

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

*Tesis para optar por el grado académico de  
licenciatura en administración de empresas con  
énfasis en gerencia.*

**USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE  
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)  
PARA MEJORAR LOS PROCESOS  
ADMINISTRATIVOS Y MERCADOTECNIA  
EN LAS EMPRESAS PYMES. UN ESTUDIO  
APLICADO EN PROCESADORA DE  
CARNES SAN GABRIEL, UBICADA EN  
SANTA BARBARA DE HEREDIA, EN EL  
ULTIMO CUATRIMESTRE 2021.**

**SUSTENTANTE: DANIEL CASTILLO SEGURA**

**MAYO, 2022**

# ÍNDICE

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	6
ÍNDICE DE TABLAS .....	7
DEDICATORIA .....	8
AGRADECIMIENTO .....	9
ABREVIATURAS .....	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	12
1.1.1. Antecedentes internacionales .....	12
1.1.1.1. SAP Business One, el mejor ERP para PYMES .....	14
1.1.1.2. Antecedentes nacionales.....	18
1.2. Delimitación del problema.....	32
1.2.1. Justificación.....	33
1.3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	34
1.4. OBJETIVOS .....	34
1.4.1. Objetivo general .....	34
1.4.2. Objetivos específicos.....	34
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL.....	36
2.1. EL CONTEXTO TEÓRICO-CONCEPTUAL.....	37
2.1. Pyme .....	37

---

2.2.	Marketing.....	37
2.3.	Estrategia.....	37
2.4.	Investigación.....	38
2.5.	Segmentación de mercado.....	38
2.6.	Propuesta de valor.....	39
2.7.	Producto.....	39
2.8.	Demanda.....	39
2.9.	Tecnología.....	39
2.10.	Competencia.....	40
2.11.	Venta.....	40
2.12.	Negocio.....	40
2.13.	Clientes.....	41
2.14.	Emprendedor.....	41
2.15.	Pequeña empresa.....	41
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		42
3.1.	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
3.1.1.	Enfoque cualitativo.....	43
3.1.2.	Enfoque cuantitativo.....	43
3.1.3.	Enfoque mixto.....	44
3.2.	ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	45

---

3.2.1.	Exploratorio.....	45
3.2.2.	Descriptivo .....	45
3.2.3.	Correlacional .....	46
3.2.4.	Explicativo o causal. ....	47
3.3.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	48
3.3.1.	Teoría Fundamentada. ....	48
3.3.2.	Estudio de Casos. ....	48
3.3.3.	Fenomenológico. ....	49
3.3.4.	Etnográfico. ....	49
3.3.5.	Investigación-Acción .....	50
3.4.	UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETOS DE ESTUDIO .....	51
3.4.1.	Población.....	51
3.4.2.	Tipo de muestra.....	54
3.4.3.	Criterios de inclusión y exclusión .....	60
3.4.4.	Cuidados éticos para el manejo de la información.....	60
3.5.	INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	61
3.5.1.	Encuesta .....	61
3.5.2.	Entrevista.....	62
3.6.	VARIABLES O CATEGORÍAS.....	63
3.7.	ANÁLISIS DE DATOS.....	65

---

CAPÍTULO IV: RESULTADOS .....	66
4.1. GENERALIDADES .....	67
4.2. ENTREVISTA CON EL PROPIETARIO .....	82
4.3. Entrevista con las empresas ofertantes. ....	85
4.4. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) .....	85
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN .....	92
5.1. DE LOS RESULTADOS.....	93
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	100
6.2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	101
REFERENCIAS .....	107
ANEXOS .....	114
DECLARACIÓN JURADA.....	116
CARTA DE TUTOR.....	117
CARTA DE LECTOR.....	118

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N° 1 Edad .....	68
Ilustración N° 2 Ubicación geográfica .....	69
Ilustración N° 3 Ubicación geográfica .....	70
Ilustración N° 4 Ubicación geográfica .....	71
Ilustración N° 5 Consumo de Producto .....	72
Ilustración N° 6 Tipo de Cliente.....	74
Ilustración N° 7 Frecuencia de compra .....	75
Ilustración N° 8 Frecuencia de consumo .....	76
Ilustración N° 9 Tiempo de comida.....	77
Ilustración N° 10 Consumo de Producto .....	78
Ilustración N° 11 Tipo de presentación de Producto.....	79
Ilustración N° 12 Medio de Comunicación que utiliza el cliente con la PYME.....	80
Ilustración N° 13 Red Social que utiliza el cliente para informarse.....	81

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 Características de la población en estudio .....	52
TABLA N° 2 Características de la población en estudio .....	53
TABLA N° 3 Cálculo de la muestra estadísticas aleatoria simple al azar .....	59
TABLA N° 4 Criterios de inclusión y de exclusión de la población en estudio .....	60
TABLA N° 5 variables .....	63
TABLA N° 6. Edad .....	67
TABLA N° 7 Ubicación Geográfica .....	69
TABLA N° 8 Genero.....	70
TABLA N° 9 Salario .....	71
TABLA N° 10 Consumo de Producto .....	72
TABLA N° 11 Tipo de Cliente .....	74
TABLA N° 12 Frecuencia de compra .....	75
TABLA N° 13 Frecuencia de comida .....	76
TABLA N° 14 Tiempo de comida .....	77
TABLA N° 15 Consumo de Producto.....	78
TABLA N° 16 Tipo de presentación de Producto.....	79
TABLA N° 17 Medio de Comunicación que utiliza el cliente con la PYME.....	80
TABLA N° 18 Red Social que utiliza el cliente para informarse .....	81

## **DEDICATORIA**

Primero que todo, le dedico este proyecto a Dios que me ha dado la fortaleza y la salud necesaria para seguir adelante y poder concluir esta labor tan importante con la que cierro un ciclo más en mi vida.

A mis padres Ana Cristina y Carlos por haberme dado la vida y el apoyo necesario cuando lo he necesitado, así como a mi esposa Kimberly que desde hace 7 años me acompaña y ha estado en las situaciones difíciles de mi vida.

Finalmente agradezco, a la empresa de mis suegros Ricardo y Ana, que me permitieron realizar esta tesis sobre Procesadora de Carnes San Gabriel y por darme el apoyo necesario siempre para poder concluir este trabajo.

## **AGRADECIMIENTO.**

A mis profesores de carrera, por ser los arquitectos de este sueño y con sus bases, dejarme ser el profesional que hoy soy.

A mi tutor, que además de ser un gran guía, es un gran ser humano, ya que sin su apoyo incondicional jamás podría haber terminado este proyecto.

A esas personas que estuvieron pendientes de impulsarme y creer en mí, en los momentos en los que mi confianza y fuerzas lo necesitaban.

## ABREVIATURAS

TIC	Tecnología de Información y Comunicación
PYME	Pequeña y Mediana Empresa.
MICITT	Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones.
INA	Instituto Nacional de Aprendizaje.
MEIC	Ministerio de Economía, Industria y Comercio.
INS	Instituto Nacional de Seguros

## **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

## **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1.1. Antecedentes internacionales**

#### **Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial.**

Rodríguez-Ibarra, DL, & Bernal-Jiménez, MC en su artículo titulado “Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial”, indican en su inciso B y C lo siguiente:

#### **B. ¿Por qué y para qué innovar?**

La innovación permite generar y crear valor, es importante que constantemente las empresas piensen en cómo, para qué y de qué forma pueden optimizar sus procesos. La innovación empresarial permite que se realicen diferentes cambios, los cuales pueden ser organizacionales, productivos o tecnológicos contribuyendo a que se logre:

1. Transformación: serie de cambios que son necesarios, con el fin de mejorar la productividad de las empresas. La transformación involucra toda la organización que va desde los recursos tecnológicos hasta los recursos humanos para así lograr un crecimiento.
2. Crecimiento: Cuando la empresa ya ha pasado por la transformación, se empieza a consolidar el crecimiento. Siendo este el éxito del conjunto de transformaciones empleadas por la entidad. El crecimiento llega cuando se incrementa la oferta o venta de sus productos y servicios, y estos generan una rentabilidad económica.
3. Competitividad: La competitividad se empieza a consolidar, cuando se han adoptado correctamente estrategias de transformación y estas generan un crecimiento tanto a

nivel local, nacional e internacional debido a la satisfacción que se genera en clientes y usuarios.

Por su parte, Unger manifiesta que la innovación es un ingrediente indispensable en la transformación, crecimiento y competitividad, ya que permite desarrollar y mantener una economía sustentable [4]. Cuando se habla de economía sustentable se hace referencia a la integración de aspectos económicos, sociales y ambientales, con el fin de optimizar la calidad y el bienestar humano. De igual forma Arredondo, Vázquez y de la Garza, afirman que la innovación es determinante en la competitividad, ya que permite pasar de economías emergentes a economías basadas en el conocimiento, generar un valor compartido y un valor agregado [5]. De acuerdo con lo anterior, si se habla de una empresa que se dedique a la elaboración de libros digitales, no se inventa el libro o el medio digital, sino que permite que este aparato ofrezca un servicio especial para la persona que lo adquiera, que ayude al lector a leer de una manera más didáctica y que le facilite la interpretación de lo que lee, esto genera que el producto o servicio se oferte con calidad y brinde satisfacción al cliente.

### **C. Las Tecnologías de la información y comunicación como eje fundamental en la competitividad e innovación empresarial.**

Las TIC son fundamentales en el acceso, respaldo y entrega de la información. Hoy en día es común observar como las TIC están incluidas en diferentes mercados como, por ejemplo, la educación, la salud, el turismo y grandes empresas en la industria nacional e internacional. De igual forma las TIC permiten optimizar diferentes actividades cotidianas, hoy en día las podemos encontrar en aspectos importantes como la radio, la televisión y prensa. Debido a la evolución de las tecnologías han surgido nuevos canales de información como el internet, del cual se han derivado diferentes aplicaciones que actualmente son los más populares, tales

como el correo electrónico, las redes sociales y la mensajería instantánea. Es importante resaltar que las Tecnologías de la Información y Comunicación son uno de los elementos más implementados como fuente de innovación en las empresas, ya que permite presentar nuevos productos al mercado u optimizar los que ya están creados. Asimismo, la innovación permite la inclusión de la tecnología como agente de cambio en los diferentes procesos, generando nuevos conocimientos. La utilización de las TIC debe ser un catalizador que permita a las empresas adoptar estrategias que ayuden a mejorar su eficiencia y productividad, y a su vez funcione como un enfoque vinculador que da un valor a los procesos y que permita fomentar la innovación empresarial. Sobre esto, León y Palma afirman que la innovación en las empresas tiene una relación importante con el uso de las TIC, ya que direccionan a las empresas a encontrar oportunidades y ampliar sus ventajas competitivas en el mercado global permitiéndoles impactar en el rendimiento empresarial [6]. De igual forma resaltan, que las empresas que deseen tener un mayor impacto de las TIC sobre los procesos de innovación deben adoptar la gestión del conocimiento como pilar fundamental en la implementación de dichas tecnologías.

(Rodríguez-Ibarra, 2019).

#### **1.1.1.1. SAP Business One, el mejor ERP para PYMES.**

Periódico sur España, lunes, 26 abril 2021, 11:09.

Este software de gestión representa una solución perfecta para las necesidades de la pequeña y mediana empresa. Grupo Trevenque, Partner de SAP Business One, se encarga de su implantación.

El número de empresas que tiene marcada la digitalización como objetivo prioritario aumenta constantemente. De acuerdo con los datos ofrecidos por la Secretaría de Estado de

Digitalización e Inteligencia Artificial, más de un millón de pymes se digitalizarán en los próximos dos años. Un dato que confirma la necesidad de afrontar cuanto antes este proceso.

La digitalización ha dejado de ser una opción; la pandemia ha demostrado dos cosas al ámbito corporativo. En primer lugar, que la tecnología es un importante aliado para garantizar la continuidad de la actividad empresarial en cualquier circunstancia, y también que muchas compañías aún no están preparadas para dar este salto.

Algunos directivos siguen sin ser conscientes de todo lo que implica un proceso de transformación digital. La digitalización no solo consiste en crear perfiles de empresa en redes sociales o empezar a trabajar en la nube, también exige una reingeniería completa de procesos; implica reinventar la propia cultura empresarial, algo que no siempre es sencillo, sobre todo en empresas con modelos estructurales inmovilistas, en las que cualquier atisbo de cambio es fuente de sospecha, sin embargo, los datos demuestran que es hora de dejar de mirar para otro lado.

El entorno empresarial, es cambiante por naturaleza, se presenta más incierto que nunca, es necesario estar bien preparados, por lo que disponer de aliados que nos ayuden a desarrollar este proceso resulta trascendental; socios tecnológicos capaces de ofrecer soluciones adaptadas a la realidad de cada negocio, cuyos conocimientos eviten eternos procesos de implementación, y permitan desarrollarlos con unos costes consecuentes a su capacidad de inversión.

Grupo Trevenque atesora amplia experiencia en esta labor. Esta empresa granadina del sector TIC lleva tres décadas asesorando a las empresas en materia tecnológica, entre otras muchas soluciones, cuenta con el producto ideal para acelerar su crecimiento: SAP Business One.

Analizamos qué ofrece este sistema de gestión, diseñado específicamente para la pequeña y mediana empresa. (Periodico Sur España, 2021).

## **1. The influence of Tics for the Development of SMEs (Case of Aguascalientes Mexico).**

### **ICT's use in Aguascalientes México.**

Mention that currently the use of Information and Communication Technologies (ICTs) in SMEs (small and medium enterprises), are an essential element in the integration of the basic activities of the operation, since the SME economic activity, requires systems that allow them to remain in the market, to be at the forefront, and of course to generate a performance in accordance with the expectations of organizations. In this work, based on a sample of 400 companies from the State of Aguascalientes, Mexico, the influence that ICTs have on the performance of SMEs is analyzed. The results obtained show a positive influence on the performance of SMEs, with the use of ICT at the core of the organizations what can constitute a competitive advantage.

Comment that Worldwide globalization processes as well as rapid development of information and communication technologies (ICT) significantly determine modern business operations in each and every organization. The basic concept of mass customization as a new trend is to increase the variety of individually tailored products/services to meet customer needs without a significant increase in production costs. It requires a highly flexible production technology though.

Developing such technologies can be expensive and timeconsuming. Clouds enable delivery of mass customized services/information in the "Data to Information to Knowledge" chain. The aim of their paper is to introduce the way how the mid-market can utilize Public Cloud computing in conjunction with a secure Private Clouds and furthermore to propose a framework for mass customization and its collaboration in Clouds, I consider that the use of public cloud or secure private. cloud is a recent technology which could improve the development of SMEs.

Mention that in the new social media context, it is gradually more common to say that each party can itself be considered a media content provider, firms included (through their brand pages). This tendency is reflected in a rising professional field called "content marketing". Their study incorporates the perspective of small and medium-sized enterprises (SMEs) into the scope of social media (SM) as a marketing communications and media content distribution system. In an exploratory content analysis of 20 official SM brand pages with 1281 analyzed posts the authors study how SMEs respond to the advent of a new paradigm of marketing communications with special attention to their usage of media-specific contents. SM impels companies to eventually rethink the traditional one-way communication flow of their marketing messages and to incorporate a new, two-way communication into their marketing strategy, where (their engaged and involved) users can create, modify, share, and discuss content related to the firm's activity. In The study's preliminary results show that diffusing content generally acts for SMEs as a facilitator to involve fans by offering a thematized space for them to manifest themselves in company-related topics. Therefore, content adds to the firms' possibilities of brand positioning by offering a reflection of fans' company- and content related behavior, which is a supplementary source of information. This knowledge of

diffusing content is a significant facilitator for the SMEs in order of showing their products and gain market. (ViVANCO, 2018)

### **1.1.1.2. Antecedentes nacionales**

#### **Pymes costarricenses desaprovechan recursos TICs**

Un nuevo estudio del departamento de Comercio y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional (UNA) determinó que las Pymes exportadoras en Costa Rica no utilizan de forma adecuada las herramientas tecnológicas, despreciando un recurso que les aportaría innovación y aumento de competitividad.

El problema en Costa Rica no es el acceso a las tecnologías digitales (TICs), sino su uso y aprovechamiento por parte de las pymes exportadoras, concluyó una investigación del departamento de Comercio y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional, al destacar que este tipo de empresa está quedando rezagada en temas de comercio electrónico.

“Nos estamos quedando en aprovechamiento. Las empresas no han sabido dónde poner el recurso digital dentro de la estrategia de la empresa; lo usan para llevar la planilla e ingresar al banco, pero no se preguntan cómo esos recursos pueden ayudar a dar mejor atención a los clientes o a buscar nuevos mercados”, comentó Rosmery Hernández, quien dirigió el trabajo.

El análisis recopiló datos de un grupo de empresas exportadoras (los nombres no fueron divulgados), de las cuales solo se tomaron aquellas con página web y fueron divididas según la cantidad de empleados: de 1-35 (pequeñas), de 35-75 (medianas) y de 76 a 100 (grandes).

El estudio continuará en otros países de Centroamérica, pero Hernández adelantó los resultados para Costa Rica a Pymes El Financiero.

En relación con el ACCESO a las TICs, el trabajo encontró que ese tema “está resuelto” en Costa Rica. “Contamos con los recursos, las empresas reportan un buen número de computadoras y todas, en un 100%, tienen acceso a internet”, resaltó Hernández.

Como TICs nos referimos a recursos como la computadora, con sus respectivos programas de software y hardware, la internet (la red de conexiones entre los diferentes servidores) y la web (www, world wide web), que es el sistema que nos permite navegar por las páginas electrónicas.

Entre las pequeñas, el 58% indicó tener de una a tres computadoras e incluso un 17% alegó contar con más de seis equipos, mientras en las medianas el 90% dijo manejar más de seis equipos y la cantidad se elevó a 95% en las firmas grandes, de 76 a 100 empleados.

Los problemas surgieron ante las consultas sobre el USO que se da a las computadoras, ya que es meramente administrativo. Ante la pregunta: ¿para qué usan internet?, la mayoría dijo que lo hace para buscar información y acceder a servicios bancarios. (El Financiero, 2013)

## **Sistemas ERP aumentan productividad de las empresas**

Por Irene Traube G.3 de abril 2017, 9:13 AM

Los sistemas de planificación y recursos empresariales integran todas las áreas de la compañía para brindar control. En Costa Rica está disponible el SAP Business One para Pymes y ya lo usan más de 700 negocios.

El crecimiento de las empresas, su expansión en el mercado local o su incorporación al comercio global representan desafíos para los dirigentes de cualquier compañía que busca manejar eficientemente todas las áreas de su negocio.

Ante esta realidad, han surgido los sistemas de planificación y recursos empresariales o Enterprise Resource Planning, mejor conocidos como ERP, por sus siglas en inglés.

Estos integran todos los departamentos del negocio para brindar control e información completa y relacionan el trabajo de todos ellos para lograr equilibrio. Es decir, permiten consolidar la información estratégica, trabajar con mayor visibilidad, coordinar mejor el trabajo de todas las áreas y automatizar los procesos.

De esta manera, las compañías tienen la posibilidad de registrar y procesar toda la información en tiempo real, evitar compras innecesarias y ahorrar los gastos en software para cada área.

"Los ERP son sistemas que sirven a las empresas para hacer su *back office*, es decir, para que procesen, por ejemplo, la nómina, las compras y la existencia de producto. Son sistemas que optimizan los procesos de compras, fabricación y manejo de recursos humanos. Permiten que una empresa pueda **mejorar y agilizar sus procesos**, mantenga sus inventarios más ordenados, economice y haga más eficientes sus recursos", explicó Otto Rivera, director ejecutivo de la Cámara de Tecnologías de Información y Comunicación (Camtic).

### **En suelo tico**

Los negocios en Costa Rica no escapan a la tendencia de utilizar un ERP. Por ejemplo, cerca de 250 compañías medianas y alrededor de 500 pequeños negocios usan actualmente SAP Business One, un sistema integral diseñado para pequeñas y medianas empresas (pymes) de menos de 1.000 empleados.

Su valor agregado es que se ajusta a las necesidades de todas las empresas de la industria, sin importar si pertenecen al sector agrícola, de servicios, de alimentos, químico, automotriz y repuestos, o de producción.

Esta herramienta, comercializada en Costa Rica por la empresa Software & Consulting Group (SCG), ha desarrollado soluciones de software para brindar una óptima visibilidad del rendimiento de los negocios y de los puntos clave de datos.

Lo anterior permite, por ejemplo, tener el escenario –en tiempo real– de las finanzas de la compañía, de los niveles de inventario, de los créditos, de los beneficios de las líneas de producción y de otros aspectos de la empresa.

Asimismo, SAP Business One puede ejecutar informes predefinidos que brindan un conocimiento sobre los indicadores de rendimiento claves que afectan la empresa. Con esta herramienta es posible que las firmas se anticipen a las necesidades de cambio y puedan tomar decisiones comerciales críticas basadas en hechos y datos clave, no en conjeturas. En fin, SAP Business One contribuye a medir el rendimiento del personal y, por lo tanto, promueve la productividad.

Con la implementación de esta herramienta, la Cámara de Comercio de Costa Rica logró reducir a la mitad los tiempos de elaboración de cuentas por cobrar y, además, disminuyó en 80% los plazos para hacer informes financieros.

"El área contable invertía mucho tiempo en convertir procesos tradicionales al esquema fiscal que nos rige como asociación. SAP Business One nos facilita la información tal como la necesitamos", afirmó Karol Fallas Estrada, directora administrativa de la Cámara de Comercio de Costa Rica.

## **Herramienta en acción**

A diferencia de otros ERP que venden por separado los módulos para las áreas de ventas, contabilidad, finanzas, producción y recursos humanos, SAP Business One integra todas esas áreas.

Según explicó Rodolfo Mora, consultor de preventa de SCG, como SAP Business One posee un núcleo que trabaja con datos maestros, todos los módulos están integrados directamente a ese núcleo, lo que permite un control integral del negocio.

¿Cómo funciona? Para poder realizar todos los procesos empresariales, se requiere una base tecnológica, que puede ser una infraestructura física, como los son los servidores, o a nivel de la nube. La elección de la base tecnológica depende de las necesidades y del presupuesto de cada negocio.

En el caso de los servidores, SAP trabaja con SQL, que es un motor de base de datos, creado por Microsoft y, además, ahora cuenta con SAP on HANA, el cual es el motor de base de datos creado por la marca. Este trabaja en la memoria RAM, lo que permite acceder a los datos de manera más eficiente.

Por ejemplo, con la migración de Grupo Textos Educativos a SAP on HANA, la firma aumentó en 65% su eficiencia operativa.

Por su parte, la infraestructura tecnológica en la nube permite que el cliente acceda a la información de forma remota, por lo que este se economiza la compra de los servidores

## **Tipos de licencias**

SAP Business One se divide en dos licencias: la licencia profesional y las licencias limitadas.

"La profesional es la que se les otorga a los usuarios que requieren aprobar los movimientos que se realizan y estar pendientes de todo el flujo de la empresa. Esta licencia permite ingresar a todas las áreas del sistema y supervisar todo. Las licencias limitadas se otorgan según el área, por ejemplo, está la financiera (para CXC, CXP, asientos contables, conciliaciones bancarias, etc.), la CRM (para controlar todo lo del área de ventas y CRM) y la de logística (manejo de inventario y facturación)", afirmó Kimberly Herrera, coordinadora de Mercadeo de SCG.

