los catálogos electrónicos tienen como objetivo la publicidad, venta y distribución, así como también la atención al cliente. Son la representación digital de una compañía y una forma poderosa de comercio. Dentro del campo del comercio electrónico se distinguen las operaciones realizadas entre empresa y consumidores, y aquellas realizadas entre empresas. En este sentido, los catálogos electrónicos son excelentes formas de comunicación entre una compañía y sus clientes, proveedores u otras compañías. Por este motivo son una herramienta de marketing utilizada cada día más por las distintas organizaciones.

De acuerdo al argumento citado se considera que los catálogos electrónicos son medios a través del cual las empresas se dan a conocer ante los clientes y a la vez informan sobre los servicios que ofrecen, y dan publicidad a los diferentes productos que están en capacidad de ofertar a los diferentes consumidores, estableciendo un medio de comunicación multidimensional no solo con clientes, sino también con proveedores, distribuidores, y todos aquellos con que tienen interés en adquirir el producto o hacer uso del servicio ofrecido. En este sentido, los catálogos electrónicos son excelentes formas de comunicación entre una compañía y sus clientes, proveedores u otras compañías.

1.1.5.1 Ventajas de los Catálogos Electrónicos

Costos reducidos

Los catálogos electrónicos permiten ahorrar el gasto de papel e impresión propio de los catálogos convencionales. Por este motivo, son ideales para las pequeñas y medianas empresas, las cuales de este modo pueden competir en el mercado.

Ampliación del mercado

www.catalogue-designers.com/Catálogo-Electronico.aspx, “Gracias a los beneficios de internet, personas de todo el mundo y a toda hora pueden tener acceso a un catálogo online. De esta manera las empresas que ofrecen catálogos digitales logran atraer a nuevos clientes, ofreciendo un servicio más cómodo y rápido al público. Los usuarios pueden buscar productos y servicios, hacer pedidos, establecer el pago a través de tarjetas de crédito o portales de cobranza y resolver dudas. Así, se aumentan considerablemente los niveles de ventas”.

Interacción

Los catálogos digitales presentan la ventaja, de facilitar una relación directa con los clientes. A través de un catálogo electrónico una empresa puede informar sobre sus productos y servicios a los clientes, y a la vez éstos pueden comunicarse con el personal para resolver dudas, hacer comentarios y sugerencias. Esta interrelación le permite a una compañía estar atenta a las necesidades cambiantes del público al que apunta.

Información múltiple para los clientes

Estos catálogos ofrecen la posibilidad no sólo de brindar información sobre los productos y servicios de una empresa sino de establecer hipervínculos, para que los clientes puedan dirigirse a otros sitios y obtener información complementaria relacionada a los temas de la compañía.

Actualización constante

www.catalogue-designers.com/Catálogo-Electronico.aspx, “El contenido de los catálogos digitales se almacena en un servidor, al cual pueden acceder navegadores de todo el mundo. Los catálogos pueden actualizarse desde el servidor en forma fácil, rápida y continua. Además, los cambios que se realizan

están disponibles de inmediato para los clientes. Así, los catálogos electrónicos pueden tener siempre las últimas novedades en cuanto a precios, productos nuevos, puntos de venta, incorporación de nueva tecnología, otros”.

La utilización de los catálogos electrónicos propone generar varias ventajas competitivas para la empresa, muy beneficiosas para su crecimiento y permanencia en el mercado. Produciendo una reducción de costos, ampliación a otros mercados, manteniendo una relación directa con clientes y proveedores, mejorando la forma de dar a conocer los productos a los clientes, y sobre todo desarrollando la habilidad de innovar constantemente y mostrar dichos cambios a los clientes de forma inmediata

1.1.6 Modelos Electrónicos

Según Moncalvo A. (2010), “El modelo de negocios nos va a indicar cómo se configurará la empresa internamente, es decir, “su pensamiento estratégico, configuración estructural y cultura”; y su dirección hacia el externo, o sea, los clientes, la competencia, proveedores (se establecen las actividades que por algún motivo estratégico quedarán en manos de terceros)”. Pag # 181.

De acuerdo al criterio citado por Ariel Moncalvo se deduce que la adopción de un modelo de negocio permite configurar a la empresa de forma interna como externa, produciendo cambios en su estructura, cultura, procesos, forma de llegar a los clientes y a su vez genera mejores formas de competir estratégicamente.

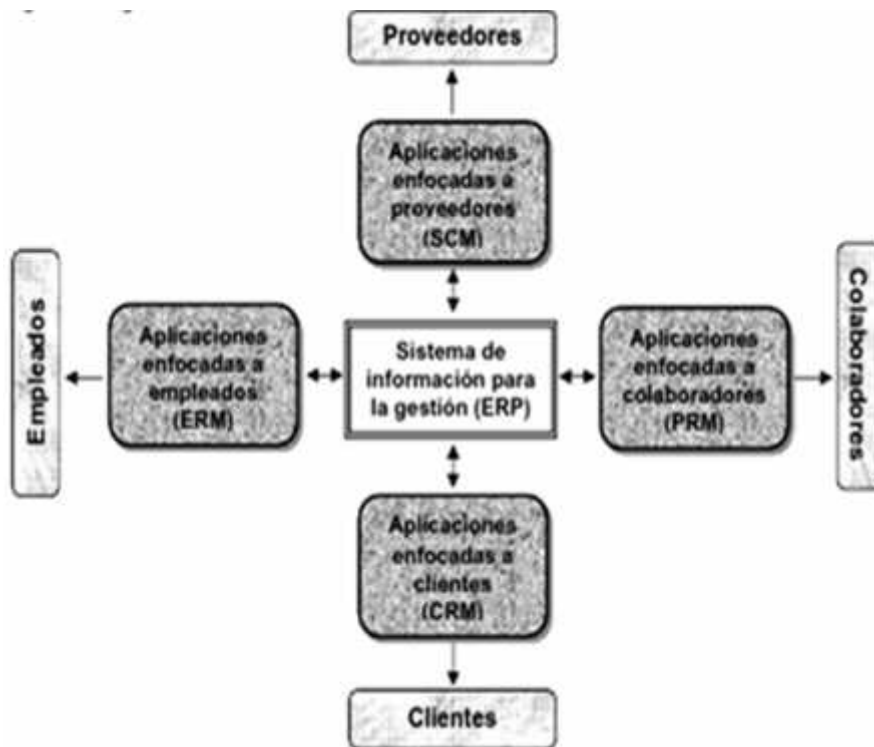
1.1.6.1 ERP (Enterprise Resource Planning)

Para Ibrahim K. (2008), “Por sus siglas en inglés Enterprise Resource Planning o Planeador de Recursos Empresariales, se refiere a un paquete informático que cubre de forma parcial o total las áreas funcionales de la empresa. Se puede definirlo como un sistema de gestión de información estructurado, diseñado para satisfacer soluciones de gestión empresarial. Se caracteriza básicamente por su capacidad de modelar y automatizar la mayoría de los procesos básicos de una organización, desde la orden de venta, hasta la

distribución del producto; la gama de funciones que cubren los ERP son: contabilidad, finanzas, administración de órdenes de venta, logística, producción y recursos humanos. Debemos tener en cuenta que las soluciones ERP se han especializado por segmentos de industria, lo que implica que la lógica para optimizar procesos está basada en modelos de operación específicos”. Pag # 40.

De acuerdo a lo citado por Ibrahim Kaba se establece que el sistema ERP es una herramienta que se caracteriza básicamente por su capacidad de modelar y automatizar la mayoría de los procesos básicos de una organización, desde la orden de venta, hasta la distribución del producto cubriendo y gestionando una gama de funciones como; contabilidad, finanzas, administración de órdenes de venta, logística, producción y recursos humanos, produciendo mejoras significativas en cada uno de estos procesos.

Gráfico N°1 Sistema de gestión ERP



Fuente: Ibrahim, Kaba. Elementos básicos de comercio electrónico, pag. 37

1.1.6.2 CRM (Customer Relations ship Management)

Para Ibrahim K. (2008), “La pregunta lógica: "¿es otra "moda" o realmente es un concepto interesante?". **CRM** (herramienta de gestión de relaciones con los clientes) es básicamente la respuesta de la tecnología-empresas de fortalecer las relaciones con sus clientes. La creciente necesidad de las CRM es una estrategia de negocios centrada en el cliente, no es un software; los nuevos sistemas de organización pasan de una estructura de empresa vertical por responsabilidades a una estructura horizontal de empresa basada en la gestión por procesos, donde el enfoque tiene como visión al cliente y su relación con ellos”. Pag # 42.

De acuerdo a lo citado por Ibrahim Kaba se concluye que el sistema CRM (Gestión de Relación con el Cliente) es una herramienta que se centra en el cliente y la forma de relacionarse con el mismo, buscando la optimización de los procesos, beneficio, ingresos y satisfacción del cliente, creando una relación directa entre empresa - cliente, y permitiendo a la vez captar nuevos nichos de mercado y clientes potenciales que generen mayores beneficios para la empresa.

1.1.6.3 SCM Supply Chain Management

Según Moncalvo, A. (2010). “El SCM (Administración de la cadena de Suministros) gestiona los procesos de negocio tanto internos como externos de la empresa, involucra directa o indirectamente a los agentes que participan desde la producción hasta la distribución. Este incluye el aprovisionamiento de materias primas, proveedores, atención al cliente, logística, y en general toda la cadena de valor de la empresa, optimizando los procesos más que automatizándolos (como es el caso del ERP). El SCM integra las actividades y el flujo de información para el desarrollo de productos (y servicios complementarios) que van desde la materia prima hasta el destinatario final. Este concepto es más que interesante para quienes piensen en desarrollar su comercio electrónico, ya que deberán destinar esfuerzos y recursos para tratar de tener su cadena de abastecimiento en línea. Sobre todo para quienes ofrecen productos a medida y basan su estrategia en la personalización. Para poder cumplir con plazos razonables de entrega debe tener en condiciones óptimas toda su cadena de abastecimiento”. Pag # 183.

El aprovisionamiento de materias primas, proveedores, atención al cliente, logística, y en general toda la cadena de valor de la empresa, involucra a diversos agentes, por tanto todos deben estar en sintonía a fin de que el flujo de información y materia que se requiere este siempre disponible procurando la optimización en los diversos procesos.

Moncalvo, A. (2010). "Además, es importante conocer qué rol cumple cada industria dentro de la cadena de valor que va desde el productor hasta el consumidor final, y qué incidencia tiene en los costos de ésta. El enfoque pone énfasis en la optimización de la cadena de valor, para evitar así (en muchos casos) arrastrar ineficiencias a lo largo de la cadena y anticiparnos a inconvenientes sin pagar por los errores de los demás". Pag # 183.

De acuerdo al argumento establecido por Moncalvo Ariel, se deduce que el sistema SCM es una herramienta que permite desarrollar y mejorar considerablemente toda la cadena de valor de la empresa y esto incluye el aprovisionamiento de materias primas, proveedores, atención al cliente, logística, optimizando los procesos más que automatizándolos. Este sistema que aunque brinda muchos beneficios para las empresas, no es conveniente se utilice por pequeñas empresas por el alto grado de especialización que se debe de tener de la cadena de valor para poderlo ejecutar y esperar resultados satisfactorios.

1.1.7 Despunte de Venta Online

La venta online se puede definir como, la transferencia online de un producto, servicio, idea u otro a un comprador mediante el pago de un precio convenido.

<http://www.promonegocios.net/venta/venta-online.html>. "cuando una empresa, organización o persona utiliza un sitio web para poner sus productos o servicios a la venta, y luego, otra empresa, organización o persona utiliza una computadora conectada a internet para comprar esos productos o servicios, se puede decir que las partes han intervenido en una transacción electrónica o **venta online**".

En consecuencia, la venta online consiste en ofrecer productos, servicios, ideas u otros mediante un sitio web en internet, de tal forma, que los posibles

compradores puedan conocer de los beneficios de estos a través de ese sitio web, y en el caso de que estén interesados, puedan efectuar la compra "online", por ejemplo, pagando el precio del producto con su tarjeta de crédito, para luego, recibirlo en la dirección que proporcionó (como sucede cuando se compran libros, hardware de computadoras, juguetes, otros) o mediante una descarga online (cuando se trata de productos digitales como software, libros electrónicos, imágenes, otros). Cabe destacar que los sitios de venta son aquellos que están diseñados para desplazar a los clientes a través de las diversas etapas del proceso de toma de decisiones, por ejemplo:

1. Haciendo preguntas que ayuden a clasificar a los clientes según sus necesidades o deseos, para luego, derivarlos hacia la página que contiene el producto o servicio que satisficará esas necesidades o deseos.
2. Suministrando información sobre los productos o servicios que necesitan o desean.
3. Comparando las características y beneficios con otros similares de la competencia.
4. Proporcionando una cotización o los precios a los que el cliente puede adquirir el producto o servicio (online).
5. Brindando los medios para que el cliente pueda realizar el pago online (con tarjeta de crédito, giro de dinero a través de Western Union o mediante una transferencia bancaria).

Ventaja de la Venta Online

La venta online ofrece las siguientes ventajas a las empresas que realizan este tipo de venta:

- **Ajustes rápidos a las condiciones del mercado:** Es decir, que las empresas pueden añadir o quitar productos a sus catálogos online; o bien, cambiar los precios y las descripciones. Todo ello, en tan solo unas cuantas horas.

- **Costes más bajos:** Por ejemplo, en el caso de los productos digitales (libros electrónicos, software, música y videos), las empresas se ahorran el coste que implica la infraestructura, el personal, seguros, agua, electricidad, otros, que son imprescindibles en el caso de los productos físicos. Otro ejemplo visible es el de la edición de catálogos, puesto que los catálogos digitales tienen un costo menor al de los impresos.
- **Tamaño de la audiencia:** La venta online mediante un sitio web puede realizarse en cualquier parte del mundo, por tanto, el tamaño de la audiencia aumenta considerablemente en comparación a la audiencia local o nacional. Esta ventaja es más notoria en los productos digitales, los cuales pueden ser descargados online en cualquier parte del mundo.
- **Creación de relaciones:** Gracias a las aplicaciones que ofrece hoy en día el internet (chats, correo electrónico, foros, otros) las empresas pueden crear y mantener relaciones con sus clientes de forma rápida e instantánea. Además, pueden obtener valiosa información de ellos mediante cuestionarios online.
- **Conveniencia de tiempo y espacio:** La venta online puede realizarse por cualquier persona, empresa u organización, en cualquier lugar del mundo y en cualquier momento (24/7).
- **Mínimas restricciones:** Tanto, grandes como pequeñas empresas e incluso emprendedores individuales pueden permitirse el costo de realizar ventas online, ya sea desde su propio sitio web o a través del sitio de un tercero”.

De acuerdo al argumento citado, la venta online es un medio a través del cual las empresas ofertan sus productos haciendo uso de un sitio web, en el cual se describe de una forma mas detallada todas las características, beneficios, precios del producto y en ocasiones facilidad de pagos y descuentos, en donde el cliente tiene mayor facilidad de adquirir el producto en el caso de que opte por

comprarlo. Las instituciones que utilizan este método (venta online) para dar a conocer sus productos a los clientes desarrollan varias ventajas como; costes más bajos, ampliación a otros mercados, conveniencia de tiempo y espacio, entre otras ventajas competitivas.

1.1.8 Tipos de Ventas Online

Las transacciones online pueden realizarse a través de cualquiera de las siguientes formas:

1.1.8.1 BI (Business Intelligence)

Daniel I. Najib (2010), “**Business Intelligence.-** Administra los procesos de gestión del conocimiento para la toma de decisiones y la evaluación de indicadores de negocio, esto incluye.

- Análisis de la situación que existe en la organización, en materia de generación, acceso, y uso del conocimiento.
- Realización de actividades tales como proponer planes de gestión, evaluar el impacto de productos y servicios, otros.
- Manejo de la inteligencia corporativa, para incrementar nuestros niveles de eficiencia, efectividad y lograr los objetivos planteados”. Pag, #11.

De acuerdo al argumento citado, se deduce que el BI (Business Intelligence) es una herramienta de gestión empresarial que permite contar con el talento de las mejores personas y la capacidad para poner en práctica el conocimiento que posee cada colaborador, lo cual es clave para seguir siendo un jugador competitivo y sostenible en un entorno inestable.

1.1.8.2 B2C Empresa-Clientes

Un B2C es la modalidad de comercio electrónico más conocida por el público. Se busca la venta de productos finales a un consumidor (Business to Consumer). Es

vender a un particular a través de internet, y dar respuesta a todo lo que ello conlleva, como: medios de pago, formas de envío, impuestos, plazos de entrega, garantía, devoluciones materiales, servicio postventa.

Para Ibrahim K. (2008), “Es un tipo de venta electrónica mediante la cual la empresa ofrece sus servicios o productos por Internet a sus clientes. Es una tienda virtual en la que el cliente puede ver los productos de la empresa teniendo la opción de compra. Esta modalidad de "abrir" los negocios al público a través de Internet en general obedece a definiciones estratégicas globales que se trazan las empresas cuyos objetivos entre otros serán: disminución de costos, segmentación del mercado, creación de una vidriera global, aceleración de los mecanismos de distribución, y aumento del grado de satisfacción del cliente”. Pag # 22.

El B2C es un tipo de venta electrónica que posibilita a la empresa tener una relación directa con sus clientes, a través de la cual estos tienen el libre albedrío de adquirir o no el producto, realizar críticas constructivas del producto para mejoras continuas de la empresa, proponiendo el desarrollo de una notable ventaja competitiva para la misma. Esta modalidad de "abrir" los negocios al público a través de Internet en general obedece a definiciones estratégicas globales que se trazan las empresas.

Gráfico N° 2 Sistema B2C



Fuente: Prompex, modelos e-business.

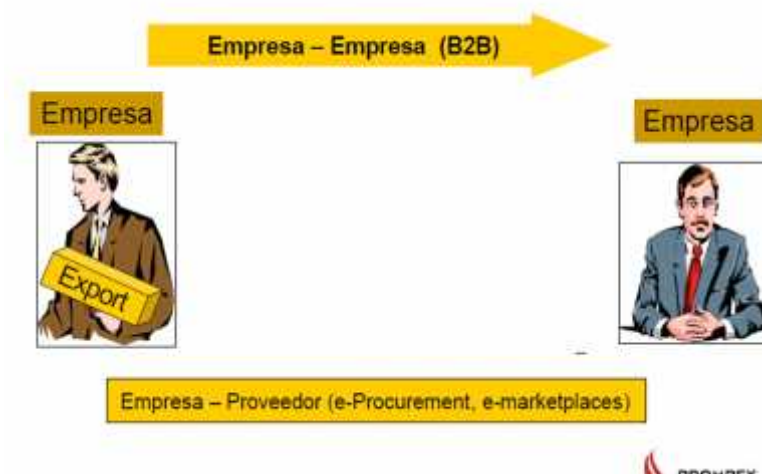


1.1.8.3 B2B Empresa –Empresa

Conforme a lo citado por Gordon J. Robert (2001), “Por otro lado, el B2B se centra en proveer un valor único a los participantes en el intercambio. En una situación en la cual hay intermediación entre dos empresas por ejemplo, un mercado (*exchange*) electrónico donde se transa la oferta y la demanda de ciertos productos, el valor para los participantes proviene de la gran transparencia y eficiencia del mercado. Por otro lado, cuando la relación es directa entre empresas, el valor lo puede capturar el oferente y/o demandante. Un caso es el de un oferente que tiene un sitio que le permite a sus empresas clientes ordenar sus productos por Internet. Esto provee valor para sí misma y el cliente por la reducción de los costos de transacción y, también, para sí misma por un posible incremento de su demanda por mejora del servicio. En este último caso existe la posibilidad de darle servicios de valor agregado al cliente como manejo de sus inventarios o logística, lo cual también genera valor para el oferente, por mayor fidelidad del cliente y posible incremento de la demanda”. Pag # 3).

De acuerdo a lo citado en el argumento anterior, en esta modalidad las empresas identifican a sus potenciales socios y negocian directamente a través de medios electrónicos. Las empresas pueden, contactarse con empresas de cualquier lugar del mundo. Las transacciones financieras electrónicas son seguras haciendo más fácil el manejo de productos reduciendo los gastos y acelerando el proceso de facturación.

Gráfico N° 3 Sistema B2B



Fuente: Prompex, modelos e-business

1.1.9 Direccionamiento Estratégico

Según Aguilera A. (2009), “El direccionamiento estratégico es el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una empresa lleva a cabo para crear y mantener ventaja competitiva; este se ocupa del análisis de la jerarquía de las metas estratégicas (misión, visión, objetivos, valores, otros) junto al análisis interno y externo de la organización”. Pag # 4.

Dada la necesidad de este en una empresa para un correcto desenvolvimiento en el entorno y en vista de que Casa Textil Élite Deportiva no cuenta con un direccionamiento estratégico escrito que sirva de guía para quienes la conforman, se planteó el direccionamiento estratégico detallado a continuación.

Misión.-Casa Textil Élite Deportiva es una organización vanguardista que ofrece soluciones integrales adaptables a los requerimientos de los clientes, logrando así que nuestros productos cuenten con la elegancia, estilo y calidad exigida, basados en agilidad en los procesos, profesionalismo, competencia y eficiencia de nuestros colaboradores.

Visión.-Ser una organización distinguida y de renombre en el campo textil, enfocada en la elegancia, diseño, estilo, calidad y buena reputación adquirida por nuestros productos, siempre en contacto con la tendencia y moda, y exclusividad de nuestros clientes, logrando así proyectarnos hacia nuevos mercados.

OBJETIVOS

Objetivo general.-Satisfacer cada una de las necesidades del buen vestir de nuestros clientes, mediante el proporcionamiento de diseños exclusivos de últimas tendencias y moda, logrando así proyectarnos como una institución de novedosos estilos en ámbito textil.

Objetivo específico.-Plasmar en la mente de nuestros consumidores un oasis de estilos exclusivos, mediante el ofrecimiento de una variada línea de diseños únicos, de modo que se logre reconocimiento en el ámbito del buen vestir.

Objetivo a Corto Plazo.-Atraer la atención de cada cliente potencial, mediante el ofrecimiento de soluciones integrales adaptables a los requerimientos en cuanto a diseño, estilo y calidad, de modo que se logre una buena acreditación y reconocimiento a nivel Provincial.

Objetivo a Mediano Plazo.-Situarse oficialmente a Casa Textil Élite Deportiva como una empresa vanguardista, a través de la elegancia, tendencia y moda de nuestros diseños, de modo que los diferentes clientes tengan fe y gusto por nuestros productos adquiriendo así el favoritismo de estos.

Objetivo a Largo Plazo.-Ser una empresa competente y totalmente reconocida a nivel Provincial, Regional y Nacional, mediante la exclusividad única de nuestro estilo y diseños de modo que nuestros clientes se sientan totalmente identificados con nuestros productos.

VALORES

Honestidad.-Es uno de los valores principales de aplicación en Casa Textil Élite Deportiva, este consiste en actuar con rectitud, transparencia y coherencia con lo que se piensa, se expresa y se hace. Ser siempre sinceros, en comportamientos, palabras y afectos.

Responsabilidad Compartida.-Lograr un único mecanismo de procesos, trabajando de manera conjunta, asumiendo roles y responsabilidades que generen valor agregado reflejado en la satisfacción del cliente es uno de los propósitos por los cuales se aplica este valor en Casa Textil Élite Deportiva

Respeto.-El respeto es primordial en toda persona, por ello se refleja en aquellos que integran Casa Textil Élite Deportiva hacia los clientes, proveedores y toda la cadena de valor de esta empresa.

PRINCIPIOS

Calidad de servicio.-Casa Textil Élite Deportiva desarrolla relaciones duraderas, escuchando con respeto cada uno de los requerimientos exclusivos de nuestros clientes, proveedores y de cada persona que ingrese a nuestra empresa.

Puntualidad.-Casa Textil Élite Deportiva es una institución que se caracteriza por el cumplimiento de los pedidos y requerimiento de cada uno de nuestros clientes con esmero y exactitud de tiempo.

Cordialidad.-Casa Textil Élite Deportiva brinda a cada persona un trato único, cortés, amable y considerado, de manera que estas tengan una excelente percepción de nuestra institución.

1.1.10 Marketing Mix

De acuerdo a lo argumentado por el escritor Colom A. (2006), “Se trata que el cliente mantenga una relación estable con la empresa e incluso colabore dando opiniones, criticando aspectos negativos a mejorar, o suscitando implementaciones o mejoras sucesivas del bien o servicio. Ello implica la necesidad de la llamada Inversión Relacional y su gestión (Customer Relationship Management o CRM), disponiendo de los medios necesarios para dicha dinámica de relación y nivel de interacción. Obviamente, para dicha implementación serán necesarios medios de alta tecnología de información y comunicación, y programas de gestión”. Pag # 11, esto implica contar con los mejores medios de interacción tecnológicos.

Según lo citado por Colom Gorgues, se deduce que el marketing mix es una herramienta que permite a las organizaciones desarrollar estrategias persuasivas direccionadas hacia el cliente, con el fin de que estos se vuelvan parte de la empresa, emitiendo criterios y opiniones acerca del producto, lo cual ayuda a mejorar e innovar constantemente, se trata que el cliente mantenga una relación

estable con la empresa e incluso colabore dando opiniones, par el implemento mejoras sucesivas del bien o servicio; Obviamente, para dicha implementación serán necesarios medios de alta tecnología de información y comunicación.

El marketing utiliza una combinación de herramientas para lograr su objetivo, que también son conocidas como marketing mix o el modelo de las 4P. Se refiere a las variables de decisión sobre las cuales la empresa tiene mayor control.

<http://www.herramientasparapymes.com>, “**Producto**.- Es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios”.

Casa Textil Élite Deportiva ofrece una gran variedad de productos de deferentes estilos a gustos y preferencia del cliente. Dada las constantes tendencias cambiantes que se suscitan; la innovación constante resalta y siempre está de promedio, considerando las diversas expectativas de los clientes; entre los productos que se oferta Casa Textil Élite Deportiva están:

- Equipos deportivos (damas, caballeros y niños)
- Camisas deportivas
- Camisas tipo polo
- Chompas
- Calentadores
- Pantalones
- Faldas
- Medias
- Bordados y estampados para diferentes prendas

Precio.- Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción (aunque también se paga con tiempo o esfuerzo). Sin embargo, incluye: **forma de pago** (efectivo, cheque, tarjeta, otros.), **crédito** (directo, con documento, plazo), **descuentos pronto pago, volumen, recargos**. Este a su vez, es el que se plantea por medio de una investigación de mercados previa, la cual, definirá el precio que se le asignará al entrar al mercado.

Los precios que ofrece Casa Textil Élite Deportiva por cada uno de sus diseños de variados estilos, son accesibles y cómodos para sus diferentes clientes y consumidores potenciales. Estos precios van de acuerdo a la complejidad del diseño, sea casual, deportivo y otros.

Cuadro N° 1 Precios de productos

PRODUCTO	PRECIO x UNID.	
Equipos deportivos (niños)	\$	9,50
Equipos deportivos (adultos)	\$	12,00
Camisas Deportivas	\$	6,50
Camisas tipo polo	\$	7,50
Chompas (entre)	\$	12,00 \$ 18,00
Calentadores (entre)	\$	18,00 \$ 25,00
Pantalones	\$	18,00
Faldas	\$	15,00
Medias	\$	2,50
Bordados y estampados para diferentes prendas (entre)	\$	0,90 \$ 1,00

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Élite Deportiva

El implemento de un catálogo electrónico en Casa Textil Élite Deportiva es preponderante para dar a conocer a los diferentes clientes la variedad de diseños, estilo, y precios respectivos de cada producto, de modo que el cliente pueda tener información accesible en todo momento y hacer sus pedidos vía online de una manera mucho más rápida e inteligente. El uso de la tecnología e-business posibilita el crecimiento de esta empresa de una manera mucha más vertiginosa y a la par con los constante cambios que se suscitan en el entono.

Plaza.- se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor). Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

Casa Textil Élite Deportiva es una empresa que actúa en un segmento muy diverso a en la Provincia de Santa Elena, adaptando su producto ya sea a nivel

corporativo (Instrucciones del Sector Público), a nivel educativo (Escuelas, Colegios) y a nivel deportivo. Esta empresa no solo confecciona prendas para la distribución local, dado el variado estilo y calidad de sus diseños, tiene la oportunidad de exportar equipos deportivos y bordados en diferentes prendas a ciudades como: Guayaquil, Ambato, Loja y Manta y llegar con sus productos hacia otros mercados

Promoción.- Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales. La mezcla de promoción está constituida por promoción de ventas, fuerza de venta o venta personal, publicidad y relaciones públicas, y comunicación interactiva (marketing directo, catálogos, webs, telemarketing).

La promoción es una estrategia corporativa por medio de la cual se influye y persuade al cliente para que este se motive a realizar la compra, Casa Textil Élite Deportiva aplica promociones como las de ofrecer un equipo adicional, una cinta para reina y un balón de fútbol.

Pero la mezcla de promoción no sólo es ofrecimiento, además trata las formas y medios de como dar a conocer el producto, en este sentido se puede resaltar que gracias a la confianza que Casa textil Élite Deportiva ha logrado captar en sus clientes, ha podido dar lugar a que se genere una publicidad efecto bola de nieve. Este es el único medio por el cual los clientes pueden conocer del servicio que ofrece ésta microempresa.

Con la aplicación del e-business y la creación de una plataforma virtual se torna más fácil la forma de difundir los diferentes producto para que el cliente capte de una mejor manera los detalles de cada uno de ellos, no hay otra mejor forma de hacerlo que utilizando las herramientas tecnológicas con aplicación e-business las cuales posibilitan que el producto tenga mejor salida en espacio-tiempo, permitiendo el desarrollo de una gran ventaja competitiva.

1.1.11 Valor que genera el E-business

La nueva economía se configura alrededor de una vanguardia constituida por las empresas que están naciendo al calor del fenómeno internet y de una nueva manera de hacer negocios e-business, utilizando dicha plataforma.

Sin duda alguna la aplicación del e-business es un proceso revolucionario que integra a la empresa con todos aquellos con quienes desee transar en lo referente a la actividad económica a la que esta se dedique: a continuación se detalla el valor que genera el e-business

Reducción de Consto (abastecimiento)

- El Flujo de trabajo interno se vuelve más eficiente
- Mejor ejecución de transacciones de compra y relación con proveedores
- El proceso de compra se da de forma más estratégica

Incremento de ingreso (ventas)

- Se establecen canales de ventas más rentables
- Se fortalece las relaciones con los clientes
- Se extiende el alcance a nuevos clientes

Servicios y relaciones (información al consumidor)

- Proporciona información para generar oportunidades de venta
- Se puede proveer información post venta en tiempo real

1.2 Casa Textil Élite Deportiva del Cantón la Libertad.

1.2.1 Constitución de la Compañía

Casa Textil Élite Deportiva se funda en el año 2000 con el nombre de “**Joy Sport**”, a cargo de tres socios en ese entonces Don José Verdesoto, Vinicio Verdesoto (hermanos) y Edwin Nieto, manteniéndose en el mercado por un

periodo de tres años. En el año 2003 debido a la desintegración de uno de los socios, se proyecta al mercado con una nueva razón social, pasando de ser **“Joy Sport”** a **“J&V Deportes”** integrada por Don José Verdesoto y Vinicio Verdesoto (hermanos), enfocada única y exclusivamente al ámbito deportivo.

En el año 2005 surge un nuevo cambio de razón social pasando a ser a la actualmente conocida Casa Textil **“Élite Deportiva”**, integradas por los esposos Vinicio Verdesoto y la Sra. María Paladines, propietarios en la actualidad, manteniéndose en el mercado por mas de seis años. Esta microempresa nace debido a las diversas expectativas y exigencias del entorno, con una nueva y variada línea de productos.

Pese al poco tiempo que Casa Textil Élite Deportiva tiene en el mercado a cargo de los esposos, Vinicio Verdesoto y la Sra. María Paladines (Administradores), ha logrado ganar permanencia y prestigio en el mercado Peninsular, debido al excelente servicio que le brinda a sus clientes y al ofrecimiento de prendas de calidad que imponen la moda en el ámbito del buen vestir.

Casa Textil Élite Deportiva es una institución con autonomía propia y opera de forma independiente, haciendo uso de diversas herramientas que le permiten entregar al cliente lo mejor en prendas de vestir, mismas que pasan por un riguroso proceso de control de calidad y estándares de producción.

1.2.1.1 Diagnóstico Empresarial:

Análisis FODA de Casa Textil “Élite Deportiva”

Fortalezas

- Confección de variedad de etilos y diseños de calidad
- Buena relación con los clientes y proveedores
- Se cuenta con excelente mano de obra para el proceso de producción

- Casa Textil Élite Deportiva goza de una buena imagen corporativa
- Casa Textil Élite Deportiva cuenta con una buena capacidad instalada.
- Se genera una publicidad efecto bola de nieve.

