



UNIVERSIDAD
DE PIURA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

**Proceso de sensibilización para la implementación de
herramientas tecnológicas en el desarrollo de los procesos
administrativos**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de
Licenciado en Administración de Empresas

Giuliana Herrera Juarez

Revisor(es):
Dra. Elsa Mercedes Alama Salazar

Piura, enero de 2023

NOMBRE DEL TRABAJO

TSP- Proceso de sensibilización para la implementación de herramientas tecnológicas en el desarrollo

AUTOR

Giuliana Herrera

RECUENTO DE PALABRAS

4796 Words

RECUENTO DE CARACTERES

27486 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

39 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

448.0KB

FECHA DE ENTREGA

Nov 30, 2022 9:55 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Nov 30, 2022 9:55 AM GMT-5

● **23% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

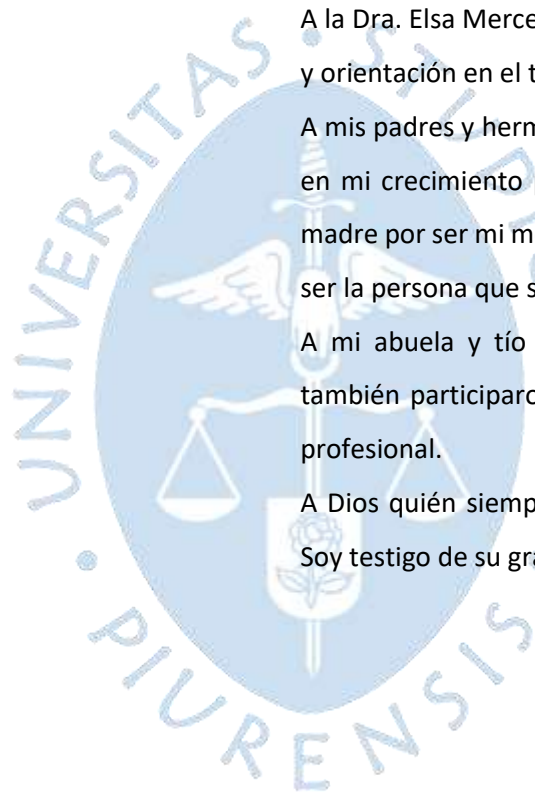
- 21% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 18% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

A la Dra. Elsa Mercedes Alama Salazar, por su apoyo y orientación en el transcurso de este trabajo.

A mis padres y hermana por acompañarme día a día en mi crecimiento profesional, especialmente a mi madre por ser mi mentora, colega y la inspiración de ser la persona que sigo moldeando.

A mi abuela y tío que partieron antes, pero que también participaron activamente de mi desarrollo profesional.

A Dios quién siempre me cuida y camina conmigo. Soy testigo de su gran amor y poder.





Resumen

Las organizaciones tienen como finalidad satisfacer las necesidades del cliente, es por ello que el objeto de este trabajo será el desarrollo de un proceso estratégico de sensibilización realizada al gerente general de la empresa de estudio a través de un análisis del entorno e identificación de medios que se ajustarán según la participación de la persona a sensibilizar con el propósito de dar solución al problema existente para introducir herramientas tecnológicas en los procesos administrativos, una necesidad no atendida en la empresa que estaba teniendo repercusión en la satisfacción del cliente y cierre de venta.

Tras la identificación del problema, esta estrategia se definirá dentro de un plan de acción.

Finalmente, la efectividad del proceso permitió la implementación de herramientas tecnológicas que ayudarán a satisfacer las diferentes necesidades de los clientes en la experiencia de compra.





Tabla de contenido

Introducción	9
Capítulo 1. Aspectos generales	11
1.1 Descripción de la empresa.....	11
1.1.1 Ubicación.....	11
1.1.2 Actividad económica	11
1.1.3 Organigrama.....	11
1.2 Descripción general de la experiencia profesional.....	12
1.2.1 Actividad profesional desempeñada.....	12
1.2.2 Propósito del puesto	12
1.2.3 Producto o proceso que es objeto del informe	13
1.2.4 Resultados concretos logrados	14
Capítulo 2. Fundamentación	15
2.1 Teoría y la práctica en el desempeño profesional	15
2.1.1 Proceso.....	15
2.1.2 Sensibilización.....	15
2.1.3 Herramientas tecnológicas.....	16
2.1.4 Proceso administrativo	16
2.1.5 Digitalización.....	16
2.1.6 Adaptabilidad.....	16
2.2 Descripción de las acciones, metodologías y procedimientos	17
2.2.1 Análisis del Entorno.....	17
2.2.2 Plan de acción	17
Capítulo 3. Aporte y desarrollo de experiencias.....	21
3.1 Aportes.....	21
3.2 Desarrollo de experiencias.....	21
Conclusiones.....	23
Recomendaciones	25
Lista de referencias	27
Apéndices.....	29
Apéndice A. Organigrama	31
Apéndice B. Proceso de Sensibilización.....	32
Apéndice C. Variación de las ventas antes, durante y después de pandemia.....	33
Apéndice D. Recuperación de las ventas.....	34
Anexos.....	35
Anexo 1. Proceso administrativo como medio de ejecución de la estrategia empresarial.....	37
Anexo 2. Currículum Vitae	38