Desde hace 15 años, SCG es una institución especializada en la comercialización de SAP Business One. Además de la implementación de esa herramienta, SCG ha desarrollado soluciones de software totalmente integradas a SAP, para brindarle funcionalidad al ERP y lograr abarcar otras áreas específicas de las empresas, como la industria automotriz (DMS One), planillas (Payroll One), servicios (Service One), punto de venta (Retail One), solución para abogados y bufetes (Law Firm One) que extienden la funcionalidad de SAP (Sistema de Aplicaciones y Productos). (Traube, Periodico EL FINANCIERO, 2017)

### **Sistemas ERP agilizan la generación de informes financieros y las declaraciones de impuestos**

SAP Business One les permite a las empresas automatizar los procesos tributarios. Lo anterior se traduce en compañías con procedimientos más transparentes y con una contabilidad más eficiente.

Llevar los registros contables, los archivos, los libros y toda la información de relevancia tributaria es una obligación de toda empresa. Este control se puede hacer de forma impresa con formato de documento, en soporte técnico o en cualquier otro medio tecnológico.

Lo novedoso es que los registros contables y financieros se pueden llevar a cabo mediante sistemas informáticos, tales como los sistemas de planificación y recursos empresariales o Enterprise Resource Planning, mejor conocidos como ERP, por sus siglas en inglés.

El requisito de esta herramienta es que la contabilidad cumpla con los principios de registro e información establecidos en las normas reglamentarias y que estén acordes a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), adoptadas por el Colegio de Contadores Públicos de Costa Rica (CCPCR), según estipula el Ministerio de Hacienda de Costa Rica.

En regla

En suelo tico, las empresas no escapan a la tendencia de utilizar un ERP para realizar los estados financieros. Una de las herramientas disponibles es SAP Business One, la cual cumple con el manejo de las NIIF para el registro de información contable.

Aunque este sistema no incluye los reportes de las declaraciones de impuestos propias de la legislación costarricense, como las D104 y D151 (la del impuesto sobre las ventas y la declaración de clientes, proveedores y gastos específicos, respectivamente), la firma Software and Consulting Group (SCG) –que distribuye SAP en Costa Rica– sí desarrolló esos reportes. "Estos están creados según la legislación local, para ser generados desde el ERP, como parte de los informes de impuestos que tiene el sistema. La fácil generación de estos permite a los contadores tener los resultados necesarios para realizar la respectiva declaración en los diferentes portales que suministra la administración tributaria, para la presentación de declaraciones", explicó Rodolfo Mora, consultor de preventa de SCG.

Por ejemplo, Marta Sánchez, de Europartes Vega, negocio que utiliza esa herramienta, afirmó que con el reporte D151 ahorra tiempo, ya que, en cuestión de minutos, brinda la información que se necesita, ya sea mediante el número de cédula, el nombre o el código asignado al socio

de negocios. "De esta manera, se facilita la entrega de esa declaración informativa requerida por la Dirección General de Tributación (DGT)", dijo.

Completo. SAP Business One es un sistema global que se adapta a las leyes de cada país y a las necesidades de cada empresa. Es un sistema confiable que se puede auditar. ¿Cómo funciona? Por ejemplo, cuando el usuario registra una factura, esta herramienta automáticamente crea el asiento de esa venta, aseguró Mora.

Además, si se utiliza una norma relacionada con el tema de activos fijos o de precisión de activos fijos, SAP brinda el precio tal como lo establecen las NIIF. Asimismo, SAP posee procesos automatizados de diferencial cambiario y de conversión cambiaria que permiten hacer ese tipo de registros y cumplir con las normas. (Traube, Periodico EL FINANCIERO, 2017)

### **Infraestructura y digitalización de pymes son las principales barreras para el crecimiento de la economía digital**

octubre 28, 2021 Wendy Pérez

Estudios recientes han encontrado que las brechas de infraestructura digital y los desafíos para que las pequeñas y medianas empresas adopten las últimas tecnologías digitales se consideran las principales barreras para el crecimiento de la economía digital, manifestaron expertos de la industria en la conferencia Digital Innovation Day 2021.

Los hallazgos se basan en gran medida en los conocimientos de estudios realizados por Huawei y por las investigaciones de observadores y analistas de la industria, como Boston Consulting Group (BCG) y otros.

El talento es una de las principales barreras para el crecimiento de la economía de la innovación impulsada por las tecnologías digitales explosivamente transformadoras, según los resultados de una encuesta de BCG que abarcó a 1,775 gerentes y ejecutivos del sector de las TIC.

«Según la investigación, el alcance y la calidad de la reserva de talento digital de un país parece ser el factor clave para mejorar el crecimiento del ecosistema de innovación de un país. Además, un gobierno proactivo y un sector privado eficaz también son esenciales para una hoja de ruta para el desarrollo de la economía digital», dijo Andrew Williamson, vicepresidente de Asuntos Públicos de Huawei Technologies.

Los datos muestran que la economía digital ha estado creciendo constantemente más rápido que la economía tradicional durante varios años. La pandemia de COVID-19 solo ha acelerado en gran medida esta transición digital. Para muchas pequeñas y medianas empresas, ha sido «digitalizarse u oscurecerse».

Infraestructura como la banda ancha fija, la banda ancha móvil y la computación en la nube se han vuelto cruciales para el desempeño económico. Para 2030, se espera que 5G contribuya entre el 2 y el 5 por ciento del PIB mundial, la IA contribuirá con alrededor del 15 por ciento, mientras que la IoT contribuirá entre el 12 y el 15 por ciento. Se espera que Blockchain contribuya con alrededor del 4 por ciento.

«La convergencia de tecnologías como las redes, la inteligencia artificial y la nube producirá un crecimiento explosivo en el sector digital, y también vemos que estas tecnologías unen fuerzas con los avances tecnológicos en el sector de las energías renovables», dijo César Funes, vicepresidente de Asuntos Públicos de Huawei Latinoamérica y el Caribe.

Algunos gobiernos están poniendo lo digital en el centro de sus programas de recuperación del crecimiento económico y como impulsores del crecimiento de la productividad nacional a largo plazo. La Unión Europea, China y Corea del Sur planean brindar un apoyo fiscal sustancial a la inversión en infraestructura digital y nuevos sectores económicos como la economía algorítmica, las nuevas energías y la atención médica digital. Williamson también destaca cómo países como Sudáfrica, Brasil y Tailandia implementaron políticas y regulaciones de apoyo para facilitar la conectividad digital a aquellos que más la necesitaban durante la pandemia.

El marco de investigación se basa en las amplias observaciones de BCG de que la adopción digital conduce a la innovación digital, lo cual forma un círculo virtuoso ascendente de expansión económica digital. Sin embargo, esto debe estar respaldado por un sector privado dinámico y un entorno empresarial propicio. Pero según las historias de éxito digitales registradas en la investigación, el mercado no puede resolverlo por sí solo. También se consideró de suma importancia un gobierno proactivo que apoyara y participara en todo lo anterior.

«Las tres áreas de desafío de la infraestructura digital inadecuada, la adopción rezagada de las pymes y las brechas de talento fueron, con mucho, las más comúnmente identificadas como áreas problemáticas en todos los países del estudio. Por extensión, es probable que sean los mismos problemas en todas las rutas digitales nacionales. Para cualquier gobierno que esté limitado por los recursos y las prioridades en competencia, sugerimos que enfocarse primero en estas tres áreas puede ser de gran ayuda para impulsar una innovación beneficiosa adicional respaldada por una gobernanza ilustrada», dijo Williamson.

Formuladores de políticas, ejecutivos de la industria y analistas participantes en la edición de América Latina y el Caribe del Digital Innovation Day 2021, pidieron esfuerzos conjuntos mediante el establecimiento de estrategias digitales nacionales proactivas y ofreciendo apoyo a las industrias para que adopten tecnologías digitales y hagan crecer los grupos de talentos locales.

«Si queremos que una visión optimista se haga realidad en términos de transformación digital y crecimiento innovador, debemos actuar en términos de política, infraestructura y talento. En algunas de estas áreas, necesitamos esfuerzos conjuntos tanto del sector público como del privado. Ambos juegan papeles muy importantes», dijo Michael Chen, director de Comunicación Corporativa de Huawei para América Latina y el Caribe. (Perez, 2021)

### **Nuevo libro sobre paradigma digital y efectos en las pymes**

21 de abril 2022 Por: Noemy Chinchilla Bravo. Escuela de administración de empresas

Las pequeñas y medias empresas (pymes) son estratégicamente fundamentales para el desarrollo social y el crecimiento económico de un país.

Para contribuir a su desarrollo la máster Margie Faith, el Dr. Juan Carlos Leiva y el Dr.

Ronald Mora, todos de la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica (TEC) apoyaron en la creación del libro: los efectos de la digitalización, inteligencia artificial, Big Data e industria 4.0 en el trabajo de las pymes en Latinoamérica.

También participaron investigadores pertenecientes a universidades de Argentina, Costa Rica, Ecuador, México y Uruguay.

De acuerdo con la máster Margie Faith, coordinadora del equipo costarricense, las pymes enfrentan mayores retos y limitaciones al digitalizar sus procesos.

Además, la máster Faith agrega que el libro concluye que el camino hacia la madurez digital de las Pymes en Latinoamérica, incluye cerrar las brechas de conectividad y uso de las TIC, contar con apoyos gubernamentales que les permitan ser usuarios expertos de las mismas, aumentar su desarrollo hacia la digitalización y la adopción de nuevas tecnologías digitales, la creación de nuevos productos y servicios con alto grado de innovación digital, y uso avanzado de técnicas como digitalización, inteligencia artificial, Big Data e industria 4.0.

Cabe destacar que la publicación fue financiada y coordinada por la Universidad Católica del Uruguay y la Fundación Konrad Adenauer como parte de su programa “Alianzas para la Democracia y el Desarrollo con Latino América”.

#### Principales hallazgos

Los investigadores de las universidades de Argentina, Costa Rica, Ecuador, México y Uruguay antes de elaborar el libro, primeramente, realizaron un estudio sobre las pymes en Latinoamérica.

Entre los resultados hallados se destacan:

Los recursos tecnológicos que las pymes utilizan son muy básicos.

Hacen uso generalizado de la web.

Utilizan con poca frecuencia aplicaciones móviles y tienda online, herramientas muy poderosas para el ámbito empresarial.

La mitad de las pymes investigadas efectúan inversión en analítica de datos, tecnología y comunicación.

En el caso de Costa Rica el estudio abarcó 96 pymes representativas de diversos sectores económicos, así como diez startups (empresas tecnológicas de reciente creación).

A raíz de ese estudio los autores crearon el libro: los efectos de la digitalización, inteligencia artificial, Big Data e industria 4.0 en el trabajo de las Pymes en Latinoamérica. (Bravo, 2022)

### **Iniciativa fortalecerá conocimientos en tecnologías para la población costarricense**

enero 12, 2022 Wendy Pérez.

Con el propósito de potenciar la innovación y la adopción segura y responsable de la tecnología en los distintos sectores de la sociedad costarricense, especialmente aquellos en los que la brecha digital es mayor, el Ministerio de Ciencia, Innovación, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT) y la empresa HUAWEI suscribieron recientemente un memorándum de entendimiento.

El esfuerzo de cooperación busca mejorar las habilidades, destrezas y conocimientos en tecnologías TIC como motor para el desarrollo sostenible del país.

Asimismo, se proyecta favorecer la formación en temas digitales con capacitación de alto nivel para aumentar las oportunidades de empleabilidad de la población costarricense, especialmente jóvenes, grupos vulnerables tales como personas con necesidades especiales, en comunidades marginales o zonas rurales, o bien mujeres que enfrentan acceso desigual a estas oportunidades de desarrollo personal.

Un punto alto de esta alianza es el apoyo de Huawei al proceso de transformación de los Centros Comunitarios Inteligentes (CECI) en Laboratorios de Innovación Comunitaria (LINC), un proyecto ejecutado por el MICITT con el soporte de actores nacionales e internacionales.

Esta colaboración busca fortalecer los procesos de desarrollo de capacidades a partir charlas a personas usuarias de los Laboratorios de Innovación Comunitaria, relacionados a temas como: redes, tecnología en la nube, inteligencia artificial, big data, Internet de las cosas, entre otros.

A futuro, se buscará el fortalecimiento de estos centros con equipamiento tecnológico. Los conocimientos adquiridos serán puestos en práctica por medio de talleres que faciliten la aplicación de las nuevas competencias.

«En la práctica esta iniciativa permitirá la puesta en marcha de un programa denominado Mujeres en las TIC cuyo propósito es favorecer el cierre de la brecha de género en la participación económica y de oportunidades laborales en la industria con talleres, foros, cursos y otros tipos de iniciativas que fomenten la participación de las mujeres en las TIC», indicó Peng Yang, gerente general de Huawei Costa Rica.

«La revolución digital necesita de la activa participación femenina en el uso y generación de tecnología. Como país, contamos con un gran potencial para aumentar nuestra competitividad y acelerar la reactivación económica si logramos la inclusión masiva de las mujeres en los empleos del futuro; en todos ellos las tecnologías digitales son vitales. Solo de esta manera alcanzaremos la masa crítica de talento necesaria para ser competitivos y alcanzar un mayor desarrollo socioeconómico con equidad. El Programa Mujeres en las TIC con Huawei, es una de las iniciativas que contribuye a alcanzar este importante objetivo», indicó la ministra Paola Vega Castillo.

Asimismo, la cooperación alcanza el desarrollo de programas de apoyo a los emprendedores y PYMES de base tecnológica, donde se promueva el uso responsable de la tecnología, la importancia de la transformación digital, la adopción de la tecnología dentro de sus procesos productivos, la elaboración de estrategias para salir al mercado, entre otras.

Finalmente, el trabajo conjunto fomentará la ejecución de competencias de talento TIC, cuyos ganadores podrían participar en competiciones a nivel nacional e internacional, con acceso no solo a premios sino a espacios que les permita exponer sus proyectos a distintas personas,

empresas u organizaciones. (Perez, Iniciativa fortalecerá conocimientos en tecnologías para la población costarricense, 2022)

## **1.2.Delimitación del problema**

El uso de las TIC en la actualidad para muchas PYMES en Costa Rica es un desafío que deben enfrentar para poder seguir en el mercado, sobre todo con referente a la competencia que poseen con grandes empresas en el ámbito de manufactura, comercio y servicio, sobre todo el ver y conocer el desaprovechamiento que están teniendo por falta de implementación de estas.

Dicho caso presenta la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel, la cual carece de la implementación de las TIC y que además debe de actualizarse para poder seguir compitiendo en el mercado, ya que muchas Pymes y empresas han sabido aprovecharlas y con ello, han logrado potenciar sus negocios.

A raíz de esta carencia es que algunas instituciones como el MEIC, INA, MICITT y el INS están promoviendo la capacitación de las Pymes en el uso de las TIC, sobre todo en el contexto actual con la pandemia por el COVID-19, ya que muchos pequeños emprendimientos tuvieron que tomar la decisión de cerrar su negocio, pero muchas de estas PYMES desconocen de dichas capacitaciones y otras no creen que tenga alguna funcionalidad.

El principal reto que presenta Procesadora de Carnes San Gabriel es trascender al uso de las TIC, para mejorar muchos de los procesos que lleva día a día de forma manual o antigua de alguna forma, lo cual le permitiría potenciar su actividad económica. Este establecimiento o negocio está ubicado en Heredia, Santa Bárbara, Barrio Jesús, 100 mts norte del EBAIS. Esta PYME lleva de manera muy manual muchos procesos administrativos, que con el uso de las

TIC van a mejorar dichos procesos como, por ejemplo, el tema financiero-contable, recursos humanos, inventarios, etc.

### **1.2.1. Justificación.**

Esta propuesta de la implementación de las TIC para la mejora de los procesos administrativos y mercadológicos en la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel, es que se ha demostrado que, a través de dichas herramientas, las empresas grandes y pequeñas han podido potenciar sus capacidades y sobre todo han logrado crecer de una manera más sólida y fundamentada. Lo anterior, fortalece aún más el caso de la pandemia donde muchas de estas PYMES, han tenido que reinventarse y otras lamentablemente tomaron la decisión de cerrar sus operaciones.

Es por esta razón que Procesadora de Carnes San Gabriel, necesita realizar dichas implementaciones para poder potenciar el emprendimiento y llegar a usar toda su capacidad de producción, así como de instalación en todos sus procesos administrativos y de mercadológicos.

Esto debido a que la herramienta que utilizan es un Excel, con varias hojas de cálculo donde llevan la contabilidad, así mismo con el registro de los ingresos y egresos, tabla de costos, listas de precios de diferentes clientes; es de esta manera que han llevado toda la parte administrativa durante sus 11 años de permanencia en el mercado, por lo que es hora de hacer un giro en la forma de administrar y llevar las riendas del negocio a través de herramientas tecnológicas que faciliten dicha labor.

### **1.3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

¿Cuáles tecnologías de información y comunicación (TIC) se pueden implementar en la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel para mejorar los procesos administrativos y mercadotecnia ubicada en Santa Bárbara de Heredia, en el último cuatrimestre 2021?

### **1.4. OBJETIVOS**

#### **1.4.1. Objetivo general**

Formular una propuesta para la implementación de tecnologías de información y comunicación (TIC) en la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel, ubicada en Santa Bárbara de Heredia, que permita mejorar la operación de la empresa en el último cuatrimestre 2021.

#### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Establecer cuáles TIC son las más adecuadas para el mercado meta actual de la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel, ubicada en Santa Bárbara de Heredia.
- Identificar cuáles tecnologías de información y comunicación son las más aptas para su implementación en la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel, ubicada en Santa Bárbara de Heredia, en el último cuatrimestre 2021.
- Desarrollar estrategias de aplicación de las tecnologías de información y comunicación, para el uso de la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel, ubicada en Santa Barbara de Heredia, en el último cuatrimestre 2021.
- Describir las implicaciones económicas y administrativas que conlleva la implementación de las tecnologías de información y comunicación, en la PYME

Procesadora de Carnes San Gabriel, ubicada en Santa Bárbara de Heredia, en el último cuatrimestre 2021.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL**

## **2.1. EL CONTEXTO TEÓRICO-CONCEPTUAL**

### **2.1.PYME**

Según el MEIC una PYME, se entiende como “toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos los maneje y opere, bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica. (S.A, 2022).

### **2.2.Marketing**

Según Kotler en su libro fundamentos del marketing establece que:

“El logro de las metas organizacionales depende de conocer las necesidades y los deseos de los mercados meta, así como de ofrecer la satisfacción deseada de mejor manera que los competidores. De acuerdo con el concepto de marketing, la dirección hacia las ventas y las utilidades se basa en el cliente y el valor. En vez de seguir una filosofía de fabricar y vender centrada en el producto, el concepto de marketing es una filosofía de detectar y responder centrada en el cliente. El trabajo no es encontrar a los clientes adecuados para el producto, sino encontrar los productos adecuados para sus clientes”. (Kotler P. A., Fundamentos de marketing., 2017, pág. 10).

Como lo indica Kotler el marketing es algo muy importante para cada negocio, empresa o PYME, ya que la meta de ellos es conocer las necesidades del cliente para que de esta manera puedan establecer los productos adecuados, esa es la clave del éxito de las empresas.

### **2.3.Estrategia.**

Kerin en su libro titulado marketing define la estrategia como, “el curso de la acción a largo plazo de una organización, diseñado para lograr una experiencia única del cliente y, al mismo

tiempo, alcanzar sus metas. Todas las organizaciones establecen una dirección estratégica.” (Kerin, Marketing., 2018, pág. 26).

La estrategia dentro de una PYME o cualquier otro negocio es algo primordial, debido a que como lo indica el autor Kerin, es el curso de una acción a largo plazo para no solo lograr una experiencia única con el cliente si no poder lograr las metas propuestas.

## **2.4. Investigación.**

Según Sampieri en su libro Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Define la investigación como un “conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema con el resultado (o el objetivo) de ampliar su conocimiento.” (Hernández Sampieri R. M., 2018, pág. 4)

En este caso particular de Procesadora de Carnes San Gabriel, dicha investigación está enfocada en revisar y proponer tres opciones de ERP contable-financiero para definir cuál de ellas es la mejor opción a partir de su análisis individual.

## **2.5. Segmentación de mercado**

La segmentación de mercados es uno de los elementos más importantes dentro de cualquier organización, debido a que deben tener definido el grupo de clientes a los que van a satisfacer sus necesidades, es por eso por lo que según Kotler en su libro titulado Fundamentos de marketing define este término como, “División de un mercado en grupos más pequeños de compradores con necesidades, características o comportamientos diferentes que podrían requerir estrategias o mezclas de marketing particulares.” (kotler P. , 2017, pág. 172).

## **2.6.Propuesta de valor**

Kirberg en su libro titulado Marketing para emprender, define la propuesta de valor como “una estrategia para distinguirse de los competidores por algo en concreto y así obtener el beneplácito del público. Se trata de destacar en qué es mejor un negocio y cómo va a beneficiar eso a las personas que utilicen esos servicios o productos y no los de la competencia”. (Kirberg, 2019, pág. 109).

## **2.7.Producto**

Kotler define este concepto como “el producto que sostiene que los consumidores favorecen los productos que ofrecen mejores características de calidad, desempeño e innovación. De acuerdo con este concepto, la estrategia de marketing se enfoca en mejorar el producto en forma continua. La calidad y la mejora del producto son elementos importantes de la mayoría de las estrategias de marketing.” (Kotler P. A., 2017, pág. 10).

## **2.8.Demanda**

Fischer en su libro titulado mercadotecnia indica que: “la demanda se refiere a la cantidad de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado. El precio del producto se determinará por la demanda, ya que ésta constituye una serie de relaciones y cantidades”. (Fischer L. , 2017, pág. 138). Como lo indica Fischer, la demanda es uno de los aspectos del marketing primordiales ya que a raíz de este es que se definen rubricas como los precios y las cantidades de producción que deben de realizar en este caso enfocado en la PYME Procesadora de carnes San Gabriel.

## **2.9.Tecnología.**

El ritmo del cambio y la escala de los logros tecnológicos pueden ser asombrosos. El número de teléfonos móviles localizados en India rebasó recientemente los quinientos millones;

Boston Consulting Group considera que, con el rápido crecimiento del comercio electrónico, del internet móvil y de la penetración de internet en los mercados emergentes, los especialistas en marketing deberían mejorar sus “estados de cuentas digitales”. Actualmente, consumidores y especialistas en Marketing disponen de cantidades masivas de información y datos acerca de casi cualquier cosa (Kotler P. L., 2016, pág. 37)

### **2.10. Competencia**

Kotler define la competencia como la inclusión de todas las ofertas rivales, reales y potenciales, así como los sustitutos que un comprador pudiera considerar adquirir. (Kotler P. L., 2016, pág. 12). Partiendo de la definición anterior, se toma en cuenta que cualquier PYME o empresa que fabrica productos cárnicos como embutidos y ahumados forman parte de la competencia de Procesadora de carnes San Gabriel,

### **2.11. Venta**

El concepto de venta establece que los consumidores y las empresas, si se les deja solos, no comprarán suficientes productos de la organización. Se practica de manera más agresiva con los bienes no buscados —aquellos que los compradores no piensan comprar en circunstancias normales, como seguros o nichos en un cementerio— y cuando las empresas con sobrecapacidad de producción se disponen a vender lo que fabrican, más que a fabricar lo que quiere el mercado. (Kotler P. L., 2016, pág. 21).

### **2.12. Negocio**

Kerin en su libro titulado marketing, describe un negocio como “el sector del mercado o la categoría clara, amplia y básica de la industria en la que opera una organización. Para ayudar a definir su negocio, primero una organización analiza el conjunto de organizaciones que tienen ofertas similares —aquellas que compiten directamente entre sí, como el “negocio de los

helados”—. Así, la organización comienza a responder a las preguntas: “¿Qué hacemos?” o “¿En qué negocio estamos?” (Kerin, Marketing, 2018, pág. 30).