Oportunidades

- Debido a la poca competencia Casa Textil Élite Deportiva proyecta un excelente crecimiento en el campo textil-confecciones varias.
- Existen empresas que se dedican a la confección textil pero con un servicio limitado por tanto son vistas como tal y no como rivales.
- A nivel Peninsular se desarrolla un excelente ambiente deportivo, lo cual es beneficioso para Casa Textil Élite Deportiva debido a que se enfoca con mayor fuerza hacia este segmento.
- El incremento de la demanda en tiempos de olimpiadas colegiales, empresariales, campeonatos de interclubes e interbarriales, es un incentivo para incrementar los niveles de producción a corto y mediano plazo para poder cubrir los requerimientos de los clientes.

Debilidades

- Limitado espacio físico para establecer una adecuada departamentalización por procesos.
- Falta de conocimiento de las herramientas tecnológicas e integración de proceso e-business.
- Poco incentivo y capacitación por parte de las instituciones públicas para estimular a los pequeños empresarios a que hagan uso de las herramientas tecnológicas.
- No se cuenta con una estructura organizacional que formalice las funciones por departamentos.
- Falta de direccionamiento estratégico que se ocupe del análisis de la jerarquía de las metas estratégicas.

Amenazas

- Desarrollo de un entorno competitivo tecnológico con novedosos estilos online.
- Incremento de clientes inteligentes mucho más persuasivos.
- Introducción de nuevos competidores online al mercado textil de la Provincia de Santa Elena como: Coral Sport Confecciones Deportivas y Serigrafías, Marathon, Microempresa Spondylus, Comercial Daniela, comercial Heredia, J&V Sport, y otros.
- Creación de nuevas políticas gubernamentales (uniformes gratuitos)
- Constantes variaciones inflacionarias.

1.2.1.2 Segmentación

Casa Textil Élite Deportiva ofrece una amplia línea de diseños y estilos a diferentes empresas del sector público y privado, entre estos tenemos los que se detallan a continuación.

Empresas del Sector Público a los que les confecciona uniformes de trabajo:

- Municipio del Cantón Santa Elena
- Municipio de La libertad
- Base Naval de Salinas
- Consejo Provincial de Santa Elena (trabaja con los abajo detallados)
- Instituto Nacional de la Niñez y la Familia
- Ministerio de Inclusión Económica y Social
- Ministerio de Salud Pública (Bordado de logotipo)
- Colegio Céleri Avilés
- Colegio Libertad
- Colegio Santa Rosa

Instituciones del Sector Privado

- Unidad Educativa Liceo Cristiano
- Unidad Educativa Nuestro Mundo
- Colegio Dagoberto Montenegro
- Escuela 25 de Septiembre (Uniforme Deportivos)
- Escuela Virgen del Cisne (Uniforme Deportivos)
- Escuela Virgen Inmaculada (Uniforme Deportivos)
- Escuela Barquito de Papel (Uniforme Deportivos)
- Ecuajunor (torneo de tenis de Guayaquil)

Casa Textil Élite Deportiva enfoca más sus servicios al ámbito deportivo, y en ocasiones confecciona prendas formales a pedidos de las instituciones que lo requieran y soliciten. Esto se da con el propósito de lograr satisfacer cada una de las necesidades del cliente.

1.2.2 Recursos de la organización

Activos Inmovilizados

Los activos inmovilizados constituyen los activos físicos de la empresa, terrenos, edificios, maquinaria, vehículos, equipos informáticos y mobiliario. En el inmovilizado también se incluyen las propiedades que tiene la empresa entre otros y activos intangibles como las patentes y las marcas registradas.

El campo textil es extenso y dada la variedad de procesos y subprocesos se que se suscitan en la confección de las diversas piezas, es necesario se cuente con las suficientes herramientas que permitan cumplir con cada uno se los procesos para efectos de producir prendas que se adecuen y a los requerimientos de los clientes, para ello Casa Textil Élite Deportiva cuenta con varias activos físicos que le permiten llevar a cabo sus actividades diarias, entre estas están:

Cuadro N° 2 Activos inmovilizados

ACTIVOS INMOVILIZADOS	CANTIDAD
Terreno (10 x 20 m)	1
Maquinarias	
Máquina Sublimadora	3
Cortadora Eléctrica	3
Máquinas de coser industriales	11
Equipo informático	
Bordadora Computarizada	4
Mobiliarios	
Vitrinas	3
Escritorio	1
Sillas	3

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Élite Deportiva

Debido a los diversos cambios tecnológicos que se suscitan en el entorno, se deduce que el implemento de los suficientes equipos informáticos y las herramientas de aplicación e-business en los diferentes procesos y subprocesos de Casa Textil Élite Deportiva le permitirá mejorar su posición en el mercado, desarrollar mejores ventajas competitivas e incursionar en nuevos mercados, y captar mayor clientela.

Talento Humano

El factor humano, recurso fundamental para gestionar los procesos organizacionales, dado que sin su aporte no sería posible el cumplimiento de los objetivos y metas planteadas. El que estos se desempeñen de la mejor forma posible implica gestionar y administrar de la manera más adecuada su desempeño, y esto incluye supervisión, capacitación constante y compensación. Administrar la fuerza de trabajo de la manera más inteligente y productiva es una tarea clave para la función de las operaciones.

Casa Textil Élite Deportiva, a más de los esposos propietarios, cuenta con ocho colaboradores, quienes se desenvuelven en las diferentes áreas para gestionar los

procesos de producción. En vista de que esta empresa no cuenta con una departamentalización bien definida, a criterio del investigador se consideró establecer los departamentos de la siguiente forma:

Cuadro N° 3 Talento humano

ÁREAS	ACTIVIDAD	# COLAB.
Operativa	Diseño y elección colores	1
	Confección	2
	Corte	1
	Bordado y Estampado	1
	Acabado, Empaq. Alma.	1
Marketing	Costo, Logística	1
Servicio	Atención al Cliente	1
Total		8

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Élite Deportiva

Según Cuesta A (2010) “La GRH (Gestión de Recursos Humanos) va dependiendo cada vez más de la capacidad de articulación entre los sistemas tecnológicos, fundamentalmente de las NTIC (Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones), la arquitectura organizacional (entendida como el conjunto de relaciones, tanto internas como externas, que la empresa construye) y el desarrollo del capital humano. En esa articulación, el factor determinante es la competencia laboral que portan las personas”. Pag # 111.

De acuerdo a lo citado por Cuesta Santos, la nueva era empresarial es mucho más exigente, conforme se dan los cambios tecnológicos y con ello la Gestión de Recursos Humanos se articula más a los sistemas tecnológicos, integrando a personal capacitado con conocimientos tecnológicos y/o capacitando al personal existente, a fin de que estos se vuelvan colaboradores inteligentes, y aprovechar dichos conocimientos para beneficio de la empresa, pues si las empresa no le apuestan al desarrollo del talento humano se mantendrán en un entorno sin posibilidades de crecimiento.

Cuesta A (2010), “La Gestión de Recursos Humanos ha entrado en la “era digital” del siglo XXI, y sus gestores han de estar a la altura de sus exigencias. Las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones han impactado con fuerza a la GRH, y sus gestores deberán actuar en consecuencia. El impacto recibido de las NTIC ha implicado configuraciones de los Sistemas de Información de Recursos Humanos (SIRH) automatizados. Y también se han configurado, en acepción más abarcadora, los denominados e-RR.HH. o e-GRH (expresión electrónica o digitalizada del sistema de GRH, así como de los distintos procesos o actividades clave que lo integran), derivando los e-reclutamiento, e-selección, e-learning, otros”. Pag # 103.

De acuerdo a lo argumentado por Cuesta Santos, las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones han generado un gran cambio en la Gerencia de Recursos Humanos, logrando que esta cambie en todo su contexto la forma tradicional de reclutar a los colaboradores, implementando nuevas formas de integrar a las personas haciendo uso de novedosas herramientas tecnológicas. El uso masivo de estas nuevas herramientas tecnológicas ha hecho posible que las empresas desarrollen excelentes prácticas empresariales, lo cual ha posibilitado que puedan seguir actuando en un entorno tecnológico y cambiante, y sus gestores han de estar a la altura de estas exigencias.

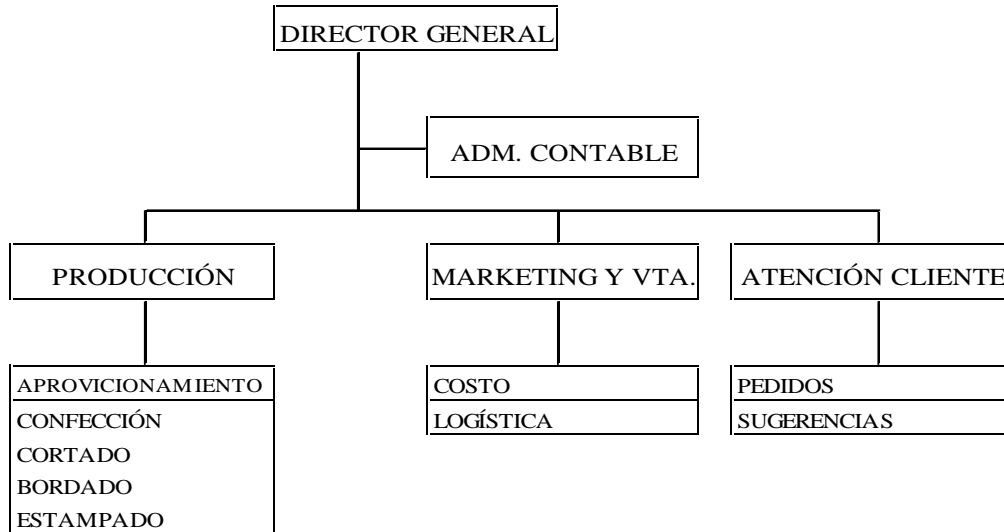
1.2.3 Estructura de la Organización

La estructura organizacional debe adecuarse a la situación de la empresa, es decir debe ser diseñada de tal forma que permita proporcionar un procesamiento de información suficiente para el desarrollo de una excelente fluidez y coordinación entre todos quienes conforman la organización.

Debido a que Casa Textil Élite Deportiva desarrolla sus actividades de forma empírica, no cuenta con una estructura orgánica definida que le permita

desarrollar una excelente coordinación interna. Por ello se propuso para Casa Textil Élite Deportiva la siguiente estructura orgánica.

Gráfico N° 4 Organigrama Élite Deportiva



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Élite Deportiva

Se establece una estructura funcional con vínculos horizontales de acuerdo a la situación actual de la empresa, en consideración a la logística y procesos internos que se llevan a cabo a diario. Casa Textil Élite Deportiva cuenta con 10 integrantes los cuales se detallan a continuación en la siguiente tabla.

Cuadro N° 4 Áreas de Élite Deportiva

ACTIVIDAD	# COLAB.
Gerente General	1
Adm. Contable	1
Diseño y elección colores	1
Confección	1
Corte	2
Bordado y Estampado	1
Acabado, Empaq. Alma.	1
Costo, logística	1
Atención al Cliente	1
Total	10

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Élite Deportiva

1.2.3.1 Áreas de Casa Textil Élite Deportiva

Casa Textil Élite Deportiva cuenta con cinco áreas en toda su estructura interna como se definió anteriormente en el organigrama. A continuación se definen los procesos que se llevan a cabo dentro de las áreas operativas, marketing y servicios, áreas a las que se enfoca la investigación, y como influye el e-business aplicado y las herramientas tecnológicas en cada proceso.

1.2.3.1.1 Operativa

El área operativa en Casa Textil Élite Deportiva se dedica a la ejecución de todas aquellas acciones tendientes a generar el mayor valor agregado mediante la planificación, organización, dirección y control en la producción, destinado todo ello a aumentar la calidad, productividad, disminución de costes, para poder satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes.

En esta área se llevan a cabo los diferentes procesos de producción para obtener los diseños de diferentes estilos y acabados, como son; selección del diseño y elección de colores, corte, confección, bordado y estampado si lo requiere y por último el acabado final, para luego ser empaquetado y almacenado, quedando listo para la venta.

Berenguer J (2004), “El uso de aplicaciones e-business conforma una variadísima gama de soluciones informáticas cuyo principal objetivo es unir el punto de producción con el punto de entrega o de compra. Se pretende, en definitiva, establecer un flujo de información paralelo al flujo del producto. Esto permite planificar, ejecutar y controlar los tiempos de la empresa con la base de datos reales. En esta gama de soluciones se pueden encontrar informaciones más focalizadas a la planificación (determinación de recursos para llevar a cabo planes), a la ejecución (aplicar los recursos disponibles para dar mejor servicio), al control (supervisar la ejecución, cotejarla con los planes, medir desviaciones y establecer medidas correctivas) o a la toma de decisiones (analizar escenarios)”. Pag # 75.

De acuerdo a lo argumentado por José Berenguer, el uso de las herramientas e-business dentro de la área de producción genera una ventajosa estrategia para la empresa estableciendo un flujo de información paralelo al flujo del producto, permitiendo planificar, controlar y ejecutar los tiempos de producción en base a tiempos reales, minimizando errores a gran escala.

1.2.3.1.2 Marketing

Casa Textil Élite Deportiva no cuenta con un plan de marketing que permita generar una guía para difundir los diferentes productos con mayor profundidad, el reconocimiento de los productos y de la empresa se da mediante un efecto bola de nieve.

Berenguer J. (2004), “Las aplicaciones para el marketing son herramientas que permiten a la empresa desarrollar un marketing científico, analítico y experto, basado en el conocimiento exhaustivo de sus productos, precios, clientes y canales. El objetivo prioritario de un sistema de información de marketing es la optimización de las variables controlables del marketing mix (precio, producto, comunicación y distribución), y el soporte al análisis y predicción de aquellas variables no controlables, mediante la utilización de modelos y técnicas de estadística avanzada. El núcleo de estos sistemas suele ser la base de datos de marketing que debe disponer de toda la información necesaria para el análisis y la toma de decisiones”. Pag # 80.

De acuerdo a lo argumentado por José Berenguer, el área de marketing se encarga de hacer efectivo el acto de las ventas, mediante la utilización de modelos y técnicas avanzada, basado en la información que se obtiene del mercado en cuanto a los productos, calidad y precios, con el objetivo de llegar a los clientes de una forma más efectiva, esto implica desarrollar un marketing científico, analítico y experto, basado en el conocimiento exhaustivo de sus productos, precios y clientes.

1.2.3.1.3 Servicios

El área de servicio en Casa Textil Élite Deportiva se enfoca en ofrecer un buen servicio a los diferentes clientes, abasteciéndolos de los pedidos que hacen a la empresa en el menor tiempo posible y receptor las diferentes críticas constructivas y sugerencias con respecto a los productos y atención recibida. Esto implica una orden de entrada total, es decir mantener un contacto directo con los clientes para los procesos de pedidos, empaque, facturación y control total de la satisfacción de los requerimiento del usuario.

Colom A. (2006), “Como elemento fundamental del tratamiento individualizado de los clientes que estamos comentando, base del marketing directo y el comercio electrónico, se debe citar la necesidad de elaborar una completa base de datos de clientes que debe contener todas sus características relevantes como tales. A partir de ahí se podrá explotar dicha base, destacando nuevos gustos, planteamiento de variantes del producto o nuevos productos, disminución o eliminación de defectos, pero también se podrán identificar grupos con unos mismos gustos o necesidades, y se podrán diferenciar así las ofertas para cada grupo o incluso para cada individuo”. Pag #11.

En opinión al argumento de George Colom, el servicio que se da al cliente es clave para el éxito de la empresa, y para ello se necesita de una base de datos de estos, con sus diversas características, gustos y preferencia con el fin de poder llegar de una forma efectiva, permitiendo a la vez identificarlos por grupos de preferencia y de esta forma centralizar las ofertas por grupos de mercados individualizados y obtener mejores resultados corporativos y permanencia de la empresa porque “el éxito de estas depende del tratos que brinden a sus clientes”.

1.2.4 Proceso Productivo

El proceso productivo que se desarrolla en Casa Textil Élite Deportiva comprende las diferentes actividades de generación secuencial que se llevan a cabo, e

instalaciones que se utilizan para la obtención de los diferentes diseños de variados estilos. Este incluye las diferentes herramientas, tecnología, flujo de proceso y distribución de las instalaciones inmersas en el proceso de producción.

1.2.4.1 Control de Calidad

Lefcovich M. (2009), “La búsqueda continua de perfeccionamiento encuadra con la necesidad imperiosa de detectar, prevenir y eliminar los desperdicios, algo que toma cada día más auge tanto por la escasez de los recursos, como por los problemas ambientales y ecológicos, sumado a los altísimos grados de competitividad. Ya no hay margen para aquellas empresas que quieren sobrevivir y triunfar en un determinado campo de actividad sujeto a las presiones externas. Eliminar desperdicios mediante la mayor eficiencia de las actividades, eliminando por otro lado aquellas no generadoras de valor, implica un mayor nivel de productividad para la empresa, y con ello una mayor ventaja competitiva en los mercados”. Pag # 14.

En opinión al criterio citado por Mauricio Lefcovich, se establece que el complejo entorno en el que actúan las empresas es mucho más exigente día a día, lo cual obliga a las empresa a actuar del mismo modo, implementando y haciendo uso de nuevas herramientas tecnológicas que le permitan optimizar materia prima en todo el proceso de producción, eliminar capacidad ociosa y minimizar riesgos corporativos, desarrollando mayores y mejores niveles de productividad y con ello una notable ventaja competitiva frente a la competencia, llevando a la empresa a perfeccionar sus habilidades, destrezas y formas de actuar en base a nuevos procesos tecnológicos.

Según Lefcovich M. (2009), “La función de operaciones es casi siempre responsable de la calidad de los bienes y servicios producidos. La calidad es una importante responsabilidad de operaciones que requiere del apoyo total de la organización. Las decisiones sobre calidad deben asegurar que la calidad se mantenga en el producto en todas las etapas de las operaciones: se deben establecer estándares, diseñar equipo, capacitar gente e inspeccionar el producto o servicio para obtener un resultado de calidad”. Pag # 6.

En opinión al criterio citado por Mauricio Lefcovich, se deduce que la calidad de un producto es como la carta de presentación de una empresa ante el cliente, por ello depende mucho de las decisiones que se tomen en toda las etapas del proceso de producción de los productos para obtener excelentes resultados de calidad y ofrecer lo mejor que esté al alcance de la organización para satisfacer las necesidades y requerimientos del cliente.

Casa Textil Élite Deportiva lleva un riguroso y óptimo control de calidad en todo el proceso de producción, empezando por aprovisionarse de materia prima de calidad (tela resistente, buen tejido) para fabricar productos que se adecuen a los requerimientos y exigencias los clientes, además el control de calidad implica cumplir con varios estándares, diseños de los productos, inspección rigurosa de la confección para obtener resultados de calidad, con el objetivo de que esta se mantenga en todas las etapas del proceso de producción.

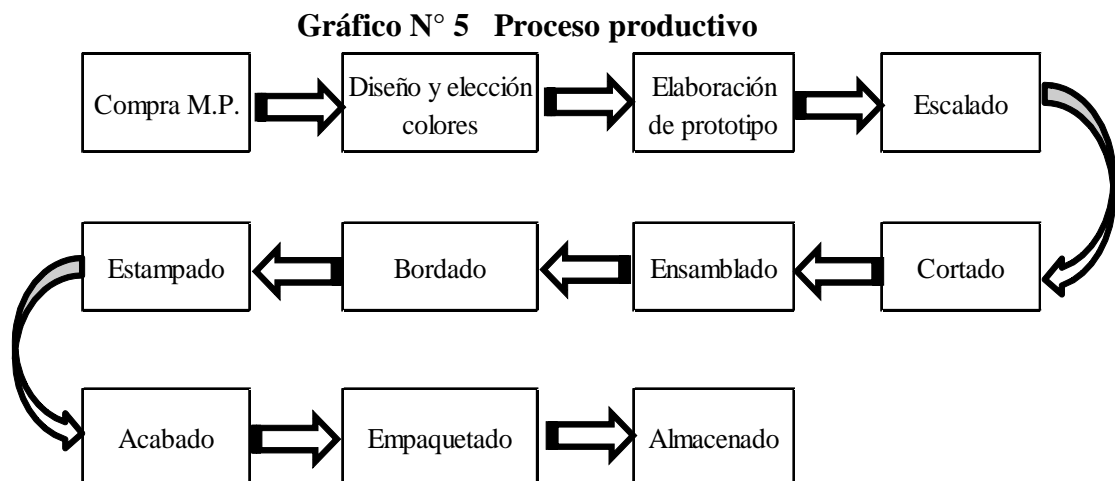
1.2.4.2 Calidad de Servicio

Calidad en el buen servicio es un principio para Casa Textil Élite Deportiva, la cual implica desarrollar relaciones duraderas, escuchando con respeto cada una de las críticas constructivas y requerimientos exclusivos de los clientes, y de cada una de las personas que ingrese a esta empresa.

El propósito de esta es complacer en lo más mínimo las exigencia de los diferentes clientes, procurando que estos se lleven una excelente imagen de la empresa y retengan un buen concepto de los diferentes diseños que se producen en esta, la aceptación y credibilidad de todos quienes conforman la cadena de valor refleja el compromiso que Casa Textil Élite Deportiva tiene con cada uno de ellos. Por ello el esfuerzo de generar mejores estrategias de innovación tecnológicas empresariales para mejorar la calidad en el servicio y conseguir mejores relaciones con los clientes, todo esto implica desarrollar prácticas empresariales que generen una mejora notable para Casa Textil Élite Deportiva

1.2.5 Procesos Metodológicos

Como se detalló anteriormente Casa Textil Élite Deportiva emplea un riguroso proceso de producción, mismo que se detalla a continuación. El flujo comienza con la compra de las materias primas para la producción, esto generará una entrada de las mismas a la empresa para posteriormente, aplicar el diseño y selección de colores según el requerimiento del cliente, seguido de una elaboración del prototipo, escalada, cortado, ensamblado, bordado, estampado (si la prenda lo requiere), y por último el acabado y empaquetado de la prenda, para posteriormente ser almacenada en espera de que el cliente las retire o se envíe al consumidor final.



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Élite Deportiva

1.2.6 Fundamentación legal

El tema del comercio electrónico es completamente nuevo, razón por la que no ha sido tratado con detenimiento, a esta aseveración se suma que el comercio electrónico se vislumbra como un adicional elemento estratégico para la integración de los países, pues abre grandes posibilidades para incrementar el intercambio comercial entre ellos. Ambos argumentos, por sí mismos, hacen imperiosa la necesidad de contar con un marco legislativo que permita el desarrollo controlado de esta modalidad de comercio internacional.

Seguridad jurídica con la que otros países han desarrollado

Entre las iniciativas legislativas regionales sobre comercio electrónico destaca la ley Colombiana, instrumento que prevé la entidad de certificación y proporciona una definición de la misma. Asimismo en Ecuador y Venezuela existen ya algunas iniciativas que se han traducido en proyectos. En Perú, se ha avanzado en algunos proyectos que tienen relación con la firma y el certificado digital. En Bolivia las disposiciones que avalan las operaciones de comercio electrónico se encuentran en el código de comercio, ley inicial para cualquier acto comercial, pues hasta la fecha no existe proyecto o norma legal expresa que contemple específicamente esta temática. El uso del e-business se proyecta como una forma novedosa de transar, llevando al declive la forma tradicional de realizar negocios, poniendo de manifiesto el rápido desarrollo que proyectan las diferentes instituciones que lo aplican, tornando todo mucho más sencillo para los usuarios, de esta forma podemos apreciar en la actualidad que muchos usuarios pueden:

- Realizar diferentes pagos mediante transferencia bancarias
- Realizar pagos de impuestos de ley
- Compra y venta a través medios electrónicos
- Contratación de bienes y servicios a través de medios electrónicos
- Pagos al seguro social, entre otros.

El uso del e-business fomentará una nueva forma de realizar negocio en la industria textil Peninsular, conforme fundamentación legal puesto que:

De acuerdo a lo establecido en la sección sexta, Art. 381 de la Constitución de la República.- El estado protegerá, promoverá y coordinará la cultura física que comprende el deporte, la educación física y la recreación, como actividades que contribuyen a la salud, formación y desarrollo integral de las personas; impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo,

barrial y parroquial; auspiciará la preparación y participación de los deportistas en competencias nacionales e internacionales, que incluyen los juegos olímpicos y paraolímpicos; y fomentará la participación de las personas con discapacidad.

Que el Art. 383 de la Constitución de la República señala.- Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

Que el Art. 3 de la Ley del deporte, educación física y recreación .- De la práctica del deporte, educación física y recreación dice.- La práctica del deporte, educación física y recreación debe ser libre y voluntaria y constituye un derecho fundamental y parte de la formación integral de las personas. Serán protegidas por todas las Funciones del Estado.

Conforme a las leyes citadas se desarrolla una base en términos legales que generan un incentivo para las empresas textiles de la Provincia de Santa Elena, permitiéndoles desarrollar su actividad en base a primicias argumentadas conforme a la Constitución de la República, y la Ley del Deporte, Educación Física y Recreación del Ecuador. En base a esta argumentación Casa Textil Élite Deportiva se permite crear sus diseños para satisfacer los requerimientos de los clientes según el tiempo y espacio en el que a este se le genere la necesidad.

1.2.7 Industria Textil Deportiva en la Provincia de Santa Elena

La industria textil deportiva en la Provincia de Santa Elena es un sector con poca extensión a nivel Peninsular, como es de conocimiento el Cantón la Libertad es el lugar en donde se ha dado el mayor asentamiento empresarial de la Provincia de Santa Elena, y puede decirse que es uno de los principales lugares en donde se da el mayor flujo comercial de esta. Este sitio se ha tornado un sector que ha dado acogida a la mayor parte de las empresas generadoras de empleo, ayudando de

manera directa a la sostenibilidad de los hogares y por ende de la economía sostenible de la Provincia de Santa Elena.

Dentro del Cantón la Libertad se sitúa el mayor asentamiento microempresarial textil deportivo, en donde esquemáticamente cada institución se haya posesionada estratégicamente, considerando el lugar mejor idóneo para el desarrollo de sus actividades y consecución de sus objetivos, entre estas organizaciones destacan:

Casa Textil Élite Deportiva ubicada en la Av. 3ra. Sector 7 Barrio Rocafuerte diagonal al Banco Solidario, con una excelente reputación lograda a lo largo del tiempo, ofreciendo un excelente servicio con un estilo único y característico en el ámbito deportivo, brindando una gran variedad de estilos y diseños a precios cómodos confeccionados conforme se dan las exigencias de los diferentes clientes, entre estos:

Cuadro N° 5 Tipo de prendas deportivas

PRODUCTO	PRECIO x UNID.	
Equipos deportivos (niños)	\$	9,50
Equipos deportivos (adultos)	\$	12,00
Camisas deportivas	\$	6,50
Camisas tipo polo	\$	7,50
Chompas (entre)	\$ 12,00	\$ 18,00
Calentadores (entre)	\$ 18,00	\$ 25,00
Pantalones	\$	18,00
Faldas	\$	15,00
Medias	\$	2,50
Bordados y estampados para diferentes prendas (entre)	\$ 0,90	\$ 1,00

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Élite Deportiva

Microempresa Spondylus ubicada en la Av. Cuarta Barrio Mariscal Sucre a lado del Cañonazo Dos, la cual ofrece una gran variedad de estilos enfocados a diferentes sectores empresariales, entre estos:

Uniformes para:

- Empresas del sector Peninsular
- Colegios (deportivo u escolar)
- Hoteles
- Enfermeras, doctores
- Industria alimenticia y mecánica

Esta institución mantiene una amplia línea de productos:

- Camisetas
- Suéteres
- Pantalones
- Chompas
- Mandiles
- Overoles

Casa deportiva Nino Fabely Sport ubicada en la Av. 5ta. Sector 7 Barrio Rocafuerte, cual ofrece una reducida línea de prendas para la actividad deportiva, institución que produce bajo pedios, por lo que su actividad se desarrolla conforme se susciten los diferentes requerimientos, entre sus diseños tenemos

- Camisetas de variados estilos
- Calentadores
- Chompas
- Medias
- Uniformes de trabajo
- Equipos deportivos para niños
- Equipos deportivos para adultos
- Estampado y serigrafía

Casa de Bordados Maritex, ubicada en la Av. 3ra. en el Barrio Rocafuerte a un costado de la Fiscalía de Santa Elena, esta microempresa ofrece servicios según requerimientos del clientes, su actividad es la de estampar y bordar diseños en diferentes prendas de vestir, sean uniformes escolares, deportivos u empresariales, mas no la de producir prendas deportivas, salvo variadas ocasiones que el cliente requiera la confección de un diseño personalizado.

Coral Sport confecciones deportivas y serigrafías, ubicada frente al Edificio Valamar a un costado de la iglesia de la Libertad, esta institución se dedica a la

confección de equipos deportivos, ternos para educación física, gorras, camisetas, y estampados llanos, sublimados y de alto relieve.

Al igual que estas instituciones encontramos situadas varias microempresas que se dedican a la venta de ropa deportiva de variados estilos y diseños, como Novedades Heredia ubicada frente a la segunda entrada del Comercial Buenaventura Moreno, y en diferentes locales situados en la plata alta de este Centro Comercial como: local #8 la Colección Sport, local AF, AJ, ALL, AB, AD.

Marathon Sport situado en los interiores del Paseo Shopping en donde se ofrecen todo tipo de vestimentas e implementos deportivos como; camisetas, pantalonetas, chompas, calentadores, gorras, medias, polines, balones, zapatos deportivos, entre otros.

J&V Sport ubicada en la Av. 3ra Sector 7 Barrio Rocafuerte a un costado de Casa Textil Élite Deportiva, esta microempresa ofrece diversos tipo de ropa deportiva, sublimado, serigrafía, ropa empresarial, bordados computarizados.

Característico de la Provincia de Santa Elena es la gran cultura deportiva que se está desarrollando en sus diferentes cantones, lo cual hace que el target de mercado de estas instituciones sea muy competitivo y esto les permita precisar mejores estrategias de venta y por ende ser mucho más competitivas.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Diseño de la Investigación

El diseño de estudio que se empleó para Casa Textil Élite Deportiva fue el de campo, recurriendo a las fuentes de datos primarias y secundarias, que facilitaron la obtención de información pertinente para el desarrollo del trabajo de investigación.

Fuentes Primarias

- Se realizaron encuestas a los directivos e involucrados directos en los diversos procesos de Casa Textil Élite Deportiva, con el fin de dar respuestas concretas a los fines específicos que tiene la investigación.
- Se recabó información mediante la observación directa.
- Se realizó encuesta a un profesional con conocimientos en el tema e-business.

Fuentes Secundarias

Se obtuvo información relevante mediante artículos relacionados publicados en la internet, revistas, tesis relacionadas al tema, documentales y proyectos de empresas que hayan aplicado este tipo de herramientas tecnológicas.

Al emplear el diseño de campo se direccionó la investigación utilizando el método analítico y inductivo, así se pudo determinar, cual es la percepción, habilidades, destrezas que poseen quienes tienen relación directa con la microempresa Élite Deportiva del Cantón la Libertad, y a su vez se utilizó un enfoque cuantitativo, puesto que es el requerimiento que se necesitó para analizar los resultados provenientes de la encuesta entrevista, logrando así una descripción bastante objetiva de los hechos. Consiguientemente se definió la muestra, dato primordial pues mediante este se determinó el número real de personas con el que se contará para llevar a cabo el levantamiento de información.

2.2 Modalidad de la Investigación

La modalidad de la investigación que se utilizó en la relación del sistema fue la de proyecto factible. Comprende la elaboración de y desarrollo de una propuesta de uso de herramientas electrónicas de gestión empresarial viable, para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones con visión de cambio empresarial en sus diferentes procesos. Para la formulación y desarrollo en Casa Textil Élite Deportiva se debió apoyar en investigaciones de tipo documental y de campo, con la finalidad de dar respuestas a la Investigación.

2.3 Tipos de Investigación

Por el propósito

Aplicada: Gracias a la investigación planteada se pudo llegar a dar solución a la problemática encontrada en la Casa Textil Élite Deportiva.

Por el lugar

Bibliográfica: La investigación se apoyó en documentos, textos, y otros que hablan del tema, sirviendo esto para sustentar las teorías del conocimiento que se han enunciado en el presente trabajo.

Investigación de campo: La investigación se la realizó en el lugar donde existe el problema, es decir se llevó a cabo en la Provincia de Santa Elena, Cantón la libertad, en Casa Textil Élite Deportiva, con el fin de dar a conocer a quienes integran esta empresa, los beneficios provenientes de la aplicación del e-business y la influencia de sus herramientas tecnológicas integradas.

Por el Nivel de Estudio

Nivel descriptivo: La investigación está dirigida a observar y definir fenómenos para ver la relación que existe entre las variables constituyentes, desde un proceso metodológico a realizar.