Introducción

El mundo es dinámico e incierto y la tecnología es resultado y origen de ello, sin embargo, su presencia se ha convertido en necesaria para las empresas debido a la diversidad de soluciones que ofrece. De esta manera es indispensable presentar disposición al cambio y usar las herramientas tecnológicas adecuadas con la finalidad de sobrevivir.

Actualmente la mayoría de las empresas, sin importar el tamaño, han optado por acoger al menos una herramienta tecnológica de apoyo para el cumplimiento de sus actividades. No hacerlo originaría problemas.

Este es el caso de esta empresa de estudio que manejaba de antaño procesos administrativos manuales pero que ante la exigencia de un entorno cambiante y tecnológico logra sensibilizarse al cambio tecnológico a través de un proceso para introducir herramientas digitales.

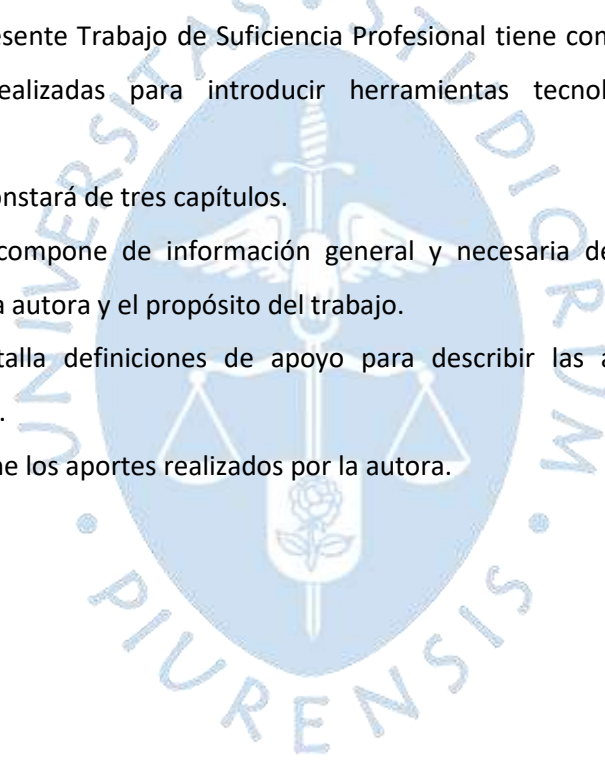
Para ello, el presente Trabajo de Suficiencia Profesional tiene como propósito presentar las diferentes acciones realizadas para introducir herramientas tecnológicas en los procesos administrativos.

Su estructura constará de tres capítulos.

El primero se compone de información general y necesaria de la empresa de estudio, experiencia laboral de la autora y el propósito del trabajo.

El segundo detalla definiciones de apoyo para describir las acciones realizadas en el procedimiento utilizado.

El tercero expone los aportes realizados por la autora.





Capítulo 1. Aspectos generales

1.1 Descripción de la empresa

El presente trabajo se desarrollará de manera discreta, por lo que no se dará a conocer datos específicos de la empresa, sin embargo, para conocer el marco en dónde se desenvuelve, se proveerá de información generalizada y necesaria.

La empresa de estudio, se clasifica como una microempresa que pertenece al sector comercial y cuenta con una trayectoria de más de 19 años en el mercado piurano, constituyéndose formalmente como tal, en octubre del año 2003.

Se trata de una entidad familiar conformado inicialmente por seis hermanos, de los cuales, y en acuerdo mutuo decidieron derivar toda responsabilidad a uno de ellos, quién actualmente desempeña todas las funciones y ocupa el puesto de gerente general a sus 62 años. Además de él, cuenta también con cinco trabajadores que tienen formación profesional o están estudiando. Así mismo esta mype presenta procesos administrativos manuales.