### **2.13. Clientes**

Los clientes son los participantes más importantes en el microentorno de la compañía. El objetivo de toda la red de transferencia de valor consiste en atraer a los clientes meta y crear relaciones sólidas con ellos. (Kotler P. A., 2017, pág. 74).

### **2.14. Emprendedor**

Emprendedor significa que el negocio debe ser innovador, en búsqueda de nuevas oportunidades. Aun cuando las iniciativas empresariales pueden ser pequeñas al principio, su interés es crecer. (Robbins, 2018, pág. 308).

### **2.15. Pequeña empresa.**

Las pequeñas empresas son organizaciones de propiedad, financiamiento y operaciones independientes, conformadas por menos de 100 empleados, que no se involucran necesariamente en prácticas nuevas o innovadoras, y tienen un impacto limitado en su industria. (Robbins, 2018, pág. 308)

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1.1. Enfoque cualitativo**

Hernández Sampieri (2018), en su libro titulado Metodología de la Investigación, define el término cualitativo como “origen en el latín “qualitas”, el cual hace referencia a la naturaleza, carácter y propiedades de los fenómenos”. (Hernández Sampieri R. M., 2018, pág. 47)

Además, Sampieri (2018), indica que “Con el enfoque cualitativo también se estudian fenómenos de manera sistemática. Sin embargo, en lugar de comenzar con una teoría y luego “voltear” al mundo empírico para confirmar si esta es apoyada por los datos y resultados, el investigador comienza el proceso examinando los hechos en sí y revisado los estudios previos, ambas acciones de manera simultánea, a fin de generar una teoría que sea consistente con lo que está observando que ocurre. De igual forma, se plantea un problema de investigación, pero normalmente no es tan específico como en la indagación cuantitativa. Va enfocándose paulatinamente. La ruta se va descubriendo o construyendo de acuerdo con el contexto y los eventos que ocurren conforme se desarrolla el estudio. (2018, pág. 47)

#### **3.1.2. Enfoque cuantitativo**

El enfoque cuantitativo es uno de los más utilizados por su facilidad a la hora de trabajarlo y poder tabular sus interpretaciones, Pimienta Prieto (2018) señala que

Dicho modelo tiene como finalidad interpretar la realidad mediante instrumentos objetivos y medibles, o lo que es lo mismo, cuantificables. Además, guía la investigación desarrollada en el estudio de las ciencias experimentales, como física, química y biología, y se caracteriza por estar sustentado en el método hipotético-deductivo, analítico y objetivo asociado a la investigación cuantitativa (2018, pág. 36)

A raíz de lo anterior, se concluye que “Este modelo de investigación se centra en: el análisis e interpretación de datos, números, indicadores y estadísticas asociadas con el objeto de estudio, y para ello formula preguntas muy específicas acerca de cómo y cuándo tiene lugar el fenómeno estudiado, permitiendo al investigador recopilar información que puede ser plasmada mediante números, para su análisis racional y objetivo. (2018, pág. 36)

### **3.1.3. Enfoque mixto**

El enfoque mixto es muy utilizado, ya que este puede dar una mejor descripción del trabajo que se realiza; según Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018), dicho método se puede interpretar como:

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (2018, pág. 612)

Como lo dice la descripción anterior, el enfoque mixto es la combinación de ambos métodos, cualitativo y cuantitativo, muchas investigaciones lo aplican para dar una mejor descripción del fenómeno en estudio.

El caso de esta investigación toma el curso de un enfoque cualitativo, esto debido a que se enfoca en aspectos administrativos como un sistema contable financiero, el cual consta de algunos departamentos como bodega, inventarios, recetas, cuentas por pagar, cuentas por cobrar, costos y por supuesto utilidades, por lo que dentro de la PYME Procesadora de carnes San Gabriel carecen de un sistema que simplifique dichas labores, las cuales lo que se busca

es mejorar la operatividad de esta por medio de las TIC, así como a nivel mercadológico, además, la localización del mercado actual.

Otro aspecto fundamental que hace que esta investigación sea de carácter cualitativo es que hay que establecer cuáles son las mejores TIC que se pueden adaptar a dicha PYME Procesadora de carnes San Gabriel, así como su desarrollo de implementación de estas en la PYME.

## **3.2. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1. Exploratorio**

El alcance exploratorio es cuando un proyecto no ha tenido investigaciones previas y se quiere estudiar, por lo que debe de explorar primero para así tener los datos y comprender las características del fenómeno en estudio. Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018) en su libro de metodologías de investigación, definen el alcance exploratorio como:

“Los estudios exploratorios se llevan a cabo cuando el propósito es examinar un fenómeno o problema de investigación nuevo o poco estudiado, sobre el cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan solo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas”. (Hernández Sampieri R. M., 2018, pág. 106)

### **3.2.2. Descriptivo**

El alcance descriptivo, toma como base un previo conocimiento acerca del tema y fenómeno de estudio, es decir, que debe contar con una buena base de conocimiento previo con referente al tema de investigación. Según Prieto (2018) el alcance descriptivo:

“Busca identificar y describir los elementos, propiedades o características principales que componen o explican determinados fenómenos o problemáticas, basándose en el método analítico. En ocasiones, permite el desarrollo de conocimientos que también pueden servir de base para la realización de investigaciones más profundas sobre el tema o problemática estudiada”. (2018, pág. 57)

### 3.2.3. Correlacional

El alcance correlacional dentro de una investigación se refiere aquella que sirve para determinar la relación positiva o negativa entre dos o más conceptos. Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018) mencionan que “Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular.

Para poder entender mejor dichos estudios correlacionales, Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018) refieren que:

“Estos pretenden responder a preguntas de investigación como las siguientes: ¿la obesidad en adultos mayores de 60 años está vinculada a un mayor riesgo de padecer diabetes?, ¿los niños que dedican cotidianamente más tiempo a ver la televisión tienen un vocabulario más amplio que los niños que ven diariamente menos televisión?, ¿las dimensiones de la personalidad se relacionan con la presencia de enfermedades cardiacas?, ¿tales correlaciones reflejan una mayor vulnerabilidad hacia las enfermedades?, ¿los agricultores que adoptan más rápidamente una innovación poseen mayor nivel educativo que los que la adoptan después?, ¿las pequeñas empresas que generan mayor innovación tienen tasas de supervivencia más elevadas?, etcétera

La investigación correlación no solo describe, sino que también analiza y relaciones los diferentes con conceptos que existen dentro de un mismo fenómeno”.

#### **3.2.4. Explicativo o causal.**

Los estudios explicativos o causales tratan de explicar las causas por las cuales ocurren ciertas situaciones o fenómenos, Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018) definen dicho alcance como:

“Los estudios explicativos van más allá de la descripción de fenómenos, conceptos o variables o del establecimiento de relaciones entre estas; están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos de cualquier índole (naturales, sociales, psicológicos, de salud, etc.). Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables.” (2018, págs. 110-112).

Dentro de este trabajo de investigación el enfoque del estudio es correlacional, debido a que se busca identificar cuáles son las mejores TIC que se pueden implementar dentro de la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel, así como desarrollar las estrategias para su implementación, por lo que la premisa de conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular, aplica perfectamente dentro de este trabajo ya que hay que revisar las diferentes TIC que existen y seleccionar cuáles son las mejores para aplicarlas dentro de la PYME con el fin de mejorar la parte administrativa y mercadológica en Procesadora de carnes San Gabriel.

### **3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.3.1. Teoría Fundamentada.**

La teoría fundamentada, es un método de investigación en la cual la hipótesis emerge de los datos, pero la base de su metodología tiene como objeto la identificación de procesos sociales básicos. Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018) señalan que:

“La teoría fundamentada es un diseño de investigación y un producto. El investigador produce una explicación o teoría respecto a un fenómeno, proceso, acción o interacciones que se aplican a un contexto concreto y desde la perspectiva de diversos participantes. Desde luego, al generarse teoría se desarrollan hipótesis y conceptos (variables potenciales) que la integran, y una representación o modelo visual.” (2018, pág. 526).

#### **3.3.2. Estudio de Casos.**

Pimienta Prieto (2018), en su libro titulado metodología de la investigación, menciona que el objetivo del estudio de casos es “analizar sucesos específicos del fenómeno estudiado, con la finalidad de formular una descripción detallada del caso o fenómeno desde una perspectiva determinada (2018, pág. 38).

Con base en la definición anterior, podemos decir que el estudio de casos sirve para representar, contrastar, evaluar y percibir los diferentes aspectos de un problema de investigación.

### **3.3.3. Fenomenológico.**

La fenomenología es un tipo de estudio donde su método de investigación es comprender las experiencias vividas de los seres humanos, desde la perspectiva del sujeto. Hernández

Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018) indican que:

“La fenomenología los investigadores trabajan directamente las unidades o declaraciones de los participantes y sus vivencias, más que abstraerlas para crear un modelo basado en sus interpretaciones, como en la teoría fundamentada. La diferencia entre el diseño narrativo y el diseño fenomenológico es que el primero se enfoca en la conexión o sucesión de eventos (el punto de vista cronológico o la historia secuencial) y el segundo en la esencia de la experiencia compartida.” (2018, pág. 548).

### **3.3.4. Etnográfico.**

Los estudios etnográficos recogen dos puntos de vista, el primero es desde un punto de vista interno, es decir, desde los miembros del grupo y la segunda es desde una perspectiva externa, es decir, desde la interpretación del propio investigador.

Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018) destacan que “Los diseños etnográficos pretenden explorar, examinar y entender sistemas sociales: grupos, comunidades, culturas y sociedades” (2018, pág. 537).

Además, dentro de este texto Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018) citan a Patton (2015), el cual señala:

“que tales diseños buscan describir, interpretar y analizar ideas, creencias, significados, conocimientos y prácticas presentes en tales sistemas. Incluso pueden ser muy amplios y abarcar la historia, geografía y los subsistemas socioeconómico, educativo, político y

cultural (rituales, símbolos, funciones sociales, parentesco, migraciones, redes y un sinnúmero de elementos).” (2018, pág. 537).

*Fuente: Elaboración propia, 2022*

### **3.3.5. Investigación-Acción**

Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018) en su libro metodologías de la investigación citan a Sandín (2003), el cual señala que la investigación-acción pretende, esencialmente, propiciar el cambio social, transformar la realidad (social, educativa, económica, administrativa, etc.) y que las personas tomen conciencia de su papel en ese proceso de transformación. Por ello, implica la total colaboración de los participantes en: la detección de necesidades (ya que ellos conocen mejor que nadie la problemática a resolver), el involucramiento con la estructura a modificar, el proceso a mejorar, las prácticas que requieren cambiarse y la implementación de los resultados del estudio.

La definición anterior hace referencia que este tipo de metodología ocupa el estudio de una problemática global, es decir social, específica, la cual requiere procedimiento o solución que afecta a un determinado grupo de personas, sea una asociación, empresa, escuela o una comunidad.

Este trabajo toma como base la investigación-acción, ya que como su definición lo indica se busca propiciar el cambio social, transformar la realidad (social, educativa, económica, administrativa, etc.) y que las personas tomen conciencia de su papel en ese proceso de transformación, lo que aplica perfectamente en Procesadora de Carnes San Gabriel, debido a que es el lugar donde hay que realizar ciertas mejoras como un sistema contable, financiero donde se lleve a cabo la tabulación y el procesamiento de datos de la PYME para tener un mayor control y además para tomar las mejores decisiones con base en las mismas; es por esta

razón que en la parte administrativa y mercadológica las TIC van a dar a conocer la importancia que tienen en su implementación dentro de la PYME, para que así el dueño y su grupo de trabajo tomen conciencia de las mismas

### **3.4. UNIDADES DE ANÁLISIS U OBJETOS DE ESTUDIO**

#### **3.4.1. Población**

La población en el campo de la estadística se puede definir como, el conjunto de elementos que se quiere investigar, estos pueden ser desde objetos, acontecimientos situaciones o grupo de personas. Pero para comprender mejor este término Pimienta Prieto (2018), indica que:

“Para todo tipo de investigación, pero en especial para las investigaciones de campo y experimentales, es necesario tener claro quiénes son los individuos involucrados en el tema o problema que queremos solucionar, y que poseen características similares, pues éstos serán la base de dicho estudio. A ese conjunto, compuesto por la totalidad de los elementos, individuos o factores que forman parte de nuestro objeto de estudio y, en un lugar y tiempo determinados, que poseen cualidades similares y observables, se le denomina población.” (2018, pág. 59).

Para efectos de esta investigación, la población será de hombres y mujeres de los 20 a los 64 años y que vivan dentro del GAM. Con esta selección se pretende abordar y cumplir los objetivos establecidos en el presente proyecto, entre los cuales se encuentra formular una propuesta para la implementación de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel, ubicada en Santa Bárbara de Heredia, que permita mejorar la operación de la empresa en el último cuatrimestre 2021.

Esta selección de la población se toma ya que las personas que consumen estos productos son las familias costarricenses y que además se toma como base una probación económicamente activa.

**TABLA N° 1 Características de la población en estudio**

<b>Población total proyectada al 30 de junio por grupos de edades, según cantón 2021</b>										
<b>Provincia y cantón</b>	<b>Total</b>	<b>20 - 24</b>	<b>25 - 29</b>	<b>30 - 34</b>	<b>35 - 39</b>	<b>40 - 44</b>	<b>45 - 49</b>	<b>50 - 54</b>	<b>55 - 59</b>	<b>60 - 64</b>
San José	227 870	26 081	30 046	31 218	31 813	27 195	22 083	20 194	20 545	18 695
Escazú	44 934	5 203	5 438	5 884	6 013	5 280	4 683	4 519	4 286	3 628
Desamparados	156 626	20 100	21 745	22 326	21 114	17 668	14 711	13 691	13 684	11 587
Mora	19 985	2 376	2 701	2 827	2 632	2 306	2 005	1 912	1 777	1 449
Goicoechea	89 314	11 015	12 607	12 660	12 138	10 149	7 981	7 553	7 920	7 291
Santa Ana	38 230	4 332	4 589	5 119	5 065	4 571	4 093	3 814	3 606	3 041
Alajuelita	59 245	8 444	8 831	8 584	7 989	6 512	5 262	4 940	4 724	3 959
Tibás	54 252	7 058	8 178	7 134	7 031	6 296	5 215	4 568	4 622	4 150
Moravia	40 164	4 472	4 985	5 371	5 652	4 967	4 153	3 676	3 637	3 251
Montes de Oca	41 214	4 818	5 727	5 683	5 926	5 055	3 672	3 321	3 542	3 470
Curridabat	50 754	6 511	6 869	7 042	6 863	5 890	4 799	4 474	4 423	3 883
Alajuela	200 656	24 114	25 879	28 953	27 550	23 500	19 702	18 401	17 543	15 014
Atenas	18 456	2 221	2 470	2 586	2 364	2 040	1 819	1 806	1 705	1 445
Poás	21 435	2 878	2 954	3 171	2 928	2 376	1 938	1 929	1 780	1 481
Cartago	105 597	13 299	14 312	15 033	13 747	11 815	10 064	9 669	9 552	8 106
Paraíso	39 664	5 390	5 725	5 654	5 136	4 335	3 641	3 545	3 381	2 857
La Unión	72 745	8 975	9 565	10 405	9 737	8 266	7 074	6 819	6 586	5 318
Alvarado	9 679	1 359	1 436	1 353	1 148	1 013	916	929	872	653
El Guarco	29 565	4 015	4 304	4 152	3 798	3 402	2 947	2 674	2 405	1 868
Heredía	92 998	10 581	10 632	12 826	13 309	11 428	9 438	8 756	8 649	7 379
Barva	29 863	3 571	3 769	4 266	4 169	3 522	2 844	2 645	2 704	2 373
Santo Domingo	31 127	3 391	3 769	4 187	4 291	3 729	3 093	2 914	3 064	2 689
Santa Bárbara	27 062	3 380	3 589	3 842	3 685	3 066	2 614	2 465	2 379	2 042
San Rafael	35 139	4 285	4 495	4 830	4 864	4 198	3 423	3 159	3 181	2 704
San Isidro	14 894	1 712	1 862	2 103	2 040	1 622	1 482	1 422	1 451	1 200
Belén	17 317	2 023	2 264	2 413	2 304	2 081	1 626	1 583	1 601	1 422
Flores	15 572	1 821	1 829	2 074	2 118	1 890	1 670	1 479	1 470	1 221
San Pablo	20 423	2 167	2 431	2 894	2 946	2 528	2 141	1 908	1 833	1 575
<b>Total</b>	<b>1 604 780</b>	<b>195 592</b>	<b>213 001</b>	<b>224 590</b>	<b>218 370</b>	<b>186 700</b>	<b>155 089</b>	<b>144 765</b>	<b>142 922</b>	<b>123 751</b>

*Fuente: Inec, 2021*

**TABLA N° 2 Características de la población en estudio**

<b>Demográfica</b>	<b>Geográfica</b>
<p>Género: hombres y mujeres            Edad: de 20 a 64 años            Nacionalidad: costarricenses y extranjeros            Escolaridad: estudios técnicos y universitarios            Clase socioeconómica: media, media-alta y alta</p>	<p>Habitantes de las provincias de San José, Alajuela, Cartago y Heredia</p>
<b>Psicográfica</b>	<b>Conductual</b>
<p>Personalidad: es una persona, alegre optimista, con apertura al cambio, también es cuidadosa al realizar sus compras, aunque a veces puede ser impulsiva.            Estilo de vida: personas más conscientes de la conservación de los recursos naturales y el impacto del consumo en el ambiente, así como el consumo de alimentos saludables            Actividades: es una persona más conectada, frecuente revisar redes sociales.            Intereses: que las marcas los apoyen y les ofrezcan las mejores soluciones a través de los productos y servicios que requieren.</p>	<p>Prefieren utilizar la compra directa o bien el comercio electrónico para adquirir bienes o servicios, evitando el contacto con otras personas o exponerse ante las afectaciones de la pandemia, ya que el tipo de segmento de mercado es mayorista            Son consumidores que demandan una respuesta de calidad de producto realizar sus compras contra pedido.            Realizan compras más inteligentes.            Invierte más en gastos para el hogar.            Está abierto a probar nuevos productos siempre y cuando satisfagan sus necesidades.</p>

**Fuente:** *Elaboración propia, 2021*

Las unidades de análisis constituyen los elementos del universo o conjunto de individuos a los que se les miden o estudian las variables o categorías de interés. Pueden ser: personas, instituciones, expedientes, bases de datos y poblaciones, entre otras.

### 3.4.2. Tipo de muestra

#### 3.4.2.1. Muestra no probabilística:

Según Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018):

“En las muestras no probabilísticas, la elección de las unidades no depende de la probabilidad, sino de razones relacionadas con las características y contexto de la investigación. Aquí el procedimiento no es mecánico o electrónico, ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios. Elegir entre una muestra probabilística o una no probabilística depende del planteamiento del problema, el esquema de investigación, la homogeneidad de las unidades estudiadas y la contribución que se piensa hacer con ella.” (2018, pág. 200).

En otras palabras, un muestreo no probabilístico es una técnica, en la cual el investigador escoge las muestras basadas en un juicio subjetivo y no objetivo, ya que las muestras no se hacen forma al azar.

#### 3.4.2.2. Por cuota:

Benassini, M. (2020), en su libro titulado Introducción a la investigación de mercados señala que en este tipo de muestreo:

“Se selecciona una característica importante por estudiar y se determina la parte del universo que tiene cada categoría de características. Posteriormente se distribuye el tamaño de la muestra entre las diferentes células o categorías y se seleccionan los componentes de la muestra. Los entrevistadores entonces buscan encuestar a grupos de componentes que parezcan tener la característica especificada.” (2020, pág. 203)

### **3.4.2.3. Expertos:**

Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018) en su libro metodologías de la investigación refieren que:

“en ciertos estudios es necesaria la opinión de expertos en un tema. Estas muestras son frecuentes en investigaciones cualitativas muy exploratorias para generar hipótesis más precisas o la materia prima del diseño de cuestionarios.” (2018, pág. 429).

En otras palabras, este tipo de muestreo lo utilizan los investigadores para encontrar datos de una fuente confiable y de alta calidad, pero de un tema o de un área en común, es decir que el material que se va a utilizar esté especializado sobre el mismo tema de investigación.

### **3.4.2.4. Diversas o de máxima variación:**

Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018), se refieren a este término de la siguiente manera:

“Estas muestras son elegidas cuando se busca mostrar distintas perspectivas y representar la complejidad del fenómeno estudiado, o bien documentar la diversidad de casos para localizar diferencias y coincidencias, patrones y particularidades. Imagina a un médico que evalúa a enfermos con distintos tipos de lupus; a un psiquiatra que considera desde pacientes muy deprimidos hasta individuos con depresión leve. (2018, pág. 431)

### **3.4.2.5. Homogéneas**

Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018), señalan que:

“al contrario de las muestras diversas, en las muestras homogéneas las unidades que se van a seleccionar poseen un mismo perfil o características, o bien comparten rasgos similares. Su

propósito es centrarse en el tema por investigar o resaltar situaciones, procesos o episodios en un grupo social. (2018, pág. 431).

#### **3.4.2.6. Por oportunidad**

Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018), define este término de la siguiente manera:

“Se trata de casos que de manera fortuita se presentan ante el investigador justo cuando los necesita. O bien, individuos que requieren y se reúnen por algún motivo ajeno a la investigación, lo que te proporciona una oportunidad extraordinaria para reclutarlos. Por ejemplo, una convención nacional de alcohólicos anónimos, justo cuando conduces un estudio sobre las consecuencias del alcoholismo en la familia.” (2018, pág. 432).

#### **3.4.2.7. Muestra probabilística.**

Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018), destacan que:

“En las muestras probabilísticas todas las unidades, casos o elementos de la población tienen al inicio la misma posibilidad de ser escogidos para conformar la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño adecuado de la muestra, y por medio de una selección aleatoria de las unidades de muestreo. Imagínate el procedimiento de un sorteo informal en tu colonia o barrio (lotería mecánica o tómbola), donde se asignan boletos numerados a un grupo de personas. El día del sorteo, se colocan las copias o recibos de los boletos en una pecera, caja u otro recipiente y los revuelves para elegir uno, el ganador. Al inicio, cuando los depositas en la pecera o caja, todos los boletos tienen la misma probabilidad de ganar o resultar el número elegido. De igual forma, en una lotería electrónica antes de llevarse a cabo

el sorteo, todos los números poseen la misma posibilidad de obtener un premio.

Reciben su nombre porque son muestras representativas de la población en términos de probabilidad.” (2018, pág. 200)

#### **3.4.2.8. Conglomerados**

Benassini, M. (2020) en su libro titulado Introducción a la investigación de mercados define este tipo de muestreo como “Tipo de muestreo probabilístico que divide a la población en grupos que son convenientes para el muestreo. Suele producir un mayor error muestral. (2020, pág. 211)

Además, esta autora nos da un ejemplo para comprender mejor dicho termino:

Se seleccionan al azar grupos de observaciones, en lugar de elementos.