Con el desarrollo del trabajo de investigación se pudo analizar los diversos factores y percepciones que se generan al aplicar el e-business en Casa Textil Élite Deportivas del Cantón la Libertad, enfocado básicamente dentro de tres áreas, entre estas; producción, marketing y servicio

Tipo de Estudio

Por la Dimensión Temporal

Diseños transversales: Porque se aplicaron los instrumentos de recolección de datos a diferentes grupos de clientes, colaboradores y propietarios de la empresa, por un período de tiempo necesario en el cual se recolectaron los datos estadísticos y la observación respectiva.

2.4 Métodos de Investigación

Siendo esta etapa de la investigación, en donde se expone la metodología a utilizarse para el desarrollo de la misma, lineamientos y características que ha de poseer, se consideró qué para llevar a cabo el objetivo general de la investigación los métodos a utilizarse sean el inductivo y analítico, los cuales se ocupan de estudiar los hechos particulares y los datos respectivamente en tiempo presente, es decir aquellos que ocurren en la actualidad, de esta forma se seleccionó las características principales del objeto del estudio producto de aplicación del e-business, entre estos:

- Conocimientos que poseen quienes integran la Casa Textil Élite Deportiva.
- Habilidades, con que cuentan.
- Destrezas que poseen.
- Medios que utilizan para generar desarrollo.
- Herramientas informáticas de conectividad.

2.4.1 Método Inductivo

Es aquel que parte de los datos particulares para llegar a conclusiones generales. La inducción es la forma de razonamiento por medio de la cual se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales.

Haciendo uso del método inductivo la investigación se enfocó en estudiar el nivel de conocimientos de todos quienes tienen relación directa con Élite Deportiva en relación a la herramienta e-business con el propósito de determinar por qué no se usa y aplica en Élite Deportiva.

Para Cerezal, Mezquita (2004), “El método inductivo tiene una gran importancia en la etapa de recogida del material empírico, ya que su pase directo es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan”.

2.4.2 Método Analítico

El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia. Este método nos permitió conocer más del objeto de estudio, con lo cual se pudo: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

El método analítico permitió conocer más del objeto de estudio; una vez determinado de forma general el porqué no se aplica las herramientas e-business

en Élite Deportiva mediante el método inductivo. Con el método analítico se pudo observar y comprender más a fondo la naturaleza de cada uno de quienes integran Élite Deportiva en cuanto a conocimiento de la herramienta e-business y las causas del por qué aun no se aplican en esta empresa.

De esta manera se planteó el panorama metodológico completo que muestra la forma en que se organizará todo el proceso de investigación para la Casa Textil Élite Deportiva y los aspectos metodológicos esenciales que guiaron este trabajo. “Es importante la claridad con que se precisa el objeto de estudio, porque refleja el posicionamiento del investigador y de su trabajo en el mapa metodológico de la investigación científica”.

2.5 Técnicas de Investigación

Técnicas La recolección de datos es la etapa del proceso de investigación que sucede en forma inmediata al planteamiento del problema. Es decir cuando se tienen los elementos que determinan lo que se va a investigar, se pasa al campo de estudio para efectuar la recopilación de datos.

Dicha recopilación se remite al uso de técnicas que establecen la forma o reglas para construir los instrumentos apropiados que permite el acceso a la información requerida.

Para llevar a cabo esta investigación se creyó conveniente considerar las siguientes técnicas de recolección de datos, para el levantamiento de información requerida.

La Observación: Es una técnica muy cuidadosa de aplicar, que permitió reafirmar de una manera directa las aseveraciones o preguntas formuladas en el proceso de investigación para dar respuesta a problemática de Casa textil Élite Deportiva.

En si la observación directa tuvo como objetivo observar directamente todo el proceso que lleva Casa Textil Élite Deportiva, combinando las técnicas de la encuesta-observación, esto permitió comprobar la veracidad y falsedad de las respuestas de los informantes.

La Encuesta. La encuesta constituye una herramienta que permite la recolección de información necesaria para dar repuesta a la hipótesis y estudio de las variables, para ello se creyó conveniente desarrollar un cuestionario de preguntas selectivas mediante las cuales se conoció la opinión de los propietarios, colaboradores y clientes de Casa Textil Élite Deportiva en lo referente a la aplicación del e-business.

La encuesta se presentó como el método más idóneo para recolectar la información dentro de Casa Textil Élite Deportiva, ya que definió el contexto de la experiencia y actitudes de los personas durante el trabajo. El instrumento para recoger los datos fue el cuestionario. Cuya aplicación masiva permitió conocer las opiniones y valoraciones que sobre determinados asuntos poseen los sujetos (encuestados) seleccionados en la muestra.

Para Trespalacios, Vázquez y Bello, “las **encuestas** son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar apriori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo”

La Entrevista: Se entabló conversación directa con un profesional experto en el tema con el fin de obtener un mejor criterio técnico en cuanto a la aplicación del e-business en pequeñas empresa textiles como Casa Textil Élite Deportiva.

La entrevista es una conversación entre dos o más personas, en la cual uno es el que pregunta (entrevistador). Estas personas dialogan con arreglo a ciertos

esquemas o pautas de un problema o cuestión determinada, teniendo un propósito profesional.

Otra definición sencilla sería:

La entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el tema propuesto.

El entrevistado deberá ser siempre una persona que interese a la comunidad. El entrevistado es la persona que tiene alguna idea o alguna experiencia importante que transmitir.

2.6 Instrumentos de Investigación

Guía de Observación.- Escrito esquemático en el que se anotaron, de una manera breve y ordenada, los puntos a observarse en Casa Textil Élite Deportiva, el cual se utilizó para desarrollar la observación directa del fenómeno investigado.

Encuesta.- Escrito esquemático diseñado con preguntas cerradas en base a la escala de likert, en el que se fundamentaron las ideas que se van a exponer, escritas de forma ordenada y numeradas, así se precisó con mayor claridad la relación y dependencia que hay entre ellas permitiendo la recolección de la información fidedigna en Casa Textil Élite Deportiva.

Guión de Entrevista.- Escrito esquemático que contiene las interrogantes sobre las que se anotaron, de una manera breve y ordenada, los puntos que se trataron en la entrevista personal que se aplicó al experto en el tema.

Escala de likert.- Es una escala psicométrica comúnmente utilizados en los cuestionarios, y es la escala más utilizada en estudios de investigación, de tal manera que el término es a menudo usado con escala de calificación. Al responder a un elemento de cuestionario tipo Likert, los encuestados especifican su nivel de

acuerdo o desacuerdo en un simétrico acuerdo-desacuerdo de escala para una serie de declaraciones, ejemplo.

¿Cree usted que si se implementan medios electrónicos en los procesos de, producción, marketing y servicio de Casa Textil Élite Deportiva se desarrollarían mejores oportunidades de venta?

Totalmente en desacuerdo () De acuerdo ()

Estoy en desacuerdo () Totalmente de acuerdo ()

2.7 Procedimientos

Los procedimientos expresan la distancia que marca el estudio de trabajo de investigación.

Se hará seguimiento a Casa textil Élite Deportiva por un lapso de 3 meses, a fin de determinar si la aplicación del e-business en las áreas de producción, marketing y servicios, le ha permitido desarrollar ventaja competitiva y mejorar la oportunidad de oferta en el mercado en el que se desenvuelve. Si los resultados son muy buenos es posible que las demás pymes de la Provincia de Santa Elena puedan hacer uso de él generando un notable desarrollo y mejores fuentes de ingresos.

2.8 Población y Muestra

2.8.1 Población

Para Fracica, población es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas la unidades de muestreo”.

Para Jany, población es “la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre la cuales se desea hacer inferencia, o bien unidades de análisis”.

En si se puede decir qué población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica común, la que se estudia analiza y da origen a los datos de la investigación a realizarse.

Se consideró que no se tenía mucho conocimiento del tema de investigación, por ello se ha creyó conveniente para dar validez a la investigación, preguntar a los involucrados directamente con la Casa Textil Élite Deportiva y si el caso lo amerita proporcionar una pequeña capacitación referente al tema, de modo que el resultado de los métodos a utilizarse den respuestas representativas de los clientes, colaboradores y directivos.

Se contó con una base de datos de 76 Clientes, dos directivos y ocho colaboradores dando un total de 86, considerados como tamaño de la población, con ello se realizó el muestreo Aleatorio Simple, puesto que se seleccionaron elementos específicos de la población con el fin de evitar complicaciones.

2.8.2 Muestra

Hernández y otros (2001), definen la muestra como “un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”.

Según Hurtado (1998) es una porción de la población que se toma para realizar el estudio, la cual se considera representativa (de la población). En el muestreo se seleccionan todas las unidades de estudio que serán observadas.

La muestra descansa en el principio de que las partes representan al todo y, por tal, refleja las características que definen la población de la que fue extraída, lo cual indica que es representativa. Por lo tanto, la validez de la generalización depende de la validez y tamaño de la muestra, de modo que la selección y el tamaño de la muestra van a jugar un papel muy importante en la investigación.

Una muestra debe ser representativa si va a ser usada para estimar las características de la población. Los métodos para seleccionar una muestra representativa son numerosos, dependiendo del tiempo, dinero y habilidad disponibles para tomar una muestra y la naturaleza de los elementos individuales de la población. Por lo tanto, se requiere un gran volumen para incluir todos los tipos de métodos de muestreo.

Muestreo aleatorio simple: Es aquel en que cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado para integrar la muestra. La muestra se tomó en base a una fórmula para sacar una cantidad de personas que nos puedan ayudar y aportar con criterio en cuanto a la aplicación de e-business en Casa Textil Élite Deportiva.

Una muestra simple aleatoria es aquella en que sus elementos son seleccionados mediante el muestreo aleatorio simple. En la práctica no nos interesa el individuo o elemento de la población seleccionado en general, sino solo una característica que mediremos u observaremos en él y cuyo valor será el valor de una variable aleatoria que en cada individuo o elemento de la población, puede tomar un valor que será un elemento de cierto conjunto de valores. De modo que una muestra simple aleatoria x_1, x_2, \dots, x_n se puede interpretar como un conjunto de valores de n variables aleatorias X_1, X_2, \dots, X_n independientes, cada una de las cuales tiene la misma distribución que es llamada distribución poblacional.

El cálculo del tamaño de la muestra es uno de los aspectos a concretar en las fases previas de la investigación y determina el grado de credibilidad que concederemos a los resultados obtenidos. Una fórmula muy extendida que orienta sobre el cálculo del tamaño de la muestra para datos globales es la siguiente:

$$n = \frac{P.Q.N}{(N-1)E^2/K^2 + P.Q}$$

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

K: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos.

Los valores k más utilizados y sus niveles de confianza son:

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

e: Es el error muestral deseado, el error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

p: Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

$$n = \frac{0,50*0,50*86}{6^2/2^2+0.50*0,50}$$

$$n = \frac{21,50}{(85)(0,0036)/4+0,25}$$

$$n = \frac{21,50}{(85)(0,009)+0,25}$$

$$n = \frac{21,50}{1,015}$$

$$n = 21$$

La investigación tuvo como base la recolección de información con un tamaño muestral de 21 personas para el estudio total de Casa Textil Élite Deportiva. Los objetivos de un proyecto de investigación como no requieren siempre una cuenta absolutamente exacta de la población entera, una aproximación confiable sería suficiente a menudo. Por lo tanto es común que se mida o registre solamente ciertas unidades de la población a la que puede permitirse y que sean necesarias para alcanzar las metas del proyecto. Sin embargo considerando que el resultado del tamaño de la población no es relativamente amplia se consideró para la recolección de datos la totalidad de la población, es decir, 86 personas lo cual además ayudó a la obtención de información con mayor veracidad.

Cuadro N° 6 Población de Élite Deportiva

INFORMANTES	CANTIDAD
Directivos	2
Colaboradores	8
Clientes	76
Total	86

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Élite Deportiva

2.8.3 Procesamiento de datos y Análisis

Después de haber recabado la información necesaria, a través de los instrumentos constituidos para tal fin, se procedió a procesar la información para realizar la interpretación final. Esto se dio con el propósito de estudiar la información recabada, la cual fue consistente de acuerdo a los requerimientos del estudio, identificándose con los objetivos planteados.

Una vez definidas las estrategias de investigación, se dio paso a lo siguiente:

1. Análisis estadísticos de resultados.- aplicando los procedimientos estadísticos pertinentes para determinar porcentajes.
2. Tabulación de los datos.- a través de determinación de las frecuencias.
3. Graficación de resultados.- Se aplicaron diagramas de pasteles y barras para representar los resultados obtenidos en la investigación.
4. Comprobación de hipótesis.- una vez revelados los resultados, se pudo comprobar la hipótesis planteada en un inicio.

Proceso a seguir:

- Revisión de instrumentos aplicados.
- Seguido de esto se procedió a la tabulación de datos con relación a cada uno de los ítems.
- Se utilizó el programa Microsoft Excel, para tabular la información de forma más rápida, sencilla y ordenada.
- Para una mejor comprensión análisis e interpretación de los resultados obtenidos del procesamiento de información, se desarrollaron cuadros y gráficos estadísticos por cada ítem tratado.
- El producto del análisis constituyó las conclusiones parciales que sirvieron para elaborar las conclusiones finales y recomendaciones.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Encuesta Aplicada a los Colaboradores de Casa Textil Élite Deportiva

1 ¿Tiene usted conocimientos en computación?

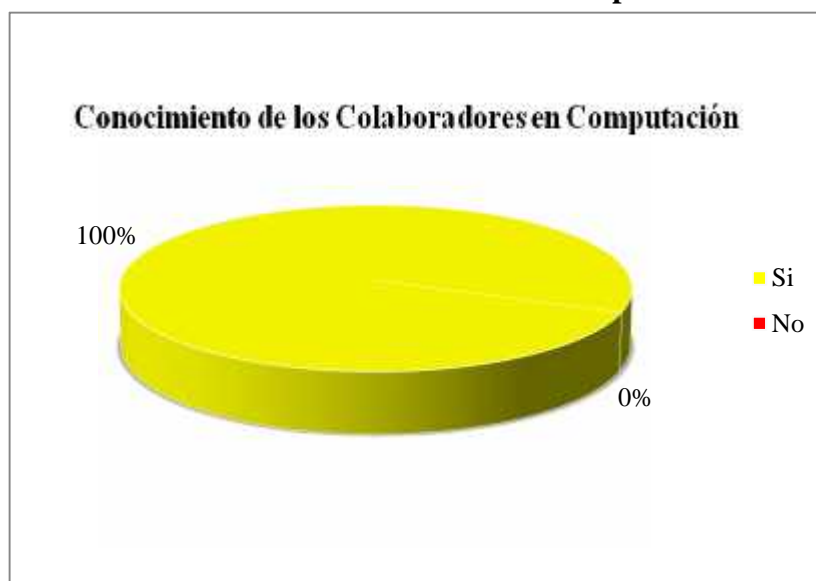
Cuadro N° 7 Conocimientos en computación

Categorías	Número	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Colaboradores

Gráfico N° 6 Conocimientos en computación



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Colaboradores

De la encuesta aplicada a los colaboradores de Casa Textil Élite Deportiva, en cuanto a si tienen conocimientos en computación, el 100% de estos si cuenta con el mismo, lo cual es beneficioso para esta empresa, sobre toda para el cumplimiento del objetivo de la investigación, puesto que de acuerdo a este el ambiente se torna flexible ante a la aplicación del e-business en los diferentes procesos de Casa Textil Élite Deportiva.

2 ¿Qué nivel tiene usted de conocimientos en computación?

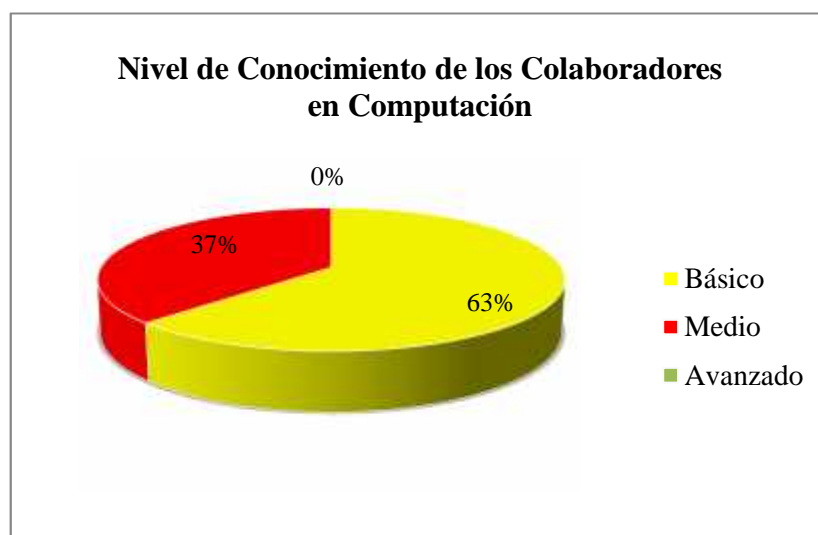
Cuadro N° 8 Nivel de conocimientos de colaboradores

Categorías	Número	Porcentaje
Básico	5	63%
Medio	3	37%
Avanzado	0	0%
Total	8	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Colaboradores

Gráfico N° 7 Nivel de conocimientos de colaboradores



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Colaboradores

Como se puede observar de acuerdo al resultado referente a qué nivel de conocimiento tienen los colaboradores en computación, se precisa que del 100% de estos el 62% cuenta con un nivel básico en computación, mientras que un 38 % de los colaboradores posee un nivel medio de conocimientos en computación, lo cual posibilita a Casa Textil Élite Deportiva a que pueda adoptar nuevas tecnologías para mejoramiento de sus procesos.

3 ¿Esta de acuerdo con que se implementen medios electrónicos en los procesos de producción, marketing y servicios de Casa Textil Élite Deportiva?

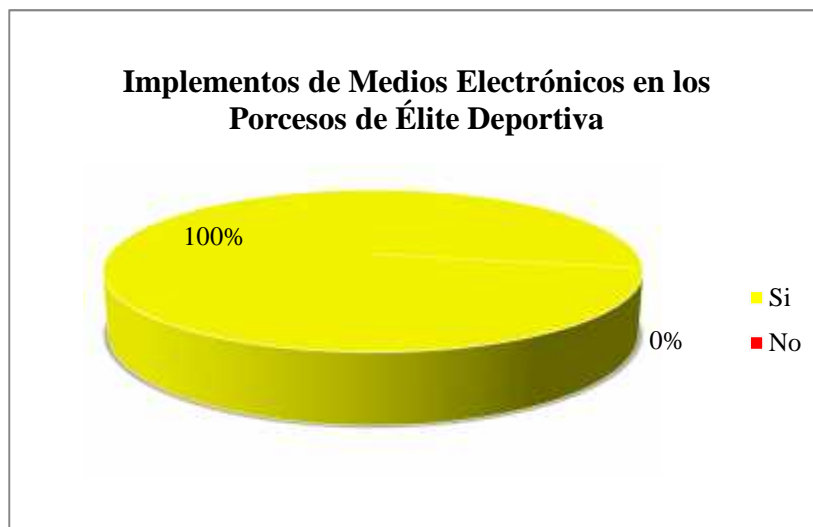
Cuadro N° 9 Implemento de medios electrónicos

Categorías	Número	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Colaboradores

Gráfico N° 8 Implemento de medios electrónicos



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Colaboradores

A criterio personal de cada colaborador, en respuesta a la pregunta si esta de acuerdo con que se implementen medios electrónicos en los procesos de producción, marketing y servicios de Casa Textil Élite Deportiva, el 100 % de estos considera apropiado el implemento de estos en los procesos de Casa Textil Élite Deportiva, para el mejoramiento continuo y responder con agilidad a las exigencias del entorno.

4 ¿Cree usted que si se implementan medios electrónicos en los procesos de Casa Textil Élite Deportiva se desarrollarían mejores oportunidades de venta?

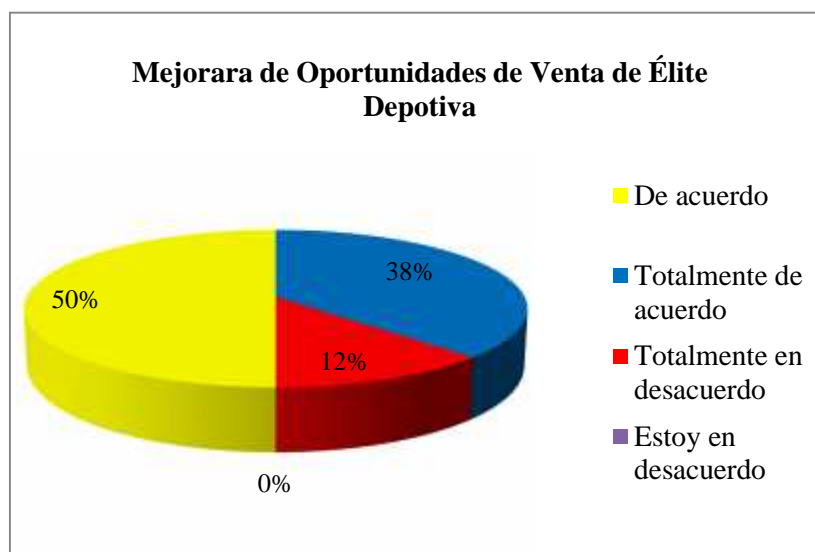
Cuadro N° 10 Oportunidades de venta

Categorías	Número	Porcentaje
De acuerdo	4	50%
Totalmente de acuerdo	3	38%
Totalmente en desacuerdo	1	12%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Total	8	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Colaboradores

Gráfico N° 9 Oportunidades de venta



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Colaboradores

El E-business es una herramienta que da un cambio total a los negocios que los aplican, en vista de aquello y en consideración a la mejora continua el 50% de los colaboradores está de acuerdo con que el uso de esta herramienta mejoraría las oportunidades de venta de Casa Textil Élite Deportiva, un 37% está totalmente de acuerdo en respuesta a esta pregunta, mientras que un 13% está en totalmente en desacuerdo.

5 ¿Se daría un mejor servicio a los clientes de Casa Textil Élite Deportiva si se lo hace a través de una página web?

Cuadro N° 11 Mejor servicio a los clientes

Categorías	Número	Porcentaje
De acuerdo	3	37%
Totalmente de acuerdo	5	63%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Total	8	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Colaboradores

Gráfico N° 10 Mejor servicio a los clientes



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Colaboradores

En respuesta a la pregunta planteada a los colaboradores, referente a si se daría un mejor servicio a los clientes si se lo hace a través de una página web, un 63% esta totalmente de acuerdo y consideran que se mejoraría el servicio si se lo hace de esta forma, y un 37% esta de acuerdo y considera que el servicio brindado se daría de una mejor manera.

6 ¿Cree usted que si se usan medios electrónicos para promocionar los productos de Casa Textil Elite Deportiva se estimularía más la compra de estos?

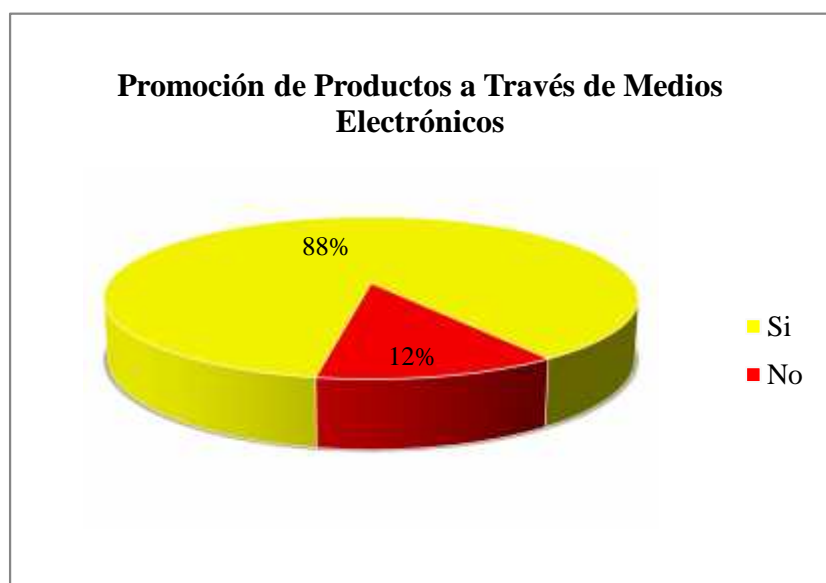
Cuadro N° 12 Promoción de productos

Categorías	Número	Porcentaje
Si	7	88%
No	1	12%
Total	8	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Colaboradores

Gráfico N° 11 Promoción de productos



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Colaboradores

Del 100% de las personas encuestadas un 87% de los colaboradores considera que si se promocionan los productos de Casa Textil Élite Deportiva haciendo uso de los medios electrónicos se estimularía más la compra de estos, mientras que un 13% considera que no se producirían reacciones positivas por parte de los clientes.

7 ¿Considera apropiado contar con herramientas electrónicas empresariales que propicie mayores ventajas competitivas a Casa Textil Élite Deportiva en su entorno?

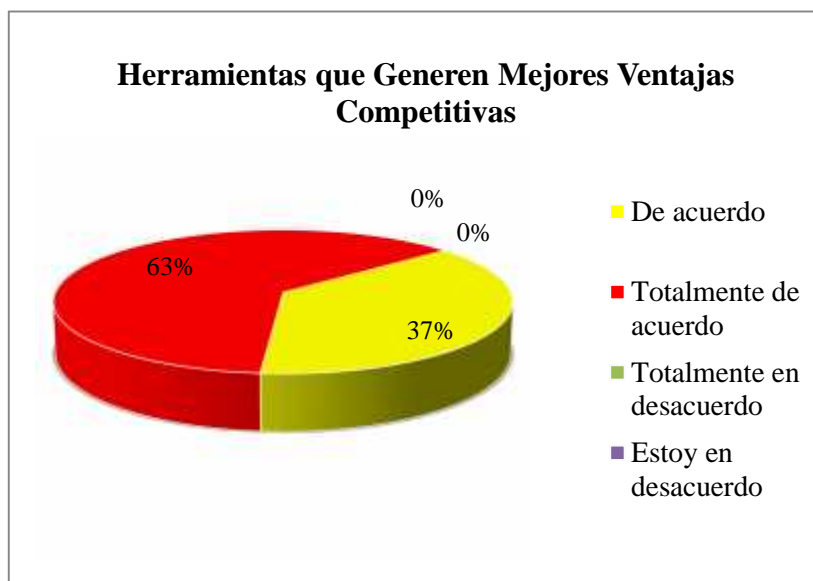
Cuadro N° 13 Herramientas que generen mejores ventajas competitivas

Categorías	Número	Porcentaje
De acuerdo	3	37%
Totalmente de acuerdo	5	63%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Total	8	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Colaboradores

Gráfico N° 12 Herramientas que generen mejores ventajas competitivas



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Colaboradores

Como se puede observar en la gráfica, un 63% de los colaboradores está totalmente de acuerdo y considera que se desarrollarían mejores ventajas competitivas en Casa Textil Élite Deportiva si esta cuenta con herramientas electrónicas, mientras que un 37% considera estar de acuerdo en respuesta a la pregunta planteada.

8 ¿Le gustaría desarrollar mejores habilidades utilizando herramientas tecnológicas para beneficio de la empresa y mejorar su eficiencia y eficacia?

Cuadro N° 14 Desarrollo de mejores habilidades

Categorías	Número	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Colaboradores

Gráfico N° 13 Desarrollo de mejores habilidades



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta Colaboradores

El 100% de las personas encuestadas dieron repuesta positiva en lo que respecta a la pregunta planteada, por consiguientes consideran apropiado trabajar con nuevas herramientas tecnológicas para desarrollar mejores habilidades, destrezas y ser mucho más eficientes y eficaces, logrando de esta forma el cumplimiento de los objetivos planteados por Casa Textil Élite Deportiva en mejores condiciones competitivas.

3.2 Encuesta Aplicada a los Directivos de Casa Textil Élite Deportiva

1 ¿Considera usted que un elemento clave dentro del proceso evolutivo de una organización es contar con herramientas electrónicas de Gestión Empresarial?

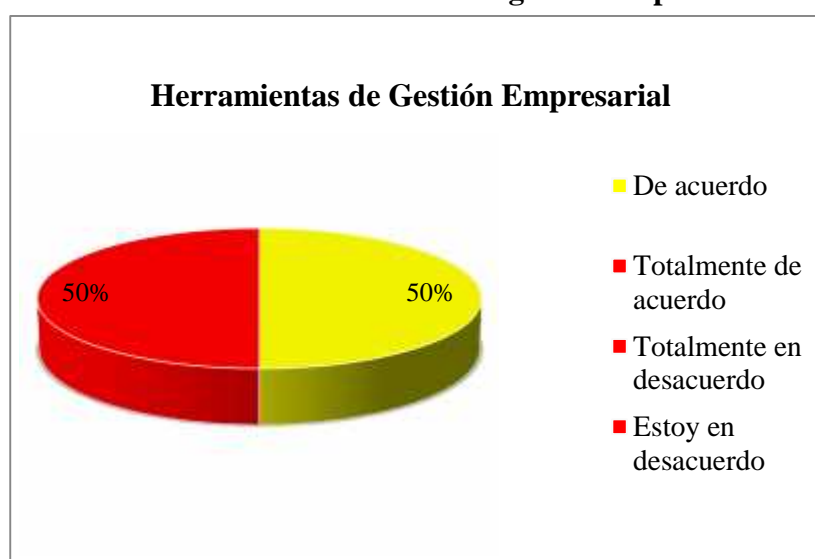
Cuadro N° 15 Herramientas de gestión empresarial

Categorías	Número	Porcentaje
De acuerdo	1	50%
Totalmente de acuerdo	1	50%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Total	2	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Directivos

Gráfico N° 14 Herramientas de gestión empresarial



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Directivos

De la encuesta aplicada a los directivos de Casa Textil Élite Deportiva el 50% considera y esta totalmente de acuerdo con que el uno de los elementos claves para que una empresa se mantenga por mucho tiempo en el mercado es haciendo uso de las nuevas herramientas electrónicas de gestión empresarial, mientras que el otro 50% considera estar de acuerdo, es respuesta a la pregunta planteada.

2 ¿Cree usted que si se implementan medios electrónicos en los procesos de producción, marketing y servicios de Casa Textil Élite Deportiva se desarrollarían mejores oportunidades de venta?

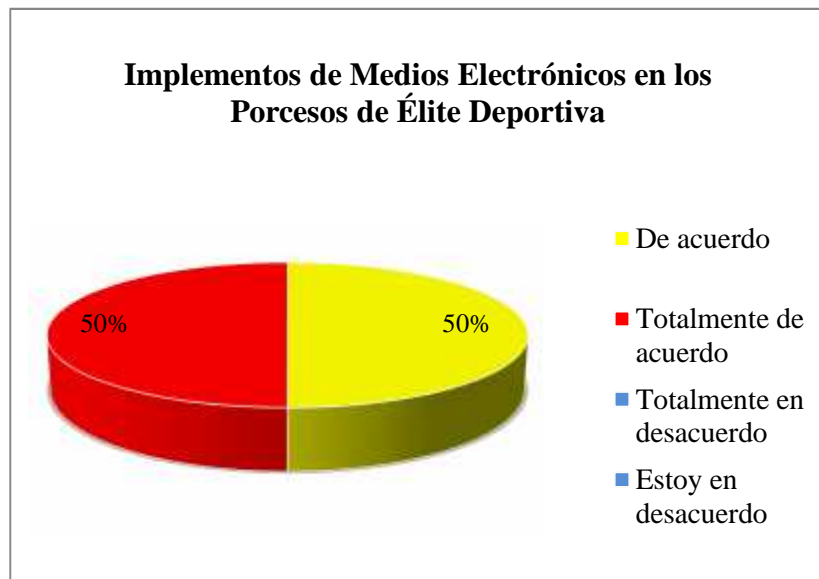
Cuadro N° 16 Implemento de medios electrónicos

Categorías	Número	Porcentaje
De acuerdo	1	50%
Totalmente de acuerdo	1	50%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Total	2	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Directivos

Gráfico N° 15 Implemento de medios electrónicos



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Directivos

A criterio personal de cada directivo, en respuesta a la pregunta si está de acuerdo con que se implementen medios electrónicos en los procesos de producción, marketing y servicios de Casa Textil Élite Deportiva, el 50 % de considera estar totalmente de acuerdo con el implemento de estos en los procesos de Casa Textil Élite Deportiva, y el otro 50% esta de acuerdo, en respuesta a la pregunta planteada, para poder responder con agilidad a las exigencias del entorno.

3 ¿Cree usted que se daría un mejor servicio a los clientes de Casa Textil Élite Deportiva si se lo hace a través de una página web?