1.1.1 Ubicación

Se encuentra ubicada en la ciudad de Piura, distrito de Catacaos.

1.1.2 Actividad económica

Su principal actividad a desarrollar, es la venta de lubricantes y repuestos automotriz, cuyo público objetivo o clientes de consumo final son los transportistas de vehículos pesados y livianos de transmisión automática aledaños del lugar, pertenecientes a una línea, empresa o independientes y transportistas pasantes de rutas largas, que necesiten una solución antes de emprender un viaje a diferentes ciudades del país.

Ofrece también, como valor añadido, el servicio de mantenimiento del vehículo en el local o a domicilio, de forma dependiente o independiente a la actividad principal y al valor de venta.

1.1.3 Organigrama

La empresa, a pesar de su trayectoria, no cuenta con un organigrama constituida formalmente por lo que, para entender la estructura de la organización, la autora a través de su experiencia laboral infiere lo siguiente:

En el apéndice A, se observa el cargo del gerente general quién presta servicio de un staff financiero y cumple la función de realizar análisis financieros y asesoramiento ante cualquier decisión financiera. Este rol es ejecutado por su hermana. También presta servicio de un staff contable que se encarga de registrar los impuestos y hacer declaraciones tributarias a partir de los análisis financieros. Por último, esta microempresa cuenta con tres áreas: administrativa, comercial y operativa, las cuales son desempeñadas por diferentes colaboradores y el mismo gerente, que aparte de cumplir su cargo gerencial se involucra en las diferentes áreas, con la finalidad de enseñar y guiar

las actividades de los colaboradores, supervisar el cumplimiento de los objetivos de la empresa y generar confianza para una efectiva comunicación con el cliente.

1.2 Descripción general de la experiencia profesional

La autora de este TSP, fue capacitada para realizar funciones en dos áreas en un sector donde no tenía conocimiento, pero si poseía practica en gran parte de las funciones, por lo que esta experiencia significó un reto, ya que no sólo adquirió nuevas habilidades duras, sino que también aprendió a descubrir, potenciar, modelar y usar sus habilidades blandas para enfrentar y adaptarse a este entorno y obtener, de esta forma, los resultados esperados.

1.2.1 Actividad profesional desempeñada

La autora, fue contratada en noviembre del año 2019 como asistente administrativo para el área administrativa y comercial hasta febrero del año 2021, desempeñando diversas funciones tales como:

- Aperturar el local.
- Atención al cliente y ejecución de la venta.
- Manejo de efectivo diario tanto de caja chica como de caja madre, esta última según autorización del gerente.
- Elaboración de reporte diario de caja.
- Gestión documentaria.
- Verificación y recepción de mercadería de acuerdo a la política interna de la empresa y validación de la misma mediante visto bueno.
- Actualización de inventario de forma manual y seguimiento y control para la normal operación.
- Realizar pagos a proveedores de forma inmediata o según política de pago establecido por el mismo proveedor.
- Realizar seguimiento de cuentas por cobrar a clientes.
- Cumplimiento de funciones gerenciales, según indicaciones el gerente.
- Otras funciones administrativas.

1.2.2 Propósito del puesto

La autora expone que un asistente administrativo en la organización, tiene como función proporcionar al gerente general apoyo de forma directa en diversas actividades cotidianas, y ocupa un cargo de confianza que varía de acuerdo a una evaluación a través del tiempo basado en la ética personal y profesional.

Si el puesto es desempeñado correctamente por el asistente, se procede asignar actividades de mayor responsabilidad con la finalidad de vigilar, atender y mantener un orden de las tareas y operaciones en beneficio de la empresa y demanda, siendo el principal propósito del cargo.

Para la autora, gestionar este propósito implicó los siguientes desafíos:

- Capacidad de aprendizaje continua del sector, para brindar asesoramiento en la compra del producto.
- Capacidad de escucha al cliente, para poder entender y atender correctamente sus necesidades.
- Desarrollar la habilidad de expresión verbal, para gestionar todo tipo de cliente, y de esta forma crear lazos de confianza y familiaridad.
- Capacidad de observación y atención a los detalles en las diferentes áreas con la finalidad de detectar y contrarrestar irregularidades.
- Capacidad de análisis financiera.
- Capacidad para la toma de decisiones.
- Cumplir con las normas, políticas y valores establecidas por la microempresa.