- El grupo 1, por ejemplo, puede estar formado por las manzanas 1, 2, 3 y 4; el grupo 2, por las manzanas 5, 6, 7 y 8, y así sucesivamente, hasta la manzana 16.
- Se seleccionan al azar tres de esos 16 grupos y se enumeran todos sus componentes o casas dentro de las manzanas. Es una muestra probabilística porque cada elemento tiene una probabilidad conocida de ser seleccionado. Sin embargo, toda combinación posible de componentes de la población no tiene la misma oportunidad de ser seleccionada.
- Se definen los componentes seleccionados. (2020, pág. 201)

#### **3.4.2.9. Estratificada.**

Hernández Sampieri, R., Mendoza Torres, C. P. (2018), define este término como “Muestreo en el que la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra para cada segmento, de manera proporcional o no proporcional” (2018, pág. 207)

También esta autora ejemplifica este término para comprenderlo mejor de la siguiente manera:

Imaginemos que te interesan personas de todas las religiones para comparar los niveles de espiritualidad y religiosidad, pero en la ciudad donde efectuarás el estudio la mayoría es, por ejemplo, predominantemente católica. Con la MAS es casi seguro que no elijas individuos de otras religiones o solo unos cuantos. No podrías efectuar los contrastes. Quizá tengas 300 católicos y 10 de las demás religiones. Entonces es cuando se prefiere obtener una muestra probabilística estratificada (el nombre nos dice que será probabilística y que se considerarán segmentos de la población o, lo que es igual, estratos). (2018, pág. 207)

#### **3.4.2.10. Aleatorio simple al azar**

Según Benassini, M. (2020):

Una muestra aleatoria simple se selecciona de tal manera que cada muestra posible del mismo tamaño tiene igual probabilidad de ser seleccionada de la población. Para hacer un muestreo aleatorio simple, podemos recurrir a dos métodos:

- a) Selección de una lista de todas las muestras posibles.
- b) Tabla de números aleatorios. (2020, pág. 197)

**TABLA N° 3 Cálculo de la muestra estadísticas aleatoria simple al azar**

$$\begin{aligned}
 & \frac{n}{1604780} \times \frac{z\alpha^2}{3,28} \times \frac{p}{0,5} \times \frac{q}{0,5} \\
 & \frac{0,0049}{e^2} \times \frac{1604779}{n-1} + \frac{3,28}{z\alpha^2} \times \frac{0,5}{p} \times \frac{0,5}{q} = n \\
 & \frac{1315919,6}{7863,4171 + 0,82} = n \\
 & \frac{1315919,6}{7864,2371} = n \\
 & \boxed{167} = n
 \end{aligned}$$

Fuente: Elaboración propia, 2021

#### 3.4.2.11. Variables de la muestra

N= Tamaño de la muestra de la población.

Za<sup>2</sup>=parámetro estadístico que depende el nivel de confianza.

p= probabilidad que ocurra un evento estudiado.

q=probabilidad de que no ocurra un evento esperado.

e<sup>2</sup>= error de estimación máximo aceptado.

Para esta investigación se desarrolla una muestra de 167 personas las cuales se determinaron con una certeza del 93%, el error es de 7% y una probabilidad de ocurrencia o una probabilidad de fracaso de 0,5.

### 3.4.3. Criterios de inclusión y exclusión

**TABLA N° 4 Criterios de inclusión y de exclusión de la población en estudio**

<b>Criterios de Inclusión</b>	<b>Criterios de Exclusión</b>
Hombres y mujeres con edades entre los 20 y 64 años.	Personas con edades inferiores a los 20 años o de 65 o mayores.
Personas de clase media alta.	Personas de clase baja, al igual que de clase alta.
Hombres y mujeres que perciban ingresos superiores al mínimo, producto de la realización de sus actividades económicas.	Hombres y mujeres con ingresos inferiores a un salario base (C\$10652.48) diarios.
Personas que residan en las provincias GAM	Personas que residan fuera del GAM
Personas que consuma los productos de la Pyme en los negocios de “Catering Service” carnicerías, restaurantes, hoteles, supermercados y pulperías	Personas que no consuman los productos de la Pyme en los negocios de “Catering Service” carnicerías, restaurantes, hoteles, supermercados.
Consumidor final de productos cárnicos	Personas que no consumen productos cárnicos

*Fuente: Elaboración propia, 2021*

### 3.4.4. Cuidados éticos para el manejo de la información.

La información que este trabajo de investigación, así como todos los datos sensibles de la PYME Procesadora de Xarnes San Gabriel o de sus clientes, queda resguardada y se prohíbe cualquier divulgación por parte de investigadores o cualquier otra persona que tenga acceso a él, debido a que presenta información de índole personal de los encuestados, así como de algunos datos comerciales de la pequeña empresa analizada.

Asimismo, se prohíbe por cualquier medio difundir cualquier fotografía de clientes de estas, así como de su infraestructura, sin el debido consentimiento de sus propietarios o administradores; además la información recopilada en este proyecto de investigación tiene como único objetivo fines académicos, por esta razón todos los datos serán tratados con discreción.

## 3.5. INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

### 3.5.1. Encuesta

Para esta investigación se utilizará la encuesta digital como instrumento de recolección de datos, para lo cual, según Prieto, en su libro titulado Metodología de la investigación:

competencias + aprendizaje + vida.

La encuesta consiste en la elaboración de un cuestionario compuesto por un conjunto de preguntas estandarizadas, es decir, ajustadas a un modelo o norma común, para conocer la opinión de un grupo amplio de personas. Las encuestas pueden clasificarse en:

- Descriptivas. Tienen como finalidad documentar las actitudes o condiciones actuales de un fenómeno, hecho, objeto o grupo, o conocer la opinión de la población, respecto a situaciones concretas, en el momento de realizarlas.
- Analíticas. A diferencia de las anteriores, además de describir la opinión sobre un fenómeno, buscan encontrar elementos explicativos acerca de por qué ocurre determinada situación. Así, mientras que en una encuesta descriptiva posiblemente se podría preguntar: “¿Conoces casos de acoso o bullying en tu escuela?”, en una encuesta analítica se plantearía: “¿Consideras que la presencia de bullying en los centros escolares afecta el desarrollo académico de los adolescentes?”.
- De preguntas abiertas. En este tipo de encuestas se integran preguntas cuya respuesta será formulada en los términos deseados por el entrevistado, otorgándole total libertad; por ejemplo: “¿Qué opinas del acoso estudiantil?”
- De preguntas cerradas. Las preguntas son formuladas de manera que el entrevistado debe elegir entre un conjunto limitado de opciones, por ejemplo, ante la

pregunta: “¿Has presenciado situaciones de acoso estudiantil?”, sólo existen dos respuestas posibles: “Sí” o “No”.

- Por correo. Se determina una muestra a la que se envía un cuestionario para que lo responda y reenvíe sus respuestas por correo.
- Por teléfono. La encuesta es efectuada por un grupo de personas capacitadas, quienes contactan a una muestra de individuos previamente determinada.
- Personal. Se realiza de manera directa e individual por el encuestador, ya sea en espacios públicos o mediante la visita directa a un número determinado de hogares.

(Pimienta Prieto, 2018, pág. 61).

### **3.5.2. Entrevista.**

Esta investigación también contempla una entrevista la cual se realiza al dueño de Procesadora de Carnes San Gabriel; Prieto la define como “una serie de preguntas que el investigador formula de manera directa a una o varias personas, o bien, conversa con ellas, con la finalidad de conocer su opinión y experiencia acerca del tema o problema estudiado” (Pimienta Prieto, 2018, pág. 61).

### 3.6. VARIABLES O CATEGORÍAS

**TABLA N° 5 variables**

<b>Objetivo específico</b>	<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento</b>
Establecer cuales TIC son las más adecuadas para el mercado meta actual de la PYME Procesadora de carnes San Gabriel ubicada en Santa Bárbara de Heredia	Mercado meta	Según Kotler en su libro Titulado Fundamentos de Marketing define este término como; Mercado meta Conjunto de compradores que comparten necesidades o características y a quienes la compañía decide atender. (Kotler P. , 2021, pág. 183)	El mercado meta es escoger a esa población de personas que se desea atender	Perfil de los Compradores  Los gustos y las preferencias	Genero Edad Residencia Hábitos de compra Ingresos Frecuencia de compra Tamaños Promoción Productos Comunicación Regalías Tamaños Diseños	Encuesta a clientes finales
Identificar cuáles tecnologías de información y comunicación son las más aptas para su implementación en la Pyme Procesadora de carnes San Gabriel, ubicada en Santa Barbara de Heredia, en el último cuatrimestre 2021.	TIC	Las TIC son un conjunto de técnicas, desarrollos y dispositivos avanzados, que integran funcionalidades de almacenamiento, procesamiento y transmisión de datos (2012, pág. 6)	Las Tecnologías de información y comunicación son un conjunto de herramientas en las que se utilizan para mejorar un producto un servicio	Área administrativa.  Área de mercadeo.	Manejo de la información. Tiempos de proceso. Interpretación de los datos Tipos de información Manejo de información sensible	+

<p>Desarrollar estrategias de aplicación de las tecnologías de información y comunicación, para el uso de la Pyme Procesadora de carnes San Gabriel, ubicada en Santa Barbara de Heredia, en el último cuatrimestre 2021</p>	<p>Estrategias de aplicación</p>	<p>según Kotler dice que: La estrategia se diseña con base en las respuestas a dos preguntas básicas. La primera pregunta es: ¿cuáles son los consumidores a quienes atenderemos? Y la segunda es ¿cómo daremos un mejor servicio a los clientes meta? (2021, pág. 30)</p>	<p>La implementación de una estrategia en una empresa es el proceso de convertir el plan estratégico en acción ya sea algo meramente administrativo, así como de un nuevo software.</p>	<p>Aplicación de las TIC en el área administrativa, mercadológica</p>	<p>Costos de la implementación. Tiempos de la implementación Beneficios de la implementación.</p>	<p>Entrevista con el gerente.</p>
<p>Describir las implicaciones administrativas que conlleva la implementación de las tecnologías de información y comunicación, en la Pyme Carnes, ubicada en Santa Barbara de Heredia, en el último cuatrimestre 2021.</p>	<p>Implicación administrativa</p>	<p>Según la administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las competencias para alcanzar los objetivos de la organización. (Chiavenato, 2019)</p>	<p>Las implicaciones es el efecto que tiene una acción, en este caso es la toma de una decisión de la implementación de las TIC en Procesadora de carnes San Gabriel</p>	<p>Implicaciones administrativas. Implicaciones por parte de recursos humanos</p>	<p>Tipo de personal capacitación recursos económicos tiempos de implementación beneficios administrativos beneficios económicos</p>	<p>Entrevista con el gerente.</p>

*Fuente: Elaboración propia, 2021*

### **3.7. ANÁLISIS DE DATOS**

Para esta investigación se realizó un análisis de los datos extraídos mediante el cuestionario en línea y la entrevista al especialista.

Dichos datos se van a presentar por medio de tablas y gráficos en el capítulo cuatro.

Los gráficos y las tablas fueron realizadas por medio del sistema de Microsoft Forms, el cual facilita los gráficos de cada una de las preguntas realizadas y nos permite también tabular las diferentes tablas dependiendo de las elecciones marcadas por las fuentes de información

## **CAPÍTULO IV: RESULTADOS**

## 4.1. GENERALIDADES

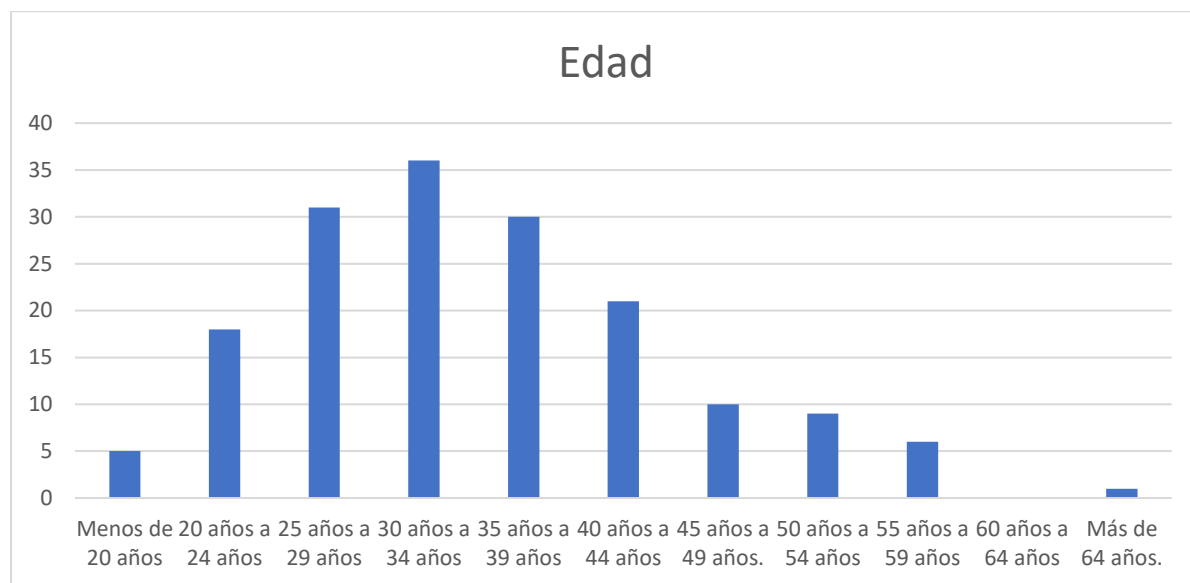
En el presente capítulo se van a analizar cada una de las respuestas que se obtuvieron por parte de la muestra analizada. A partir de estos datos se podrán realizar todas las conclusiones y recomendaciones y el análisis pertinente para poder así generar la toma de decisiones que la empresa admita gracias a la elaboración de esta investigación.

La mecánica será presentar cada una de las tablas según las variables o indicadores de cada uno de los objetivos, posteriormente un gráfico que permitirá una visualización mejor de los resultados y, por último, un comentario de presentación, en el cual se analizarán los datos más relevantes. Estos gráficos y tablas darán pie a la discusión que se desarrollará en el siguiente capítulo

**TABLA N° 6. Edad**

EDAD	Absoluto	Relativo
Menos de 20 años	5	2,99%
20 años a 24 años	18	10,78%
25 años a 29 años	31	18,56%
30 años a 34 años	36	21,56%
35 años a 39 años	30	17,96%
40 años a 44 años	21	12,57%
45 años a 49 años.	10	5,99%
50 años a 54 años	9	5,39%
55 años a 59 años	6	3,59%
60 años a 64 años	0	0,00%
Más de 64 años.	1	0,60%
Total	167	100,00%

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*



### Ilustración N° 1 Edad.

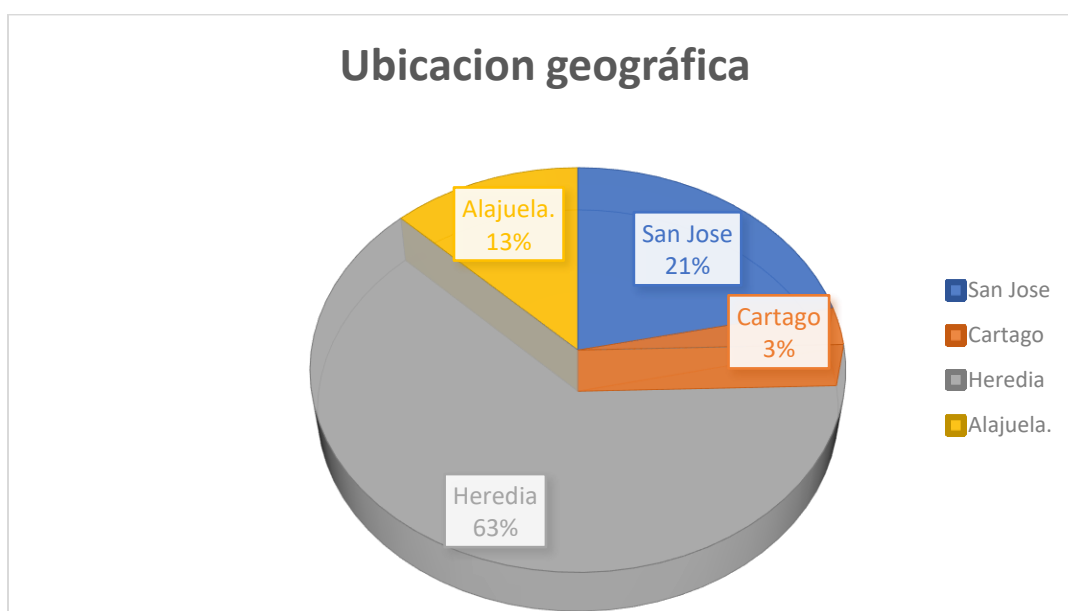
*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

Un total de 167 personas son las entrevistadas, de las cuales un 21.56% tienen la edad de 30 a 34 años, cuyo porcentaje es el que predomina, siguiendo en segundo lugar, jóvenes de 25 años a 29 años, con un porcentaje de 18.56%, en tercer lugar, tenemos a una población de 30 personas con una edad de 35 años a 39 años, representando un 17.96% total de los encuestados, en cuarto lugar, tenemos a una población de 40 a 44 años, la cual representa un 12.57%, siguiendo en la lista el quinto lugar, jóvenes de 20 años a 24 años con un total de 18 personas y en sexto lugar, personas adultas de 45 a años a 49 años, cuyo porcentaje de representación es de un 5.99%, en el séptimo lugar, tenemos a solo 9 personas de 50 años a 54 años, las cuales representan un 5.39%, en octavo lugar, tenemos a una población de 55 años a 59 años, representado con un 3.59%, en noveno lugar, tenemos apenas una representación del 2.99%, personas con una edad menor a 20 años, en décimo lugar, tenemos a una población mayor de 64 años representada con un 0.6% y por último, en esta encuesta no se encuentra personas entre los 60 años a los 64 años.

**TABLA N° 7 Ubicación Geográfica**

Provincia	absoluto	relativo
San José	36	22%
Cartago	5	3%
Heredia	105	63%
Alajuela.	21	13%
<b>Total</b>	<b>167</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

**Ilustración N° 2 Ubicación geográfica**

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

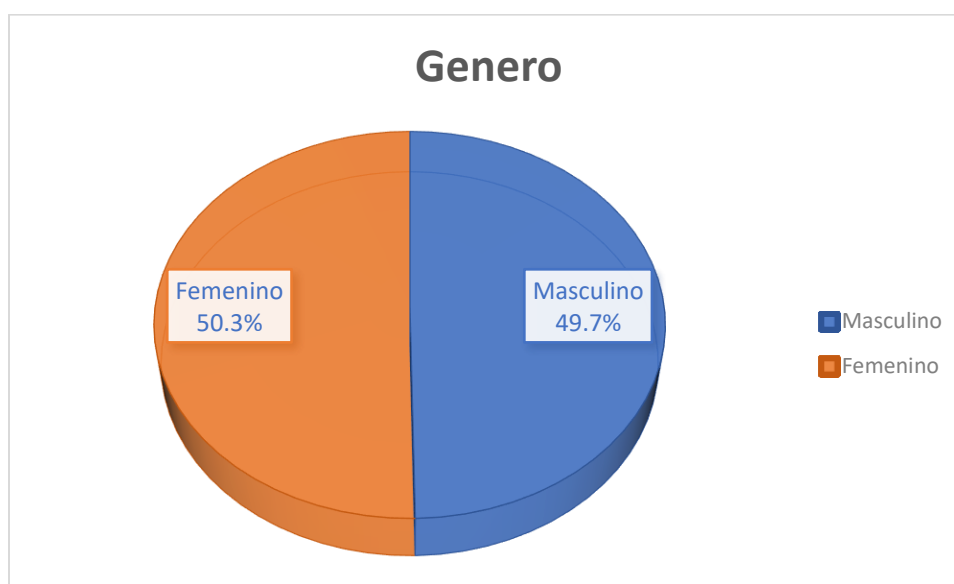
En esta gráfica se analiza la ubicación geográfica de las personas, de las cuales el porcentaje mayoritario está en la provincia de Heredia, representando un 63% de la población encuestada, es decir, 105 personas residen en Heredia. Caso contrario ocurre en Cartago de las cuales solo 5 personas contestaron dicha encuesta y que se representan con un 3%.

El caso de San José es el segundo lugar en la tabla, el cual representa un 21% de la población y, en tercer lugar, esta Alajuela, el cual tiene un total de 21 personas representada con un 13%.

**TABLA N° 8 Genero**

Genero	Absoluto	Relativo
Masculino	83	49,70%
Femenino	84	50,30%
Total	167	100,00%

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*



### **Ilustración N° 3 Ubicación geográfica**

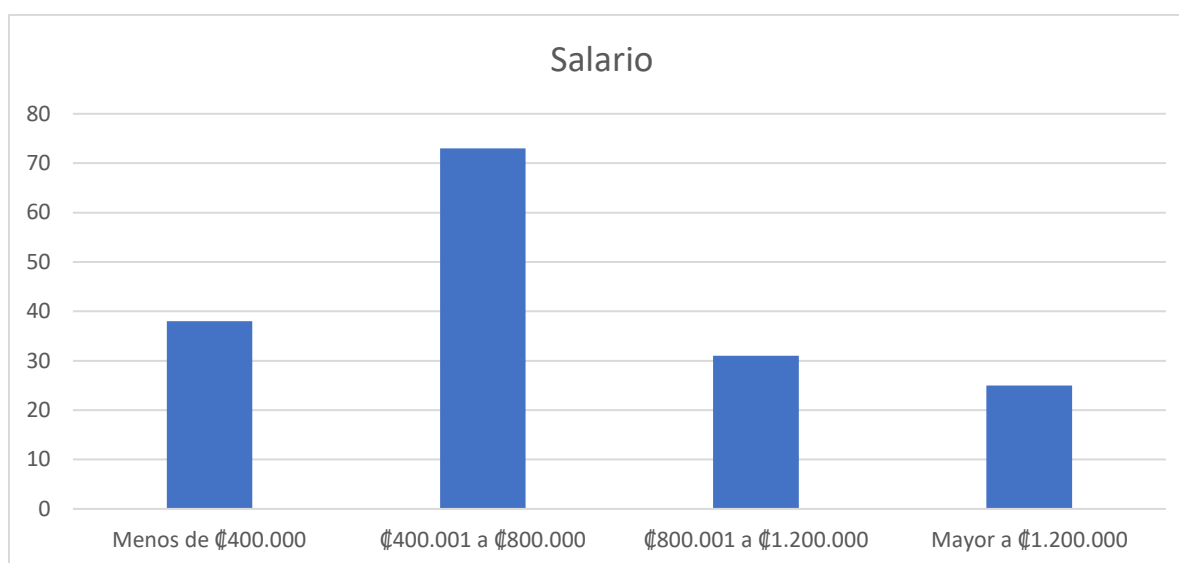
*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

En esta tabla se analiza el género de las personas encuestadas, las cuales están representadas con un 50.3% al género femenino, el cual está conformado por 84 mujeres y, en segundo lugar, por la diferencia de una persona están los hombres, con un total de 83 personas, representada por un 49.7%.