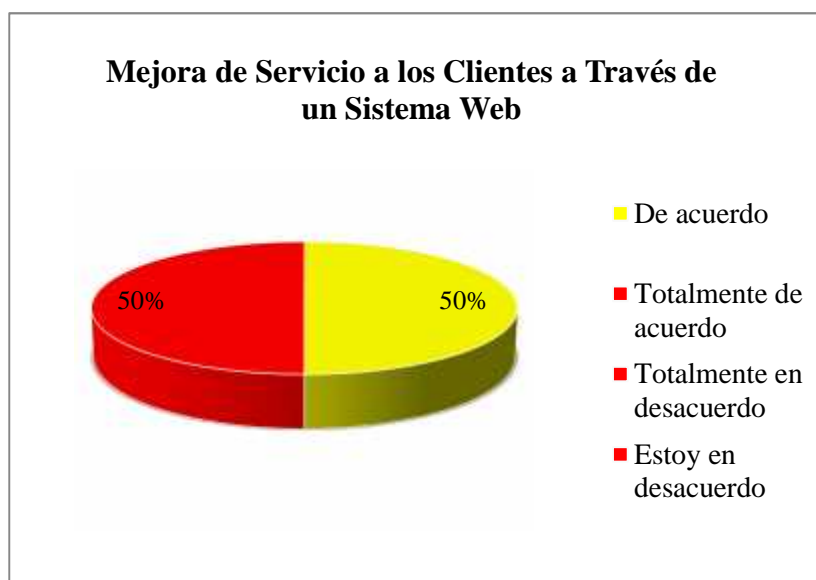
Cuadro N° 17 Mejor servicio a través de la Web

Categorías	Número	Porcentaje
De acuerdo	1	50%
Totalmente de acuerdo	1	50%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Total	2	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Directivos

Gráfico N° 16 Mejor servicio a través de la Web



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Directivos

En respuesta a la pregunta planteada a los directivos, referente a si se daría un mejor servicio a los clientes si se lo hace a través de una página web, el 50% esta totalmente de acuerdo y consideran que se mejoraría el servicio si se lo hace de esta forma, mientras que el 50% restante esta de acuerdo y considera que el servicio brindado se daría de una mejor manera.

4 ¿Es preponderante la capacitación de los colaboradores para crear ventaja competitiva y mejores resultados corporativos?

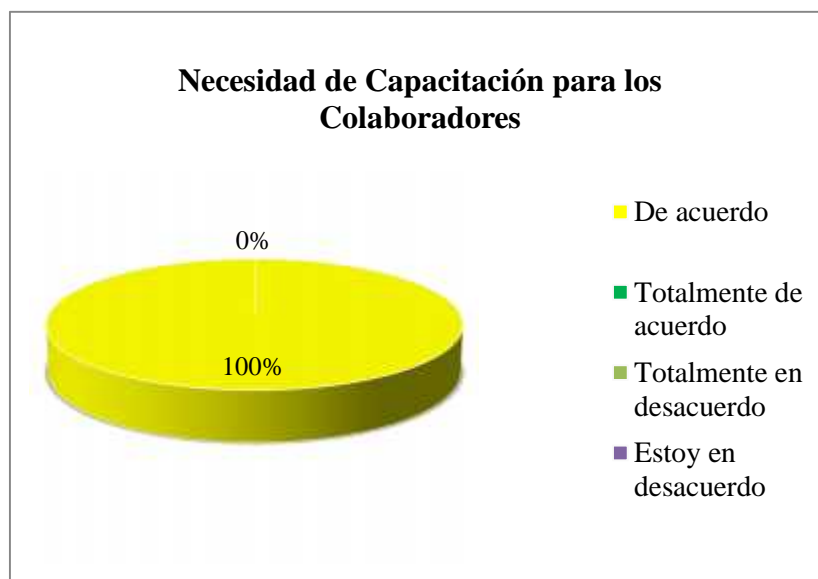
Cuadro N° 18 Capacitación a los colaboradores

Categorías	Número	Porcentaje
De acuerdo	2	100%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Total	2	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a directivos

Gráfico N° 17 Capacitación a los colaboradores



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Directivos

Como se puede apreciar en la grafica el 100% de los directivos considera que la capacitación de los colaboradores es fundamental para obtener mejores resultados y mayor ventaja competitiva para Casa Textil Élite Deportiva, pues de esto dependerá el que cada uno de ellos desarrolle mejores habilidades y destrezas.

5 ¿Cree usted que le resultaría más sencillo realizar sus pagos por la adquisición de materia prima a través de medios electrónicos?

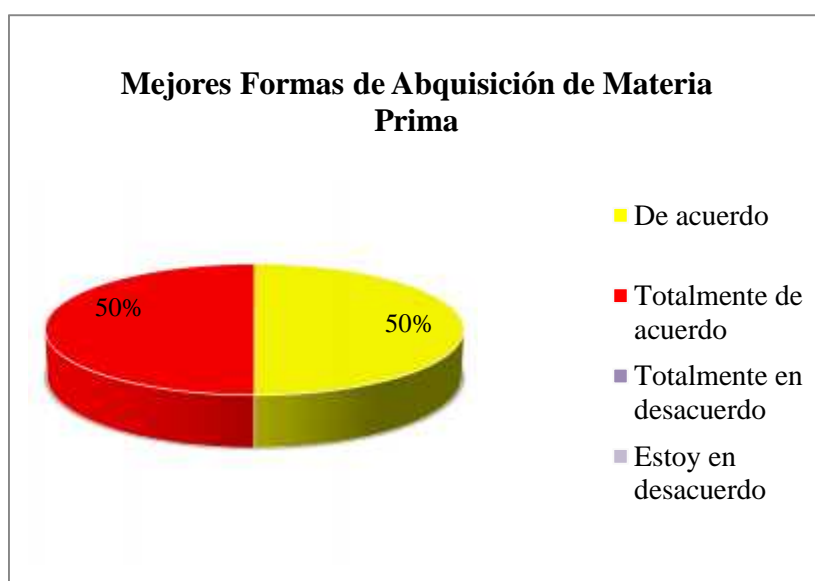
Cuadro N° 19 Mejores formas de adquisición de materia prima

Categorías	Número	Porcentaje
De acuerdo	1	50%
Totalmente de acuerdo	1	50%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Total	2	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Directivos

Gráfico N° 18 Mejores formas de adquisición de materia prima



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Directivos

En respuesta a la pregunta planteada a los directivos, referente a si le resultaría más sencillo realizar sus pagos a través de medios electrónicos por adquisición de materia prima, el 50% esta totalmente de acuerdo y consideran que sería mucho mejor si se lo hace de esta forma, mientras que el 50% restante esta de acuerdo y considera que resultaría menos costoso y por consiguiente se optimizaría tiempo.

6 ¿Se facilitaría el flujo de información de los productos de Casa Textil Élite Deportiva si se hace a través de medios electrónicos?

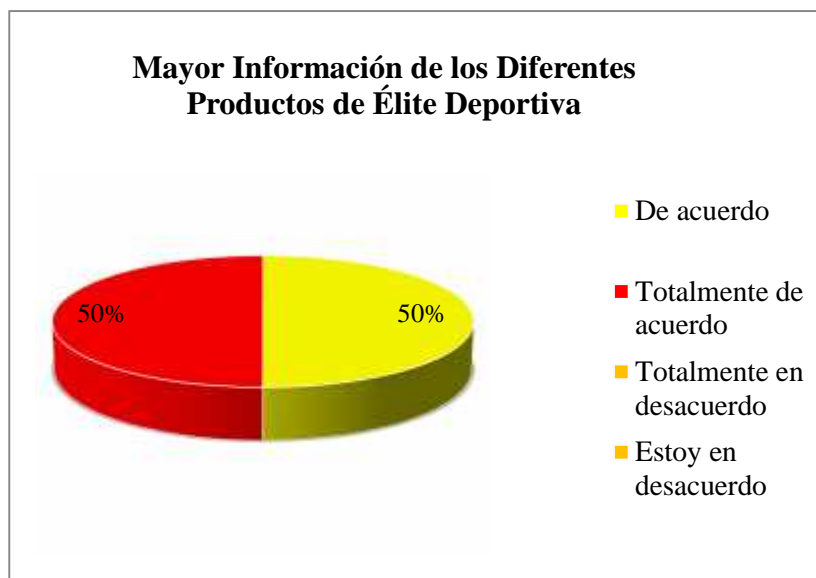
Cuadro N° 20 Mayor información de productos

Categorías	Número	Porcentaje
De acuerdo	1	50%
Totalmente de acuerdo	1	50%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Total	2	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Directivos

Gráfico N° 19 Mayor información de productos



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Directivos

De acuerdo a la apreciación de la gráfica, en respuesta a la pregunta planteada a los directivos, referente a si se proporcionaría mejor información de los diferentes productos de Élite Deportiva si se promocionan a través de una página web, el 50% está totalmente de acuerdo y considera que sería mucho mejor si se lo hace de esta forma, mientras que el 50% restante está de acuerdo y considera que resultaría más beneficioso para los clientes.

7¿Es preponderante la reputación de Casa Textil Élite Deportiva para crear confianza ante el cliente?

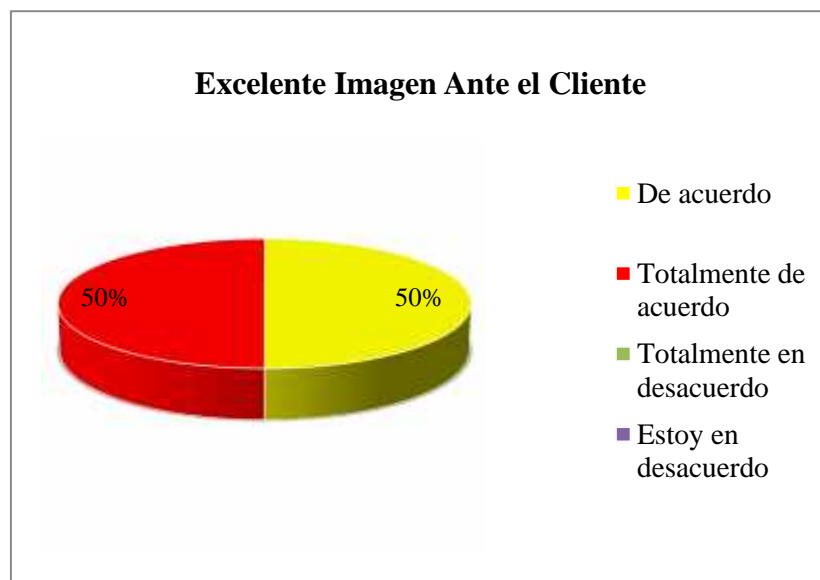
Cuadro N° 21 Excelente imagen ante el cliente

Categorías	Número	Porcentaje
De acuerdo	1	50%
Totalmente de acuerdo	1	50%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Total	2	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Directivos

Gráfico N° 20 Excelente imagen ante el cliente



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Directivos

El 50% de los directivos considera y esta totalmente de acuerdo que la imagen de la empresa es preponderante para crear una excelente percepción ante el cliente, mientras que el 50% esta de acuerdo, en respuesta a la pregunta planteada. Pues la imagen que el cliente tenga de la empresa marca pautas para seguir compitiendo en el mercado.

8 ¿Le gustaría desarrollar mejores habilidades utilizando herramientas tecnológicas para beneficio de la empresa y mejorar su eficiencia y eficacia?

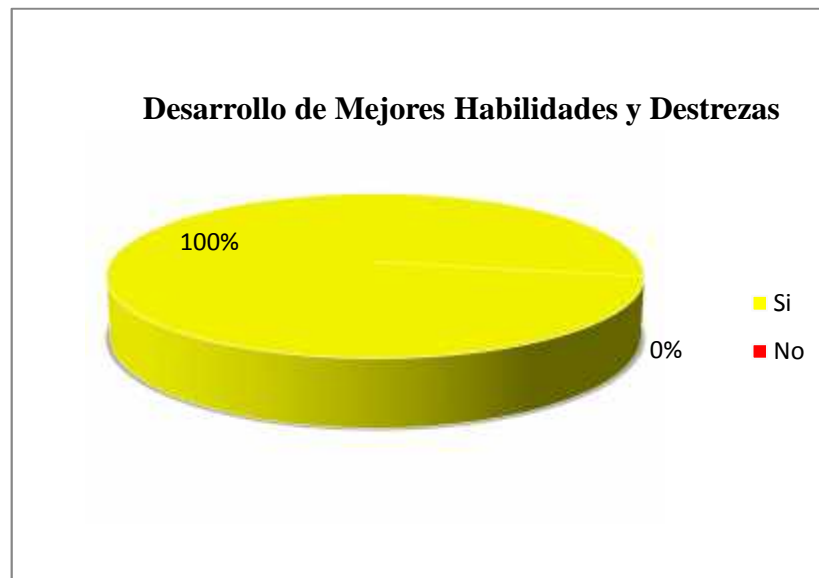
Cuadro N° 22 Desarrollo de mejores habilidades

Categorías	Número	Porcentaje
Si	2	100%
No	0	0%
Total	2	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Directivos

Gráfico N° 21 Desarrollo de mejores habilidades



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Directivos

El 100% de los encuestados dieron respuesta positiva en lo que respecta a la pregunta planteada, por consiguientes consideran apropiado trabajar con nuevas herramientas tecnológicas para desarrollar mejores habilidades, destrezas y ser mucho más eficientes y eficaces, logrando de esta forma el cumplimiento de los objetivos planteados por Casa Textil Élite Deportiva en mejores condiciones competitivas.

3.3 Encuesta Aplicada a los Clientes de Casa Textil Élite Deportiva

1 ¿Ha realizado alguna vez compras a través de medios electrónicos?

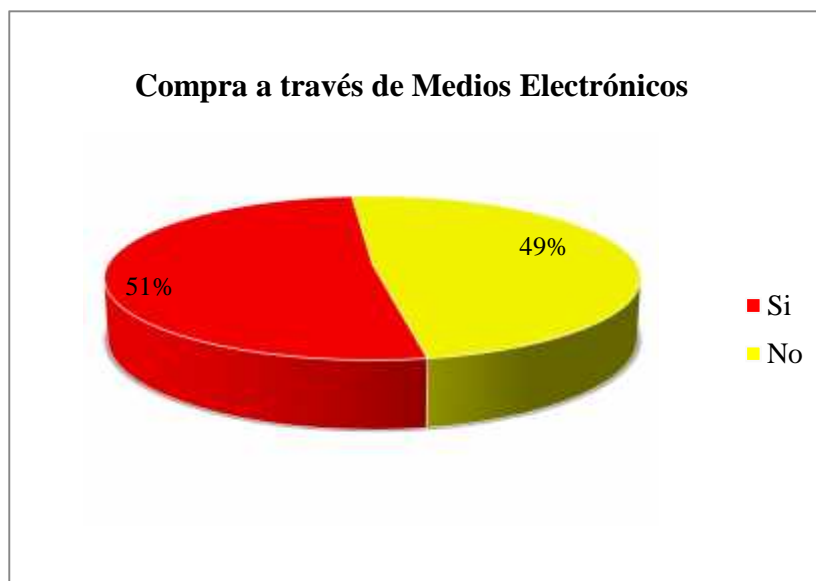
Cuadro N° 23 Compra a través de medios electrónicos

Categorías	Número	Porcentaje
Si	39	51%
No	37	49%
Total	76	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes

Gráfico N° 22 Compra a través de medios electrónicos



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes

Del 100% de los clientes encuestados, el 51% dio respuesta positiva y afirman que si han realizado compras u transacción, haciendo uso de medios electrónicos, mientras que el 49% detalla no haber hecho transacción alguna a través de los medios electrónicos.

2¿Si tuviese la oportunidad de comprar haciendo uso de páginas web con qué frecuencia haría?

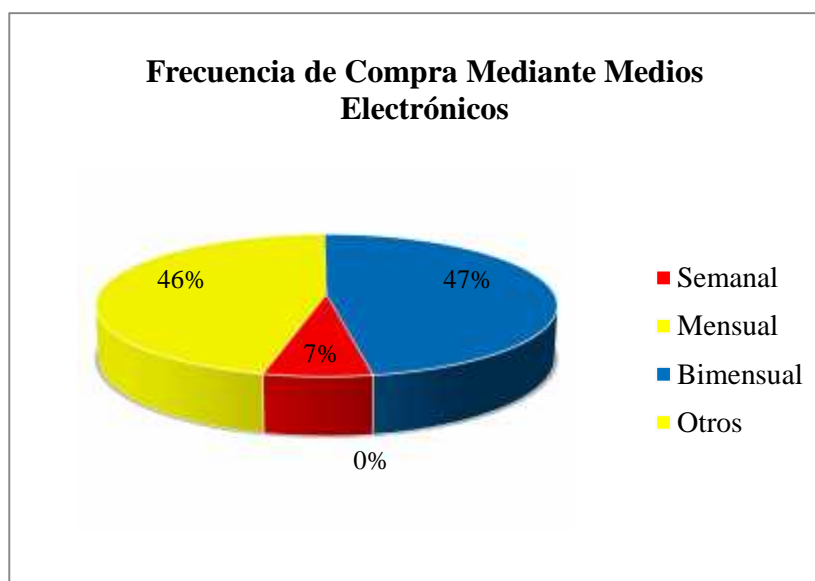
Cuadro N° 24 Frecuencia de compra

Categorías	Número	Porcentaje
Semanal	5	7%
Mensual	35	46%
Bimensual	36	47%
Otros	0	0%
Total	76	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes

Gráfico N° 23 Frecuencia de compra



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes

En respuesta a la pregunta planteada, referente a la frecuencia de compra de los clientes haciendo uso de medios electrónicos, el 7% considera que si tuviese la oportunidad de comprar mediante medios electrónicos lo haría semanalmente, un 46% considera que lo haría de forma mensual, y un 47% conserva la posibilidad de realizar compras bimensual.

3 ¿Le gustaría adquirir prenda de vestir casual y deportiva haciendo uso de medios electrónicos?

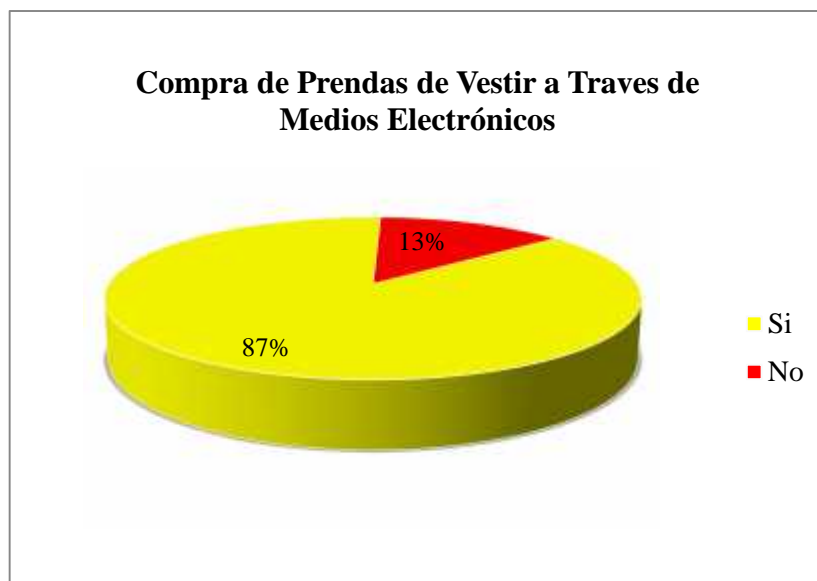
Cuadro N° 25 Compra de prendas deportivas

Categorías	Número	Porcentaje
Si	65	87%
No	10	13%
Total	75	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes

Gráfico N° 24 Compra de prendas deportivas



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes

De acuerdo a la apreciación de la gráfica, en respuesta a la pregunta planteada a los clientes, referente a si le gustaría adquirir prendas de vestir a través de una página web, el 87% considera que si sería mucho mejor, más cómodo y menos costos si se lo hace de esta forma, mientras que el 13% restante considera que no resultaría muy beneficioso.

4 ¿Considera apropiado que Casa Textil Élite cuente con un sistema web en donde se puedan realizar las diferentes transacciones

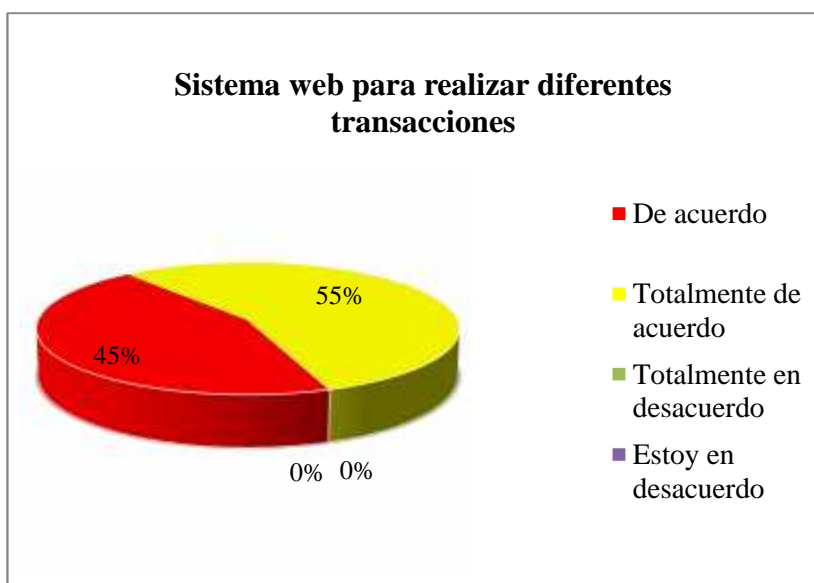
Cuadro N° 26 Sistema web para diferentes transacciones

Categorías	Número	Porcentaje
De acuerdo	34	45%
Totalmente de acuerdo	42	55%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Total	76	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes

Gráfico N°25 Sistema web para diferentes transacciones



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes

En respuesta a la pregunta planteada a los clientes, referente a si considera apropiado que Casa Textil Élite Deportiva cuente con un sistema web para realizar diferentes transacciones, el 55% esta totalmente de acuerdo y consideran que se mejoraría el servicio si se lo hace de esta forma, mientras que el 45% restante esta de acuerdo y considera que el servicio brindado se daría de una mejor manera.

5 ¿Cree usted que sería mucho más cómodo y menos costoso realizar los pedidos a Casa Textil Élite Deportiva a través de medios electrónicos?

Cuadro N° 27 Optimización de costo y tiempo

Categorías	Número	Porcentaje
Si	56	74%
No	20	26%
Total	76	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes

Gráfico N° 26 Optimización de costo y tiempo



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes

En respuesta a la pregunta planteada, referente a si sería mucho más cómodo y menos costoso realizar los pedidos a Casa Textil Élite Deportiva a través de medios electrónicos un 74% considera que sí sería de mucho beneficio si se lo hace de esta forma, mientras un 26% considera que no sería de mucho beneficio.

6 ¿Se facilitaría el flujo de información de los productos de Casa Textil Élite Deportiva si se promocionan a través de una página web?

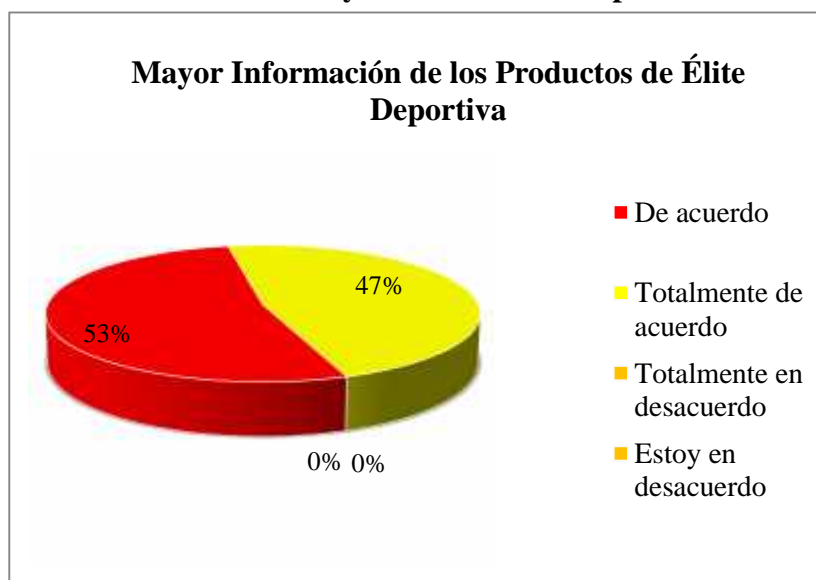
Cuadro N° 28 Mayor información de productos

Categorías	Número	Porcentaje
De acuerdo	40	53%
Totalmente de acuerdo	36	47%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Total	76	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes

Gráfico N° 27 Mayor información de productos



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes

De acuerdo a la apreciación de la gráfica, en respuesta a la pregunta planteada a los clientes, referente a si se proporcionaría mejor información de los diferentes productos de Élite Deportiva si se promocionan a través de una página web, el 53% esta totalmente de acuerdo y considera que sería mucho mejor si se lo hace de esta forma, mientras que el 47% restante esta de acuerdo y considera que resultaría más beneficioso.

7 ¿Cree usted que le resultaría más sencillo realizar sus pagos por la compra de prendas de vestir a Casa Textil Élite Deportiva a través de medios electrónicos?

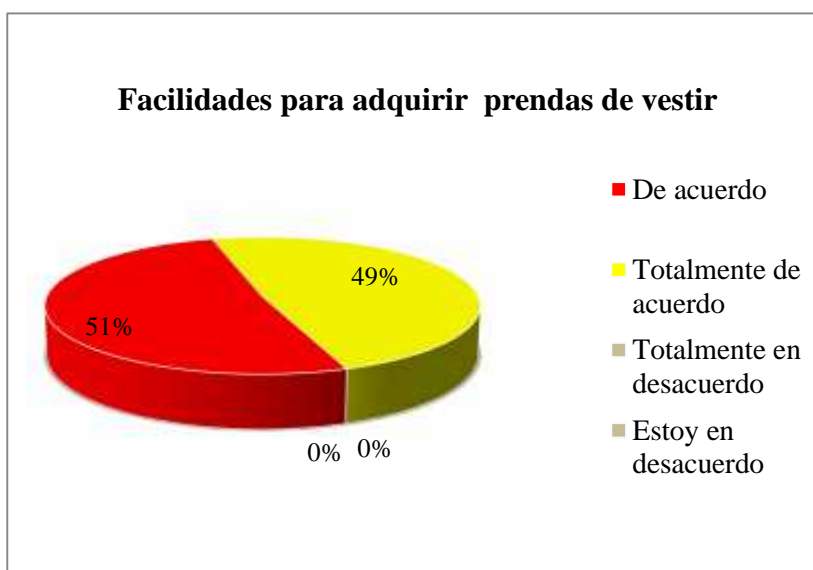
Cuadro N° 29 Facilidades para adquirir prendas de vestir

Categorías	Número	Porcentaje
De acuerdo	39	51%
Totalmente de acuerdo	37	49%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Total	76	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes

Gráfico N° 28 Facilidades para adquirir prendas de vestir



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes

En respuesta a la pregunta planteada a los clientes, referente a si le resultaría más sencillo realizar sus pagos por la compra de prendas de vestir a Casa Textil Élite Deportiva a través de medios electrónicos, un 49% esta totalmente de acuerdo y considera que le resultaría más sencillo, mientras que un 51% considera estar de acuerdo, con el propósito de obtener mejores beneficios.

8 ¿Si Casa Textil Élite Deportiva contase con un sistema web por qué motivos haría uso de él? Señale la opción que más considere conveniente.

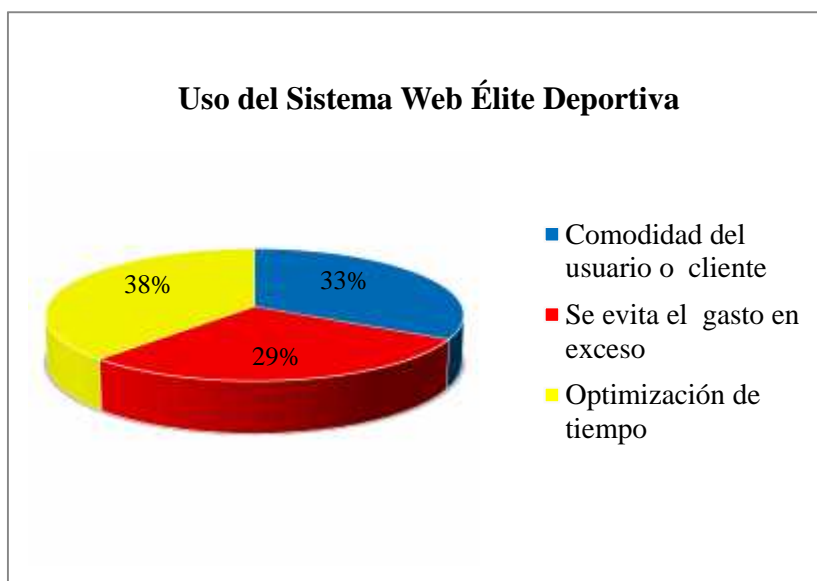
Cuadro N° 30 Uso de sistema web Élite Deportiva

Categorías	Número	Porcentaje
Comodidad del usuario o cliente	25	33%
Se evita el gasto en exceso	22	29%
Optimización de tiempo	29	38%
Total	76	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes

Gráfico N° 29 Uso de sistema web Élite Deportiva



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes

Del total de las personas encuestadas, el 33% de los clientes considera que haría uso del sistema web de Casa Textil Élite Deportiva por comodidad, un 29% considera que se evitaría de gastos excesivos, y un 38% afirma que lo utilizaría por optimización de tiempo.

3.4 Encuesta aplicada a clientes potenciales para élite deportiva

1 ¿Ha realizado alguna vez compras a través de medios electrónicos?

Cuadro N° 31 Compras a través de la web

Categorías	Número	Porcentaje
Si	26	74%
No	9	26%
Total	35	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes Potenciales

Gráfico N° 30 Compras a través de la web



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes Potenciales

Del 100% de los clientes potenciales encuestados, el 74% dio respuesta positiva y afirman que si han realizado compras u transacción, haciendo uso de medios electrónicos, mientras que el 26% detalla no haber hecho transacción alguna a través de los medios electrónicos.

2¿Si tuviese la oportunidad de comprar haciendo uso de páginas web con qué frecuencia haría?

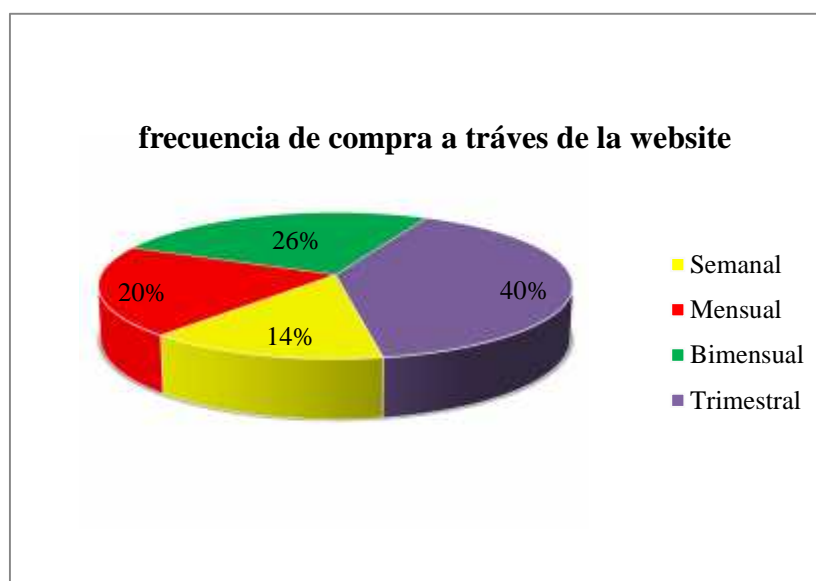
Cuadro N° 32 Frecuencia de compra a través de la web

Categorías	Número	Porcentaje
Semanal	5	14%
Mensual	7	20%
Bimensual	9	26%
Trimestral	14	40%
Total	35	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes Potenciales

Gráfico N° 31 Frecuencia de compra a través de la web



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes Potenciales

En respuesta a la pregunta planteada, referente a la frecuencia de compra de los clientes potenciales haciendo uso de medios electrónicos, el 14% considera que si tuviese la oportunidad de comprar mediante medios electrónicos lo haría semanalmente, un 20% considera que lo haría de forma mensual, un 26% conserva la posibilidad de realizar compras bimensual, y un 40% de los cliente potenciales considera realizar compras trimestralmente.

3 ¿Le gustaría adquirir prenda de vestir casual y deportiva haciendo uso de medios electrónicos?

Cuadro N° 33 Adquisición de prendas mediante la web site

Categorías	Número	Porcentaje
Si	26	74%
No	9	26%
Total	35	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes Potenciales

Gráfico N° 32 Adquisición de prendas mediante la web site



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes Potenciales

De acuerdo a la apreciación de la gráfica, en respuesta a la pregunta planteada a los clientes potenciales, referente a si le gustaría adquirir prendas de vestir a través de una web site, el 74% considera que si sería mucho mejor, más cómodo y menos costos si se lo hace de esta forma, mientras que el 26% restante considera que no resultaría muy beneficioso por medio de esta vía.