**TABLA N° 9 Salario**

Salario	Absoluto	Relativo
Menos de ¢400.000	38	23%
¢400.001 a ¢800.000	73	44%
¢800.001 a ¢1.200.000	31	19%
Mayor a ¢1.200.000	25	15%
	167	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*



#### **Ilustración N° 4 Ubicación geográfica**

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

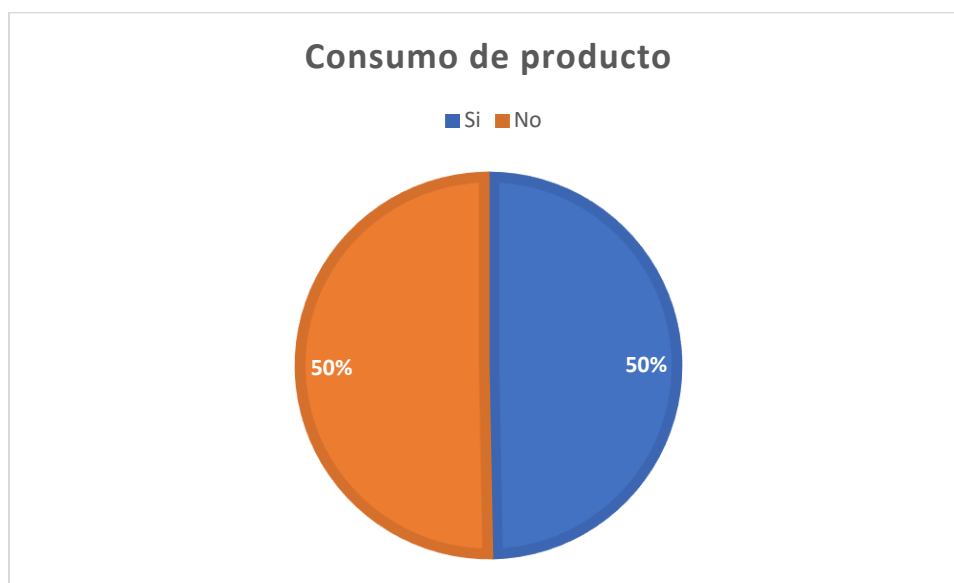
En la gráfica anterior se analiza el salario promedio que reciben los clientes de Procesadora de Carnes San Gabriel, en la cual el salario que predomina ronda entre ¢400.001 a ¢800.000 con un porcentaje de representación del 44%, el segundo grupo que predomina es el que está en un rango inferior a ¢400.000, el cual está conformado por un total de 38 encuestados, para una representación del 23%. En el tercer grupo, encontramos a los que sus ingresos rondan entre

₡800.001 a ₡1.200.000, los cuales representan un 19% y están conformados por 31 encuestados y, por último, está el grupo con un salario superior al ₡1.200.000, el cual está conformado por 25 encuestados, representando un 15% de la población.

**TABLA N° 10 Consumo de Producto**

Consumo de producto	Absoluto	Relativo
Si	83	49,70%
No	84	50,30%
Total	167	100,00%

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*



**Ilustración N° 5 Consumo de Producto**

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

En la gráfica anterior se analiza datos sobre el consumo de producto, es decir, la cantidad de personas que compran dicha marca, por lo que se tiene un resultado del 50% en un sí y un 50% un no, por lo que Procesadora de Carnes San Gabriel debe de trabajar fuerte para posicionarse aún más.



**TABLA N° 11 Tipo de Cliente**

Tipo de cliente	Absoluto	Relativo
Mayorista	24	27,27%
Minorista	64	72,73%
Total	88	100,00%

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

**Ilustración N° 6 Tipo de Cliente**

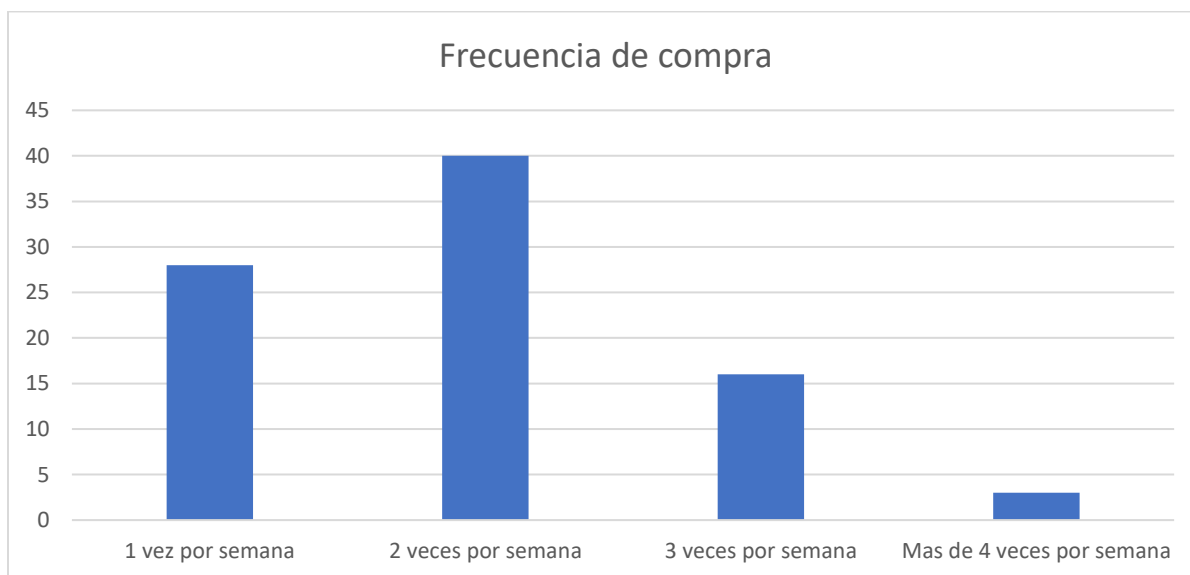
*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

En esta gráfica se analiza el tipo de cliente si es minorista o mayorista, en la cual se obtiene los resultados que un 72.73% es minorista y el otro 27.27% es mayorista.

**TABLA N° 12 Frecuencia de compra**

Frecuencia de compra	Absoluto	Relativo
1 vez por semana	28	32%
2 veces por semana	40	46%
3 veces por semana	16	18%
Mas de 4 veces por semana	3	3%
Total	87	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*



### **Ilustración N° 7 Frecuencia de compra**

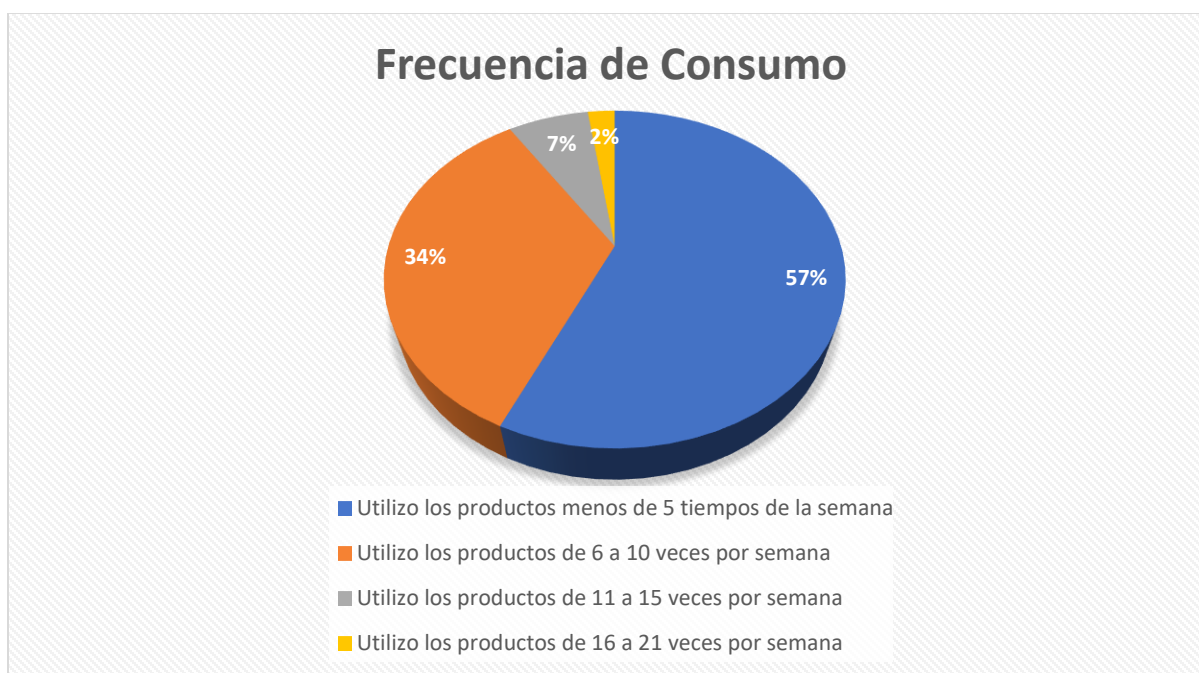
*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

El gráfico anterior analiza la frecuencia de compra en la cual se nota que el porcentaje mayoritario lo tiene la compra de 2 veces por semana con un valor del 46%, siguiendo en segundo lugar 1 vez por semana con un porcentaje del 32%. En tercer lugar, se encuentra 3 veces por semana con un porcentaje de representación del 18% y, por último, está la compra que se realiza de más de 4 veces por semana con tan solo 3%.

**TABLA N° 13 Frecuencia de comida**

Frecuencia de consumo	Absoluto	Relativo
Utilizo los productos menos de 5 tiempos de la semana	50	57%
Utilizo los productos de 6 a 10 veces por semana	30	34%
Utilizo los productos de 11 a 15 veces por semana	6	7%
Utilizo los productos de 16 a 21 veces por semana	2	2%
Total	88	100%

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

**Ilustración N° 8 Frecuencia de consumo**

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

El gráfico anterior muestra el consumo que tiene el producto San Gabriel en la mesa de los costarricenses encuestados, el cual muestra que el porcentaje mayoritario utiliza los productos el 57% menos de 5 tiempos de comida de los 21 tiempos de comida. En segundo lugar, se encuentra el consumo de 6 a 10 veces por semana, de tercer lugar se encuentra de 11 a 15 veces por semana con un porcentaje de

representación del 7% y, por último, más personas que consumen los productos de 16 a 21 veces por semana, es decir, prácticamente los 3 tiempos de comida diarios que tiene un costarricense promedio.

**TABLA N° 14 Tiempo de comida**

Tiempo de comida	Absoluto	Relativo
Desayuno	25	28%
Almuerzo	46	52%
Cena	17	19%
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*



**Ilustración N° 9 Tiempo de comida**

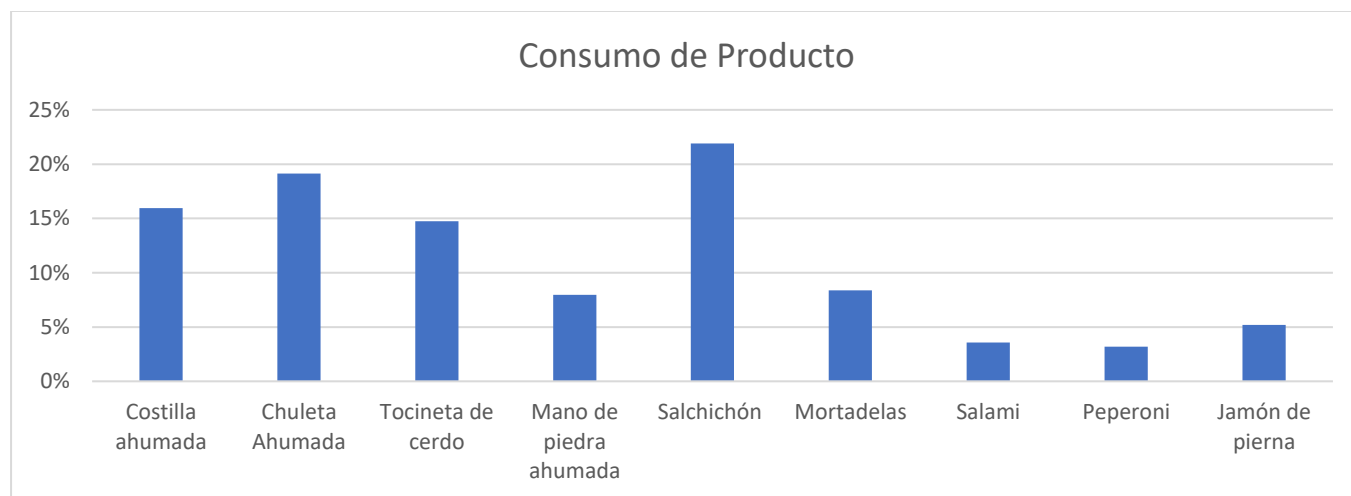
*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

*La* gráfica anterior muestra el tiempo en que los encuestados consumen los productos, de los cuales el porcentaje mayoritario lo consumen durante el almuerzo con una representación del 52%. En segundo lugar, se encuentra el desayuno con un porcentaje de representación del 29% y, por último, tenemos un 19% que representa la cena.

**TABLA N° 15 Consumo de Producto**

Consumo de producto	Absoluto	Relativo
Costilla ahumada	40	16%
Chuleta Ahumada	48	19%
Tocineta de cerdo	37	15%
Mano de piedra ahumada	20	8%
Salchichón	55	22%
Mortadelas	21	8%
Salami	9	4%
Peperoni	8	3%
Jamón de pierna	13	5%
<b>Total</b>	<b>251</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*



**Ilustración N° 10 Consumo de Producto**

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

La gráfica anterior muestra el consumo por producto, iniciando con una representación del 22% el consumo del salchichón, el segundo lugar tiene la chuleta ahumada con un 19%, en tercer lugar, está la

costilla ahumada con un porcentaje del 16%, seguido de la tocineta con un 15% y en último lugar, se encuentra el pepperoni con un porcentaje de representación del 3%

**TABLA N° 16 Tipo de presentación de Producto**

Presentación de Producto	Absoluto	Relativo
Producto a granel 250 gramos	13	15%
Producto a granel 500 gramos	16	18%
Producto a granel 750 gramos	0	0%
Producto a granel 1 kg	58	67%
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*



**Ilustración N° 11 Tipo de presentación de Producto**

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

La gráfica anterior muestra el tipo de presentación que más busca el consumidor, en la cual encabeza el producto a granel, con un porcentaje de representación del 67%, seguido en la lista, el producto empacado

al vacío de 500 gramos y, en tercer lugar, se encuentra el producto de 250 gramos con una representación del 15%.

**TABLA N° 17 Medio de Comunicación que utiliza el cliente con la PYME**

Medio de Comunicación que utiliza el cliente con la PYME	Absoluto	Relativo
WhatsApp	65	75%
Facebook	11	13%
Correo Electrónico	1	1%
Teléfono de la oficina	10	11%
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*



**Ilustración N° 12 Medio de Comunicación que utiliza el cliente con la PYME**

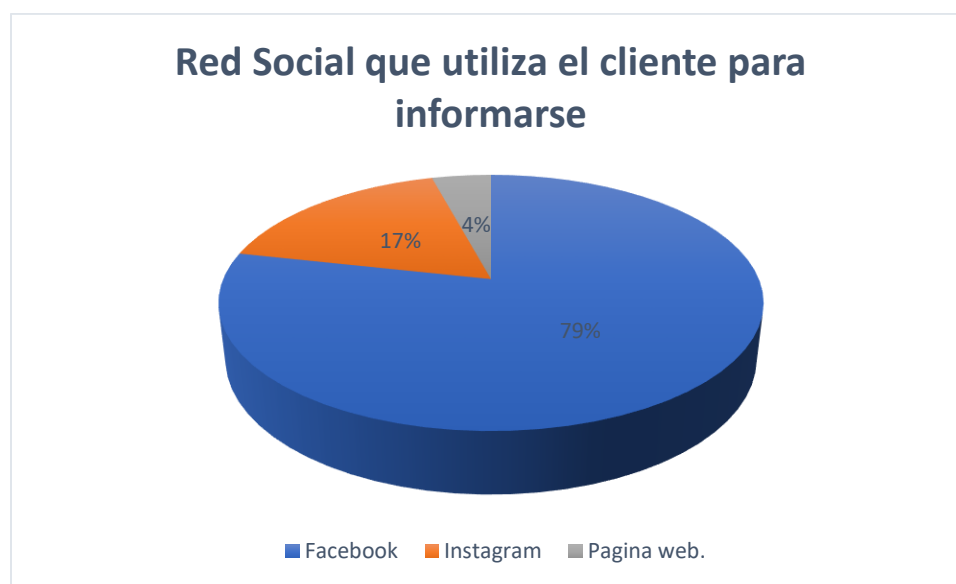
*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

El gráfico anterior muestra el medio de comunicación que utilizan los clientes para contactarse con la Procesadora de Carnes San Gabriel, por lo que el 75% muestra que es por medio del WhatsApp. En segundo lugar, se encuentra Facebook con un 13%. En cuarto lugar, se encuentra el teléfono de la oficina con un 11% de representación y, por último, con apenas 1%, se encuentra el correo electrónico.

**TABLA N° 18 Red Social que utiliza el cliente para informarse**

Red Social que utiliza el cliente para informarse	Absoluto	Relativo
Facebook	131	78%
Instagram	29	17%
Página web.	7	4%
<b>Total</b>	<b>167</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*



**Ilustración N° 13 Red Social que utiliza el cliente para informarse**

*Fuente: Elaboración propia, 2022.*

El gráfico anterior muestra el tipo de red social que utiliza el cliente para informarse de las noticias de la PYME, en primer lugar, se encuentra Facebook con un porcentaje de representación del 78%, en segundo lugar, la página Instagram con un 17% y, por último, la página web con un 4%.

## **4.2. ENTREVISTA CON EL PROPIETARIO**

Como parte de la investigación realizada, se efectuó una entrevista con el dueño de la compañía, a continuación, se presentan los resultados obtenidos.

La persona entrevistada responde al nombre de Ricardo Pérez Gutiérrez, quien desempeña el puesto de gerente y propietario; la actividad económica de la compañía se encuentra dentro de la industria alimentaria, específicamente la fabricación de embutidos y ahumados, industria en la cual tiene once años de experiencia.

Un dato importante es que se le consultó ¿Qué tipo de sistema contable financiero utiliza en su negocio? por lo que se obtuvo de respuesta que no tiene un sistema como tal, sino que utiliza una plantilla de Excel, en la cual maneja todos los datos de clientes y formulaciones.

Ante la pregunta ¿Utiliza redes sociales para hacer publicaciones de su actividad económica? se obtuvo respuesta que es prácticamente es nula, debido a que las publicaciones que se realizan son esporádicamente.

También se consultó ¿Cómo respalda la información dentro de la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel?, a lo cual respondió que dicho para dicho respaldo utiliza el disco duro de la PC y dispositivos electrónicos como llave maya o bien, el correo electrónico.

Según indicó el señor Pérez Gutiérrez, para tabular toda la información que va relacionada a la actividad comercial tarda aproximadamente 6 horas diarias, en las cuales se debe estar pendiente y tomar notas en la misma área de trabajo, con el fin de tener los datos más reales.

Otra pregunta importante que se realizó al señor Pérez Gutiérrez es ¿El sistema que utiliza actualmente le genera reportes que le ayude a tomar decisiones dentro de la pyme de una forma rápida y precisa? A lo cual respondió que dependiendo el tipo de dato que necesita lo puede generar de forma rápida, siempre y cuando la tabulación de los datos esté realizada en forma correcta, de lo contrario se tiene que revisar los datos registrado dentro del Excel, para analizarlos y posteriormente para tomar decisiones.

Así mismo al señor Pérez Gutiérrez se le consultó ¿Qué es para usted información sensible y cómo maneja este tipo de información en su empresa? Obteniéndose como respuesta que para él información sensible es todo aquello que pueda ser aplicado en otra compañía, es decir, en la competencia, por lo que la información sensible únicamente la manejan dos integrantes de la compañía, el señor Daniel Castillo Segura y su persona.

Una de las preguntas claves para las PYMES ¿Tiene control de su negocio en todos los ámbitos de administración o, por ejemplo, área de mercadeo, finanzas de contabilidad? Interrogante en la cual, el señor Pérez Gutiérrez contestó que no tiene control de todas esas áreas, ya que no tiene el tiempo suficiente para llevar el control que se refiere, ni registro de todas estas áreas actualizadas; debido a la falta de recursos económicos, no puede contratar una persona por cada área designada.

Otra pregunta que se le realizó fue ¿Conoce usted los ERP (sistemas de planificación de recursos empresariales) ¿O a escuchando de los mismos?, sobre lo cual el entrevistado respondió que desconoce el término y que hasta ahora lo escucha, por lo que se le explicó que un ERP es algún software que le ayude a llevar todos los controles que necesita una empresa en un mismo lugar y que además le genera análisis inteligentes en los diferentes departamentos.

Cabe señalar que el señor Pérez Gutiérrez refirió desconocer los beneficios que se obtienen de un ERP, por lo que se indicó que un software contable financiero ayuda analizar la información de una manera más rápida y eficaz, Así mismo, puede generar reportes analíticos en los diferentes departamentos, con el fin de tomar decisiones más acertadas sea a corto, mediano o largo plazo. Al consultarle si tenía conocimiento del costo de un ERP, mencionó desconocerlo, sin embargo, considera que el mismo debe tener un costo muy elevado, al respecto, se le indicó que el costo ronda entre tres millones setecientos a los trece millones.

En la pregunta ¿Sabe usted cuanto tiempo de implementación conlleva el fomentar un ERP dentro de una empresa? El señor Pérez Gutiérrez contestó que también desconoce el tiempo de implementación, pero señaló que probablemente debe ser rápido.

El entrevistado mencionó que a raíz de los beneficios que puede obtener podría requerir de un ERP en su empresa, debido a que puede obtener datos sintetizados más rápidos y con un gran contenido para la toma de decisiones. El propietario señaló desconocer los requisitos para la implementación de un ERP, pero indicó que sospecha que probablemente requiera de un PC de alto rendimiento.

Ante la interrogante ¿Cree usted que tiene la capacidad y la disposición para la implementación de un ERP tanto a nivel presupuestario como de recursos humanos? respondió que si el valor es tan alto como el que se mencionó anteriormente no tiene la capacidad económica en este momento y que a nivel de recursos humanos si posee a la persona idónea para el puesto, no obstante, también debe invertir en un equipo nuevo para su implementación.

### **4.3. Entrevista con las empresas ofertantes.**

### **4.4. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)**

Las tecnologías de información y comunicación conocidas como TICs son un conjunto de herramientas o programas informáticos, que permiten hacer la operatividad de una actividad económica más fácil como el procesamiento de datos, así como el almacenamiento de estos. Es por esta razón que en la Procesadora de Carnes San Gabriel es necesario un sistema de estos, con el fin de facilitar la información y la toma de decisiones dentro de la PYME.

En el mercado existen muchos software o sistemas de gestión empresarial más conocidos como un ERP, los cuales se encargan del procesamiento de datos, específicamente en la parte contable financiera, así como de recursos humanos, bodega, inventarios y recetas.

Para entender la necesidad de la implementación de un ERP en la Procesadora de Carnes San Gabriel, primero se debe describir la operatividad de ésta, para esto se consultó al dueño Ricardo Pérez Gutiérrez en la entrevista, el cual indicó que para el registro de las ventas se utiliza una plataforma para generar la factura electrónica llamada FACEL, la cual tiene como función el registro de dichas facturas y el reporte de ventas por fecha, así como el registro de compras de proveedores de forma manual.

La segunda actividad diaria que se realiza es el registro de cobros o bien, el registro del dinero que se recibe durante el día, para esto se utiliza una hoja de cálculo en Excel, en la cual se anota el pago por cada cliente, así como el día de la semana que realiza el pago, en esta hoja de cálculo se hacen los cierres cada semana específicamente el día viernes; algunas deficiencias de manejar este tipo de información es que los datos son manipulables, es decir, fácilmente se puede cambiar el valor o el rubro del mismo, por lo cual en un eventual escenario donde se tenga que contratar

---

una persona que no sea de confianza fácilmente puede alterar los datos, así mismo no existe una alerta a partir de la cual se identifique cuando un cliente no haya cancelado la factura de crédito que tiene pendiente o bien, no existe de forma fácil y rápida, un estado de cuenta de los clientes a los que se les brinda crédito.

Otra de las actividades que se realizan en la Procesadora de Carnes San Gabriel, son los registros de los costos de la materia prima en las recetas, las cuales se deben hacer de forma manual y de una en una, es decir, muchas de las recetas utilizan productos que son de uso común, pero si un precio varía de una semana a otra dicha actualización debe de realizar en cada una de las recetas por lo que dicha tarea requeriría invertir una importante cantidad de tiempo.