4 ¿Considera apropiado que Casa Textil Élite cuente con un sistema web en donde se puedan realizar las diferentes transacciones

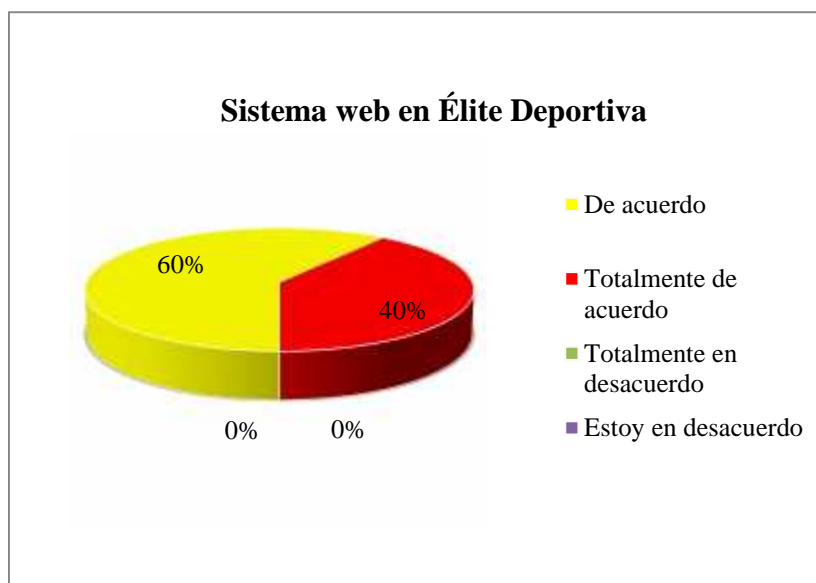
Cuadro N° 34 Sistema web en Élite Deportiva

Categorías	Número	Porcentaje
De acuerdo	21	60%
Totalmente de acuerdo	14	40%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Total	35	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes Potenciales

Gráfico N° 33 Sistema web en Élite Deportiva



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes Potenciales

En respuesta a la pregunta planteada a los clientes potenciales, referente a si considera apropiado que Casa Textil Élite Deportiva cuente con un sitio web para realizar diferentes transacciones, el 60% esta totalmente de acuerdo y consideran que se daría un buen servicio si se lo hace de esta forma, mientras que el 40% restante esta de acuerdo y considera que el servicio brindado se daría de una mejor manera.

5 ¿Qué cantidad y tipo de prendas deportivas compra en el año?

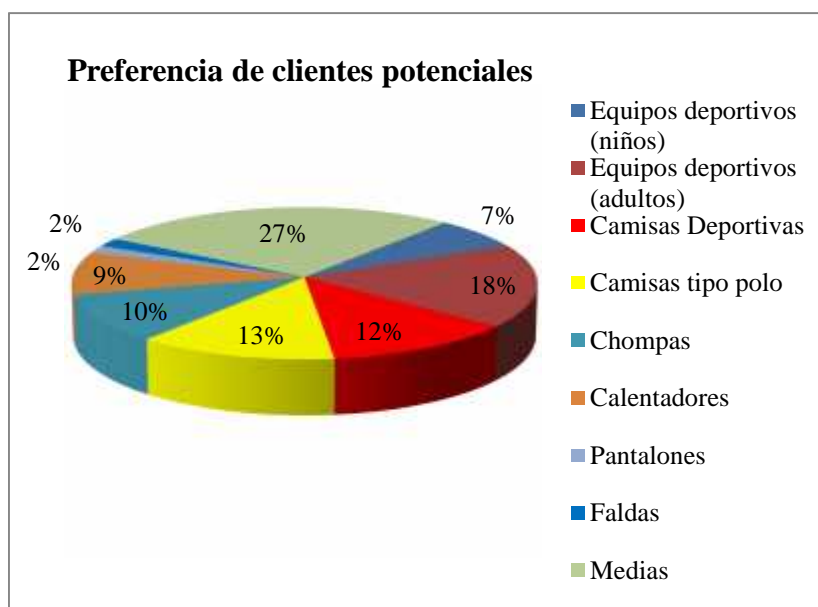
Cuadro N° 35 Preferencia de clientes potenciales

Población	Cientes Potenciales	Tipo de prendas	Porcentaje	
1	Empresas	Servigrase	Equipos deportivos (niños)	7%
1		Banco Comunal Finca	Equipos deportivos (adultos)	18%
1		Fonasal S.A.	Camisas Deportivas	12%
28	Personas naturales		Camisas tipo polo	13%
1	Clubes	Club Sport Bilbao	Chompas	10%
1		Defensor	Calentadores	9%
1		Los amigos	Pantalones	2%
1		Mar de plata	Faldas	2%
35			Medias	27%
				100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes Potenciales

Gráfico N° 34 Preferencia de clientes potenciales



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes Potenciales

En respuesta a la pregunta planteada a los clientes potenciales, un 7% considera comprar equipos para niños, un 18% equipo de adultos, un 12% camisas deportivas, un 13% camisas tipo polo, un 10% compraría chompas, un 9% calentadores, un 2% pantalones, un 2% faldas y un 27% considera adquirir medias en un promedio trimestral.

6 ¿Usted acoge las sugerencias dadas de sus conocidos en cuanto a compras futuras a realizar?

Cuadro N° 36 Sugerencias en cuanto a compras futuras

Categorías	Número	Porcentaje
Si	28	80%
No	7	20%
Total	35	100%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes Potenciales

Gráfico N° 35 Sugerencias en cuanto a compras futuras



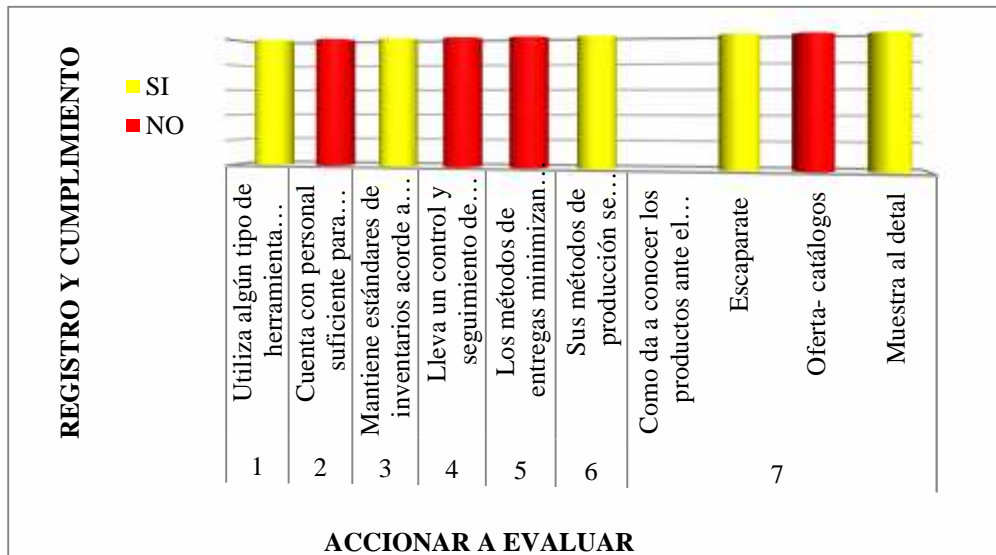
Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a Clientes Potenciales

En respuesta a la pregunta planteada a los clientes potenciales, referente a si considera las sugerencias de sus conocidos en cuanto a compras futuras, un 80% de los encuestados toma en cuenta las sugerencias hechas por sus conocidos, mientras que un 20% hace caso omiso a las sugerencias de compras y prefieren experimentar por cuenta propia.

3.5 Procesamiento y Análisis de la Observación

Gráfico N° 36 Análisis de Observación Directa



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Observación directa

Al aplicar la observación directa como instrumento de recolección de datos, para evaluar el accionar de diferentes ítems relacionados con las actividades inmersas en los procesos de producción, marketing y servicios de Casa Textil Élite Deportiva, con el propósito de determinar si dichos procesos son flexibles ante la aplicación de nuevas tecnologías, se obtuvo como resultado (ver grafica N° 30).

Casa Textil Élite Deportiva utiliza herramientas tecnológicas, sí utiliza una máquina bordadora computarizada. En cuanto a si cuenta con personal suficiente para cumplir con los pedidos, a decir verdad por la magnitud y espacio físico de la microempresa no es posible incorporar más personal, pese a que existe esta gran necesidad para cumplir con grandes pedidos. En lo referente a si sus niveles de inventarios y procesos de producción son flexibles ante cambios tecnológicos, es posible la adopción de medios electrónicos ante estos. No se lleva un control y seguimiento riguroso de los pedidos, y sus métodos de entregan no son tan efectivos para producir un efecto de minimización de costos y tiempos. Los productos se dan a conocer por medios de escaparates y de muestra al detal ante el cliente.

3.6 Resumen de entrevista aplicada

Entrevistador: Raúl Castañeda Chere

Entrevistado: Lcdo. Eduardo Pico G. MSc.

El e-business es una herramienta que potencia al máximo los procesos de las empresas que lo utilizan, intensificando su proceso productivo y comercial, generando grandes beneficios que permiten a las organizaciones mayor salida y adepto en el entorno en el que actúa.

Considerando que la publicidad en los medios de difusión escrita y televisiva, no se ha desarrollado por completo en la Provincia de Santa Elena, se cree que el e-business es una herramienta que permite potenciar el marketing en las organizaciones creando una publicidad agresiva de los productos y servicios que estas ofertan a un bajo costo, promoviendo reducción de costos e incrementando los ingresos.

La adopción de la herramienta e-business permitirá desarrollar una publicidad abierta, brindando mayor información a los clientes, comodidad, y optimización de tiempo, cierre de venta más efectivo, cronograma de producción más organizado en series de tiempo, mejores relaciones con la cadena de valor, mayor comunicación entre el tramo de control, entre otras ventajas. El que esta herramienta permita obtener buenos resultados en la empresa dependerá mucho de una adecuada planificación de los recursos y capacitación permanente del talento humano.

Lo importante es que los empresarios de la Provincia de Santa Elena utilicen ya esta herramienta que permite crear diversas ventajas competitivas a las empresas, como la de potenciar al talento humano; valiéndose de expertos en procesos electrónicos empresariales que guíen el adecuado uso y aplicación de estos, porque el tiempo de cambio es ahora y quien no se adapte a estos cambios no podrá competir con las suficientes herramientas.

3.7 Conclusiones y Recomendaciones

Se presentan las conclusiones a las que se llegaron después de haber aplicado los instrumentos de recolección de datos, también se exponen las recomendaciones que de acuerdo a los resultados obtenidos podrán influir de forma positiva en el desarrollo de las prácticas administrativas de Casa Textil Élite Deportiva.

3.7.1 Conclusiones

Luego de haber aplicado la encuesta como instrumento de recolección de datos se puede precisar que el e-business es un tema que no es muy conocido por los clientes, y la percepción que tienen los diferentes colaboradores y directivos de la aplicación del e-business dentro de las áreas de producción, marketing y servicio es relativamente baja, pero con miras altamente positivas.

El resultado producto de la aplicada de la encuesta a los directivos se puede apreciar que los directivos se muestran interesados en aplicar mejoras en Casa Textil Élite Deportiva con el propósito de obtener reducción de costos por medio de la aplicación del e-business en los procesos de producción, marketing y servicio.

En respuesta a los resultados, luego de aplicar la encuesta a los colaboradores se deduce que a los colaboradores les gustaría experimentar y desarrollar mejores habilidades y destrezas con la aplicación del e-business con el propósito de ser mucho más eficaces y eficientes en el desenvolvimiento de sus actividades inmersas en los diferentes procesos de Casa Textil Élite Deportiva.

De acuerdo a estos resultados se puede concluir que a Casa Textil Élite Deportiva le gustaría desarrollar mejores prácticas empresariales haciendo uso de las herramientas electrónicas de gestión empresarial y poder ser más competitivos dentro de un mercado de continuos cambios debido a las exigencias de los clientes.

3.7.2 Recomendaciones

Se recomendar a Casa textil Élite Deportiva tome un curso de aprendizaje relacionado a mejores prácticas empresariales relacionadas al e-business, abordando temas como ventajas, desventajas, alcances, limitaciones, costos y beneficios. Se propone esto debido a que la mayoría de las personas inmersas dentro de los procesos de Casa Textil Élite Deportiva no cuentan con el conocimiento suficiente para poder aplicarlo, de modo que se precisen mejores resultados corporativos.

En vista de que existe muy poca asimilación por parte de los colaboradores en cuanto a la adopción de nuevas prácticas empresariales dentro de los diferentes procesos, se recomienda a los directivos capacitar a los colaboradores de forma continua, con el propósito de que estos desarrollen de mejor forma sus actividades y sean mucho más eficientes y eficaces.

Se recomienda prestar atención a lo que acontece en instituciones del sector Público, las cuales desarrollan sus actividades haciendo uso de las herramientas electrónicas para el ofrecimiento de un mejor u óptimo servicio a los usuarios.

CAPÍTULO IV
EL E-BUSSINES Y SU APLICACIÓN EN CASA
TEXTIL ÉLITE DEPORTIVA

CAPITULO IV

EL EBUSINESS Y SU APLICACIÓN EN CASA TEXTIL ÉLITE DEPORTIVA

4.1 Introducción

En esta nueva era todo parece organizarse en torno a redes de redes, redes multidimensionales, donde todos podemos conectarnos con todos, personas o máquinas, donde los perímetros y las jerarquías quedan muy diluidos y donde además, el valor global es muy superior.

El entorno al que se enfrentan las empresas es cada vez más exigente, en donde si miramos a nuestro alrededor, veremos que nuestra vida cotidiana está poblada de objetos tecnológicos, y que el ser humano ocupa un lugar fundamental en los distintos pasos que permiten idear, investigar, desarrollar e innovar para obtener productos como resultado de diferentes procesos que involucran el uso de tecnología y personas capacitadas. Esto hace que los negocios se especialicen en desarrollar sistemas de administración enfocados con base en el cliente, el cual les permita conocer de mejor manera quiénes son sus clientes, cuáles son sus necesidades, y deseos, y que los motiva a hacer un negocio con la empresa.

Casa Textil Élite Deportiva es una microempresa que fundamenta su actividad (producción de prendas de vestir para el ámbito deportivo) en la gestión de negocio tradicional, al igual que gran parte de las instituciones inmersas en este entorno, en donde las vicisitudes que se generen en el mercado son cada vez más exigentes, para lo cual hay que estar preparados, contar con las herramientas tecnológicas necesarias y poder hacer frente a dichas exigencias.

La presente investigación proporcionará las matices que harán disgregar esa cultura anclada de negocio tradicional utilizada por Casa Textil Élite Deportiva y llevarla a la instauración de una de las más novedosas formas de hacer negocio en el ámbito contemporáneo, denominado e-business el cual aprovecha la potencia de Internet para crear nuevas oportunidades de negocio. El e-business que integra

una serie de modelos electrónicos en colaboración basada en tecnología intra-internet, cambiará la forma de competir de Casa Textil Élite Deportiva, le permitirá desarrollar nuevas prácticas de negocio, expandirse hacia nuevos mercados, retener eficazmente a sus clientes, mantener mejores relaciones con ellos y mejorar la eficiencia de sus procesos internos.

El implemento de la herramienta e-business permitirá al cliente establecer una relación directa y personalizada con Casa Textil Élite Deportiva a través de una plataforma de comercio electrónico interactivo, en donde el cliente podrá ingresar haciendo uso de un navegador para especificar las características exactas del producto que desea adquirir, se reflejará el precio final del producto especificado, forma de pago, tiempo de entrega, para lo cual el cliente especificará la dirección exacta a donde debe ser entregado el producto. La plataforma virtual reflejará los diferentes productos que Casa Textil Élite Deportiva está en condiciones de ofrecer al cliente, promociones, formas de pago, entre otros. Desde el inicio de la transacción se garantizará la confidencialidad de los datos del cliente en el tránsito por la red.

El diseño e-business que se propone implementar en Casa Textil Élite Deportiva se constituirá como el primer conjunto de aplicaciones de gestión empresarial en el campo textil microempresarial de la Provincia de Santa Elena, el cual que permitirá aprovechar íntegramente los beneficios de la tecnología internet. En este sentido para trabajar con e-business, los usuarios sólo necesitan un navegador o "browser" de internet, que es el interface de usuario más intuitivo, sencillo y económico de todos los disponibles.

Las mejores prácticas empresariales se generan en respuestas a las estrategias de los competidores, del resultado de esta depende la supervivencia de los negocios, para ello hay que estar preparado y contar con las suficientes herramientas que posibiliten seguir compitiendo.

4.2 Justificación

La evolución natural de los sistemas de información converge con el impacto de la emergencia de internet y da lugar a una nueva raza de sistemas de empresa conocida como soluciones del comercio en colaboración. Los sistemas de información funcionales se enfrentan a otro reto de integración: compartir información, a través de las fronteras de la empresa, con sus proveedores, socios comerciales y clientes.

El comercio electrónico en colaboración ha contribuido a aumentar dramáticamente la cantidad de bienes y servicios que se compran electrónicamente. El negocio entre los actores de una cadena de valor no es sólo cuestión de encontrar el producto adecuado al mejor precio; sino trabajar juntos para diseñar los mejores productos y entregarlos en el mercado de la manera más eficaz. El e-business es un claro exponente de esta nueva raza en la que compradores y vendedores apoyados en sus intranets intercambian información sobre sus niveles de inventarios, planes de producción y costes de transporte para asegurar que las órdenes de pedidos y los tiempos de entrega minimicen el coste total de la cadena de suministro, tanto del comprador como del vendedor.

La aplicación de este tipo de tecnología en Casa Textil Élite Deportiva del Cantón la Libertad, le permitirá desarrollar mejores formas de comercializar sus productos, a precios mucho más competitivos no solo a nivel local sino también a nivel, regional y nacional, retener eficazmente a sus clientes, mantener mejores relaciones con ellos y mejorar la eficiencia de los procesos de producción, marketing y servicio.

Sin duda alguna la aplicación del e-business permitirá que Casa Textil Élite Deportiva cree relaciones más formales entre todos quienes forman la cadena de valor en espacio y tiempo, mediante una plataforma virtual en la cual se visualizarán varias opciones de prendas deportivas, con información y apoyo que

permitirá al cliente seleccionar en forma eficiente, y no solo con el cliente, de igual forma entablar mejores relaciones con los proveedores y a su vez crea una mejor imagen corporativa con visión de cambio tecnológica en sus procesos.

4.3 Importancia

La importancia del proyecto radica en el que si Casa Textil Élite Deportivas aplica las herramientas tecnológicas de gestión empresarial e-business, se estaría logrando un verdadero cambio en su formas de hacer negocios, y consigo la eliminación de la llamada brecha digital (diferencia entre los individuos con un ordenador con acceso a internet contra quienes no tienen acceso a internet) que existe entre los diferentes grupos, en cuanto a sus habilidades para hacer uso de la tecnología, puesto que debido a esta gran diferencia las oportunidades de generar beneficios son muy diversas y cada vez más necesarias en el mercado competitivo.

Hablar de e-business no solo se trata de hablar de nuevas máquinas, nuevo software o de aumentar la velocidad de los dispositivos. Es una revolución de conceptos, que plantean sobre todo una nueva relación del espacio y el tiempo, dimensiones fundamentales de la experiencia humana y que están cambiando por completo las estructuras sociales, lo cual implica que para comprender dichos cambios hay que estar preparados con las mejores herramientas, y es a esto a lo que debe hacer frente Casa Textil Élite Deportiva con la aplicación del e-business en su procesos (producción, marketing y servicio), permitiéndose crear mayor valor, crecimiento y sobre todo ser más competitiva en el mercado nacional.

A demás de que la correcta implementación del e-business permite una mejor proyección del la empresa ante el mercado con una visión conjunta de cambios tecnológicos en sus procesos internos, permite desarrollar diversas ventajas competitivas, como la de retener eficazmente a sus clientes, mantener relaciones más directas con ellos, un orgánico funcional más flexible con una comunicación más fluida entre los departamentos, mejores formas de dar a conocer los diferentes

diseños de prendas deportivas ante los clientes con especificaciones más exactas, e inclusive una reducción de costes en los tiempos de entrega.

4.4 Factibilidad Técnica

La aplicación de la herramienta electrónica de gestión empresarial e-business en Casa Textil Élite Deportiva, permitirá desarrollar mejores prácticas empresariales que ayuden a dar soluciones a las diversas necesidades de organización, generar agilidad en sus procesos, mayor eficiencia en cuanto a tiempos de entrega, minimización de costes en la cadena de valor creando así diversas ventajas competitivas que permitirán la supervivencia de la empresa en el mercado textil.

En implemento de la herramienta e-business en Casa Textil Élite Deportiva permitirá ofrecer un mejor y excelente servicio a los clientes, de modo que estos solo necesitaran de una navegador para establecer relaciones con Élite Deportiva, realizar sus pedidos con especificaciones exactas de los productos, haciendo uso de la plataforma virtual, minimizándoles costo y tiempo a los clientes al hacer sus pedidos desde cualquier lugar con mayor comodidad.

Al ofertar sus productos a través de una plataforma virtual Casa Textil Élite Deportiva no solo se permitirá establecer una relación más directa con sus clientes, sino que a su vez le brindará la oportunidad a una gran cantidad de consumidores potenciales de conocer sus productos, diseños exclusivos, precios y promociones, permitiéndoles formar parte de su cartera de clientes y su vez brindarse la oportunidad de captar mayor clientela, es decir que con la creación de un centro de servicio compartido es posible centralizar las operaciones para sacar provecho a las economías de escala y poner en marcha prácticas de negocio coherentes en beneficio la de empresa y del consumidor. Entonces podría decirse que la factibilidad del proyecto radica en que con el implemento de las herramientas tecnológicas de gestión empresarial en Casa Textil Élite Deportiva se beneficia a diversos grupos sociales y su vez se crea un ambiente de buenas relaciones a largo plazo con estos grupos y por consiguiente se promoverá la rentabilidad de empresa.

4.5 Misión

Establecer a Casa Textil Élite Deportiva como una empresa integrada en sus procesos de producción, marketing y servicio, gracias al uso y aplicación de las herramientas e-business misma que permitirá, mayores oportunidades de oferta en el mercado, buenas relaciones internas, mejores relaciones con los clientes y satisfacción del mismo.

4.6 Visión

Exteriorizar a nivel Provincial, Regional y Nacional a Casa Textil Élite Deportiva como una microempresa íntegra en procesos e-produccion, e-marketing y e-service de forma que permita la elaboración de productos personalizados y a la medida, relaciones más directa con clientes y proveedores, e incremento de las ofertas de prendas deportivas.

4.7 Objetivos

4.7.1 Objetivo General

Aplicar la herramienta e-business en Casa Textil Élite Deportiva mediante la implementación de procedimientos empresariales que guíen el uso la tecnología a fin de que se generen mejores prácticas productivas en los procesos de producción marketing y servicios e incremento de las oportunidades de ofertas.

4.7.2 Objetivos Específicos

Plantear prácticas tecnológicas empresariales en Casa Textil Élite Deportiva mediante la implementación de la herramienta e-Business a fin de que se obtengan mejores resultados coherentes en beneficio la de empresa y de los consumidores.

Incorporar a los colaboradores de Casa Textil Élite Deportiva en la utilización de las herramientas tecnológicas de gestión empresarial e-business impulsando el aprendizaje tecnológico significativo para beneficio de la empresa.

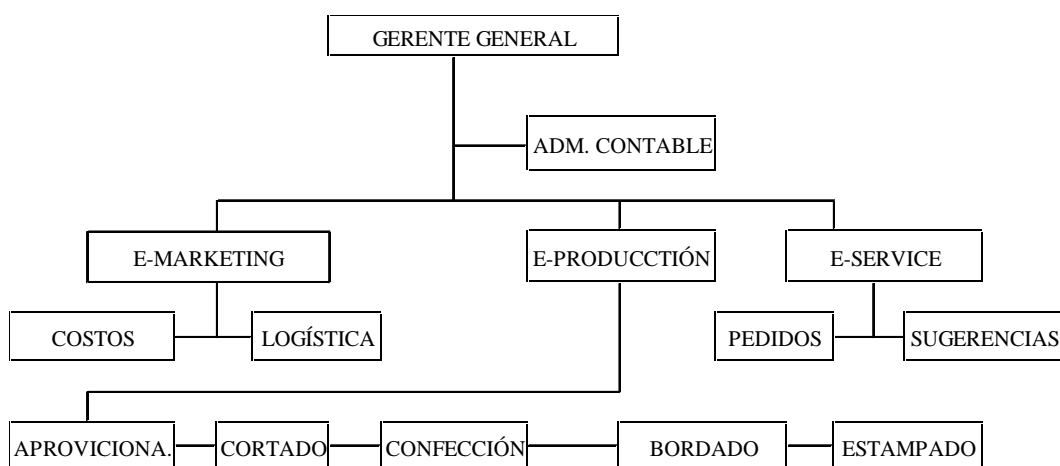
Interiorizar a los clientes de Casa Textil Élite Deportiva en la utilización de las herramientas e-business a través de la implementación de una plataforma virtual que permita el ofrecimiento de un mejor servicio personalizado e impulso de las ofertas de prendas deportivas.

Establecer el modelo CRM (Customer Relationship Management) en Casa Textil Élite Deportiva a través del implemento de la herramienta e-business a fin de que se desarrollen mejores prácticas continuas en los procesos de marketing servicio y ventas.

Desarrollar mejores habilidades y prácticas empresariales en los integrantes de Casa Textil Élite Deportiva haciendo uso de las herramientas electrónicas de gestión empresarial e-business creando mayor valor y excelentes oportunidades de crecimiento empresarial.

4.8 Estructura Organizacional

Gráfico N° 37 Organigrama Élite Deportiva



Autor: Raúl Castañeda

“La estructura de una organización puede definirse como el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas, considerando luego la coordinación de las mismas”. Dado lo complejo que se vuelve el diseño estructural de una organización conforme crece en un mercado con mayores

exigencias debido a influencias tecnológicas, es indispensable realizar cambios estratégicos flexibles e innovadores, que le permitan seguir compitiendo.

Con el propósito de generar mejoras para Casa Textil Élite Deportiva, adaptativas a la nueva era de negocios en red, se propone el diseño estructural (ver gráfico N° 31) funcional con vínculos horizontales desde una perspectiva tecnológica para mejores prácticas empresariales. Este diseño estructural se crea desde un enfoque centrado netamente al cliente, para generar mayor satisfacción en los mismos, mejoras en la productividad, velocidad y eficiencia en los procesos. En consideración al diseño estructural propuesto no hay fronteras entre los departamentos funcionales, por tanto los colaboradores tendrán una visión más amplia de las metas y objetivos organizacionales, en lugar de estar enfocados en un solo departamento con propósitos centralizados. Es así como de esta forma todos quienes están inmersos en los procesos de producción, marketing y servicio de Casa Textil Élite Deportiva compartirán el mismo compromiso para con la empresa y podrán trabajar en base al logro de objetivos comunes.

El diseño Organizacional planteado para Casa Textil Élite Deportiva cuenta con 5 departamentos principales mismos que serán descritos cada uno en sus etapas, profundizando más en los departamentos de producción, marketing y servicio, los cuales son los propuestos a mejorar en la investigación, a continuación se detallan cada uno de ellos. (Ver gráfico N ° 37)

Departamento de Gerente General

Sobre este recae la mayor responsabilidad de gestión administrativa, este departamento se encarga de generar las mejores decisiones y estrategias que permitan la ejecución y cumplimiento de las metas y objetivos en conjunto con todos los colaboradores, procurar la mejora continua, haciendo uso de los elementos con que cuenta de la forma más eficiente y eficaz, para ello la necesidad de poseer conocimientos administrativos basados en las mejores

prácticas empresariales, practicas que deben tornarse flexibles y adaptativas ante los diferentes cambios tecnológicos que se generan en el entorno de Casa Textil Élite Deportiva, para poder cubrir y cumplir las diferentes expectativas de los clientes. Para ello se hace imprescindible contar con el mejor talento humano, bien formado, motivado y comprometido; bien organizado, con la mejor estrategia y con la mayor capacidad de innovación; lo cual se configura como la clave para seguir compitiendo.

Departamento de Administración Contable

Se encarga de llevar el control presupuestario de Casa Textil Élite Deportiva, de medir el rendimiento ejecutoriado en función la inversión y gastos realizados, conforme a las políticas de precios impuestas en el medio, de hecho la función principal de este departamento es la de mantener una excelente contabilidad, llevar un adecuado control de los diferentes gastos de desplazamientos que se originan e inversiones conforme surjan las necesidades de la empresa.

Con la utilización de la herramienta e-business Casa Textil Élite Deportiva será capaz de gestionar adecuadamente sus recursos financieros, permitiéndose asegurar el mantenimiento de un inventario exacto, procurando resultados de costos más bajos e incremento de niveles de mejor servicio, mejoras en los procesos desde la generación del pedido hasta el cobro, perfeccionando los métodos de facturación y cobro, y generando información financiera más efectiva, para de esta forma librar a la persona encargada de cobrar y que contribuya con la ejecución de tareas administrativas de mayor valor para la empresa como las de análisis de términos de pagos o administración de ingresos.

Para el desarrollo de mejores prácticas empresariales en Casa Textil Élite Deportiva se considera el uso de la herramienta e-business misma que permitirá generar mejoras significativas en la toma de decisiones, gestionando de forma sencilla funciones complejas de análisis y generación de grandes volúmenes de

informes, que le permitirá registrar y reconciliar estados financieros en forma automática, y asociar con transacciones del sistema utilizando reglas y niveles de tolerancia.

Departamento de E-Production

En el departamento de producción de Casa Textil Élite Deportiva se llevan a cabo las diversas actividades referentes a la elaboración y confección de las diferentes prendas deportivas, misma que van desde la; selección del diseño y elección de colores, corte, confección, bordado y estampado si lo requiere el cliente en la prenda y por último el acabado final, para luego ser empaquetado, quedando listo para la venta y entrega.

Se define a la administración de producción como el área de la administración de Empresas dedicada tanto a la investigación como a la ejecución de todas aquellas acciones tendientes a generar el mayor valor agregado mediante la planificación, organización, dirección y control en la producción tanto de bienes como de servicios, destinado todo ello a aumentar la calidad, productividad, mejorar la satisfacción de los clientes, y disminuir los costes. A nivel estratégico el objetivo de la administración de producción es participar en la búsqueda de una ventaja competitiva sustentable para la empresa. Los administradores de operaciones toman decisiones que se relacionan con la función de producción y los sistemas de transformación que se utilizan.

Con la aplicación del e-business en el área de producción de Casa Textil Élite Deportiva las actividades se tornarán más sencillas y flexibles, puesto que el proceso se automatizará, admitiendo una administración sincronizada, con la obtención de información y especificaciones exactas de los productos, proporcionadas por el cliente a través de la plataforma virtual en tiempo real, y a su vez responder de la misma forma.

El solo hecho de contar con tecnología e-business en el área operativa hará posible responder a los pedidos de los clientes en tiempo real a medida que estos lleguen, maximizando el rendimiento de la producción y a su vez ajustar el cronograma de de producción de tal forma que el uso de los recursos sea más eficientes.

Departamento de E-Marketing

La empresa Cisco Systems, líder mundial en redes para Internet, define el e-Marketing de la siguiente manera: “Es un término general para un amplio abanico de actividades, publicidad, comunicaciones con los clientes, fortalecimiento de marca, programas de fidelización, entre otros, todos conducidos a través de la Internet.”

Casa Textil Élite Deportiva es una microempresa que no cuenta con un programa de marketing establecido para poder dar a conocer sus productos ante el cliente, el reconocimiento de los productos se da a través de un efecto bola de nieve. Con la aplicación del e-business en el área de marketing este proceso se automatizará dando lugar a la utilización del e-marketing, el cual posibilitara generar nuevas ventajas competitivas a Casa Textil Élite Deportiva.

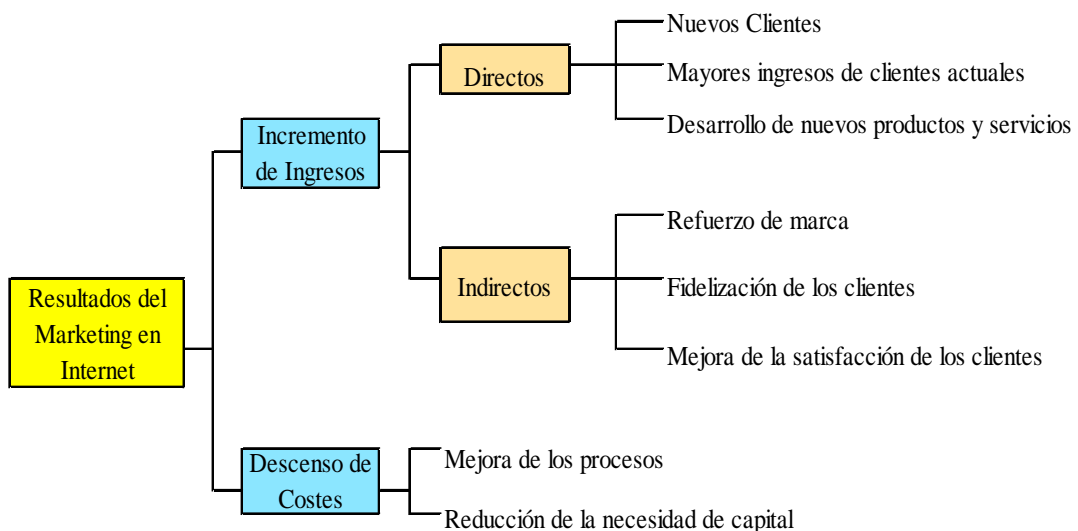
Al aplicar el e-business y al hacer uso de la plataforma virtual Élite Deportiva desarrollará estrategias de marketing que permitirán generar una segmentación mas efectiva, mejor posicionamiento, promoción, valoración y distribución de las diferentes prendas deportivas, brindando mayor información a los clientes y por ende más comodidad y beneficios para estos puestos ahora podrán realizar sus pedidos a cualquier hora del día, apostando a la comodidad de los clientes, quienes ya no tendrán que acercarse a la empresa para realizar su pedidos; y así imponer mejoras notables en el área de marketing y área comercial.

Mejoras en el área de Marketing y comercial

- Acciones de comunicación a bajo coste.
- Mejora de la atención al cliente actual y potencial, a los proveedores y a los trabajadores.
- Mayor conocimiento de los gustos y preferencias de los clientes y de su satisfacción
- Mejora de la comunicación a los clientes y la información que tienen de los productos.
- Posibilidad de expansión nacional a bajo coste y acceso a mercados dispersos geográficamente.
- Refuerzo de la imagen corporativa.

Una de las posibilidades de Internet y las nuevas tecnologías es la mejora de resultados en el área de marketing. Esta viene propiciada por dos conceptos: el incremento de ingresos (directa e indirectamente) y el descenso de costes, como se visualiza en la siguiente gráfica.

Gráfico N° 38 Resultados del marketing en internet



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Marketing en internet

Departamento de E-Customer

El área de servicio en Casa Textil Élite Deportiva se enfoca en ofrecer un buen servicio a los clientes, abasteciéndolos de los pedidos que hacen a la empresa en el menor tiempo posible. Esto implica una orden de entrada total, es decir mantener un contacto directo con los clientes para los procesos de pedidos, empaque, facturación y control total de la satisfacción de los requerimiento del usuario.

El mantener sólidas y buenas relaciones con los clientes es fundamental para desarrollar una posición integra y perdurable en el mercado. En el tiempo que Casa Textil Élite Deportiva lleva en el mercado ha logrado crear buenas relaciones con sus clientes, pero ello no implica que hayan asegurado su permanencia en el campo textil Peninsular, debido a que los rápidos avances tecnológicos provocan reacciones bruscas en el mercado originando cambios en los gustos y preferencias de los consumidores. Es un desafío para toda empresa hacer frente a dichos cambios creando estrategias empresariales ligadas al uso de las tecnologías.

La utilización de la plataforma virtual que Élite Deportiva pondrá a disposición de los clientes hará que estos ya no tengan la necesidad de frecuentar las instalaciones de la empresa, por tanto se esta en la necesidad de automatizar el servicio enfocado básicamente a satisfacer la necesidad del cliente, de modo que cuando este haga uso la herramienta virtual Élite Deportiva pueda ofrecerle funcionalidades como administración de cuentas, soporte, forma de pago, despacho, informes y facturación, a fin de que la entrega del producto sea efectiva y eficiente.

4.9.1 Dimensiones del Diseño Organizacional

En toda empresa o institución se contemplan una o varias dimensiones organizacionales, que interactúan entre sí y pueden ajustarse para poder alcanzar los objetivos planeados; en sí las dimensiones describen la personalidad de la

organización de la misma forma con que los rasgos físicos y de personalidad describen a las personas, lo cual hace necesario que para entender y evaluar a las organizaciones se deba examinar dichas dimensiones, mismas que se dividen en dos tipos; las estructurales y las contextuales.

En vista de que la tecnología es un componente que toma fuerza y esta presente en todos los aspectos de la vida del ser humano, al igual que en el de las empresas, produciendo cambios en toda su estructura lo cual implica mejorar continuamente o realizar reingeniería de los procesos para mejores resultados corporativos. Se realizó un análisis de las dimensiones de Casa Textil Élite Deportiva a fin de tener un claro contexto del comportamiento de esta y de sus integrantes, de tal modo que se reflejen las cimentaciones básicas frente a la aplicación de la herramienta e-business en sus procesos de producción, marketing y servicio.

Por tanto y con la finalidad de generar mejores acciones organizacionales en Casa Textil Élite Deportiva que den como resultado actuaciones eminentemente planeadas y que dichas acciones se adecuen al implemento de la herramienta e-business, se creyó conveniente hacer un análisis de las dimensiones estructurales y contextuales en Élite Deportiva.

4.9.1.1 Dimensiones Estructurales

Formalización.- la formalización comprende la cantidad de documentación escrita con que la organización cuenta. Dicha documentación incluye, procedimientos, descripciones de puestos, regulaciones y manuales de políticas, mismos que describen el comportamiento de quienes integran la organización así como la forma cómo se deben desarrollar las actividades.

Casa Textil Élite Deportiva es una microempresa con una formalización muy baja debido a que no cuenta con reglas o políticas escritas que den formalismo a la

institución y sirvan de guía para los colaboradores a fin de que desarrollen sus actividades de la mejor forma posible e inclusive que describa el comportamiento para con la empresa.

El implemento de una plataforma virtual en Casa Textil Élite Deportiva no sólo permitirá ofrecer un mejor servicio a los clientes brindándoles mayor comodidad, beneficios y satisfacción, este permitirá visualizar a través del intranet, misión, visión, objetivos, valores, políticas, reglas, descripciones de puestos, manual de procedimiento, de Élite Deportiva, con el propósito de que la información esté todo el tiempo al alcance de los colaboradores, eliminando de esta forma el informalismo que existe en esta empresa y generando una culta más formal sin la utilización del papel que es a donde apunta el implemento de las nuevas estrategias tecnológicas administrativas.

Especialización.- grado en el cual las tareas administrativas están subdivididas es trabajos separados. Si la especialización es alta, cada colaborador desempeñará solo una pequeña variedad de tareas. Si la especialización es baja, los empleados desempeñarán una gran variedad de tareas.

A pesar de que Casa Textil Élite Deportiva no cuenta con políticas, reglas, procedimientos, por escrito y se maneja de una forma empírica, la delegación de tareas se encuentra bien establecida, y podría decirse que cuenta con una alta especialización, pues cada colaborador desempeña su actividad según la tarea asignada; así tenemos, una persona encargada del diseño y elección de colores, una persona que realiza los cortes de las diferentes prendas, dos personas dedicadas a la confección de las diferentes diseños, una persona dedicada a al bordado y estampado según lo requiera el cliente, una persona dedicada al acabado y empaquetado de las prendas , una persona encargada de la atención al cliente, una persona dedicada a la gestión contable. La delegación de tareas bien impartidas permite a Élite Deportiva mantener los niveles de producción a fin de cubrir los requerimientos de los clientes.

La aplicación de las herramientas tecnológicas en los procesos de producción marketing y servicios de Casa Textil Élite Deportiva hará posible la automatización de estos en gran parte de sus actividades, permitiendo a los colaboradores desarrollar nuevas habilidades y destrezas, mejores conocimientos y formas de realizar sus actividades, minimizando tiempo en la ejecución de cada proceso a fin de que estos no solo centren sus esfuerzos en una sola tarea sino que también se permitan dedicar a otras tareas que generen mayor valor para la empresa, como en el caso de la persona dedicada a la atención al cliente en vista de que la plataforma virtual se encargara de hacerlo ya no será necesarios que se dedique de lleno a esta actividad generando espacio para desarrollar otras tareas como, administración de ingresos, análisis de pagos u otros.

Jerarquía de Autoridad.- se refiere a quien reporta a quien y el tramo de control que existe entre cada directivo; esto quiere decir que la jerarquía esta relacionada con el tramo de control (número de empleados que le reporta a su supervisor), cuando el tramo de control es pequeño la jerarquía tiende a ser alta, por el contrario si el tramo de control es amplio, le jerarquía tiende a ser menor.

La jerarquía de autoridad en Casa Textil Élite Deportiva tiende a ser alta pues existe un solo tramo de control, en el cual los colaboradores deben reportarse con el gerente general directamente, pero debido a las exigencia del entorno y en vista de que debe existir entre los colaboradores una comunicación más flexible y fluida, se planteo un organigrama funcional con vínculos horizontales desde una perspectiva tecnológica para mejores prácticas empresariales (ver gráfico 31), a fin de que el tramo de control se torne más flexible y eficiente.

Con la automatización de los procesos de Casa Textil Elite Deportiva, las tareas rutinarias se tornaran diversas y cambiantes y mucho más fáciles de realizar, puesto que la utilización de las herramientas tecnológicas proporcionará mayor dinamismo en el tramo de control y por ende le resultará más sencillo a la alta

jerarquía tomar decisiones y asignar responsabilidades en series de tiempos más precisas, optimizando tiempo en los procesos de producción, centrándose más en el desarrollo de estrategias en respuesta a las exigencia de los clientes, y generar mayor flexibilidad corporativa.

Profesionalismo.- es el nivel de conocimiento y capacitación formal que tienen los colaboradores. El profesionalismo es considerado alto cuando se requiere que los empleados hayan tenido varios periodos de capacitación para ocupar puestos en la organización.

La ejecución de actividades de negocio tradicional que se da en Casa Textil Élite Deportiva ha dado lugar a que cada colaborador desarrolle capacidades, habilidades y destrezas únicas en lo que hace; debido a que los avances tecnológicos han provocado cambios en todos los aspectos de la vida del ser humano y de las empresas se genera la necesidad que se actué en base a dichos cambios a fin de seguir compitiendo en el mercado en colaboración del mejor talento humano.

La aplicación de herramientas e-business en Casa Textil Élite Deportiva será generadora de nuevas formas de realizar las actividades, propiciando un cambio en los procesos de producción, marketing y servicios, llevándolos del modelo tradicional al de modelo tecnológico. Dicho cambio obliga a todos quienes integran Élite Deportiva a crear una nueva cultura de aprendizaje, desarrollo de mejores habilidades y destrezas, estableciendo un alto nivel de profesionalismo en la actividad textil. Todo ello ligado a capacitación continúa a fin de obtener excelentes y mejores resultados corporativos en los diferentes procesos.

4.9.1.2 Dimensiones Contextuales

El tamaño.- magnitud organizacional que refleja el número de personas que hay en la organización. Se puede medir a la organización como un todo o para componentes específicos; como las organizaciones son sistemas sociales el

tamaño generalmente se mide por el número de empleados. Otras dimensiones como las ventas o los activos totales también reflejan la magnitud, pero no indican el tamaño de la parte humana del sistema.

Casa Textil Élite Deportiva es una pequeña empresa que cuenta con 8 colaboradores quienes desempeñan actividades diferentes según la división laboral establecida, una persona, encargada del control contable y el gerente general, como se detalla en el cuadro N° 31.

Cuadro N° 37 Áreas de Élite Deportiva

ACTIVIDAD	# COLAB.
Gerente General	1
Adm. Contable	1
Diseño y elección colores	1
Corte	1
Confeción	3
Bordado y Estampado	1
Acabado, Empaq. Alma.	1
Atención al Cliente	1
Total	10

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Élite Deportiva

Tecnología Organizacional.- se refiere a las herramientas, técnicas y acciones que se emplean para transformar las entradas en salidas. Esta relacionada con la forma en que la organización genera los productos y servicios que provee a los clientes, incluye cuestiones tales como la manufactura flexible, los sistemas de información avanzados e internet.

Casa Textil Élite Deportiva hace uso de una máquina bordadora computarizada, la cual se convierte en la única herramienta tecnología en esta empresa. Debido a la gran necesidad que se genera en el entorno y la exigencia tecnológica del mercado se hace necesario el uso de nuevas tecnologías que sean generadoras de estrategias

de negocios que hagan de Élite Deportiva una empresa de visión tecnológica. La aplicación de la herramienta tecnológica e-business, permitirá a Élite Deportiva ofrecer un mejor servicio personalizado, mayores beneficios y comodidad a los clientes, mejores relaciones con los proveedores, adentramiento a otros mercados, captación de nuevos clientes a través de una plataforma virtual interactiva, comunicación más flexibles entre los colaboradores, publicidad a bajo costos, entre otros beneficios.

El entorno.- incluye los elementos que se encuentran fuera de los límites de la organización, los elementos claves incluyen, el gobierno, clientes, proveedores y la comunidad financiera.

El entorno es un factor difícil de controlar por las empresas, y ciertos cambios por lo general afectan de una u otra forma al correcto desenvolvimiento de sus actividades, por ende el estar a la expectativa de lo que acontece en el entorno es fundamental para responder oportunamente a dichos cambios, en ocasiones reacios. Entre estos pueden estar políticas y disposiciones gubernamentales, cambios en las expectativas y gustos de los consumidores, entre otros.

Casa Textil Élite Deportiva es un empresa que se vio en cierto punto afectada por ciertas disposiciones gubernamentales; como la gratuidad de uniformes deportivos para diferentes instituciones educativas del medio, algunos clientes de esta; pese a esta situación pudo seguir adelante enfocando su mercado ya no solo a instituciones educativas, sino también a privadas y del sector público adaptando sus productos a otro tipo de consumidores, entre los más destacados empresas que organizan eventos deportivos y potenciando su volumen de producción en temporadas de olimpiadas institucionales de ciertas empresa de la Provincia de Santa Elena, campeonatos como interclubes e interbarriales, entre otros. Siendo este el entorno en el que actúa Élite Deportiva se considera oportuno el

implemento de herramientas tecnológicas e-business que le permitan monitorear el medio a fin de responder oportunamente a los diversos cambios que se suscitan.

Metas y Estrategias Organizacionales.- definen el propósito y las técnicas competitivas que la distinguen a una organización de otras. Las metas con frecuencia se escriben como una declaración perdurable del propósito de la compañía. Una estrategia es el plan de acción que describe la distribución de los recursos y las actividades para hacer frente al entorno y para alcanzar las metas organizacionales. Las metas y objetivos definen el ámbito de operación y la relación con los colaboradores, clientes y proveedores.

Casa Textil Elite Deportiva utiliza estrategias que le permiten mantenerse en el mercado textil con una excelente imagen y reputación, estrategias como la de diversificación del producto, saliéndose del lo cotidiano para ofrecer estilos únicos, sus precios son accesibles según la prenda deportiva, sean estas camisas, camisetas, calentadores, pantalonetas, median, chompas, entre otros, todos con costos acorde a las capacidades de los clientes.

La aplicación de herramientas tecnológica en los procesos de Casa Textil Élite Deportiva generara diversas ventajas competitivas que le permitirán interactuar en un nuevo mercado que no es fijo, ni físico siquiera, si no que es creado por la confluencia de las redes, software, navegadores, contenidos y personas. En el adentramiento de este mercado Élite Deportiva desarrollará ventajas como las de ofrecer comodidad al usuario al momento de realizar sus pedidos, optimización de tiempo y por ende mejor distribución y asignación de actividades, publicidad expansiva a bajos costos, procesamiento de información en tiempo real, optimización de Materia Prima, y mejores relaciones internas.

Si Élite Deportiva aplica las herramientas tecnológicas e-business, podrá desarrollar varias estrategias y ventaja competitiva, reforzar las estrategias

actuales, potenciar el adentramiento a otros mercados, lograr mayor reconocimiento empresarial, y el desarrollo de una nueva ideología comercial en el ámbito textil.

La Cultura Organizacional.- es el conjunto subyacente de valores, acuerdos, creencias y normas cruciales, compartidos por todos quienes conforman la organización. Estos valores básicos pueden referirse al comportamiento ético, al compromiso con los empleados, a la efectividad o al servicio al cliente y representan el elemento aglutinante que mantiene unido a los integrantes de la organización. Una cultura organizacional no esta escrita pero se hace patente en su historia, slogan, ceremonias y estilos de las oficinas.

Siendo la cultura un agente dinamizador dentro de la organización, en ocasiones difícil de descifrar con precisión, debido a que cada uno es un mundo distinto y por ende alberga principios, creencias y valores diferentes. Casa Textil Élite Deportiva pese a esta variada mezcla de elementos subyacentes de cada colaborador ha logrado que estos adopten una excelente cultura de servicio, honestidad, responsabilidad compartida, y creatividad en cada uno de ellos.

La aplicación de nuevas tecnologías en los procesos de Casa Textil Élite Deportiva implica capacitación continua en los colaboradores a fin de que aprendan del uso de estas tecnologías. La captación de nuevos conocimientos dará lugar a la creación de nuevas formas y métodos de realizar las tareas y por ende a la concepción de una nueva cultura corporativa que ayudará a guiar las actividades diarias de los colaboradores para alcanzar las metas, ayudara a la a Élite Deportiva a responder con rapidez a las necesidades de los clientes o a los movimientos de los competidores.

4.10 Implantación de la Herramienta Tecnológica

El e-business es una Herramienta tecnológica con una estructura amplia en toda la organización, alcance que abarca varias áreas de la empresa y propone un gran

desafío en un entorno virtual. La aplicación de este amerita mantener una adecuada planificación en los diferentes procesos e identificar cuáles son los procesos fundamentales en la empresa.

Gráfico N° 39 Estructura e-business



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Aplicaciones e-business

El mejor punto de inicio para las empresas que recién se adentran en los procesos e-business es empezar por el más crítico en toda empresa; la gestión de relación con el cliente. En vista de que la base de toda empresa son los clientes, y no se puede alcanzar un flujo constante de ingresos si no se desarrolla una base de clientes. Se considera más conveniente para Élite Deportiva iniciarse en la aplicación de la herramienta e-business centralizando su atención en la relación con los clientes. En vista de esta apreciación se considero que el modelo electrónico idóneo a aplicarse es el CRM (Customer Relationship Management)

Básicamente, el CRM es una estrategia que permitirá a Élite Deportiva identificar, atraer y retener a los clientes, además de ayudar a incrementar la satisfacción de éstos, optimizando así la rentabilidad del negocio. Por tanto, hablamos de CRM como una estrategia, lo que implica no sólo disponer del software adecuado que permita gestionar las relaciones con los clientes,

sino que además, supone un cambio en los procesos de marketing y servicio de la empresa y la involucración de todos los empleados de la misma para que esta estrategia tenga éxito.

La asimetría de estos permitirá a Élite Deportiva generar incremento de ventas a clientes actuales como por ventas cruzadas, maximizar la información del cliente, identificar nuevas oportunidades de negocio, mejora del servicio al cliente, procesos optimizados y personalizados, mejora de ofertas y reducción de costes, identificar los clientes potenciales que mayor beneficio generen para la empresa, fidelizar al cliente, aumentando las tasas de retención de clientes y aumentar la cuota de gasto de los clientes. La base para generar estas ventajas competitivas es conocer los gustos y preferencia de los clientes.

4.10.1 Gustos y Preferencias de los Clientes

El nivel deportivo que se genera en la Provincia de Santa Elena brinda una gran oportunidad para las instituciones deportivas textiles del medio, en consideración a esta circunstancia la mayor parte de estas empresas ven una gran ventaja, proyectando su producción hacia este segmento. Esto ha generado que el limitado número de empresas Textiles que desarrollan su actividad en la Península oferten los mismos servicios y en su mayoría los mismos productos; volviendo a este campo un entorno cerrado con pocas posibilidades de crecimiento, por la falta de innovación, creatividad, falta de conocimientos de nuevas herramientas que pueden generar numerosas ventajas competitivas y falta de capacitación, para ofrecer un mejor servicio a los clientes y poder cubrir sus necesidades.

En un mercado donde las oportunidades deben ser aprovechadas al máximo para poder sobresalir superando las expectativas de los consumidos en todas las instancias posibles, Casa Textil Élite Deportiva ofrece una gran variedad de diseños deportivos y de trabajo a sus clientes, centrado básicamente en las exigencias de cada uno de estos.

Entre los productos de mayor demanda que se confeccionan en Elite Deportiva, en base a los requerimientos que realizan los clientes se encuentran los detallados a continuación:

Gráfica N° 40 Equipos deportivos



Equipos deportivos en todas las tallas para damas, caballeros y niños, este tipo de prenda es uno de los más comunes y de mayor demanda en Élite Deportiva. Los precios a los cuales se ofertan son cómodos y acorde al nivel del consumidor, así encontramos equipos para adultos a un precio de \$ 12 y para niños a \$9,50 ctvs. Como se detalla en la gráfica N° 40.

Así como se detallan equipos completos de mayor demanda, se considera que otro de los productos del que se receptan pedidos a menudo es el de las camisetas deportivas, las cuales se confeccionan a un precio de \$ 6,50 ctvs. Esta prenda por lo general es requerida por instituciones deportivas del medio, empresas públicas en tiempos de olimpiadas, grupos de integración, entre otros.

Gráfica N° 41 Camisa deportiva



En tiempos de temporada escolar la demanda de chompas, calentadores, camisetas, potencia la Producción en Élite Deportiva, generando una excelente oportunidad de ingreso en esta empresa.

Gráfica N° 42 Chompa y calentador



Las camisas tipo polo son otro de los productos que tienen mayor salida en Élite Deportiva, se confeccionan en este modelo en base a los requerimientos de empresa del sector público como; Plan, Mies, Ministerio de Salud Pública, e instituciones privadas como Distribuidora Piedra, grupos juveniles, entre otros.

Gráfica N° 43 Camisa tipo polo



Estos son los productos que con mayor frecuencia se producen en Casa Textil Élite Deportiva debido a los requerimientos y gustos de los clientes, aun que en ocasiones también se generan requerimientos de medias, polines y gorras.

Gráfica N° 44 Medias y gorras



Considerando los gustos y preferencia de los clientes se confeccionan las prendas detalladas anteriormente, tratando en lo posible de satisfacer dichas exigencias, ofreciendo prendas de variados estilos y buena calidad, lo cual marca una gran

ventaja para Élite Deportiva. Sin embargo y en vista de los constantes cambios que se suscitan en el mercado se genera la necesidad de contar con herramientas que ayuden a potenciar esta ventaja.

La estrategia CRM permitirá mantener a Élite Deportiva a la expectativa de los clientes. Una implantación efectiva de CRM permitirá mejorar las relaciones con los clientes, conociéndolos mejor y permitiendo disminuir los costos en la consecución de nuevos prospectos y aumentar la fidelidad de los ya existentes, lo cual, en ambos casos, significa mayores ventas y más rentabilidad para el negocio. Además, también se obtendrán beneficios relacionados con mejores resultados en el lanzamiento de nuevos productos y un desarrollo de marketing más efectivo.

4.11 Empleados Inteligentes

La nueva ventaja competitiva de cualquier empresa o institución, consiste en el desarrollo de sus capacidades de aprender permanentemente, y emplear oportuna y adecuadamente ese aprendizaje; con ello, será capaz de responder eficientemente al cambio continuo que se vive en el mundo, acelerado por la innovación de tecnologías que elevan el nivel de competitividad de las empresas en su arduo esfuerzo por mantenerse vigentes en el mercado.

El conocimiento es uno de los mayores activos intangibles con el que cuentan las empresas, el mantenerlo y rentabilizarlo implica administrarlo de la mejor forma posible, a fin de que este sea el generador de nuevas ventajas competitivas, innovación constante y su vez sea el protagonista de la permanencia en el mercado.

La aplicación del e-business en Casa Textil Élite Deportiva permitirá que tanto los colaboradores como los directivos desarrollen nuevas habilidades y destrezas, mayores y mejores capacidades cognitivas, que implique un adecuado manejo y utilización de los recursos, eficiencia en los procesos internos, mejores formas de

trato y relación con los clientes, y muchos otros beneficios que posibilitarán a Élite Deportiva una excelente proyección empresarial a nivel Provincial, Regional y Nacional. Para la obtención de estos resultados se necesita de la asistencia de profesionales expertos en procesos electrónicos empresariales que brinden la asesoría pertinente para el buen uso y aplicación de la herramienta electrónica e-business, permitiendo potenciar el desarrollo de nuevas ventajas competitivas.

El aplicación de la herramienta e-business en Élite Deportiva no solo permitirá que sus integrantes sean generadores de conocimientos en permanencia, a su vez hará de esta institución una empresa de aprendizaje, en donde la mezcla del saber sea utilizada para generar beneficio empresa-cliente-colaborador.

Capitalizarse en este entorno supone tener el mejor talento, bien formado, motivado y comprometido; bien organizado, con la mejor estrategia y con la mayor capacidad de innovación; éste es justamente el concepto de Capital Intelectual o intangibles de una compañía.

Por tanto, contar con el talento de las mejores personas y la capacidad para poner en práctica el conocimiento que se posee es la clave para seguir siendo un jugador competitivo y sostenible. Innovar supone asumir riesgos, estar dispuesto a soportar y aprender de los fracasos; estar siempre observando, con cierta ingenuidad y sin prejuicios, a los clientes, los competidores; supone promover y alimentar entornos donde se valore la creatividad, las nuevas ideas; donde se valore tanto el desaprendizaje como el aprendizaje; donde se use y se vea la tecnología como lo que realmente es, una oportunidad de mejora, de cambio, y no como algo que hay que implantar para seguir siendo competitivo.

4.12 Ingeniería E-business

El E-business herramienta que propone a las empresas una nueva forma de generar ventaja competitiva en un entorno complejo, permitiendo un reflejo de una nueva visión de cambio conjunto en los diferentes procesos internos, a fin de

obtener mejores resultados corporativos. Sin embargo para que dichos resultados se generen conforme a lo requerido producto de la excelente y acertada utilización del e-business (modelos electrónicos), es necesario realizar una ingeniería e-business que permita tener un panorama más claro aun de dichos resultados si no se aplica conforme a las necesidades de la empresa.

En consideración a lo argumentado anteriormente se bosqueja el escenario disciplinario de la ingeniería e-business a fin de que Casa Textil Élite Deportiva se permita aplicar esta herramienta conforme a sus necesidades, con el propósito de evitar problemas y desfases empresariales por la mal utilización de esta herramienta.

Escenario Disciplinario Empresarial

Tanto las empresas puntocom de la nueva economía como las de la vieja economía que se integran a Internet, deben enfrentar en forma explícita el diseño de sus estructuras y actividades para poder aspirar a tener una alta productividad y ser competitivas. Esto señala una clara diferenciación con las empresas tradicionales que podían sobrevivir con estructuras y procedimientos derivados en forma no explícita, a partir de su funcionamiento histórico.

Tanto las empresas puntocom de la nueva economía como las tradicionales que se incorporan a Internet, requieren modelos de negocios, una estructura organizacional, procesos y sistemas que deben ser diseñados explícitamente. En las puntocom, donde se parte de cero considerando el caso más complejo, en que hay un producto físico que se vende y transacciones asociadas, esto incluye:

- Diseño del producto y el valor agregado en relación a soluciones tradicionales que éste aportará;
- Diseño del sitio web a través del cual se canalizará la oferta
- Diseño de los procesos de negocios *back-office* –procesamiento de pedidos, generación del producto o servicio, logística, otros, que

implementen la oferta, a través de una cierta estructura y funcionamiento organizacional.

- Diseño de los sistemas computacionales que manejen las transacciones que se capturan del sitio, mantienen las bases de datos clientes, productos, contable financieras, necesarias para procesar eficientemente tales transacciones.

En las empresas tradicionales, que se incorporan al e-business, hay que realizar un rediseño de lo actualmente existente, en los mismos aspectos bosquejados para las puntocom de la nueva economía, lo cual implica un cambio fundamental con respecto a las prácticas habituales. En efecto, muchas empresas nunca han hecho diseños organizacionales y de procesos explícitos, en función de una cierta manera de hacer negocios, siendo los existentes el resultado de la tradición y la costumbre. A lo más se han hecho diseños de sistemas, pero sin entrar a fondo en el cuestionamiento de las prácticas de negocios, centrándose en los aspectos computacionales.

Por lo tanto, el desafío del e-business obliga a replantear el modelo de negocio, los procesos servicio al cliente y procesamiento de pedidos, satisfacción de pedidos, logística, abastecimiento, otros, y los sistemas computacionales de apoyo, todo esto sujeto a la restricción de construir lo nuevo sobre una realidad preexistente. Las empresas tradicionales que no enfrenten este rediseño en forma integral están condenadas al fracaso en el mundo del e-business, ya que sólo tendrán una interfaz moderna, pero un *back-office* anticuado que trabaja con métodos de una era anterior. Esto las pone en desventaja con respecto a las puntocom, que compiten en el mismo rubro, las cuales diseñaron su negocio incluyendo el back office de acuerdo a los requerimientos de la era Internet.

El replanteo del negocio consiste en realizar cambio en las formas de realizar las tareas y procesos internos. A fin de que Casa Textil Élite Deportiva pueda generar ventajas competitivas con la aplicación de la herramienta e-business en esta era de empresas puntocom, es necesario que solicite asesoría a un Ingeniero Comercial o

en Administración de Empresas con conocimientos en e-business con el propósito de que adopte las directrices adecuadas para la aplicación de esta herramienta, este profesional debe asesorar en las funciones de: proceso administrativo, factibilidad técnica y operativa del negocio, diseño de la arquitectura del proceso de negocio, actividades y funcionalidades, relaciones y flujos de información, requerimientos de apoyo computacional, y diseño de un prototipo web, para que luego un Ingeniero Informático realice la aplicación de los procedimientos computacionales, creación de la interfaz, y el diseño detallado de los procedimientos humanos, por medio de los cuales se ejecutan los aspectos no computacionales del e-business

El diseño bosquejado es claramente interdisciplinario, ya que requiere conocimientos de desarrollo de negocios, diferentes procesos que ocurren en la empresa, mejora y desarrollo de nuevos productos, procesamiento y satisfacción de pedidos, operaciones, logística, entre otros. Tecnologías de la Información, diseño organizacional, manejo de recursos humanos y otros. Por lo tanto, sería difícil que una sola persona pudiera tener todo el conocimiento y formación para hacer tal trabajo. Esto genera la necesidad de trabajar con equipos de diseño en los cuales se encuentren los talentos enunciados.

Innovar no es opcional, es esencial, y supone estar preparado para hacer frente a las vicisitudes que se generan en un entorno incierto, por tanto siendo Casa Textil Élite Deportiva una institución que se maneja en base a procedimientos tradicionales, es imperante la necesidad de realizar un rediseño en los procesos, para efectos de poder aplicar el e-business de forma eficaz y eficiente; y esto implica mejorar en los procesos de producción, marketing y servicio, modelo de negocio, servicio al cliente y procesamiento de pedidos, satisfacción de pedidos, logística, abastecimiento y otros, con el propósito de que el acople de la herramienta e-business en Élite Deportiva sea generadora de nuevas ventajas competitivas.

4.12.1 Aplicación del E-business

La aplicación del e-business en Élite Deportiva brindará grandes oportunidades de desarrollo en el campo textil, la implementación de esta herramienta se da con una centralización basada en el cliente apalancada en el modelo CRM (Customer Relationship Management), mismo que proporcionará a esta empresa las capacidades necesarias para analizar en todos sus aspectos al cliente, desarrollar un marketing más efectivo y con bajos costos, inteligentes oportunidades de venta, introducción a otros mercados, y en definitiva reducir el costo de obtener nuevos clientes e incrementar la lealtad de los ya existentes.

Para poder desarrollar estas ventajas se creó un prototipo web expresamente para establecer conexiones con clientes y todos quienes deseen mantener relaciones con Élite Deportiva, gestionando el comercio electrónico de modo más flexible, eficaz y seguro.

Gráfica N° 45 Página principal plataforma Élite Deportiva



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Web site Élite Deportiva

La plataforma virtual esta diseñada para ofrecer información de la empresa y los productos que oferta, al abrir la página elitedeportiva.elementfx.com se visualizará la portada con una imagen de fondo de Casa Textil Élite Deportiva, en la parte superior izquierda se visualizan 4 comandos:

- Inicio
- Quiénes somos
- Galería
- Contáctenos

Al dar un clic en el menú inicio se refleja la ventana principal de la página, en el ícono quiénes somos se detallan aspectos de mucha importancia en toda empresa como; historia, misión, visión, objetivos, valores y principios de la compañía, a fin de que los clientes se identifiquen mejor con Élite Deportiva y que la información permita generar mayor credibilidad.