Otro aspecto o actividad que se realiza es el tema de inventarios, los cuales se llevan en una hoja en Excel, pero al no tener el sistema de facturación electrónica un manejo de inventarios, los mismos no se pueden descargar de la bodega, por lo que se debe tener un doble registro y muchas veces deben de ingresar a bodega a realizar el conteo, debido a este tipo de manejo, es muy fácil para una persona externa manipular este tipo de información, ya que no hay un control estricto en esta parte de inventarios. Así mismo, a la hora de realizar los pedidos se debe de revisar línea por línea en la bodega de congelación para poder realizar los pedidos de la materia prima, por lo que es un proceso extra que se realiza; si existiera un ERP que realice estas funciones ya no tendrían que realizar esta tarea todas las semanas si no probablemente una vez al mes para corroborar lo que está en el sistema con las unidades en físico.

Como se puede analizar, algunas de las tareas cotidianas que Procesadora de Carnes San Gabriel realiza se pueden simplificar en un solo ERP, ya que en el mercado existen varias compañías que ofrecen este tipo de servicios, por lo que se consultó con algunas empresas como multiconjuntos Oracle NETSUITE, en la cual atendió el señor Humberto Pineda, gerente general e indicó que es

una empresa dominicana, la cual tiene varias oficinas a lo largo de este territorio, así como algunas oficinas internacionales como en Santo Domingo, República Dominicana, San Juan, Puerto Rico, Ciudad de Panamá, Ciudad de Guatemala y en Costa Rica, específicamente en Escazú, Torre Lexus, piso 4.

Este software es un ERP que se encuentra ubicado en la nube, por lo que se accede mediante una URL desde cualquier dispositivo ya sea, Tablet, teléfono, computadora y de cualquier sistema operativo. Algunas ventajas de este ERP es que reduce el uso de las hojas de cálculo hasta un 70%, así como el manejo detallado de las finanzas, inventarios, ventas, cierre de caja diarios y, sobre todo, que la información se puede visualizar en tiempo real, ya que es por medio de una URL (Multicomputos Oracle NetSuit, 2022)

Algunos departamentos que cubren este software son: bodegas, inventario, recursos humanos, crédito y cobro de facturas, generación de facturas electrónicas con los requisitos que solicita en este caso el Ministerio de Hacienda, además del registro de costos, mermas en productos, control de gastos, etc. Según lo investigado el tiempo de implementación de este software es de aproximadamente seis meses y su costo es de aproximadamente trece millones y medio, la diferencia que tiene esta empresa es que no tiene cobro de mensualidad o membresía, por lo que la inversión se realiza una única vez, dentro de este monto ya está incorporado los gastos de implementación y capacitación del personal de la empresa que lo adquiera. (Multicomputos Oracle NetSuit, 2022)

Otro software que se investigó fue Daytona Soft Corporation, en el cual el señor Vicente Delgado proporcionó que es una compañía que ofrece un ERP especializado en el sector comercial, por lo que si la empresa distribuye productos ya sean importados o locales, o ya sea una empresa minorista como son las PYMES, este software es una opción más dentro del mercado.

Esta empresa tiene más de 20 años y tiene una oficina local en Costa Rica, específicamente en Escazú, San Rafael, Plaza Tempo. Este software al igual que el anterior, está en la nube, por lo que su acceso lo hace a partir de una URL, también posee varias funciones dentro de su plataforma como lo son contabilidad, finanzas, crédito y cobro, inventario, bodegas, ventas, y ruteo. Esta última opción es la que se diferencia de la anterior, ya que la primera no la posee; esta herramienta lo que hace es habilitar un usuario para los agentes vendedores, en los cuales ellos tienen su propio inventario y sus ventas las descarga en esa misma bodega, por lo que es más fácil mantener el control detallado de cada agente vendedor. (Daytona Soft Corporation, 2022)

Otra de las diferencias que tiene este software con el anterior, es que su pago es mensual, es decir, hay que pagar una licencia mensual para acceder a la plataforma, además que tiene un cobro por su primera vez de implementación y capacitación del personal que lo va a utilizar; este monto según lo investigado y conversado vía telefónica es de aproximadamente cuatro millones de colones y tiene un tiempo estimado de implementación de alrededor de seis meses. Respecto al costo de la membresía tiene un monto de doscientos veinte mil colones con el acceso a un administrador, un usuario general, dos agentes vendedores, que en este caso se adecua a la Procesadora de Carnes San Gabriel, ya que dentro de la planilla existen dos puestos que podrían desarrollarlo. (Daytona Soft Corporation, 2022)

Por último, se investigó la empresa de FSC CONSULTORES, por parte del señor Sergio Martínez, en la cual ofrecen el software de SAP Business One, dicha empresa posee oficinas en Costa Rica, específicamente en Escazú, San Rafael, Aventura Park, oficina #4. Dicha empresa ofrece un paquete similar a la segunda opción que es Daytona, ya que este se rige bajo una mensualidad de trescientos veinticinco dólares con tan solo dos usuarios, el administrador y el agente vendedor, además tiene un costo de implementación de cinco mil quinientos dólares. Este

---

software incorpora dentro de su plataforma áreas como contabilidad, finanzas, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, inventarios, bodegas, mermas de producto, lo cual sería de utilidad para la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel, también lleva registros de lote, registro de planilla, proveedores, recetas o materiales que se necesitan para la producción. (FSC Consultores, 2022). Este software se adapta y cumple con los requisitos que necesita la Procesadora de Carnes San Gabriel, incluso dentro de esta investigación dicha compañía envió una cotización detallada de los costos de inversión, así como los aspectos que ellos cubren dentro de la mensualidad y las herramientas de implementación. Algunas diferencias que tiene esta aplicación con las dos anteriores son, el registro de cuentas por pagar, registro de planillas, registro de proveedores, registro de lotes. (FSC Consultores, 2022)

A raíz de estas tres propuestas se concluye que la mejor opción de implementación es la última mencionada, debido a que es la más baja del costo de implementación y los beneficios que tiene para tener el control máximo de la actividad económica que desempeña la Procesadora de Carnes San Gabriel es la del software SAP Business One, ya que basado en la entrevista, este software realiza las funciones necesarias como el registro de ventas, cierre de caja, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, recetas, mermas, registro de lotes de las producciones, pero sobre todo, el beneficio más importante que se obtiene de este sistema, es que solo necesita la tabulación de la información y automáticamente actualiza todos los departamentos que están relacionados con el rubro digitado, por lo cual los reportes que genera se pueden obtener de una forma rápida y sencilla, con el fin de tomar decisiones importantes, como por ejemplo ver alertas de estado de cuenta de clientes que están en mora, o bien, que excedieron el límite de crédito, también revisar la utilidad de la empresa real, debido a que varios clientes tienen diferencia de precio según el

volumen de compra, revisar los costos de las recetas fácil y rápido, debido a que cuando se ingresa el costo de las materias primas automáticamente se actualizan dichos costos.

Con referente a la implementación de este software en la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel, se debe contemplar algunas fases muy importantes para que este sea un éxito. Uno de los primeros pasos es la planificación, la cual es el origen de este proyecto, debido a que de su correcto planeamiento depende el éxito de este proyecto, además que una parte muy importante de esta fase es la participación del propietario, en este caso de Ricardo Pérez Gutiérrez, debido a que tiene que formar parte del cambio tecnológico que está teniendo la PYME.

Después de realizar correctamente la fase de planeación viene consigo la segunda fase, la cual es el diseño del análisis de la operatividad de la empresa, ya que este es la base para que los encargados de TI del software puedan definir los diferentes departamentos de la PYME; a partir de estos se analiza que tan compatible es el software con las funciones de la empresa. En otras palabras, esta segunda fase se divide en dos, la primera es conocer la operatividad de la PYME y la segunda, es encajar dicha operatividad con los que tiene el ERP.

Luego llega la fase tres, la cual es la parametrización. En esta fase es donde los encargados de TI adaptan el sistema a la operatividad de la PYME y de esta manera, poder generar más adelante los diferentes reportes que necesitan en los diferentes departamentos.

Así mismo, una vez realizada la fase anterior viene la etapa cuatro, la cual es la de pruebas, ésta consiste en realizar de la forma más realista dichos reportes y tabulación de la información para revisar que todo esté funcionando a lo esperado y pactado en las fases anteriores. Es muy importante que esta fase sea revisada por gerencia, ya que ellos son los encargados de validar que dichos reportes arrojen datos veraces.

Una vez realizada la fase de pruebas y correcciones dentro de la misma fase, llega la etapa cinco, la cual consiste en formar al personal que va a tomar a cargo la tabulación de la información, así como de generar los reportes deseados por la compañía, por lo que esta fase es muy importante debido a que es indispensable que los usuarios conozcan a fondo todas las funciones del sistema.

Una vez capacitado el personal llega la etapa seis, la cual consiste poner a funcionar el sistema dentro de la operatividad diaria de la compañía, seguidamente se realiza la verificación del sistema para que de esta manera se pueda concluir con todo el proceso de la implementación.

Partiendo de esta propuesta del Software SAP Business One y de la entrevista realizada al señor Ricardo Pérez Gutiérrez es posible identificar algunas dificultades para la implementación de este ERP en la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel, una de ellas es el factor económico, ya que dentro de las finanzas no se tiene la capacidad de pago de contado de este software, debido a su alto costo, el cual es de cinco mil quinientos dólares.

Otra de las implicaciones que conlleva el desarrollo de este tipo de programa, es el tiempo de implementación dentro de la PYME, ya que tiene una duración de aproximadamente tres meses a seis meses, por lo que el señor Ricardo Pérez Gutiérrez debe contemplar el pago de horas extra al encargado que tiene dicha función. Además, se requiere capacitación una vez implementado el sistema a los agentes vendedores.

## **CAPÍTULO V: DISCUSIÓN E INTERPRETACIÓN**

## 5.1. DE LOS RESULTADOS

A partir del primer objetivo específico establecido para esta investigación, “establecer cuáles TIC son las más adecuadas para el mercado meta actual de la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel ubicada en Santa Bárbara de Heredia, se determinó que el mercado meta en el cual se enfoca son hombres y mujeres, con la diferencia entre estos del 0.6% únicamente; prevaleciendo el género masculino, en este caso con una edad de 30 años a 34 años, los cuales están representados con un 21.56% y residen en la provincia de Heredia, seguido de personas con una edad de 35 años a 39 años, con un ingreso aproximado de ₡400.001 a ₡800.000, que está representado con un 44% de la población encuestada y los cuales en su mayoría son clientes minoristas, están representados con un 72.73% y tienen una frecuencia de compra de dos veces por semana, con un 46% de representación.

Además los clientes que consumen los productos de la Procesadora Carnes San Gabriel lo hacen menos de 5 tiempos de comida a la semana, pero con una representación del 57% , es decir, que la población encuestada consume al menos 5 veces a la semana los productos de la PYME en estudio, además por lo general su consumo radica en el almuerzo con un 52%, seguido del desayuno con un 28%; consumiendo en primer lugar el embutido, específicamente el salchichón, seguido de la chuleta ahumada y después por la costilla ahumada, cuya presentación que más consumen es en forma granel, por lo que este rubro nos indica que la mayor cantidad de venta se obtiene a través de los clientes minoristas por medio de los mayoristas, es decir, las carnicerías, ya que son los únicos que llevan este tipo de producto en esa presentación, con el fin de poder ofrecerlos al cliente final. Un dato relevante es que la mayoría de las compras se realizan mediante un pedido por WhatsApp y para seguir las publicaciones utiliza la red social de Facebook; con referente a este último dato, dicha página carece de publicaciones, ya que no tiene un mantenimiento constante por

lo que se recomienda asignar a un encargado para que este en constante revisión de esta o bien, contratar mediante un outsourcing, una agencia que brinde estos servicios de mantenimiento en redes sociales.

El segundo objetivo específico establecido para esta investigación es “Identificar cuáles tecnologías de información y comunicación son las más aptas para su implementación en la Pyme Procesadora de carnes San Gabriel, ubicada en Santa Barbara de Heredia, en el último cuatrimestre 2021”, por lo que se investigó tres propuestas de ERP para su posible implementación, las cuales fueron ORACLE NETSUIT, DAYTONA SOFTLAND Y SAP BUSINESS ONE.

Con referente a la primera empresa, la cual es Oracle Netsuit, este software es un ERP que se encuentra ubicado en la nube, por lo que se accede mediante una URL desde cualquier dispositivo ya sea, Tablet, teléfono, computadora y de cualquier sistema operativo. Algunas ventajas de este ERP es que reduce el uso de las hojas de cálculo hasta un 70%, así como el manejo detallado de las finanzas, inventarios, ventas, cierre de caja diarios y sobre todo que la información se puede visualizar en tiempo real, ya que es por medio de una URL (Oracle Netsuit, 2022)

Algunos departamentos que cubre este software son: bodegas, inventario, recursos humanos, crédito y cobro de facturas, generación de facturas electrónica con los requisitos que solicita en este caso el Ministerio de Hacienda, además del registro de costos, mermas en productos, control de gastos, etc. Según lo investigado, el tiempo de implementación de este software es de aproximadamente seis meses y su costo es de aproximadamente trece millones y medio, la diferencia que tiene esta empresa es que no tiene cobro de mensualidad o membresía, por lo que la inversión se realiza una única vez, dentro de este monto ya está incorporado los gastos de implementación y capacitación del personal de la empresa que lo adquiera. (Oracle Netsuit, 2022)

Otra oferta que se puede encontrar en el mercado es el ERP Daytona Sofland, que al igual que la

anterior, su acceso es por medio de una URL; este software está especializado en el sector comercial por lo que, si la empresa distribuye productos importados o locales, o bien, es una empresa minorista como son las PYMES, este sistema es una opción más dentro del mercado. Esta empresa tiene más de 20 años y tiene una oficina local en Costa Rica, a diferencia del primero, ya que el soporte que da está ubicado en otro país e incluso la comunicación que se obtuvo de ellos fue desde Colombia, en cambio esta empresa Daytona se encuentra específicamente en Escazú, San Rafael, Plaza Tempo.

Este software también posee varias funciones dentro de su plataforma como lo son contabilidad, finanzas, crédito y cobro, inventario, bodegas, ventas, y ruteo; esta última opción es la diferencia de la anterior, ya que la primera no la posee. A partir de dicha herramienta se habilita un usuario para los agentes vendedores, por lo que ellos tienen su propio inventario, sus ventas y las descarga en esa misma bodega, por lo que es más fácil mantener el control detallado de cada agente vendedor. (Daytona Soft Corporation, 2022)

Otra de las diferencias que tiene este software con el anterior es que su pago es por mes, es decir hay que pagar una licencia mensual para acceder a la plataforma, además que tiene un cobro por su primera vez de implementación y capacitación del personal que lo va a utilizar, este monto según lo investigado y conversado vía telefónica es de aproximadamente cuatro millones de colones y tiene un tiempo estimado de implementación de alrededor de seis meses. El costo de la membresía tiene un monto de doscientos veinte mil colones con el acceso a un administrador, un usuario general, dos agentes vendedores, que en este caso se adecua a Procesadora de Carnes San Gabriel, ya que dentro de la planilla existen dos puestos que podrían implementarlo. (Daytona Soft Corporation, 2022).

---

Por último, se investigó a la empresa de FSC CONSULTORES, los cuales ofrecen el software de SAP Business One; dicha empresa posee oficinas en Costa Rica, específicamente en Escazú, San Rafael, Aventura Park, oficina #4. Dicha empresa ofrece un paquete muy parecido a la segunda opción que es Daytona, ya que este se rige bajo una mensualidad de trescientos veinticinco dólares con tan solo dos usuarios, el administrador y el agente vendedor, además tiene un costo de implementación de cinco mil quinientos dólares. Este software incorpora dentro de su plataforma áreas como contabilidad, finanzas, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, inventarios, bodegas y mermas, justamente la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel se dedica a este tipo de producto, también lleva registros de lote, registro de planilla, proveedores, recetas o materiales que se necesitan para la producción. (FSC Consultores, 2022); éste ERP es el que más se adapta a la empresa en estudio debido a que tiene el costo de implementación más bajo, además de los beneficios que tiene para control máximo de la actividad económica que desempeña la Procesadora de Carnes San Gabriel, ya que basado en la entrevista este software realiza las funciones necesarias como el registro de ventas, cierre de caja, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, recetas, mermas, registro de lotes de las producciones, pero sobre todo el beneficio más importante que se obtiene de este sistema es que solo necesita la tabulación de la información y automáticamente actualiza todos los departamentos que están relacionados con el rubro digitado, por lo cual los reportes que genera se pueden obtener de una forma rápida y sencilla, con el fin de tomar decisiones importantes, como por ejemplo ver alertas de estado de cuenta de clientes que están en mora, o bien que excedieron el límite de crédito, también revisar la utilidad de la empresa real, debido a que varios clientes tienen diferencia de precio, según el volumen de compra, revisar los costos de las recetas fácil y rápido, debido a que cuando se ingresa el costo de las materias primas automáticamente se actualizan dichos costos.

El tercer objetivo específico establecido para esta investigación es “desarrollar estrategias de aplicación de las tecnologías de información y comunicación, para el uso de la Pyme Procesadora de carnes San Gabriel, ubicada en Santa Barbara de Heredia, en el último cuatrimestre 2021”.

Con referente al desarrollo de las estrategias de la aplicación de este software en la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel, se debe de contemplar algunas fases muy importantes, las cuales fueron señaladas por FC consultores con su Software SAP Business One, esto con el fin de garantizar el éxito de su implementación. Uno de los primeros pasos es la planificación, la cual es el origen de este proyecto, debido a que, de su correcto planeamiento depende el éxito de este, además que una parte muy importante de esta fase es la participación del dueño, en este caso del señor Ricardo Pérez Gutiérrez, debido a que tiene que formar parte del cambio tecnológico que está teniendo la PYME.

Después de realizar correctamente la fase de planeación viene consigo la segunda fase, la cual es el diseño del análisis de la operatividad de la empresa, ya que este es la base para que los encargados de TI del software puedan definir los diferentes departamentos de la PYME; a partir de estos se analiza que tan compatible es el software con las funciones de la empresa. En otras palabras, esta segunda fase se divide en dos, la primera es conocer la operatividad de la PYME y la segunda es encajar dicha operatividad con los que tiene el ERP.

Luego llega la fase tres, la cual es la parametrización. En esta fase es donde los encargados de TI adaptan al sistema a la operatividad de la PYME y así de esta manera, poder generar más adelante los diferentes reportes que necesitan en los diferentes departamentos.

Una vez realizada la fase anterior, viene la etapa cuatro, la cual es la de pruebas, ésta consiste en realizar de la forma más realista dichos reportes y tabulación de la información para revisar que todo esté funcionando a lo esperado y pactado en las fases anteriores. Es muy importante que esta

fase sea revisada por gerencia, ya que ellos son los encargados de validar que dichos reportes arrojen datos veraces.

Una vez realizada la fase de pruebas y correcciones dentro de la misma fase, llega la etapa cinco, la cual es de formar al personal que va a tomar a cargo la tabulación de la información, así como de generar los reportes deseados por la compañía, por lo que esta fase es muy importante debido a que es indispensable que los usuarios conozcan a fondo todas las funciones del sistema.

Una vez capacitado el personal, llega la etapa seis, que es la poner en funcionamiento el sistema dentro de la operatividad diaria de la compañía, seguidamente se realiza la verificación del sistema para que de esta manera se pueda concluir con todo el proceso de la implementación.

El cuarto objetivo específico de esta investigación es “describir las implicaciones administrativas que conlleva la implementación de las tecnologías de información y comunicación, en la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel, ubicada en Santa Bárbara de Heredia, en el último cuatrimestre 2021”. Partiendo de esta propuesta del Software SAP Business One y de la entrevista realizada al señor Ricardo Pérez Gutiérrez, existen algunas complicaciones para la implementación de este ERP en la PYME en estudio, una de ellas es el factor económico, ya que dentro de las finanzas no se tiene la capacidad de pago de contado de este software debido a su alto costo, el cual es de cinco mil quinientos dólares, por lo que se imposibilita realizar dicha implementación. Otra de las implicaciones que conlleva el desarrollo de este tipo de programa es el tiempo de implementación dentro de la PYME, ya que tiene una duración de aproximadamente tres meses a seis meses, esto con base en la información que proporciona la compañía FC Consultores, así mismo dicha compañía enfatiza que esa diferencia de tiempo radica mucho en el cliente, ya que si toda la información requerida es suministrada por el cliente de una forma rápida y eficaz, el tiempo se disminuye considerablemente por lo que el señor Ricardo Pérez Gutiérrez debe contemplar el pago

de horas extra al encargado que tiene dicha función, ya que para agilizar ese tiempo de implementación requiere de más tiempo para tener todas las solicitudes que la compañía del software necesite.

Seguidamente, está el tema de recursos humanos, pues la capacitación debe de realizarse tanto en la parte administrativa como operativa y ventas. En la parte administrativa es el primer paso, ya que es la primera fase para que los encargados conozcan todas las funciones del software, así como generar información requerida para que dicha aplicación funcione correctamente para los diferentes reportes que se necesiten. Una vez concluido este paso también se debe incluir la parte operativa de la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel, en tanto ellos son los encargados de suministrar muchos de los datos que se deben digitar dentro del software, por lo que deben saber y conocer el objetivo y la importancia de esos datos.

Por último, la capacitación del personal de ventas, ya que ellos tienen una aplicación para poder realizar el registro de cada una de ventas realizadas, así como el inventario que tiene a cargo su bodega, por lo que deben conocer toda la funcionalidad de la herramienta, así como el proceso de la tabulación de datos para generar dichos reportes y cierres de caja.