Gráfica N° 46 Plataforma Élite Deportiva comando quiénes somos



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Web site Élite Deportiva

El comando galería refleja los diferentes productos que oferta Élite Deportiva, en donde el cliente podrá observar los productos y realizar sus requerimientos. En vista de que la cultura de compra a través de medios electrónicos no sé a desarrollado por completo en el mercado textil Peninsular, se optó por mantener comunicación con los cliente mediante una cuenta facebook, link que se encuentra en la página, una vez receptado el pedido se enviará una notificación vía e-mail al cliente cono constancia y conformidad. Una interfaz de usuario simple y cómoda facilitará la clasificación y seguimiento de los pedidos. La administración del comercio electrónico es completamente interna. La propia empresa realizará el mantenimiento de artículos en catálogo, datos, clasificación, pedidos y curso de esos pedidos.

Gráfica N° 47 Catálogo de productos Élite Deportiva



Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Web site Élite Deportiva

El cliente podrá realizar sus pagos a través de transferencia bancaria o depósito bancario, para lo cual Élite Deportiva proporcionará una cuenta a los clientes, conforme se vaya desarrollando mejores prácticas electrónicas de medios de pagos, se podrá ir generando mejores formas como pagos con tarjetas de créditos.

4.12.2 Evaluación de ventas en Élite Deportiva

Cuadro N° 38 Ventas Élite Deportiva

PRODUCTOS QUE OFERTA ÉLITE DEPORTIVA											
PRODUCTOS	Equipos deportivos (niños)	Equipos deportivos (adultos)	Camisas Deportivas	Camisas tipo polo	Chompas	Calentadores	Pantalones	Faldas	Medias	Bordado u estampado	TOTAL
PRECIO U.	\$ 9,50	\$ 12,00	\$ 6,50	\$ 7,50	\$ 18,00	\$ 25,00	\$ 18,00	\$ 15,00	\$ 2,50	\$ 1,50	
N° Ventas semanales	15	20	20	29	12	12	10	6	18	30	172
DEMANDA POTENCIAL DE ÉLITE DEPORTIVA											
PRODUCTOS	Equipos deportivos (niños)	Equipos deportivos (adultos)	Camisas Deportivas	Camisas tipo polo	Chompas	Calentadores	Pantalones	Faldas	Medias	Bordado u estampado	TOTAL
Ventas semanales	\$ 142,50	\$ 240,00	\$ 130,00	\$ 217,50	\$ 216,00	\$ 300,00	\$ 180,00	\$ 90,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 1.606,00
										SEMANAS	4
										DEMANDA POTENCIAL MENSUAL	\$ 6.424,00
										MESES	12
										DEMANDA POTENCIAL ANUAL	\$ 77.088,00

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Élite Deportiva

Élite Deportiva es una microempresa que desarrolla sus actividades de forma empírica, por tanto la falta de procedimientos técnicos no permite llevar un control exacto de las ventas, en el cuadro N° 32 se detalla un estimado de las ventas en promedio por unidad vendida de las diferentes prendas deportivas, obteniendo como resultado un aproximado de ventas semanales de \$ 1.606,00, en base a esta aproximación se calculó un estimado de \$ 6.424,00 en ventas mensuales y un promedio de \$ 77.088,00 de ventas anuales; la aplicación de la herramienta e-business permitirá un incremento considerable en las ventas de esta empresa.

Cuadro N° 39 Proyección de ventas mediante la web

PRODUCTOS DEMANDADOS MEDIANTE LA WEB ÉLITE DEPORTIVA											
PRODUCTOS	Equipos deportivos (niños)	Equipos deportivos (adultos)	Camisas Deportivas	Camisas tipo polo	Chompas	Calentadores	Pantalones	Faldas	Medias	TOTAL	
PRECIO U.	\$ 9,50	\$ 12,00	\$ 6,50	\$ 7,50	\$ 18,00	\$ 25,00	\$ 18,00	\$ 15,00	\$ 2,50		
N° Ventas trimestral	49	128	123	93	75	65	12	13	197	755	
N° Ventas mensuales	16	43	41	31	25	22	4	4	66	252	
N° Ventas semanales	1	1	1	1	1	1	0	0	2	8	
DEMANDA POTENCIAL DE ÉLITE DEPORTIVA EN LA WEB											
PRODUCTOS	Equipos deportivos (niños)	Equipos deportivos (adultos)	Camisas Deportivas	Camisas tipo polo	Chompas	Calentadores	Pantalones	Faldas	Medias	TOTAL	
Ventas semanales clientes potenciales	\$ 5,17	\$ 17,07	\$ 8,88	\$ 7,75	\$ 15,00	\$ 18,06	\$ 2,40	\$ 2,17	\$ 5,47	81,97	
Ventas semanales clientes actuales	\$ 142,50	\$ 240,00	\$ 130,00	\$ 217,50	\$ 216,00	\$ 300,00	\$ 180,00	\$ 90,00	\$ 45,00	\$ 1.606,00	
Ventas semanales clientes potenciales+actuales	\$ 147,67	\$ 257,07	\$ 138,88	\$ 225,25	\$ 231,00	\$ 318,06	\$ 182,40	\$ 92,17	\$ 50,47	\$ 1.687,97	
										SEMANAS	4
										DEMANDA POTENCIAL MENSUAL	6.751,87
										MESES	12
										DEMANDA POTENCIAL ANUAL	81.022,40
										DIFERENCIA ENTRE VTAS. CON Y SIN PRY	\$ 3.934,40

Autor: Raúl Castañeda
Fuente: Élite Deportiva

El implemento de una interfaz web permitirá a Élite Deportiva ofrecer un excelente servicio a los clientes, ofertar de mejor manera sus productos, generando resultados productivos como el del incremento de sus niveles de ventas; en el cuadro N° 39 se presenta una proyección de las ventas considerando el criterio de los clientes potenciales sumado al de los clientes actuales, en función de estos de estos se precisó la ventaja que se desarrollará Élite Deportiva e incremento del volumen de ventas al hacer uso de la web site.

Considerando el estimado de ventas detallado en el cuadro anterior, se hace un pronóstico de un incremento de ventas semanales por unidades vendidas de prendas deportivas de \$ 1.606,00 a \$ 1.687,97, al igual que una estimación de un incremento de las ventas mensuales de \$ 6.424,00 a \$ 6.751,87 y un estimado de incremento anual de \$ 77.088,00 a \$ 81.022,40. Cabe recalcar que la proyección de ventas con el uso de la web site se obtuvo en respuesta a los criterios de los clientes potenciales, a los cuales se aplico una encuesta tomando un extracto referencial de de los clientes actuales, es decir que se tomo un 46% referencial (35), los cuales emitieron criterios en frecuencias de compras trimestrales, los resultados se ilustran en el (cuadro # 40). La aplicación de la herramienta e-business permitirá desarrollar un potenciamiento de las unidades de producción y por ende un incremento de las ventas en Élite Deportiva.

Cuadro N° 40 Preferencias de compras de clientes potenciales

Población	Clientes Potenciales		Tipo de Prendas								
			Equipos deportivos (niños)	Equipos deportivos (adultos)	Camisas Deportivas	Camisas tipo polo	Chompas	Calentadores	Pantalones	Faldas	Medias
1	Empresas	Servigrase				6					12
1		Banco Comunal Finca		30	50	50					30
1		Fonasa S.A.			25	25					
28	Personas naturales				15	12	28	18	12	13	8
1	Clubes	Club Sport Bilbao	17	24			24	24			41
1		Defensor	17	23			23	23			40
1		Los amigos	15	24							39
1		Mar de plata		27							27
35	46%	Total:	49	128	90	93	75	65	12	13	197
Total porcentual			7%	18%	12%	13%	10%	9%	2%	2%	27%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Encuesta a clientes potenciales

4.13 Factibilidad Económica

Una vez realizado el estudio y análisis para la aplicación de la herramienta e-business en Casa Textil Élite Deportiva se consideró necesario realizar el estudio de factibilidad económica que permitirá determinar el costo real de la inversión a realizarse, para lo cual se detallan los recursos a utilizarse.

Factor humano.- para la consecución de los objetivos planteados es necesario la asesoría a un Ingeniero Comercial o Administrador de Empresas con conocimientos en e-business, este profesional debe asesorar en las funciones de: proceso administrativo, factibilidad técnica y operativa del negocio, diseño de la arquitectura del proceso de negocio, actividades y funcionalidades, relaciones y flujos de información, requerimientos de apoyo computacional, y de un ingeniero Informático para que diseñe de la página web, aplicación de los procedimientos computacionales, creación de la interfaz, y el diseño detallado de los procedimientos humanos por medio de los cuales se ejecuten los aspectos computacionales del e-business, por cuanto a continuación se detallan los costos de contratación de estos.

Cuadro N° 41 Costo de Operación de la Plataforma web Élite Deportiva

Costo de Operación de la Plataforma web Élite Deportiva		
Cantidad	Descripción	Valor
1	Ingeniero en Administración de Empresas o Comercial	\$ 900,00
1	Ingeniero Informático diseño web por una vez	\$ 1.500,00
1	Mantenimiento web	\$ 720,00
Total		\$ 3.120,00

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Web site Élite Deportiva

Recurso de Hardware.- se necesita de componentes materiales que posibilitaran la entrada y almacenamiento de la información necesaria para que la aplicación del e-business pueda generar los resultados esperados, a continuación se detallan los costos de adquisición de los recursos materiales necesarios para conseguir los objetivos planteados.

Cuadro N° 42 Costo de Hardware para Plataforma web Élite Deportiva

Costo de Hardware para la Plataforma web Élite Deportiva		
Cantidad	Descripción	Valor
1	Computado hp 17"	\$ 600,00
1	Impresora multifuncional	\$ 110,00
Total		\$ 710,00

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Web site Élite Deportiva

Recurso de Software.- Se requiere del soporte lógico que permitirá el procesamiento de datos a fin de contar con el conjunto completo de programas informáticos, procedimientos, documentación especificada que permitirán suministrar las actividades técnicas y de gestión necesarias para y un desarrollo eficaz de la herramienta e-business.

Cuadro N° 43 Costo de Software para Plataforma web Élite Deportiva

Costo de Software para la Plataforma web Élite Deportiva	
Descripción	Valor
Dominio poe (costo por año)	\$ 35,00
Alojamiento en la red (costo por año)	\$ 95,00
Paquete Modelo electrónico	\$ 400,00
Total	\$ 530,00

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Web site Élite Deportiva

Al consolidar los Costo de Operación, Costo de Hardware y Costo de Software imprescindibles para el desarrollo de la Plataforma web Élite Deportiva, se detalla a continuación el costo final de factibilidad económica necesaria, a fin de poder aplicar el e-business de forma eficaz y eficiente en Casa Textil Élite Deportiva. Considerando los múltiples beneficios y el desarrollo de una notable ventaja competitiva que se genera con la utilización de las herramientas tecnológicas, se considera oportuna la propuesta desde el punto de vista económico.

Cuadro N° 44 Costo final para la Plataforma web Élite Deportiva

Costo final para la Plataforma web Élite Deportiva	
Descripción	Valor
Costo de Operación de la Plataforma web Élite Deportiva	\$ 550,00
Costo de Hardware para la Plataforma web Élite Deportiva	\$ 1.050,00
Costo de Software para la Plataforma web Élite Deportiva	\$ 1.016,34
Total	\$ 2.616,34

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Élite Deportiva

4.13.1 Reducción de Costos

Cuadro N° 45 Reducción de Costos

Reducción de costos			Reducción de costos		
Sin tecnología	Costo mensual	Costo anual	Con tecnología	Costo mensual	Costo anual
Impresión de diseños para confección	\$ 35,00	\$ 420,00	Guías de diseños mediante la website por una vez	\$ 20,00	\$ 20,00
Tinta (cartuchos)	\$ 52,00	\$ 312,00	Mantenimiento website mensual	\$ 150,00	\$ 900,00
Energía eléctrica	\$ 150,00	\$ 1.800,00	Energía eléctrica mensual	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Confección de diseños para muestras	\$ 37,99	\$ 455,92	Internet mesual	\$ 55,00	\$ 660,00
Movilización para negociar M.P.	\$ 120,00	\$ 1.440,00	Oferta mediante el catálogo de compras por una vez	\$ 95,00	\$ 95,00
Hojas A4	\$ 6,00	\$ 72,00	Total	\$ 470,00	\$ 3.475,00
Total	\$ 400,99	\$ 4.499,92	Diferencia en reduccion de costos		\$ 1.024,92

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Web site Élite Deportiva

En el cuadro adjunto se muestra el gran beneficio que generaría la aplicación del e-business en Elite Deportiva, se hace un análisis del costo que implica para esta microempresa competir sin tecnología y con tecnología, el cuadro visualiza que el costo de le genera trabajar sin tecnología mensualmente a Casa Textil Elite Deportiva es de \$ 400,99 a diferencia del beneficio que se genera al hacer uso de la tecnología e-business en donde se precisa que el coto que le generaría a Elite Deportiva sería es de \$ 470,00 considerando que la inversión es una solo; al hacer un presupuesto anual se estima un costos de \$1.024,92 que representan ahorro para Élite Deportiva, sin considerar depreciación, costos generales de fabricación, gastos administrativos entre otro, para lo cual se analizan los estados financieros.

4.14 Proyecciones Financieras

Se detalla a continuación los activos con que cuenta Élite Deportiva para desarrollar su actividad productiva en el ámbito textil, activos necesarios para la transformación de los insumos en productos terminados, también se incluyen las proyecciones financieras que permitieron conocer la situación actual de es empresa, los cuales se detallan a continuación.

Cuadro N° 46 Activos fijos

ACTIVOS FIJOS		
M AQUINARIAS	CAT	PRECIO U.
Plancha de Sublimación	2	\$ 4.900,00
Máquina Sublimadora	1	\$ 800,00
Cortadora Eléctrica	3	\$ 1.280,00
Máquinas de coser recubridora	3	\$ 10.500,00
Máquinas de coser oberlok	3	\$ 3.600,00
Máquinas de coser elasticadora	2	\$ 5.000,00
Máquinas de coser Recta	3	\$ 5.400,00
Bordadora Computarizada	4	\$ 71.000,00
TOTAL	21	\$ 102.480,00
Terreno (10 x 20 m)		\$ 40.000,00
Edificio		\$ 15.000,00
MUEBLES Y ENSERES		
Vitrinas	3	\$ 660,00
Escritorio	2	\$ 200,00
Sillas	4	\$ 200,00
		\$ 1.060,00
EQUIPO DE OFICINA		
Sumadora	1	\$ 50,00
Aire acondicionado	1	\$ 450,00
		\$ 500,00
EQUIPO DE COMPUTACION		
Computador	1	\$ 600,00
Impresora	1	\$ 110,00
		\$ 710,00

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Élite Deportiva

El cuadro N° 46 muestra los activos fijos con que cuenta Élite Deportiva para hacer frente a los requerimientos del mercado los cuales suman un total de \$ 159.750,00.

4.14.1 Estados financieros

Los estados financieros se elaboraron para determinar la posición actual de Élite Deportiva y poder determinar la factibilidad del proyecto mediante el desarrollo y análisis de estos, para lo cual se detalla una proyección de estos a 5 años, haciendo una comparación financiera de estados sin la aplicación y con la aplicación de la herramienta e-business, entre estos se encuentran, balance general, estado de resultados proyectado, y flujo de caja proyectado.

Cuadro N° 47 Balance General sin proyecto

BALANCE GENERAL SIN PROYECTO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011 ÉLITE DEPORTIVA	
	CUENTAS
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja y bancos	\$ 16.182,92
ACTIVO FIJO	
Maquinarias	\$ 102.480,00
Muebles y Enseres	\$ 1.060,00
Equipos de Oficina	\$ 500,00
Equipos de Computacion	\$ 710,00
Terreno	\$ 40.000,00
Edificio(taller)	\$ 15.000,00
(-) Depreciación acumulada	\$ (6.266,67)
ACTIVO DIFERIDO	
Gastos preoperativos	\$ 150,00
Amortización acumulada	
TOTAL ACTIVO	\$ 182.349,59
PASIVO	
PASIVO CORRIENTE	
Poveedores	\$ 6.266,67
Total pasivo corriente	\$ 6.266,67
PASIVO NO CORRIENTE	
Préstamo bancario	\$ 10.800,00
Total pasivo no corriente	\$ 10.800,00
TOTAL PASIVO	\$ 17.066,67
PATRIMONIO	
Capital	\$ 165.282,92
Utilidades acumuladas	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 182.349,59

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Élite Deportiva

Cuadro N° 48 Balance General con proyecto

BALANCE GENERAL CON PROYECTO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011 ÉLITE DEPORTIVA	
	CUENTAS
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja y bancos	\$ 15.811,70
ACTIVO FIJO	
Maquinarias	\$ 34.681,00
Muebles y Enseres	\$ 150,00
Equipos de Oficina	\$ 450,00
Equipos de Computacion	\$ 710,00
Terreno	\$ 40.000,00
Edificio(taller)	\$ 15.000,00
Software para la Plataforma web	\$ 530,00
Operación de la Plataforma web	\$ 2.200,00
(-) Depreciación acumulada	\$ (2.780,72)
ACTIVO DIFERIDO	
Amortización acumulada	
TOTAL ACTIVO	\$ 112.313,42
PASIVO	
PASIVO CORRIENTE	
Poveedores	\$ 5.510,72
Total pasivo corriente	\$ 5.510,72
PASIVO NO CORRIENTE	
Préstamo bancario	\$ 1.500,00
Total pasivo no corriente	\$ 1.500,00
TOTAL PASIVO	\$ 7.010,72
PATRIMONIO	
Capital	\$ 105.302,70
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 112.313,42

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Élite Deportiva

El cuadro N° 47 refleja los activos y pasivos con que cuenta Élite Deportiva, los cual representa el inventario constante de esta empresa, a más de proporcionar la información necesaria para poder tomar la decisión de inversión, se refleja un total de activos y pasivos de \$ 182.349,59 sin la aplicación de la herramienta e-business, el cuadro N° 48 refleja un total de activos y pasivos de \$ 112.313,42 el decremento se da porque en este se incluyen los costos de adquisición de maquinarias mas eficientes para el proceso productivo.

Estado de Pérdidas y Ganancias

Siendo el estado de resultados es el principal medio a través del cual se mide la rentabilidad de una empresa en cuanto a ingresos y egresos en un periodo dado, a continuación se presentan los estados de resultados proyectados a cinco años de élite Deportiva, en donde se hace una comparación de costos entre la de no aplicar la herramienta electrónica y la de aplicar la herramienta electrónica.

Cuadro N° 49 Estado de Pérdidas y Ganancias sin proyecto

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS SIN PROYECTO					
PROYECCIÓN A CINCO AÑOS					
ÉLITE DEPORTIVA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 48.684,18	\$ 100.637,50	\$ 135.221,33	\$ 172.014,01	\$ 200.013,06
Total de ingresos	\$ 48.684,18	\$ 100.637,50	\$ 135.221,33	\$ 172.014,01	\$ 200.013,06
COSTO DE PRODUCCION					
Materia prima	\$ 19.538,82	\$ 34.882,00	\$ 49.335,90	\$ 62.759,82	\$ 77.029,54
Mano de obra directa	\$ 24.528,00	\$ 29.678,88	\$ 35.911,44	\$ 43.452,85	\$ 52.577,95
Costos Generales de Fab.	\$ 15.992,15	\$ 20.625,08	\$ 23.270,54	\$ 26.459,14	\$ 29.911,84
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	\$ 60.058,98	\$ 85.185,96	\$ 108.517,89	\$ 132.671,81	\$ 159.519,33
GASTOS OPERACIONALES					
Sueldos y salarios	\$ 11.184,00	\$ 11.519,52	\$ 11.865,11	\$ 12.221,06	\$ 12.587,69
Aporte patronal	\$ 1.358,86	\$ 1.399,62	\$ 1.441,61	\$ 1.484,86	\$ 1.529,40
Beneficios sociales	\$ 2.330,03	\$ 3.359,89	\$ 3.460,69	\$ 3.564,51	\$ 3.671,44
Energía Eléctrica	\$ 840,00	\$ 868,20	\$ 897,35	\$ 927,48	\$ 958,62
Agua potable	\$ 48,00	\$ 49,61	\$ 51,28	\$ 53,00	\$ 54,78
Útiles de oficina	\$ 96,00	\$ 99,22	\$ 102,55	\$ 106,00	\$ 109,56
Depreciación de activos fijos	\$ 392,67	\$ 392,67	\$ 392,67	\$ 392,67	\$ 392,67
Amortización de gastos preoperativos	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Total Gastos Operacionales	\$ 16.279,55	\$ 17.718,74	\$ 18.241,26	\$ 18.779,57	\$ 19.334,16
Gasto financiero	\$ 1.219,40	\$ 642,29			
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ (28.873,75)	\$ (2.909,48)	\$ 8.462,18	\$ 20.562,63	\$ 21.159,56
PARTICIP. DE TRABAJADORES			\$ 1.269,33	\$ 3.084,39	\$ 3.173,93
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO			\$ 7.192,85	\$ 17.478,24	\$ 17.985,63
IMPUESTO A LA RENTA				\$ 682,79	\$ 743,68
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ (28.873,75)	\$ (2.909,48)	\$ 7.192,85	\$ 16.795,45	\$ 17.241,95

Autor: Raúl Castañeda

En el estado de resultado representado en el cuadro N° 49 se visualiza una proyección a cinco años sin la aplicación de la herramienta electrónica, se puede apreciar que durante el primer año Élite Deportiva reporta pérdidas de \$ 28.873,75 al igual que en el segundo año por un valor de \$ 2.909,48, y que recién en el tercer año trabaja para percibir utilidades de \$ 7.192,85, utilidad que no es representativa en comparación a las pérdidas obtenidas los dos primeros años.

Cuadro N° 50 Estado de Pérdidas y Ganancias con proyecto

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS CON PROYECTO					
PROYECCIÓN A CINCO AÑOS					
ÉLITE DEPORTIVA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 56.285,80	\$ 100.485,13	\$ 142.122,73	\$ 180.793,23	\$ 221.900,24
Total de ingresos	\$ 56.285,80	\$ 100.485,13	\$ 142.122,73	\$ 180.793,23	\$ 221.900,24
COSTO DE PRODUCCION					
Materia prima	\$ 19.538,82	\$ 34.882,00	\$ 49.335,90	\$ 62.759,82	\$ 77.029,54
Mano de obra directa	\$ 24.528,00	\$ 29.678,88	\$ 35.911,44	\$ 43.452,85	\$ 52.577,95
Costos Generales de Fab.	\$ 12.470,20	\$ 16.706,03	\$ 19.346,92	\$ 22.530,78	\$ 26.371,25
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	\$ 56.537,03	\$ 81.266,91	\$ 104.594,26	\$ 128.743,45	\$ 155.978,74
GASTOS OPERACIONALES					
Sueldos y salarios	\$ 9.432,00	\$ 9.714,96	\$ 10.006,41	\$ 10.306,60	\$ 10.615,80
Aporte patronal	\$ 1.145,99	\$ 1.180,37	\$ 1.215,78	\$ 1.252,25	\$ 1.289,82
Beneficios sociales	\$ 1.965,00	\$ 2.833,53	\$ 2.918,54	\$ 3.006,09	\$ 3.096,27
Energía Eléctrica	\$ 840,00	\$ 868,20	\$ 897,35	\$ 927,48	\$ 958,62
Agua potable	\$ 36,00	\$ 37,21	\$ 38,46	\$ 39,75	\$ 41,08
Útiles de oficina	\$ 60,00	\$ 62,01	\$ 64,10	\$ 66,25	\$ 68,47
Internet	\$ 660,00	\$ 682,16	\$ 705,06	\$ 728,74	\$ 753,20
Depreciación de activos fijos	\$ 296,67	\$ 296,67	\$ 296,67	\$ 296,67	\$ 296,67
Amortización del software	\$ 106,00	\$ 106,00	\$ 106,00	\$ 106,00	\$ 106,00
Total Gastos Operacionales	\$ 14.541,65	\$ 15.781,11	\$ 16.248,36	\$ 16.729,83	\$ 17.225,94
Gasto financiero	\$ 165,00	\$ 86,80			
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ (14.957,88)	\$ 3.350,31	\$ 21.280,10	\$ 35.319,95	\$ 48.695,56
PARTICIP. DE TRABAJADORES		\$ 502,55	\$ 3.192,02	\$ 5.297,99	\$ 7.304,33
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 2.847,76	\$ 18.088,09	\$ 30.021,96	\$ 41.391,22
IMPUESTO A LA RENTA			\$ 703,81	\$ 2.531,29	\$ 4.448,24
U-P DEL EJERCICIO	\$ (14.957,88)	\$ 2.847,76	\$ 17.384,28	\$ 27.490,66	\$ 36.942,98

Autor: Raúl Castañeda

En el cuadro N° 50 se representa la diferencia entre ingresos, egresos y gastos de operación que refleja el resultado de la aplicación del e-business en Casa Textil Élite Deportiva, en donde se aprecia que durante el primer año se reduce la pérdida a un valor de \$ (14.957,88), en comparación con el cuadro anterior mismo que reflejaba pérdidas por un valor de \$ (28.873,75), lo cual representa una diferencia de \$13.915,87, pero en el segundo año ya se reflejan utilidades por un valor de \$ 2.847,76, y en el tercer año se incrementan las utilidades en un 16% lo cual indica la factibilidad de invertir en aplicar la tecnología e-business, pues se reflejan incrementos considerables en el nivel ventas de Élite Deportiva.

Cuadro N° 51 Flujo de Cajas Proyectado sin proyecto

FLUJO PROYECTADO A CINCO AÑOS SIN PROYECTO						
ÉLITE DEPORTIVA						
INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Préstamo	\$ 10.800,00					
Ventas		\$ 48.684,18	\$ 100.637,50	\$ 135.221,33	\$ 172.014,01	\$ 200.013,06
Total de ingresos	\$ 10.800,00	\$ 48.684,18	\$ 100.637,50	\$ 135.221,33	\$ 172.014,01	\$ 200.013,06
EGRESOS						
Inversión fija	\$ 159.750,00					
Diferidos	\$ 150,00					
Capital de trabajo	\$ 16.182,92					
Costo de producción		\$ 60.058,98	\$ 85.185,96	\$ 108.517,89	\$ 132.671,81	\$ 159.519,33
Gastos operacionales		\$ 16.279,55	\$ 17.718,74	\$ 18.241,26	\$ 18.779,57	\$ 19.334,16
Dividendo		\$ 6.330,85	\$ 6.330,85			
Particip. de trabajadores						
Impuesto a la Renta						
Total de egresos	\$ 176.082,92	\$ 82.669,37	\$ 109.235,54	\$ 126.759,15	\$ 151.451,38	\$ 178.853,49
Depreciaciones		\$ 6.266,67	\$ 6.659,33	\$ 6.659,33	\$ 6.659,33	\$ 6.266,67
Amortizaciones		\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Flujo neto	\$ (165.282,92)	\$ (27.688,53)	\$ (1.908,70)	\$ 15.151,52	\$ 27.251,96	\$ 27.456,23
Aportación de capital	\$ 165.282,92					
Flujo acumulado	\$ -	\$ (27.688,53)	\$ (29.597,23)	\$ (14.445,72)	\$ 12.806,25	\$ 40.262,48

VAN	(\$ 26.167,49)
TIR	-10%

INFLACIÓN PROMEDIO	3,36%
TASA DE INTERES PASIVA REFERENCIAL	5,35%
RIESGO	0,18%
TMAR	8,89%

Autor: Raúl Castañeda

Se presenta un estado de flujo proyectado a cinco años sin la aplicación de la herramienta e-business, este flujo permitió conocer la situación financiera de Élite Deportiva en cuanto a las entradas y salidas de efectivo, factor decisivo para evaluar la rentabilidad del proyecto. El resultado de la proyección proporcionó un flujo negativo en los tres primeros años. Se calculó la tasa interna de retorno dando un resultado de -10, indicando la no aceptación del proyecto, y un VNA de \$-26.167,49 lo cual indica que los rendimientos que se obtienen de la inversión son inferiores a los rendimientos en otras alternativas efectivas de negocio.

Cuadro N° 52 Flujo de Cajas Proyectado con proyecto

FLUJO PROYECTADO A CINCO AÑOS CON PROYECTO ÉLITE DEPORTIVA						
INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Préstamo	\$ 1.500,00					
Ventas		\$ 56.285,80	\$ 100.485,13	\$ 142.122,73	\$ 180.793,23	\$ 221.900,24
Total de ingresos	\$ 1.500,00	\$ 56.285,80	\$ 100.485,13	\$ 142.122,73	\$ 180.793,23	\$ 221.900,24
EGRESOS						
Inversión fija	\$ 90.991,00					
Diferidos						
Capital de trabajo	\$ 15.811,70					
Costo de producción		\$ 56.537,03	\$ 81.266,91	\$ 104.594,26	\$ 128.743,45	\$ 155.978,74
Gastos operacionales		\$ 14.541,65	\$ 15.781,11	\$ 16.248,36	\$ 16.729,83	\$ 17.225,94
Dividendo		\$ 875,90	\$ 875,90			
Particip. de trabajadores						
Impuesto a la Renta						
Total de egresos	\$ 106.802,70	\$ 71.954,58	\$ 97.923,92	\$ 120.842,62	\$ 145.473,27	\$ 173.204,68
Depreciaciones		\$ 2.780,72	\$ 2.780,72	\$ 2.780,72	\$ 2.780,72	\$ 2.780,72
Amortizaciones		\$ 106,00	\$ 106,00	\$ 106,00	\$ 106,00	\$ 106,00
Flujo neto	\$ (105.302,70)	\$ (18.555,49)	\$ (325,51)	\$ 18.393,38	\$ 32.433,23	\$ 45.808,84
Aportación de capital	\$ 105.302,70					
Flujo acumulado	\$ -	\$ (18.555,49)	\$ (18.881,00)	\$ (487,62)	\$ 31.945,62	\$ 77.754,46

VAN	\$ 40.179,13
TIR	39%

INFLACIÓN PROMEDIO	3,36%
TASA DE INTERES PASIVA REFERENCIAL	5,35%
RIESGO	0,18%
TMAR	8,89%

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Web site Élite Deportiva

Se realizó la proyección de un flujo de caja considerando la aplicación de la herramienta e-business en Casa Textil Élite Deportiva, dicha proyección reflejó un flujo negativo en los tres primeros años, pero con un ingreso considerable de efectivo en el cuarto año. Se calculó la TIR en un escenario real la cual fue de 39% lo cual indica que los rendimientos que se obtienen son mayores a los que se obtendrían en otra alternativa de negocio, por lo que se deduce que es buena la decisión de invertir, el van en este escenario indica que el valor del negocio tendrá un equivalente de \$ 40.179,13 con lo que se maximiza la inversión. Cabe recalcar que para ambos escenarios se considero una tasa mínima aceptable de rendimiento

de 8,89%, misma que se determinó considerando la inflación anual en un promedio de tres años anteriores, una tasa de interés pasiva referencial de 5,35% según datos del Banco Central del Ecuador, mismas que al ser multiplicadas nos dan una prima de riesgo de 0,18%, que sumada a la tasa inflacionaria promedio, mas la tasa de interés pasiva referencial da una TMAR de 8,89% que es la mínima que se exigirá al proyecto.

4.15 Impacto sobre el medio ambiente

Las temáticas ambientales son una de las preocupaciones constante para la mayor parte de las instituciones de la Provincia de Santa Elena y del Ecuador en general, en la cual colaboran destacados profesionales ambientalistas del medio, instituciones gubernamentales y la comunidad que poco a poco concientiza los hechos que perjudican el medio ambiente.

En consideración a las diversas iniciativas de conservación ambiental que se emprenden en la actualidad se creyó conveniente proponer acciones encaminadas a generar mejores prácticas en cuanto a la utilización adecuada de los recursos en Casa Textil Élite Deportiva aplicando los criterios de materia y energía a fin de que no se genere impactos negativos sobre el medio ambiente, decidiendo utilizar insumos no contaminantes, además de promover el reciclado de residuos industriales y textiles. Se ha decidido con esta propuesta reemplazar para los estampados el uso de pintura con anilinas por pigmentos en dispersión acuosa, así como también evitar utilizar tintas con solventes y otros derivados del petróleo, evitando tanto la contaminación de efluentes como la eventual intoxicación de colaboradores y cliente que se acercan a la empresa a mas de promover un ambiente laboral mas sano.

4.16 Evaluación y Seguimiento

El e-business es una herramienta que permite potenciar los procesos de la empresa y desarrollar diversas ventajas competitivas que generarán incremento en la productividad. La aplicación de esta herramienta en Élite Deportiva producirá notables cambios en sus procesos de, producción marketing y servicio.

Se hará seguimiento a la aplicación de la herramienta e-business en Élite Deportiva en un período de 90 días, a fin de constatar si se están cumpliendo los objetivos y metas planteados, si la adopción de la tecnología en el proceso de producción permitió generar mejoras en la etapa de confección, en cuanto al abastecimiento de materia prima si se mejoró la planificación para poder responder oportunamente a los cambio de los gustos y preferencias de los clientes.

Se evaluará la gestión de la aplicación de la herramienta e-business el área de marketing, a fin de determinar si el desarrollo de una publicidad abierta y con bajos costos incremento los niveles de venta de Casa Textil Élite Deportiva, extendió la cartera de clientes, y produjo la introducción a otros mercado.

Se evaluará y se hará seguimiento en el servicio que brinda Élite Deportiva, con el propósito de determinar si la gestión de relación con el clientes se fortaleció, si se produjo un aumento en la tasa de retención de clientes y por ende un aumento en la cuota de gasto de estos, el trato hacia el cliente es primordial y el crear lazos de confianza con estos es uno de los más importantes logros de toda empresa.

La evaluación y seguimiento en los procesos de Élite Deportiva permitirá identificar si se produjeron los resultados esperados tanto interna como externamente, y en el caso de detectar falencias corregir e implementar estrategias congruentes que redirecciones la planificación establecida

4.17 Conclusiones

Casa Textil Élite Deportiva es una microempresa que desarrolla su actividad basada en métodos tradicionales, todo el proceso productivo se maneja de forma empírica, lo cual limita su desarrollo en un entorno que ofrece muchas posibilidades que pueden ser potenciadas si se generan cambios en sus procesos y se proyecta una visión futurista.

La automatización de los procesos de producción, marketing y servicio en Élite Deportiva hará que esta desarrolle nuevas prácticas de negocio, pueda expandirse hacia nuevos mercados, retenga eficazmente a sus clientes, mantenga mejores relaciones con ellos y mejore la eficiencia de sus procesos en cuanto a producción, y planificación de abastecimiento de materia prima.

Los directivos y colaboradores de Élite Deportiva se muestran muy interesados en obtener reducción de costos e incremento de ingresos con la aplicación de la herramienta e-business en los procesos de la empresa, al igual que se encuentran consientes que se podría generar un cambio en la estructura sobre la que trabajan y generar mejores en la distribución de las tareas.

En implemento de la herramienta e-business en Casa Textil Élite Deportiva permitirá ofrecer un mejor y excelente servicio a los clientes, de modo que estos solo necesitaran de una navegador para establecer relaciones con Élite Deportiva, realizar sus pedidos con especificaciones exactas de los productos, haciendo uso de la plataforma virtual, minimizándoles costo y tiempo a los clientes al hacer sus pedidos desde cualquier lugar y con mayor comodidad.

La publicidad a través de medios electrónico es una herramienta que aun no se ha desarrollado por completo en la Provincia de Santa Elena.

El panorama que se vislumbra en el entorno de Élite Deportiva es positivo, con un mercado de alto potencial y la modalidad de venta aplicada en la actualidad no permite precisar con cifras exactas el volumen de venta diaria.

Para determinar las proyecciones de ventas considerando la aplicación de la herramienta e-business, se tomo un porcentaje referencial de clientes potenciales proporcionados por los clientes actuales, la encuesta se planteo con la finalidad de conocer la factibilidad del sitio web.

El análisis financiero realizado, en el que se proyectaron flujos de caja, estado de resultados y balance general con y sin la aplicación de la herramienta e-business permitió conocer la situación actual y real de Casa Textil Élite Deportiva, determinándose a su vez que esta institución trabaja a pérdida, aplicando un escenario optimista se proyectó balances con la aplicación de la herramienta e-business mismos que reflejan resultados favorables para la aplicación del proyecto.

4.18 Recomendaciones

Se recomienda a los empresarios de la Provincia de Santa Elena y directivos de Élite Deportiva hacer uso de las herramientas electrónicas ya, la aplicación de estas en las empresas permitirá potenciar los diferentes procesos en sus diferentes fases productivas y desarrollar diversas ventajas competitivas.

Para obtener los resultados esperados con la aplicación de las herramientas tecnológicas y su adecuada inserción en los procesos según sea la necesidad de la empresa se recomienda a Élite Deportiva, solicite asesoría a un Ingeniero Comercial o Administrador de Empresas con conocimientos en e-business con el propósito de que brinde las directrices adecuadas para la aplicación de esta, este profesional debe asesorar en las funciones de: proceso administrativo, factibilidad técnica y operativa del negocio, diseño de la arquitectura del proceso de negocio,

actividades y funcionalidades, relaciones y flujos de información, requerimientos de apoyo computacional, y diseño de un prototipo web, para que luego un Ingeniero Informático realice la aplicación de los procedimientos computacionales, creación de la interfaz, y el diseño detallado de los procedimientos humanos, por medio de los cuales se ejecutan los aspectos computacionales del e-business

Se recomienda a Casa Textil Élite Deportiva tome un curso de aprendizaje relacionado a mejores prácticas empresariales relacionadas al e-business, abordando temas como ventajas, desventajas, alcances, limitaciones, costos y beneficios. Se propone esto debido a que la mayoría de las personas inmersas dentro de los procesos de Casa Textil Élite Deportiva no cuentan con el conocimiento suficiente para poder aplicarlo, de modo que se precisen mejores resultados corporativos.

Se recomienda prestar atención a lo que acontece en instituciones del sector Público, las cuales desarrollan sus actividades haciendo uso de las herramientas electrónicas para el ofrecimiento de un mejor u óptimo servicio a los usuarios.

El implemento de una plataforma virtual en Élite Deportiva generará un apoyo en la gestión de relación con el cliente, mayor y mejor difusión de las prendas deportivas.

Es recomendable que Casa Textil Élite Deportiva lleve un mejor control de las ventas por volúmenes de pedidos, utilizando métodos más efectivos que permita generar reportes con resultados exactos para poder generar mejor movimiento en el inventario.

Se recomienda a Élite Deportiva hacer uso y aplicación de la herramienta electrónica lo mas pronto posible pues de la aplicación de mejores prácticas empresariales dependerá su sostenibilidad en el mercado, considerando la situación crítica en la que se encuentra.

ANEXO 1: Cronograma de trabajo para propuesta del proyecto.

ACTIVIDADES	MES 1				MES 2				MES 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
SEMANAS												
Análisis de los requerimientos de Élite Deportiva	■											
Plan de acción para la aplicación de la propuesta e-business (Replanteo del modelo de negocio en Élite Deportiva)		■	■									
Face de Planificación y enfoque del modelo administrativo			■									
Misión, Visión, Filosofía, Valores			■									
Estructura Organizacional				■								
Análisis FODA Élite Deportiva				■								
Proceso técnico productivo				■								
Marketing Mix					■							
Metodología de creación del sitio web					■							
Capacitación a personal de Élite Deportiva (Sist. Administrativo)						■						
Creación de Dominio para Élite Deportiva						■						
Diseño preliminar de la estructura web Élite Deportiva							■					
Análisis y elección de la herramienta e-business a aplicar enfocada a mejorar las áreas de Producción, Marketing y Servicio							■					
Elaboración de las bases de datos que requiere la aplicación								■				
Elaboración del diseño lógico de la Plataforma virtual Élite Deportiva									■			
Elaboración de Catálogo de producto Élite Deportiva									■			
Alojamiento en la red										■		
Subir información Élite Deportiva en la web										■		
Posicionamiento web											■	
Prueba de la Plataforma virtual Élite Deportiva											■	
Capacitación a personal de Élite Deportiva (Sist. Computacional)											■	
Supervisión y seguimiento de la aplicación del e-business en Élite Deportiva												■

ANEXO 2: Encuesta a aplicada a los colaboradores de Casa Textil Élite Deportiva

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo.- Conocer la opinión de los involucrados en el proceso productivo de Casa Textil Élite Deportiva acerca de la aplicación del E-business y las herramientas tecnológicas mediante preguntas en cuestión determinando su eficiencia dentro de sus áreas.

1. ¿Tiene usted conocimientos en computación?

Sí () No ()

2. ¿Qué nivel tiene usted de conocimientos en computación?

Básico () Medio () Avanzado ()

3. ¿Esta de acuerdo con que se implementen medios electrónicos en los procesos de producción, marketing y servicios de Casa Textil Élite Deportiva?

Sí () No ()

4. ¿Cree usted que si se implementan medios electrónicos en los procesos de Casa Textil Élite Deportiva se desarrollarían mejores oportunidades de venta?

Totalmente en desacuerdo () De acuerdo ()

Estoy en desacuerdo () Totalmente de acuerdo ()

5. ¿Se daría un mejor servicio a los clientes de Casa Textil Élite Deportiva si se lo hace a través de una página web?

Totalmente en desacuerdo () De acuerdo ()

Estoy en desacuerdo () Totalmente de acuerdo ()

6. ¿Cree usted que si se usan medios electrónicos para promocionar los productos de Casa Textil Élite Deportiva se estimularía más la compra de estos?

Sí () No ()

7. ¿Considera apropiado contar con herramientas electrónicas empresariales que propicie mayores ventajas competitivas a Casa Textil Élite Deportiva en su entorno?

Totalmente en desacuerdo () De acuerdo ()

Estoy en desacuerdo () Totalmente de acuerdo ()

8. ¿Le gustaría desarrollar mejores habilidades utilizando herramientas tecnológicas para beneficio de la empresa y mejorar su eficiencia y eficacia?

Sí () No ()

ANEXO 3: Encuesta aplicada a clientes de Casa Textil Élite Deportiva

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo.- Conocer las expectativas de los clientes de Casa Textil Élite Deportiva acerca de la aplicación del E-business y las herramientas tecnológicas mediante preguntas en cuestión determinando su eficiencia dentro de esta.

11 ¿Ha realizado alguna vez compras a través de medios electrónicos?

Sí () No ()

12 ¿Si tuviese la oportunidad de comprar haciendo uso de páginas web con qué frecuencia haría?

Semanal () Bimensual ()

Mensual () Otros ()

13 ¿Le gustaría adquirir prenda de vestir casual y deportiva haciendo uso de medios electrónicos?

Sí () No ()

14 ¿Considera apropiado que Casa Textil Élite cuente con un sistema web en donde se puedan realizar las diferentes transacciones?

Totalmente en desacuerdo () De acuerdo ()

Estoy en desacuerdo () Totalmente de acuerdo ()

15 ¿Cree usted que sería mucho más cómodo y menos costoso realizar los pedidos a Casa Textil Élite Deportiva a través de medios electrónicos?

Sí () No ()

16 ¿Se facilitaría el flujo de información de los productos de Casa Textil Élite Deportiva si se promocionan a través de una página web?

Totalmente en desacuerdo () De acuerdo ()

Estoy en desacuerdo () Totalmente de acuerdo ()

17 ¿Cree usted que le resultaría más sencillo realizar sus pagos por la compra de prendas de vestir a Casa Textil Élite Deportiva a través de medios electrónicos?

Totalmente en desacuerdo ()

Estoy en desacuerdo ()

De acuerdo ()

Totalmente de acuerdo ()

18 Si Casa Textil Élite Deportiva contase con un sistema web ¿Por qué motivos haría uso de él? Señale la opción que más considere conveniente.

- Comodidad del usuario o cliente
- Se evita el gasto en exceso
- Optimización de tiempo

ANEXO 4: Encuesta a aplicada a los directivos de Casa Textil Élite Deportiva

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo.- Conocer la opinión de los directivos de Casa Textil Élite Deportiva acerca de la aplicación del E-business y las herramientas tecnológicas mediante preguntas en cuestión determinando su eficiencia dentro de sus áreas.

1. ¿Considera usted que un elemento clave dentro del proceso evolutivo de una organización es contar con herramientas electrónicas de Gestión Empresarial?

Totalmente en desacuerdo () De acuerdo ()

Estoy en desacuerdo () Totalmente de acuerdo ()

2. ¿Cree usted que si se implementan medios electrónicos en los procesos de producción, marketing y servicios de Casa Textil Élite Deportiva se desarrollarían mejores oportunidades de venta?

Totalmente en desacuerdo () De acuerdo ()

Estoy en desacuerdo () Totalmente de acuerdo ()

3. ¿Cree usted que se daría un mejor servicio a los clientes de Casa Textil Élite Deportiva si se lo hace a través de una página web?

Totalmente en desacuerdo () De acuerdo ()

Estoy en desacuerdo () Totalmente de acuerdo ()

4. ¿Es preponderante la capacitación de los colaboradores para crear ventaja competitiva y mejores resultados corporativos?

Totalmente en desacuerdo () De acuerdo ()

Estoy en desacuerdo () Totalmente de acuerdo ()

5. ¿Cree usted que le resultaría más sencillo realizar sus pagos por la adquisición de Materia Prima a través de medios electrónicos?

Totalmente en desacuerdo () De acuerdo ()

Estoy en desacuerdo () Totalmente de acuerdo ()

6. ¿Se facilitaría el flujo de información de los productos de Casa Textil Élite Deportiva si se hace a través de medios electrónicos?

Totalmente en desacuerdo () De acuerdo ()

Estoy en desacuerdo () Totalmente de acuerdo ()

7. ¿Es preponderante la reputación de Casa Textil Élite Deportiva para crear confianza ante el cliente?

Totalmente en desacuerdo () De acuerdo ()

Estoy en desacuerdo () Totalmente de acuerdo ()

8. ¿Le gustaría desarrollar mejores habilidades utilizando herramientas tecnológicas para beneficio de la empresa y mejorar su eficiencia y eficacia?

Sí () No ()

ANEXO 5: Guía de Observación “Casa Textil Élite Deportiva”

Casa Textil Élite Deportiva		Asunto:		Aplicación del E-business	
		Fecha:			
N°	Accionar a evaluar	Registro de Cumplimiento		Observaciones	
		SÍ	NO		
1	Utiliza algún tipo de herramienta tecnológica?				
2	Cuenta con personal suficiente para cumplir con los pedidos?				
3	Mantiene estándares de inventarios acorde a aplicar nuevas tecnologías?				
4	Lleva un control y seguimiento de pedidos?				
5	Los métodos de entregas minimizan costo y tiempo				
6	Sus métodos de producción se muestran flexibles ante aplicaciones de conocimientos tecnológicos				
7	Cómo da a conocer los productos ante el cliente:				
	Escaparate				
	Oferta- catálogos				
	Muestra al detal				

Autor: Raúl Castañeda

ANEXO 6: Entrevista aplicada a un profesional con conocimientos en el tema.

Entrevistado: Lcdo. Eduardo Pico G. MSc. Asesor de la Carrera de Administración de Empresas

Entrevistador: Raúl Castañeda

- 1. ¿Permite potenciar los procesos del negocio la aplicación del e-business?**
- 2. ¿Facilita el e-business intensificar la competitividad por medio de la venta y compra a través de la web?**
- 3. ¿De qué forma aporta el comercio electrónico a las empresa de Santa Elena?**
- 4. ¿Cree usted que la aplicación del e-business ayudara a reducir costos e incrementar los ingresos de las empresas de la Provincia de Santa Elena?**
- 5. ¿Qué necesitan las empresas que se inician en procesos e-business para obtener buenos resultados?**
- 6. ¿Qué cree que hace falta para que los empresarios de la Provincia de Santa Elena empiecen a desarrollar el comercio electrónico?**
- 7. Si la utilización de la herramienta e-business toma fuerza en la provincia de Santa Elena ¿Cuál sería su aporte en las empresas?**
- 8. ¿Qué le recomendaría a los empresarios que quieren adentrarse a la adopción del e-business en sus empresas?**

ANEXO 7: Encuesta aplicada a los clientes potenciales de Casa Textil Élite Deportiva

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo.- Conocer las expectativas de los clientes potenciales de Casa Textil Élite Deportiva acerca de la aplicación del E-business y las herramientas tecnológicas mediante preguntas en cuestión determinando su eficiencia dentro de esta.

1. ¿Ha realizado alguna vez compras a través de medios electrónicos?

Sí () No ()

2. ¿Si tuviese la oportunidad de comprar haciendo uso de páginas web con qué frecuencia haría?

Semanal () Bimensual ()

Mensual () Otros ()

3. ¿Le gustaría adquirir prenda de vestir casual y deportiva haciendo uso de medios electrónicos?

Sí () No ()

4. ¿Considera apropiado que Casa Textil Élite cuente con un sistema web en donde se puedan realizar las diferentes transacciones?

Totalmente en desacuerdo () De acuerdo ()

Estoy en desacuerdo () Totalmente de acuerdo ()

5. ¿Qué cantidad y tipo de prendas deportivas compra en el año?

Escriba el número de prendas que adquiere al año: _____

Escriba el tipo de prenda: _____

6. Usted acoge las sugerencias dadas de sus conocidos en cuanto a compras a realizar?

Sí () No ()

ANEXO 8: Casa Textil Élite Deportiva



ANEXO 9: Área operativa de Casa Textil Élite Deportiva



ANEXO 10: Área de estampado Casa Textil Élite Deportiva



ANEXO 11: Área de atención al cliente Casa Textil Élite Deportiva



ANEXO 12: Depreciación de activos actuales.

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS ACTUALES			
Maquinarias	<u>\$ 102.480,00</u>	=	\$ 5.124,00
	20		
Muebles y Enseres	<u>\$ 1.060,00</u>	=	\$ 106,00
	10		
Equipo de Oficina	<u>\$ 500,00</u>	=	\$ 50,00
	10		
Equipo de Comp.	<u>\$ 710,00</u>	=	\$ 236,67
	3		
Edificio	<u>\$ 15.000,00</u>	=	\$ 750,00
	20		\$ 6.266,67

Autor: Raúl Castañeda**Fuente:** Balance General Élite Deportiva**ANEXO 13: Depreciación de activos propuestos.**

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS PROPUESTOS			
Maquinarias	<u>\$ 34.681,00</u>	=	\$ 1.734,05
	20		
Muebles y Enseres	<u>\$ 150,00</u>	=	\$ 15,00
	10		
Equipo de Oficina	<u>\$ 450,00</u>	=	\$ 45,00
	10		
Equipo de Comp.	<u>\$ 710,00</u>	=	\$ 236,67
	3		
(+) Dpreciación de edificio			\$ 2.780,72

Autor: Raúl Castañeda**Fuente:** Balance General Élite Deportiva**ANEXO 14: Costos directos de producción de C. T. Élite Deportiva**

COSTOS DIRECTOS PRODUCCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 19.538,82	\$ 34.882,00	\$ 49.335,90	\$ 62.759,82	\$ 77.029,54
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 24.528,00	\$ 29.678,88	\$ 35.911,44	\$ 43.452,85	\$ 52.577,95
TOTAL	\$ 44.066,82	\$ 64.560,88	\$ 85.247,35	\$ 106.212,67	\$ 129.607,49

Autor: Raúl Castañeda**Fuente:** Estado de Pérdidas y Ganancias Élite Deportiva

ANEXO 15: Gastos operacionales sin la aplicación del e-business.

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y salarios	\$ 11.184,00	\$ 11.519,52	\$ 11.865,11	\$ 12.221,06	\$ 12.587,69
Aporte patronal	\$ 1.358,86	\$ 1.399,62	\$ 1.441,61	\$ 1.484,86	\$ 1.529,40
Beneficios sociales	\$ 2.330,03	\$ 3.359,89	\$ 3.460,69	\$ 3.564,51	\$ 3.671,44
Energía Eléctrica	\$ 840,00	\$ 868,20	\$ 897,35	\$ 927,48	\$ 958,62
Agua potable	\$ 48,00	\$ 49,61	\$ 51,28	\$ 53,00	\$ 54,78
Útiles de oficina	\$ 96,00	\$ 99,22	\$ 102,55	\$ 106,00	\$ 109,56
Depreciación de activos fijos	\$ 392,67	\$ 392,67	\$ 392,67	\$ 392,67	\$ 392,67
Amortización de gastos preoperativos	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
TOTAL	\$ 16.279,55	\$ 17.718,74	\$ 18.241,26	\$ 18.779,57	\$ 19.334,16

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Estado de Pérdidas y Ganancias Élite Deportiva

ANEXO 16: Gastos operacionales con la aplicación del e-business.

GASTOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y salarios	\$ 9.432,00	\$ 9.714,96	\$ 10.006,41	\$ 10.306,60	\$ 10.615,80
Aporte patronal	\$ 1.145,99	\$ 1.180,37	\$ 1.215,78	\$ 1.252,25	\$ 1.289,82
Beneficios sociales	\$ 1.965,00	\$ 2.833,53	\$ 2.918,54	\$ 3.006,09	\$ 3.096,27
Energía Eléctrica	\$ 840,00	\$ 868,20	\$ 897,35	\$ 927,48	\$ 958,62
Agua potable	\$ 36,00	\$ 37,21	\$ 38,46	\$ 39,75	\$ 41,08
Útiles de oficina	\$ 60,00	\$ 62,01	\$ 64,10	\$ 66,25	\$ 68,47
Internet	\$ 660,00	\$ 682,16	\$ 705,06	\$ 728,74	\$ 753,20
Depreciación de activos fijos	\$ 296,67	\$ 296,67	\$ 296,67	\$ 296,67	\$ 296,67
Amortización del software	\$ 106,00	\$ 106,00	\$ 106,00	\$ 106,00	\$ 106,00
TOTAL	\$ 14.541,65	\$ 15.781,11	\$ 16.248,36	\$ 16.729,83	\$ 17.225,94

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Estado de Pérdidas y Ganancias Élite Deportiva

ANEXO 17: Costos generales de fabricación sin la aplicación del e-business.

COSTOS GENERALES DE FABRICACION					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía eléctrica	\$ 840,00	\$ 868,20	\$ 897,35	\$ 927,48	\$ 958,62
Agua potable	\$ 48,00	\$ 49,61	\$ 51,28	\$ 53,00	\$ 54,78
Mantenimiento y reparación	\$ 300,00	\$ 310,07	\$ 320,48	\$ 331,24	\$ 342,36
Depreciación de activos fijos	\$ 5.874,00	\$ 6.266,67	\$ 6.266,67	\$ 6.266,67	\$ 5.874,00
Beneficios sociales	\$ 5.110,00	\$ 8.656,34	\$ 10.474,17	\$ 12.673,75	\$ 15.335,23
Aportes patronales	\$ 2.980,15	\$ 3.605,98	\$ 4.363,24	\$ 5.279,52	\$ 6.388,22
Movilización	\$ 840,00	\$ 868,20	\$ 897,35	\$ 927,48	\$ 958,62
TOTAL	\$ 15.992,15	\$ 20.625,08	\$ 23.270,54	\$ 26.459,14	\$ 29.911,84

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Estado de Pérdidas y Ganancias Élite Deportiva

ANEXO 18: Costos generales de fabricación con la aplicación del e-business.

COSTOS GENERALES DE FABRICACION					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía eléctrica	\$ 840,00	\$ 868,20	\$ 897,35	\$ 927,48	\$ 958,62
Agua potable	\$ 36,00	\$ 37,21	\$ 38,46	\$ 39,75	\$ 41,08
Mantenimiento y reparación	\$ 300,00	\$ 310,07	\$ 320,48	\$ 331,24	\$ 342,36
Depreciación de activos fijos	\$ 2.484,05	\$ 2.484,05	\$ 2.484,05	\$ 2.484,05	\$ 2.484,05
Beneficios sociales	\$ 5.110,00	\$ 8.656,34	\$ 10.474,17	\$ 12.673,75	\$ 15.335,23
Aportes patronales	\$ 2.980,15	\$ 3.605,98	\$ 4.363,24	\$ 5.279,52	\$ 6.388,22
Mantenimiento web	\$ 720,00	\$ 744,17	\$ 769,16	\$ 794,98	\$ 821,68
TOTAL	\$ 12.470,20	\$ 16.706,03	\$ 19.346,92	\$ 22.530,78	\$ 26.371,25

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Estado de Pérdidas y Ganancias Élite Deportiva

ANEXO 19: Tablas de amortización de préstamos.

PRESTAMOS QUE ÉLITE DEPORTIVA MANTIENE CON INSTITUCIONES BANCARIAS

Amortización de Préstamos

Banco Pichincha

Préstamo 800

Años 2

Interes 12,05%

Cuota	Dividendo	Interes	Capital	Saldo
0				800,00
1	473,67	96,40	377,27	422,73
2	473,67	50,94	422,73	0,00
Total	947,34	147,34	800,00	

Banco Pichincha

Préstamo 10000

Años 2

Interes 11%

Cuota	Dividendo	Interes	Capital	Saldo
0				10000
1	5857,18	1123,00	4734,18	5265,82
2	5857,18	591,35	5265,82	0,00
Total	11714,35	1714,35	10000,00	

PRESTAMO PARA COSTEAR LA APLICACIÓN DE LA WEBSITE

Banco Pichincha

Préstamo \$ 1.500,00

Años 2

Interes 11%

Cuota	Dividendo	Interes	Capital	Saldo
0				\$ 1.500,00
1	875,90	165,00	710,90	789,10
2	875,90	86,80	789,10	0,00
Total	1751,80	251,80	1500,00	

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Flujo de Efectivo Élite Deportiva

ANEXO 20: Activos propuestos a adquirir.

EQUIPO DE COMPUTACION	CANT.	PRECIOS	M AQUINARIAS	CANT.	PRECIOS
Computador		\$ 600,00	Plancha de Sublimación	1	\$ 4.700,00
Impresora		\$ 110,00	Cortadora Eléctrica	2	\$ 1.300,00
TOTAL		\$ 710,00	Máquinas de coser recubridora	3	\$ 1.881,00
MUEBLES Y ENSERES			Máquinas de coser oberlok	1	\$ 1.500,00
Escritorio		\$ 100,00	Máquinas de coser elasticadora	2	\$ 5.000,00
Silla		\$ 50,00	Máquinas de coser Recta	3	\$ 5.400,00
TOTAL		\$ 150,00	Bordadora Computarizada	1	\$ 14.900,00
EQUIPO DE OFICINA			TOTAL		\$ 34.681,00
Aire acondicionado		\$ 450,00			
TOTAL		\$ 450,00			

Autor: Raúl Castañeda

Fuente: Flujo de Efectivo Élite Deportiva



PLOTTER EPSON 7700 PARA EPSON STYLUS PRO 7700.



MÁQUINA RECUBRIDORA ALFA



MAQUINA ELASTICADORA KIRUBA. DE CUATRO AGUJAS DE OCHO HILOS CON MESA DE TRIPLEX.



BORDADORA HAPPY 4 CABEZALES 10 COLORES CON GORRERO.

Glosario

E-business: El término e-business (del inglés electronic y business) se refiere al conjunto de actividades y prácticas de gestión empresarial derivadas de la integración de las TIC en general y específicamente de la Web, y aplicadas al ámbito de los negocios en red

E-commerce: Consiste en el uso de sistemas basados en información electrónica para dedicarse a las transacciones o comercio en línea.

Internet: Es una gran red de computadoras distribuidas a nivel mundial que pueden intercambiar información debido a que utilizan un protocolo común de comunicaciones conocido como TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol).

Intranets: Es una red TCP/IP ubicada dentro de una sola organización para fines de comunicaciones y procedimientos de información única y exclusivamente interna entre todos los colaboradores a fin de permitir un mejor desarrollo laboral a través de flujo de información pertinente e inclusión de todos en los diferentes procesos.

Extranet: Conexión basada en internet entre un negocio, sus cadenas de suministros, distribuidores y socios. Un extranet no está abierto al público en general. Cada organización transfiere ciertos datos fuera de su internet privado, pero solo otras compañías que compartan esta extranet pueden tener acceso a los datos

TIC: Tecnologías de Información y Comunicación

ERP: (Planeador de Recursos Empresariales), sistema de gestión de información estructurado, diseñado para satisfacer soluciones de gestión empresarial. Se caracterizan básicamente por su capacidad de modelar y automatizar la mayoría de los procesos básicos de una organización, desde la orden de venta, hasta la distribución del producto.

CRM (Gestión de Relaciones con los Clientes), es una estrategia que permite a las empresas identificar, atraer y retener a sus clientes, además de ayudarles a incrementar la satisfacción de éstos y a optimizar así la rentabilidad de sus negocios

SCM (Administración de la cadena de Suministros) gestiona los procesos de negocio tanto internos como externos de la empresa, involucra directa o indirectamente a los agentes que participan desde la producción hasta la distribución.

BI: Business Intelligence.- Administra los procesos de gestión del conocimiento para la toma de decisiones y la evaluación de indicadores de negocio

B2C Empresa-Clientes: Se busca la venta de productos finales a un consumidor (Business to Consumer). Es vender a un particular a través de Internet, y dar respuesta a todo lo que ello conlleva, como: Medios de pago. Formas de envío. Impuestos. Plazos de entrega Garantía Devoluciones material Servicio postventa

B2B Empresa –Empresa: En una situación en la cual hay intermediación entre dos empresas por ejemplo, un mercado electrónico donde se transa la oferta y la demanda de ciertos productos, el valor para los participantes proviene de la gran transparencia y eficiencia del mercado

Bibliografía

- COLOM, GORGUES, ANTONIO (2006). Innovación Organizacional y Domesticación de Internet y las TIC en el mundo rural, con nuevas utilidades colectivas y sociales. La figura del telecentro y el teletrabajo, España: Red CIRIEC, pags. 5, 7, 9,11.
- FALCONI, CANEPA, GIANCARLO, (2009). Tecnologías de la información en las PYMES. Argentina: El Cid Editor | apuntes, pag. 15.
- IBRAHIM, KABA, (2008) Elementos básicos de comercio electrónico, Cuba: Editorial Universitaria, pags. 22, 37, 39, 40, 42, 44, 45.
- BUSTOS CLARO, ANDREA CAROLINA; NIETO, MORENO, LILIANA EDITH; ROJAS MANRIQUE, LESLIE, (2006). Pymes colombianas y la gestión del conocimiento, Colombia: Red Revista Escuela de Administración de Negocios, pags. 111, 112.
- BERENGUER, JOSÉ MARÍA; RAMOS, IZQUIERDO, JUAN ANTONIO, (2004). Negocios Digitales. Competir usando Tecnologías de Información, España: EUNSA, pags. 26, 70, 75, 80, 81.
- DÍAZ, HÉCTOR; OSORIO, OSCAROLYS, JARAMILLO, VÍCTOR, (2009). Técnicas de estudio II, Argentina: El Cid Editor | apuntes, pags. 9,12.

- AUGUSTO, BERNAL CESAR, (2006). Metodología de la investigación 2da. Edición, México: Pearson Educación, pags. 164,165, 174-179, 181-183.
- HERNÁNDEZ, SANPIERI ROBERTO, COLLADO, CARLOS FERNÁNDEZ, BOPTISTA, (2008). Metodología de la Investigación, México: Cía. Editorial Ultra, pags. 26, 122,123.
- KENNETH, LAUDON; CORAL GUERCIA TRAVER, (2009). E-commerce, Negocios, Tecnología y Sociedad 4ta. Edición, México: Printed in México, pags. 20,122, 144.
- ANDRADA, ANA MARÍA, (2010). Nuevas tecnologías de la información y la comunicación NTICX, Argentina: Editorial Maipue, ebrary collections, pags. 7, 9, 31, 151, 152.
- SALAZAR, ÁNGEL J. (EDITOR), SAWYER, STEVE (EDITOR), (2007). Manual de Tecnologías de la Información en las Organizaciones y los mercados electrónicos, River Edge, NJ, EE.UU.: El Mundo Científico, pag. 365.
- PÉREZ MANZANERA, LEANDRO, (2007). Las tecnologías de la información en la nueva economía, España: Ediciones Díaz de Santos, pags. 15.
- PAZMIÑO, CRUZATTI, IVÁN, (2008). Tiempo de investigar, investigación científica 1: cómo hacer una tesis de grado. Ecuador: EDITEKA Ediciones, pag. 27.

- MONCALVO, ARIEL, (2010). Comercio electrónico para Pymes, Argentina: Lectorum S.A., pags. 59, 181, 182, 183.
- BIASCA, RODOLFO EDUARDO, (2005). Gestión de cambio: el "Modelo Biasca" para lograr empresas más competitivas, Argentina: El Cid Editor, pags. 44.
- CUESTA, ARMANDO, (2010). Gestión del talento humano y del conocimiento, Colombia: Ecoe Ediciones, ebrary collections. 1 Jul. 2011. p 103, 111.
- LEFCOVICH, MAURICIO LEÓN, (2009). Administración de operaciones. Argentina: El Cid Editor| apuntes, pags. 4, 14.
- Proyectos consultados de internet.**
- Modelo de tesis E-business:
 catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/sanchez
- Carnap, Rudolf. Filosofía y sintaxis lógica.
- Proyecto E-business For Cr@fts.
- Proyecto E-business Daniel Ikram Najib. PROMPEX
- Wittgenstein, Ludwig. Investigaciones filosóficas.

Netgrafia

<http://www.ucm.es/info/nomadas/25/juandiegolopera.pdf>

<http://aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/moodle/mod/resource/view.php?id=5512>

www.nireblog.com

<http://www.mitecnologico.com/Main/MacroambienteOrganizacion>

<http://www.herramientasparapymes.com>

www.cataloguedesigners.com/CatalogoElectronico.aspx

<http://www.promonegocios.net/venta/venta-online.html>

http://www.usm.edu.ec/tesis/e-business-bestpract-ec/images/tesis_fr_rz_intro.pdf