## **CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **6.2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

1° objetivo	Conclusiones	Recomendaciones
<p>Establecer cuáles TIC son las más adecuadas para el mercado meta actual de la PYME</p> <p>Procesadora de carnes San Gabriel, ubicada en Santa Bárbara de Heredia</p>	<p>Se concluye que el mercado meta de la Procesadora de Carnes San Gabriel son hombres y mujeres que residen en la provincia de Heredia, cuya edad está entre los 30 años a 34 años, su ingreso mensual ronda entre los ¢400.001 a ¢800.000, además que estas personas con compradores minoristas, que tiene una frecuencia de compra de dos veces por semana y consumen los productos menos de 5 tiempos de comida; el producto que consumen más es el salchichón y el tipo de presentación es a granel; agregado a esto la herramienta que utilizan para realizar los pedidos, es por medio de WhatsApp y para revisar publicaciones es la página de Facebook</p>	<p>Se recomienda que la Procesadora de Carne San Gabriel tenga mapeado a cada uno de los mercados meta que se puedan desarrollar a futuro según los perfiles del consumidor, que tengan edades entre 20 años a 44 años, ya que el porcentaje de representación está entre el 10.78% al 21.56%, indiferentemente si son mujeres o hombres, ya que el porcentaje está muy equilibrado con tan solo 0.6% y que superen al menos unos 15 tiempos de comida, para que de esta manera puedan aumentar el consumo y por ende el volumen de ventas.</p> <p>Se recomienda que se hagan ciertas promociones con los clientes mayoristas para que estos puedan así ofrecer la misma promoción o bien, alguna que ellos mismos quieran implementar, por ejemplo, ofrecer al cliente mayorista que después de un monto se le regala un combo parrillero, o bien se le descuenta cierta cantidad de kilos en su compra.</p>

2° objetivo	Conclusiones.	Recomendaciones
<p>Identificar cuáles tecnologías de información y comunicación son las más aptas para su implementación en la PYME Procesadora de carnes San Gabriel, ubicada en Santa Bárbara de Heredia, en el último cuatrimestre 2021.</p>	<p>Se concluye que a raíz de estas tres propuestas la mejor opción de implementación es la de SAP Business One, debido a que es la que tiene más bajo costo de implementación y los beneficios que tiene este software se adapta y cumple con los requisitos que necesita la PYME en estudio, incluso dentro de esta investigación dicha compañía envió una cotización sobre el costo, puntos detallados de cómo poder tener el control máximo de la actividad económica que desempeña la Procesadora de Carnes San Gabriel.</p> <p>En la entrevista se obtuvo que este software realiza las funciones necesarias como el registro de ventas, cierre de caja, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, recetas, mermas, registro de lotes de las producciones, pero</p>	<p>Se recomienda la implementación de un sistema contable financiero para la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel, indiferentemente si es alguna de estas tres propuestas, esto debido a que muchos de los procesos se realizan de una forma más lenta, debido a que tiene que tabular muchas veces la misma información en varias hojas de cálculo para que esté actualizado, como por el ejemplo, el costo de las materias primas en cada una de las recetas, estado de cuenta de los clientes, etc.</p> <p>Además, que la implementación de una ERP de este tipo hace que la PYME tenga más control de la operatividad, debido a que solo necesita tabular la información y éste le genera los reportes que se requieren de una manera fácil y rápida.</p> <p>Y la razón más importante por la cual se recomienda el uso de un software es para un balance detallado de la PYME, ya que actualmente el propietario no tiene muy claro la ganancia neta real de su actividad</p>

---

	<p>sobre todo el beneficio más importante que tiene este sistema es que solo necesita la tabulación de la información y automáticamente actualiza todos los departamentos que están relacionados con el rubro digitado, por lo cual los reportes que genera se pueden obtener de una forma rápida y sencilla, con el fin de tomar decisiones importantes, como por ejemplo, ver alertas de estado de cuenta de clientes que están en mora, o bien, que excedieron el límite de crédito, también revisar la utilidad de la empresa real, debido a que varios clientes tienen diferencia de precio según el volumen de compra, revisar los costos de las recetas fácil y rápido, debido a que cuando se ingresa el costo de las materias primas automáticamente se actualiza dichos costos.</p>	<p>económica debido a que son muchos los rubros que tiene que medir y se le imposibilita tener un dato exacto.</p> <p>Por último, se recomienda investigar y cotizar con otras empresas, ya que el análisis de las tres propuestas fue el resultado de la respuesta de éstas, de esta manera, pueden tener aún más opciones para que se pueda escoger la que más se adapte a la Procesadora de Carnes San Gabriel tanto a nivel económico como respecto a sus funcionalidades dentro de la operatividad de ésta.</p>
--	---	--

3° objetivo	Conclusiones.	Recomendaciones
<p>Desarrollar estrategias de aplicación de las tecnologías de información y comunicación, para el uso de la PYME</p> <p>Procesadora de Carnes San Gabriel, ubicada en Santa Bárbara de Heredia, en el último cuatrimestre 2021.</p>	<p>Se concluye que para garantizar el éxito de la aplicación de las tecnologías de información y en este caso específico de SAP Bussiness One, se debe de aplicar las 6 fases, las cuales son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planificación.</li> <li>2. Diseño de análisis de la operatividad de la PYME.</li> <li>3. Parametrización.</li> <li>4. Pruebas.</li> <li>5. Capacitación del personal.</li> <li>6. Puesta en marcha.</li> </ol> <p>Estas serían las 6 etapas que se deben aplicar para que la aplicación de este software concluya con éxito en la Procesadora de Carnes San Gabriel.</p>	<p>Se recomienda la participación de la gerencia en todo este proceso, es decir, que debe estar presente en cada una de estas etapas, ya que es la base de toda información que el sistema va a contener, así como para obtener la veracidad de los reportes que se van a utilizar en un futuro en la toma de decisiones.</p> <p>Además, se recomienda investigar más a fondo los resultados que ha tenido dicha empresa con este software en otras PYMES de la misma categoría; en este caso se recomienda investigar a la empresa de GRUPO RZ o bien a Fres Carnes, las cuales son PYMES en Costa Rica que trabajan con productos similares, pero sobre todo que ya tienen el software en funcionamiento constante.</p>

4° objetivo	Conclusiones	Recomendaciones
<p>Describir las implicaciones administrativas que conlleva la implementación de las tecnologías de información y comunicación, en la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel, ubicada en Santa Bárbara de Heredia, en el último cuatrimestre 2021.</p>	<p>Se concluye que las implicaciones que posee la Procesadora de Carnes San Gabriel se reducen a 3 factores, el primero es el factor económico ya que no posee el dinero de contado para realizar la compra del software; la segunda implicación es el pago de horas extra por el tiempo de implementación, esto con el fin de agilizar su ejecución y por último, está la capacitación del personal, pues se debe formar todos los departamentos tanto la parte gerencial, administrativa, operativa y ventas, esto con el fin de garantizar el aprovechamiento de este software.</p>	<p>Se recomienda a la PYME Procesadora de Carnes San Gabriel que, para mitigar estas implicaciones como la solvencia económica, buscar alternativas con préstamos de fondos PYME, ya que el MEIC ofrece algunas alternativas a las empresas que tiene esta condición PYME, con sus programas de financiamiento productivo, como, por ejemplo, FODEMYPYME (Banco Popular), PROPYME (MICCIT), Sistema de banca para el desarrollo y BN emprendedores.</p> <p>Con referente al tema del tiempo de implementación del software, existen algunas alternativas para no tener que incurrir en horas extra, como, por ejemplo, asignar a un asistente dentro de los mismos empleados de la planta que le brinde soporte en ciertas tareas cotidianas y por último tenemos la capacitación del personal, que es algo indispensable para la compañía debido que los colaboradores deben de saber todo lo relacionado a la aplicación.</p>

## REFERENCIAS

- A, R. . (2018). *Marketing* (13a. ed. ed.). McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=6261&pg=42>
- A., R. . (2018). *Marketing*. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=6261&pg=315>
- Benassini, M. (2020). *Introducción a la investigación de mercados*. McGraw-Hill.
- Bravo, N. C. (21 de 04 de 2022). *ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS*. Obtenido de <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/2022/04/21/nuevo-libro-paradigma-digital-efectos-pymes>
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración*. McGraw-Hill.
- Daytona Soft Corporation. (29 de 03 de 2022). *Daytona Soft Corporation*. Obtenido de Daytona Soft Corporation: <https://daytonasoft.com/>
- El Financiero. (30 de 04 de 2013). *Pymes costarricenses desaprovechan recursos TICs*. Obtenido de el financiero: <https://www.elfinancierocr.com/pymes/pymes-costarricenses-desaprovechan-recursos-tics/YKPKPVXMSJCZ5MWDOGZEGMN6OM/story/>
- Fischer de la Vega, L. E. (2017). *Introducción a la investigación de mercados* (4 ed.). Mexico: McGraw-Hill. . Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4616>
- Fischer de la Vega, L. E. (2017). *Introducción a la investigación de mercados* (4 ed.). Mexico: McGraw-Hill. . Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4616>
- Fischer de la Vega, L. E. (2017). *Introducción a la investigación de mercados* (ed. 4ta ed.). Mexico: McGraw-Hill. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4616>

- Fischer de la Vega, L. E. (2017). *Introducción a la investigación de mercados* (ed. 4ta ed.). Mexico: McGraw-Hill. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4616>
- Fischer de la Vega, L. E. (2017). *Introducción a la investigación de mercados* (ed. 4ta ed.). Mexico: McGraw-Hill. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4616>
- Fischer, L. (2017). *Mercadotecnia*. McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4612&pg=73>
- Fischer, L. E. (2017). *Introducción a la investigación de mercados* (4a. ed. ed.). Mexico: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4616&pg=95>
- Fischer, L. E. (2017). *Introducción a la investigación de mercados* (4a. ed. ed.). Mexico: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4616&pg=21>
- Fischer, L. E. (2017). *Introducción a la investigación de mercados* (4a. ed. ed.). Mexico: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4616&pg=92>
- Fischer, L. E. (2017). *Introducción a la investigación de mercados* . (4a. ed. ed.). Mexico: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4616&pg=92>
- FSC Consultores. (29 de 03 de 2022). *FSC Consultores*. Obtenido de <https://fcsconsultores.com/>
- Hernández Sampieri, R. M. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (ed. 1ra ed.). Mexico: McGraw-Hill. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=6443>
- Hernández Sampieri, R. M. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (ed.1ra ed.). Mexico: McGraw-Hill. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=6443>
- Hernández Sampieri, R. M. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.

- 
- Hernández Sampieri, R. M. (2018). *Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.
- Kerin, R. A. (2018). *Marketing*. McGraw-HILL. Obtenido de <http://ebooks7-24.com.uh.remotexs.xyz/stage.aspx?il=&pg=&ed=>
- Kerin, R. A. (2018). *Marketing*. McGraw-Hill.
- Kirberg, A. S. (2019). *Marketing para emprender*. Bogotá: Ediciones de la U.
- kotler. (2017). *Fundamentos de marketing* (13a. ed ed.). Pearson Educación. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4393&pg=35>
- Kotler, P. (2016). *Dirección de marketing*. (15a. ed. ed.). Mexico: Pearson Educación. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4273&pg=233>
- Kotler, P. (2016). *Dirección de marketing* (15a. ed. ed.). Mexico: Pearson Educación. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4273&pg=53>
- Kotler, P. (2016). *Dirección de marketing* (15a. ed. ed.). Mexico: Pearson Educación. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4273&pg=796>
- Kotler, P. (2016). *Dirección de marketing* (15a. ed. ed.). Mexico: Pearson Educación. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4273&pg=32>
- Kotler, P. (2016). *Dirección de marketing*. (15a. ed. ed.). Pearson Educación. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4273&pg=644>
- Kotler, P. (2016). *Dirección de marketing*. (15a. ed. ed.). Mexico: Pearson Educación. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4273&pg=796>
- Kotler, P. (2016). *Dirección de marketing*. (15a. ed. ed.). Mexico: Pearson Educación. . Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4273&pg=796>

---

Kotler, P. (2016). *Dirección de marketing*. (15a. ed. ed.). Mexico: Pearson Educación. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4273&pg=189>

kotler, P. (2017). *Fundamentos de marketing* ( 13a. ed ed.). Mexico: Pearson Educación. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=4393&pg=40>

Kotler, P. (2021). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación.

Kotler, P. A. (2017). *Fundamentos de marketing*. <http://ebooks7-24.com.uh.remotexs.xyz/?il=4393>: Pearson Educación.

Kotler, P. A. (2017). *Marketing*. Pearson Educación. . Obtenido de <http://ebooks7-24.com.uh.remotexs.xyz/?il=4426>

Kotler, P. A. (2017). *Marketing*. Pearson Educación.

Kotler, P. L. (2016). *Dirección de marketing*. . Pearson Educación. : Pearson Educación de México S.A de C.V. Obtenido de <http://ebooks7-24.com.uh.remotexs.xyz/stage.aspx?il=&pg=&ed=>

Oracle Netsuit. (29 de 03 de 2022). *Oracle Netsuit*. Obtenido de <https://www.netsuite.com/portal/home.shtml>

Perez, W. (28 de 10 de 2021). *Infraestructura y digitalización de pymes son las principales barreras para el crecimiento de la economía digital*. Obtenido de [elmundo.cr: https://www.elmundo.cr/cienciaytecnologia/infraestructura-y-digitalizacion-de-pymes-son-las-principales-barreras-para-el-crecimiento-de-la-economia-digital/](https://www.elmundo.cr/cienciaytecnologia/infraestructura-y-digitalizacion-de-pymes-son-las-principales-barreras-para-el-crecimiento-de-la-economia-digital/)

Perez, W. (28 de 10 de 2021). *Infraestructura y digitalización de pymes son las principales barreras para el crecimiento de la economía digital*. Obtenido de [elmundo.cr: https://www.elmundo.cr/cienciaytecnologia/infraestructura-y-digitalizacion-de-pymes-son-las-principales-barreras-para-el-crecimiento-de-la-economia-digital/](https://www.elmundo.cr/cienciaytecnologia/infraestructura-y-digitalizacion-de-pymes-son-las-principales-barreras-para-el-crecimiento-de-la-economia-digital/)

Perez, W. (12 de 01 de 2022). *Iniciativa fortalecerá conocimientos en tecnologías para la población costarricense*. Obtenido de elmundo.cr:

<https://www.elmundo.cr/cienciaytecnologia/iniciativa-fortalecera-conocimientos-en-tecnologias-para-la-poblacion-costarricense/>

Periodico Sur España. (26 de 04 de 2021). *SAP Business One, el mejor ERP para PYMES*.

Obtenido de <https://www.diariosur.es/tecnologia/business-mejor-pymes-20210425133523-nt.html>

Pimienta Prieto, J. H. (2018). *Metodología de la investigación*. Pearson Educación. Recuperado el 20 de febrero de 2021, de Pimienta Prieto, J. H., Estrada Coronado, R. M., de la Orden Hoz, A.(2018). <i>Metodología de la i<http://ebooks7-24.com/?il=7587>

Pimienta Prieto, J. H. (2018). *Metodología de la investigación: competencias + aprendizaje + vida* (ed. 1ra ed.). Mexico: Pearson Educación. . Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=7587>

Pimienta Prieto, J. H. (2018). *Metodología de la investigación: competencias + aprendizaje + vida* (ed. 1ra ed.). Mexico: Pearson Educación. . Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=7587>

Pimienta Prieto, J. H. (2018). *Metodología de la investigación: competencias + aprendizaje + vida* (ed. 1ra ed.). Mexico: Pearson Educación. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=7587>

Pimienta Prieto, J. H. (2018). *Metodología de la investigación: competencias + aprendizaje + vida*. Pearson Educación. Recuperado el 23 de febrero de 2021, de <http://ebooks7-24.com/?il=7587>

- Pimienta Prieto, J. H. (2018). *Metodología de la investigación: competencias + aprendizaje + vida*. Pearson Educación. Recuperado el 20 de febrero de 2021, de Pimienta Prieto, J. H., Estrada Coronado, R. M., de la Orden Hoz, A.(2018). <i>Metodología de la invest<http://ebooks7-24.com/?il=7587>
- Pimienta Prieto, J. H. (2018). *Metodología de la investigación: competencias + aprendizaje + vida*. Pearson Educación.
- ROBBINS, S. P. (2018). *Administración 13E*. México: Pearson.
- Robbins, S. P. (2018). *Administración*. Pearson Educación.
- Rodríguez-Ibarra, D. &.-J. (2019). *Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial*. Obtenido de :  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84959429009>
- Roger A. Kerin, & W. Hartley, S. (2018). *Marketing* (13a. ed. ed.). Mexico: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=6261&pg=43>
- Romero Mora, P. D. (2012). *Tecnologías de la información y la comunicación*. Pearson. S.A. (11 de 1 de 2022). *MEIC*. Obtenido de <https://www.pyme.go.cr/cuadro5.php?id=1>
- Sierra, J. ., (2017). *Uso y aplicación de las redes sociales en el mundo audiovisual y publicitario*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <http://ebooks7-24.com/?il=7487&pg=8>
- Traube, I. (05 de 06 de 2017). *Periodico EL FINANCIERO*. Obtenido de <https://www.elfinancierocr.com/pymes/sistemas-erp-agilizan-la-generacion-de-informes-financieros-y-las-declaraciones-de-impuestos/WU4WWXR6NBOHL2RE3HKJXA3PE/story/>

Traube, I. (03 de 04 de 2017). *Periodico EL FINANCIERO*. Obtenido de

<https://www.elfinancierocr.com/pymes/sistemas-erp-aumentan-productividad-de-las-empresas/EKDNC6TGHJBHNPQOGCM6KIUKOQ/story/>

## ANEXOS

Instrumento de entrevista para la pyme Procesadora de Carnes San Gabriel.

1. Nombre de la compañía
2. ¿Cuál es su nombre?
3. ¿Qué puesto desempeña?
4. ¿Qué actividad económica desarrolla?
5. ¿Cuánto tiempo lleva desarrollando esta actividad económica?
6. ¿Qué tipo de sistema contable financiero utiliza en su negocio?
7. ¿Utiliza redes sociales para hacer publicaciones de su actividad económica?
8. ¿Como respalda la información dentro de la pyme Carnes Montana?
9. ¿Cuánto tiempo requiere para tabular la información de los diferentes controles que lleva dentro de la PYME Carnes Montana?
10. ¿El sistema que utiliza actualmente le genera reportes que le ayude a tomar decisiones dentro de la pyme de forma rápida y precisa?
11. ¿Qué es para usted información sensible y cómo maneja este tipo de información en su empresa?
12. ¿Tiene control de su negocio en todos los ámbitos de administración? Como por ejemplo áreas de mercadeo, finanzas, contabilidad.
13. ¿Conoce usted los ERP (sistemas de planificación de recursos empresariales)? o a escuchado de los mismos?
14. ¿Cuáles son los beneficios que tiene un ERP dentro de un negocio o empresa?
15. ¿Sabe cuánto puede costar un ERP?

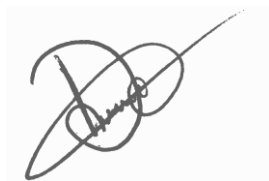
16. ¿Sabe usted cuanto tiempo de implementación conlleva el fomentar un ERP dentro de una empresa?
17. A raíz de los anterior ¿Necesita su negocio un ERP?
18. ¿Sabe que requisitos necesita para implementar un ERP?
19. ¿Cree usted que tiene la capacidad y la disposición para la implementación de un ERP tanto a nivel presupuestario como de recursos humanos?

Instrumento de entrevista para las empresas ofertantes.

1. ¿Cuál es su nombre de la persona entrevistada?
2. ¿Cuál es el nombre de la compañía para la cual labora?
3. ¿Qué puesto desempeña dentro de la compañía?
4. ¿cuál sería una pequeña reseña histórica de la compañía?
5. ¿Como se accede a la plataforma?
6. ¿Cuáles son las funciones del sistema?
7. ¿Cuáles son algunas ventajas de este sistema?

## DECLARACIÓN JURADA

Yo Daniel Castillo Segura, cédula de identidad número 1-1517-0181, en condición de egresado de la carrera de Administración de empresas de la Universidad Hispanoamericana, y advertido de las penas con las que la ley castiga el falso testimonio y el perjurio, declaro bajo la fe del juramento que dejo rendido en este acto, que mi trabajo de graduación, para optar por el título de licenciatura en administración de empresas con énfasis en gerencia. titulado “Uso de las tecnologías de información y comunicación (tic) para mejorar los procesos administrativos y mercadotecnia en las empresas pymes. Un estudio aplicado en procesadora de carnes San Gabriel, ubicada en Santa Barbara de Heredia, en el último cuatrimestre 2021.” es una obra original y para su realización he respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derechos de Autor y Derecho Conexos, número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; especialmente el numeral 70 de dicha ley en el que se establece: “Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original”. Asimismo, que conozco y acepto que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. Firmo, en fe de lo anterior, en la ciudad de San Jose, el 4 de mayo de 2022.



(FIRMA) NOMBRE COMPLETO

## CARTA DE TUTOR

San Jose, 5 de Mayo de 2022

*Departamento de registro  
Carrera Administración de Empresas  
Universidad Hispanoamericana*

Estimado(a) señor(a):

El estudiante, Daniel Castillo Segura, cédula de identidad número 1-1517-01814 me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de e investigación denominada; “USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) PARA MEJORAR LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS Y MERCADOTECNIA EN LAS EMPRESAS PYMES. UN ESTUDIO APLICADO EN PROCESADORA DE CARNES SAN GABRIEL, UBICADA EN SANTA BARBARA DE HEREDIA, EN EL ULTIMO CUATRIMESTRE 2021” para optar por el Grado Académico de Bachillerato en Administración de Empresa con el énfasis en Gerencia.

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	15
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	30%	30
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEÓRICO	20%	20
	TOTAL		95

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.  
Atentamente,

**MAURICIO  
GARITA SEGURA**

Firmado digitalmente por  
MAURICIO GARITA SEGURA  
Fecha: 2022.05.04 19:53:04  
-06'00'

## CARTA DE LECTOR

### CARTA DE LECTOR

San José, 10 de mayo del 2022

Señoras y señores

Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad Hispanoamericana

Departamento de Servicios Estudiantiles  
Universidad Hispanoamericana

**Estimados señores**

El estudiante **Daniel Castillo Segura**, cédula de identidad **1-1517-0181**, me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **“Uso de las tecnologías de información y comunicación (tic) para mejorar los procesos administrativos y mercadotecnia en las empresas Pymes. un estudio aplicado en Procesadora de Carnes San Gabriel, ubicada en Santa Bárbara de Heredia, en el último cuatrimestre 2021”** el cual ha elaborado para obtener su grado de **Licenciatura en Administración de Empresas con Énfasis en Gerencia**.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la correspondencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atentamente,

**NELSON  
HIDALGO  
GUILLÉN (FIRMA)**

Firmado digitalmente por  
NELSON HIDALGO GUILLÉN  
(FIRMA)  
Fecha: 2022.05.10 09:56:53  
-05'00'

**Lic. Nelson Hidalgo Guillén**

Cédula de identidad 1-0973-0317

Número carné Colegio Profesional, CPCECR # 46588.

## Carta de autorización.

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA  
CENTRO DE INFORMACION TECNOLOGICO (CENIT)  
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA  
REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA  
DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACION**

Heredia, 26-05-2022

Señores:

Universidad Hispanoamericana  
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito (a) Daniel Castillo Segura con número de identificación 1-1517-0181 autor (a) del trabajo de graduación titulado USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) PARA MEJORAR LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS Y MERCADOTECNIA EN LAS EMPRESAS PYMES. UN ESTUDIO APLICADO EN PROCESADORA DE CARNES SAN GABRIEL, UBICADA EN SANTA BÁRBARA DE HEREDIA, EN EL ÚLTIMO CUATRIMESTRE 2021. presentado y aprobado en el año 2022 como requisito para optar por el título de Licenciatura con énfasis en gerencia; Si autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

De conformidad con lo establecido en la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.

Cordialmente,



\_\_\_\_\_  
Firma y Documento de Identidad

**ANEXO 1 (Versión en línea dentro del Repositorio)  
LICENCIA Y AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA PUBLICAR Y  
PERMITIR LA CONSULTA Y USO**

**Parte 1. Términos de la licencia general para publicación de obras en el repositorio institucional**

Como titular del derecho de autor, confiero al Centro de Información Tecnológico (CENIT) una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, el autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito.

b) Autoriza al Centro de Información Tecnológico (CENIT) a publicar la obra en digital, los usuarios puedan consultar el contenido de su Trabajo Final de Graduación en la página Web de la Biblioteca Digital de la Universidad Hispanoamericana

c) Los autores aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) Los autores manifiestan que se trata de una obra original sobre la que tienen los derechos que autorizan y que son ellos quienes asumen total responsabilidad por el contenido de su obra ante el Centro de Información Tecnológico (CENIT) y ante terceros. En todo caso el Centro de Información Tecnológico (CENIT) se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

e) Autorizo al Centro de Información Tecnológica (CENIT) para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

f) Acepto que el Centro de Información Tecnológico (CENIT) pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

g) Autorizo que la obra sea puesta a disposición de la comunidad universitaria en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en las "Condiciones de uso de estricto cumplimiento" de los recursos publicados en Repositorio Institucional.

SI EL DOCUMENTO SE BASA EN UN TRABAJO QUE HA SIDO PATROCINADO O APOYADO POR UNA AGENCIA O UNA ORGANIZACIÓN, CON EXCEPCIÓN DEL CENTRO DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICO (CENIT), EL AUTOR GARANTIZA QUE SE HA CUMPLIDO CON LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES REQUERIDOS POR EL RESPECTIVO CONTRATO O ACUERDO.

**Cotización por parte de la empresa FS consultores SAP Business One.**



PROPUESTA FCS CONSULTORES  
SAP BUSINESS ONE CLOUD

Elaborada para:

Carnes San Gabriel

Sergio Martinez L.  
[sergio.martinez@fcsconsultores.com](mailto:sergio.martinez@fcsconsultores.com) Tel.  
(507) 6140-4101  
(506) 4040-0355



## TABLA DE CONTENIDO

<b>APARTADO DE CONFIDENCIALIDAD.....</b>	<b>3</b>
<b>INFORMACIÓN DE FCS CONSULTORES.....</b>	<b>5</b>
INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA.....	5
REFERENCIAS COMERCIALES.....	5
<b>PROPUESTA DE VALOR.....</b>	<b>6</b>
¿PORQUÉ FCS CONSULTORES?.....	6
¿PORQUE SAP BUSINESS ONE HANA EN LA NUBE?.....	7
<b>OBJETIVOS Y ALCANCES DE LA PROPUESTA.....</b>	<b>10</b>
OBJETIVOS.....	10
ALCANCE FUNCIONAL.....	10
<b>PROPUESTA ECONÓMICA.....</b>	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
SOFTWARE AS A SERVICE.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
PROYECCIÓN DE CONSULTORÍA DE IMPLEMENTACIÓN.....	13
<b>ASPECTOS GENERALES.....</b>	<b>14</b>
REMUNERACIÓN.....	14
LUGAR DE ENTREGA.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
GASTOS DE VIAJE.....	14
VALIDEZ DE LA PROPUESTA.....	14
<b>ACEPTACIÓN DE OFERTA.....</b>	<b>15</b>

## APARTADO DE CONFIDENCIALIDAD

Esta información es propiedad de FCS CONSULTORES por lo cual el receptor de este documento se obliga a tomar las medidas suficientes para garantizar su confidencialidad, así como a no copiarlo, grabarlo, distribuirlo, divulgarlo en su totalidad o alguna de sus partes o hacercualquier otro uso de la información sin el consentimiento escrito de FCS CONSULTORES. De lo contrario, si la información es divulgada se incurrirá en el delito de divulgación de secretos comerciales.

Se informa a quien reciba por error este documento o lo obtenga sin ser su destinatario, que la información contenida en él es confidencial y su uso no está autorizado. Cualquier uso ilegítimo de este material está sujeto a sanciones penales y administrativas.

La presente propuesta ha sido preparada por FCS CONSULTORES para uso exclusivo del receptor indicado en este documento. El contenido de este documento deberá permanecer bajo propiedad confidencial de FCS CONSULTORES y no se debe comunicar a ningún otra parte sin la previa aprobación escrita por parte de FCS CONSULTORES. No deberá ser usada para otro propósito más que para la evaluación por del receptor. No se dará ni será comunicado ninguna información en cuanto al contenido o el tema de esta propuesta a terceros sin la previa aprobación escrita por parte de FCS CONSULTORES.

La entrega de este documento no implica ni representa un acuerdo obligatorio por parte de FCS CONSULTORES para establecer cualquier relación. FCS CONSULTORES sólo proporciona este documento como guía para estimar los costos y tiempos de los entregables de los servicios. Requiere su confirmación antes de establecer cualquier compromiso o contrato de los entregables por parte de FCS CONSULTORES.

FCS CONSULTORES garantiza, en el mejor de su conocimiento, que los que prepararon esta propuesta han llevado todo el cuidado razonable en su preparación y consideran su contenido como verdadero. Sin embargo, FCS CONSULTORES no puede garantizar la validez de temas fuera de su control y en consecuencia no garantiza que las declaraciones de este documento sean verdaderas en tanto dichas declaraciones deriven de hechos y material proporcionada por personas externas a FCS CONSULTORES.

05 de enero de 2022, San José, Costa Rica.

Señor  
Daniel Castillo  
Presente.

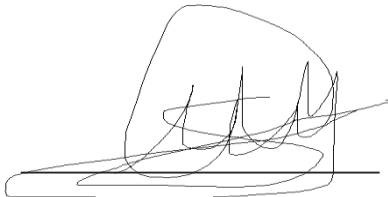
Estimado Señor:

Por este medio me permito primeramente saludarles y a la vez darle las gracias por considerar a FCS CONSULTORES como posible proveedor para su empresa en las diferentes áreas de servicio que ofrecemos y que ponemos a su disposición. Es para nosotros todo un honor el que seamos partícipes de su elección y estamos seguros de poder brindarle la mejor atención a sus necesidades, debido a los excelentes profesionales que poseemos en nuestro equipo, así como las metodologías de trabajo en que han sido capacitados.

A continuación, le detallamos nuestra cotización de servicios en los cuales su empresa está interesada y creemos le agregan un valor muy importante a su negocio, comprendiendo que usted posee como objetivo de estos tener una mejora constante de su empresa por lo cual es de alta relevancia para nosotros el que nos haga partícipes de este emprendimiento.

Esperamos poder satisfacer las expectativas que al momento hemos traducido en esta propuesta que sin duda conjuga nuestros mejores servicios para atender de forma certera los retos que enfrentará durante su recorrido.

Agradeciéndoles nuevamente el habernos tomado en cuenta, se despide de usted.



Sergio Martínez Lorenzo  
Director Comercial FCS CONSULTORES  
sergio.martinez@fcsconsultores.com

## INFORMACIÓN DE FCS CONSULTORES

### INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Nombre Comercial: FCS Consultores

Nombre Jurídico: FCS International Consultant Group S.A.

RUC: 155667410-2-2018 DV. 52

Dirección: Calle Aquilino de la Guardia, con Calle 47, Torre Principal Banesco, Piso 19, OficinaA9, Marbella, Ciudad de Panamá

Teléfono: 208-6800

Años en operación: 11 años en la región.

### REFERENCIAS COMERCIALES

Cliente: Cocina Ideal S.A.

Contacto: Vanessa Sadi

Gerente General Teléfono:

6060-1134

Cliente: Café Rey S.A.

Contacto: Jonathan Fuentes

Gerente T.I.

Teléfono: 7298-8377

Cliente: Imaginación del Prado S.A. Contacto:

Juan Marbis

Gerente General

Teléfono: 6051-9596

Se pueden brindar los números de cualquiera de nuestros clientes en cartera sin ningún problema, de requerirse.

## PROPUESTA DE VALOR

### ¿PORQUÉ FCS CONSULTORES?

FCS CONSULTORES es orgullosamente Partner de SAP, siendo pionero en el área CLOUD de la línea BUSINESS ONE como primer Partner de la región 100% Nube.

Nacimos hace cerca de 10 años con la filosofía de apoyar a las empresas en el transcurso de sus procesos y crecimiento operacional, brindando apoyo en los proyectos de implementación de sistemas ERP y asesoría en las mejores prácticas para los procesos operativos. Siempre de la mano de SAP Business One.

Bajo esta premisa siempre nos enfocamos en tener consultores con procesos de capacitación constante, con validaciones de ejecución y con un alto sentido de satisfacción por trabajar en FCS Consultores. La consecuencia es un servicio al cliente óptimo, rápido y diferenciado, por el nivel de compromiso que cada uno tiene con la filosofía de la compañía. Nuestra consigna es que estén muy bien capacitados para que se puedan ir de la empresa, pero que estén tan contentos de trabajar acá que no se van.

SAP Business One es nuestro centro de operación, somos especialistas en que nuestros clientes saquen el mayor provecho de sus herramientas y de dejar huella en el valor agregado que como empresa ofrecemos: un verdadero análisis y entendimiento de la situación de su negocio para poder recomendarle el mejor camino que en, conjunto con usted, tomaremos para lograr los objetivos y alcance que propongamos en un inicio y más importante: que le acompañaremos por todo ese trayecto.

FCS Consultores nació para ser su aliado, no somos un Partner más, no somos un distribuidor más. Nuestra mente siempre está en el crecimiento medido, en la satisfacción del cliente siempre a tope y en relaciones de largo plazo donde el Ganar-Ganar sea nuestro común denominador.

Denos la oportunidad de demostrarle que la mejor herramienta ERP del mundo como lo es SAP Business One, con la visión puesta en la transformación digital, con un ambiente 100% Cloud y junto con FCS es la mejor combinación para apoyar el crecimiento, automatización y control de sus negocios.

## ¿PORQUE SAP BUSINESS ONE HANA EN LA NUBE?

Desde hace varios años el término “La Nube” o “Cloud” (por su nombre en inglés) se ha popularizado mucho. Hoy, sin darnos cuenta siempre de ello, tenemos mucho de nuestras vidas en estas plataformas: películas, música, accesos bancarios, respaldos de información, correos, etc.

Ahora no solo hablamos de infraestructura Cloud, si no, que tenemos toda una transformación digital, esto quiere decir: dedíquese a su negocio, dedíquese a crecer más y automatice todo lo que sea vertical a su operación que le quite o desvíe de su objetivo.

En FCS nos propusimos a ser una empresa que disminuya su desviación en temas que puede dejar en nuestras manos y usted como empresa poner su esfuerzo siempre en su operación para lograr sus objetivos. Además de ayudarle a tomar decisiones en su proceso de transformación digital interna y hacia sus clientes y proveedores.

### Ventajas de SAP Business

1. Costo: La creencia popular es creer que el ERP en la nube es caro cuando es todo lo contrario. El sistema Cloud es bajo demanda por lo que se renta por su uso específico y el mismo incluye toda la infraestructura necesaria para operar por lo que se evita inversiones excesivas al inicio de la implementación. Entre los costos normales que pueden encontrarse asociados a mantener un sistema ERP en sitio son:
  - a. Compra de servidor de base de datos.
  - b. Compra del sistema operativo del servidor.
  - c. Compra del sistema antivirus.
  - d. Compra del firewall.
  - e. Inversión en tiempo y pago del T.I. para configurar todo lo anterior.
  - f. Costos de mantenimiento constante de todo lo anterior por parte de los encargados de T.I. con un costo de oportunidad de atrasar o no poder utilizar ese tiempo para otros proyectos de mayor relevancia que le pueden traer mejores rendimientos al área y a la empresa.
  - g. Anualidades de todos los sistemas.
  - h. Un espacio físico adaptado para mantener todos estos equipos y el costo de su consumo eléctrico, limpieza, mantenimiento, entre otros.
  - i. Entre otros puntos adicionales.

Estos puntos anteriores tienen un costo fijo, el cuál en ocasiones “no se nota”, por ser aislados uno del otro. El ambiente SAP Business One Cloud con FCS Consultores como su Partner ya le da todos esos factores y más aún le incluye un soporte nivel 1 para todas sus consultas y dudas, apoyo en operación entre otros.

Y un detalle muy importante: pueden hacer previsiones sólidas de los costes a largo plazo para tener control de su inversión. Como punto también a recalcar: son montos 100% deducibles de renta.

2. Movilidad segura: Con el Cloud puede tener un acceso seguro desde cualquier parte del mundo, nuestra metodología de conexión con usuario nominal hace que sea como ingresar a su cuenta bancaria, solo el usuario asignado lo puede realizar. Esto apoya el teletrabajo, atención de emergencias rápidas, verificar información en diferentes sitios como las oficinas de un cliente, etc.
3. Integración: el ambiente Cloud está listo para conectarse con cualquier vertical que tenga apertura a hacerlo, fácil y seguro.

4. Seguridad: Los datacenter Cloud son plataformas auditadas y pensadas para evitar cualquier riesgo tecnológico, adaptándose todos los días a las nuevas tendencias tecnológicas y de factores de hacking o virus. Certificados por las diferentes normas de auditoría de infraestructuras.

Cuenta con los servicios de seguridad para contrarrestar los ataques cibernéticos más actuales, desde su antivirus hasta su firewall. El mismo cuenta con certificaciones SSAE16 todos los años. El levantamiento ante caídas menores es de minutos y el levantamiento de respaldos por servidores caídos es con un máximo de 4 horas de respuesta funcional, aplicando un servidor espejo con los respaldos ejecutados diarios.

Esquema del sistema Cloud:

- a. **Ambiente de bases de datos:** Es un ambiente privado y sin acceso público para el control de todos los espacios individuales de bases de datos de cada cliente.
  - b. **Filtro de conexión:** Antivirus y LAN de conexión para enviar los datos de las bases de datos a los servidores de presentación.
  - c. **Ambiente de Dominio:** servidor controlador de dominio, con las políticas de seguridad y cumplimiento de reglas. En el mismo se aloja el controlador de antivirus.
  - d. **Servidor de presentación:** Servidores donde se conectan los usuarios para evitar ambientes compartidos con la base de datos y aumentar su seguridad.
  - e. **Servidor de verticales:** Servidor de conexión de verticales (sistemas adicionales integrados a Business One.)
  - f. **Servidor "Drive":** Ambiente fuera del Cloud de respaldos automatizados.
  - g. **Servidor punto de acceso 2:** Servidor en otro espacio físico para controlar recuperación ante riesgos de ingreso.
5. Agilidad: La seguridad de la información está pensada en tener restauración rápida de la información ante una eventual pérdida o baja de infraestructura. Los respaldos diarios se guardan en diferentes ambientes, tanto locales como en drive, por medio de copias exactas que se pueden volver a restaurar de una forma rápida en otro ambiente. Esto nos hace tener una recuperación acelerada de su ambiente ante cualquier situación.

Por otro lado, un servicio de ancho de banda de 1 GB bajo demanda, esto quiere decir que manejamos mínimos de 200 megas de conexión, pero va aumentando hasta llegar a 1GB si fuera necesario.

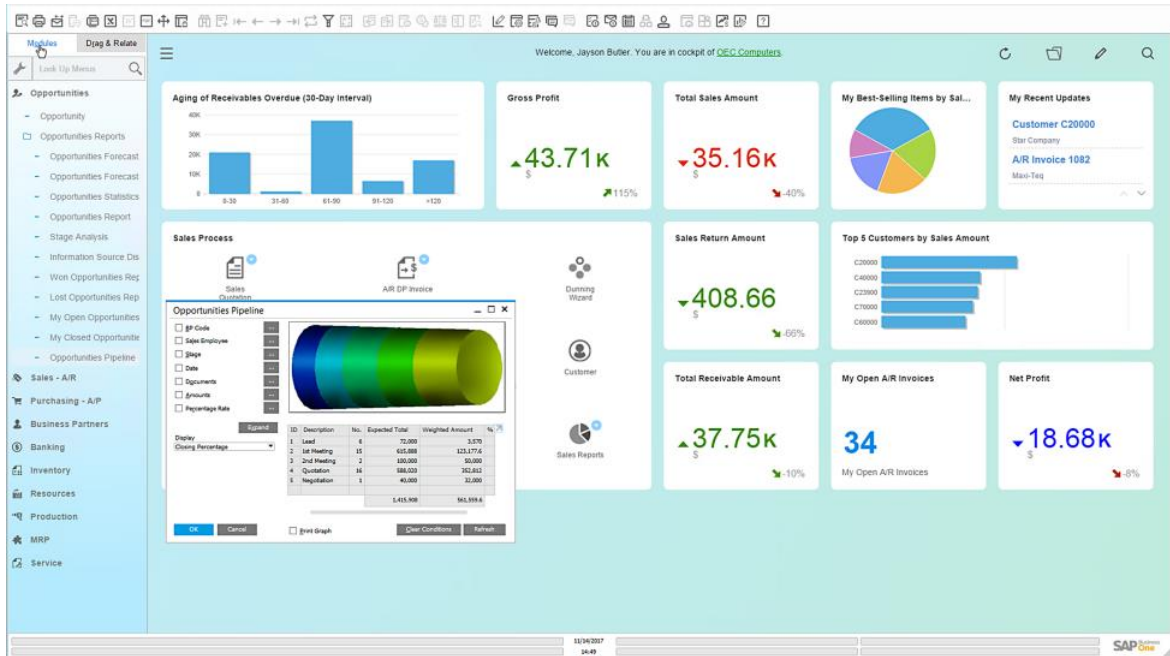


6. Sin costos ocultos, siempre actualizado: Una ventaja más es que siempre se va a mantener en las últimas versiones de todos los sistemas. Las actualizaciones están incluidas en su monto mensual, por lo que no tiene que preocuparse por anualidades que impactan su flujo de caja, ni de que su sistema se quede en versiones anteriores. Tampoco en tener que poner a su equipo de T.I. a realizar pesados procesos de actualización de sistemas.

Nuestro compromiso es mantener el sistema SAP y los componentes del Cloud actualizados a las últimas versiones de cada sistema.

- a. SAP 1 vez al año.
- b. Servidores 1 vez cada dos años.
- c. Antivirus 1 vez al año.

**7. Inteligencia de negocios, predictivos, analíticos con SAP Business One Cloud Hana.** Vamos más allá de un ERP, contamos con toda la plataforma interna de predictivos, analíticos de información pre-desarrollada para ser aprovechada por nuestros clientes.



**8. Opere su negocio desde la palma de su mano.**



## OBJETIVOS Y ALCANCES DE LA PROPUESTA

### OBJETIVOS

1. Presentar a consideración el siguiente documento que contiene la descripción de las diferentes opciones de servicios ofrecidos y otros de su interés para su elección y aprobación.
2. Describir en detalle el alcance de los servicios, así como el contenido de estos.
3. Asignar a consultores especialistas que se encargarán de la atención de los servicios ofrecidos y aprobados por el cliente.

### ALCANCE FUNCIONAL

El alcance está fundamentado en la propuesta económica, así como aspectos generales y detallados de la misma. Queda fuera del alcance de los servicios propuestos cualquier detalle no mencionado a continuación:

1. Implementar la plataforma Cloud de SAP Business One sobre Hana
2. Implementación bajo un plan preconfigurado. La empresa debe de adaptarse al catálogo de SAP Business One.
  - Creación de base de datos
  - Carga Plantillas de Artículos, Clientes y Proveedores
  - Carga CxC, CxP, Inventario
  - Carga Balance Inicial
  - Carga Inventario lotes y series
  - Carga Listas de Materiales de Producción
  - Capacitación

Servicios integrados dentro de la mensualidad de usuarios:

1. Infraestructura completa Cloud para el funcionamiento de SAP Business One, solo requieren equipos personales para acceder e internet. Sistemas de primer nivel con actualización constante, incluye:
  - a. Certificación de datacenter SOC3, la más alta certificación de seguridad y cumplimiento de requerimientos de datacenter a nivel mundial.
  - b. Seguridad de datos respaldada, con facilidad de recuperación ante cualquier situación.
2. Actualizaciones de equipo Cloud y sistema SAP. Siempre se contará con la última versión de los sistemas utilizados.
3. Ninguna inversión en infraestructura de servidores, acondicionamiento de espacios para el mismo, aire acondicionado, corriente eléctrica, soporte para mantenimiento, entre otros.
4. Ninguna inversión en licenciamiento para sistemas operativos.
5. Nuestro mayor valor agregado como empresa: Soporte nivel 1 para cualquier consulta o apoyo en algún proceso, equipo 100% disponible para cualquier duda, consulta o apoyo en el uso de la herramienta, los usuarios no estarán solos. (no consultoría de desarrollo o procesos nuevos no vistos en Modelo de Negocio.)
6. Acceso a los beneficios de clientes como webinar, charlas, entre otros.
7. Sin costos adicionales a su mensualidad, la misma incluye actualizaciones del sistema, seguridad del Cloud, actualizaciones de los ambientes operativos, entre otros. No debe pagar anualidades de ningún tipo.
8. Acceso desde cualquier lugar con la misma seguridad del Cloud.
9. Mensualidad deducible de renta.
10. Control de la inversión para ejecutar control del retorno de esta.

## PROPUESTA ECONÓMICA

### FCS CONSULTORES



Group S.A. Céd Jurídica: 3-101-697966  
 1 Rafael de Escazú, San José, Costa Rica.  
 (6) 4080-7044  
 fcsconsultores.com

<b>Cotización No.:</b>
195

Información del Cliente:			
<b>Cliente:</b>	Carnes San Gabriel	<b>Fecha de Cotización</b>	05/01/2022
<b>Contacto:</b>	Daniel Castillo	<b>Fecha Vencimiento:</b>	05/07/2022
<b>Consultor:</b>	Sergio Martínez	<b>Términos de Pago</b>	Contado

Item	Descripción	Cant.	%Desc.	Precio c/Desc.	Total
<b>Licencia SAP Business One + Servicio Hosting + Servicios y seguridad informática para hosting + Servicio de soporte técnico nivel 1</b>					
CLOUD-PROF	Mensualidad Usuario Profesional	1.00	0.00	USD 165.00	USD 165.00
CLOUD-MOVIL	Mensualidad Usuario Móvil	2.00	0.00	USD 80.00	USD 160.00
					USD 325.00
<b>Servicios de implementación SAP Business One</b>					
SERV-PRECONFIG-4	Implementación preconfigurada SAP Business One	1.00	0.00	USD 5,500.00	USD 5,500.00
					USD 5,500.00

<b>Observaciones Adicionales:</b> En caso de requerir Facturación electrónica favor indicar, ya que se debe cotizar por aparte.	<b>SUBTOTAL</b>	USD 5,825.00
	<b>Descuento</b>	
	<b>Impuesto</b>	USD 757.25
	<b>TOTAL</b>	<b>USD 6,582.25</b>

Aceptada por:  
Nombre

Cédula

Firma

Fecha

Propuesta válida si la implementación es confirmada antes del día 5 de febrero de 2022

## PROYECCIÓN DE CONSULTORÍA DE IMPLEMENTACIÓN

Plan de trabajo de 3 etapas:

1. Preparación Inicial
2. Preparación final
3. Salida en vivo.

Cada etapa necesita la aprobación por parte de control de calidad interno para poder continuar con la siguiente.

El cronograma tiene estipulado los tiempos proyectados por cada etapa y tarea individual, además de los tiempos de entregas, sesiones y todos los detalles adicionales del proyecto.

## ASPECTOS GENERALES

### REMUNERACIÓN

La inversión completa por el proyecto se expresa en el apartado de propuesta económica. Todas las cifras están expresadas en dólares, moneda de los Estados Unidos de América.

La facturación de los servicios se realizará cada CIERRE DE MES y la mensualidad del CLOUD se factura el ÚLTIMO DÍA del mes anterior al mes de servicio, se deberá cancelar dentro de los 8 días siguientes a su facturación.

Los precios expresados en la propuesta económica no incluyen impuestos de retención, por lo que FCS Consultores deberá recibir el total neto de la propuesta económica. Si el cliente se encuentra fuera de Costa Rica o si los servicios deben ser entregados fuera de Costa Rica debe considerar que dichos impuestos no se incluyen.

### GASTOS DE VIAJE

Los gastos de viaje de los consultores serán cubiertos por el cliente, si los servicios son brindados fuera del GAM. El cliente debe cubrir costos de viaje, hospedaje y demás gastos regulares de viaje si los trabajos a realizar son fuera del área metropolitana. FCS CONSULTORES tratará de evitar el consumo de estos bajo la metodología "remota".

### VALIDEZ DE LA PROPUESTA

**Esta propuesta tiene una vigencia hasta el 05 de Junio del 2022.**

**ACEPTACIÓN****DE****OFERTA**

La aprobación de esta propuesta indica un entendimiento del propósito descrito en este documento. A través de la firma de este documento se genera un acuerdo para iniciar el proyecto con los recursos y las acciones descritas de manera general, que serán detalladas y modificadas previa autorización en el transcurso del proyecto. El cliente, con la aprobación de esta hoja de propuesta, acepta haber leído la totalidad de esta y acepta las condiciones económicas y modalidad de pago expresada en la misma.

Además, se concluye con que existirá un contrato formal y esta propuesta será parte integral del mismo.

Persona que autoriza	Título / Puesto	Firma	Fecha