1.2.3 *Producto o proceso que es objeto del informe*

El presente trabajo tiene como propósito presentar la implementación de herramientas tecnológicas en el desarrollo de los procesos y la adaptación de estas competencias en la microempresa.

Para la autora, según el gerente, este proceso de implementación no representaba anteriormente una necesidad para el negocio debido al flujo regular de clientes y de los ingresos, por lo que la organización siempre empleó procesos manuales que funcionaban bien dentro de ella, y externamente los clientes manifestaban una respuesta de satisfacción.

Posteriormente, a inicios del año 2020, algunos clientes, según la autora, empiezan a emitir recomendaciones respecto a la falta de herramientas tecnológicas para cerrar la venta.

Meses después, el surgimiento de una pandemia, provocado por la enfermedad del COVID-19 obliga a las empresas a digitalizarse, haciendo que estas recomendaciones acerca de la ausencia de competencias digitales, se transformen en exigencias fuertes para la empresa; originando, por consiguiente, una disminución en las ventas, identificada en los reportes de caja diaria, producido por la insatisfacción al cliente en la atención y el desinterés, respecto al uso de la tecnología, por parte del gerente en atender esta necesidad.

Inmediatamente, para solucionar este problema, la autora realiza y pone en marcha un plan de acción con la finalidad de sensibilizar al gerente general para la introducción de tecnología en los procesos administrativos en la empresa.

Finalmente, el proceso de sensibilización, después de un trabajo arduo, presenta efectividad en la persona aplicada.

1.2.4 Resultados concretos logrados

La introducción de tecnología en los procesos administrativos en la microempresa, logró lo siguiente:

- Cierre de ventas exitosas.
- Recuperación de ventas.
- Satisfacción del cliente reflejado a través de recomendaciones.
- Recuperación de imagen de la empresa en el mercado.
- Rapidez en los procesos administrativos.



Capítulo 2. Fundamentación

2.1 Teoría y la práctica en el desempeño profesional

Para definir lo que es el proceso de sensibilización para la implementación de herramientas tecnológicas en los procesos administrativos en la empresa, la autora del TSP desglosará las palabras del tema de estudio, con la finalidad de comprender el desarrollo del trabajo.

2.1.1 *Proceso*

Según Chiavenato (2001) define proceso como:

cualquier fenómeno que presente cambio continuo en el tiempo o cualquiera operación que tenga cierta continuidad o secuencia. El concepto de proceso implica que los acontecimientos y las relaciones entre éstos son dinámicos, están en evolución y cambio constante. El proceso no es una situación inmóvil, estancada ni estática, sino móvil, continua y sin comienzo ni fin, en una secuencia fija de eventos. (p. 132)

2.1.2 *Sensibilización*

Según Mendoza y otros (2014) definen el término sensibilización como “el proceso relativo al marco del aprendizaje. Está formado por tres grandes subprocesos de carácter afectivo – motivacional que son: la motivación, la emoción y las actitudes” (p. 19).

Según Ramírez (2016) el proceso de sensibilización “consiste en el aumento de la respuesta de un organismo a un estímulo por la mera presentación de este. Es decir, llegar a un estado de activación cada vez mayor al recibir un tipo de estímulo”.

Por otro lado, Sánchez (2009) propone que “la sensibilización es un proceso a medio y largo plazo y que debe ser un proceso continuo, abierto y transversal para que sea realmente efectivo”.

También afirma que “la herramienta básica de la sensibilización es la comunicación” Sánchez (2009).

Por lo que la palabra comunicación se define “como información y formación, pero también como la generación de espacios para la relación y la participación de la ciudadanía en la definición de los problemas y en la búsqueda de soluciones” (Sánchez, 2009).

Finalmente, Sánchez (2009) explica que para realizar la estrategia de sensibilización se debe hacer, en primer lugar hacer un diagnóstico del entorno con la finalidad de identificar el momento en que realizará este proceso y la persona que influye en el participante a sensibilizar, a partir de este diagnóstico se definirá los objetivos de la estrategia de sensibilización, los participantes que intervienen en el proceso, el mensaje a transmitir, actuaciones de la actividad (campañas, talleres, charlas, reuniones) y cuáles serán los medios de difusión. (Apéndice B)

2.1.3 Herramientas tecnológicas

Según Euroinova (2022) es “cualquier software o hardware que se encargue de facilitar las tareas en materia de tecnología”.

En este sentido, Torreciilla (2022) explica que “las herramientas tecnológicas pueden ser utilizadas de diferentes formas en las organizaciones, algunas están destinadas a apoyar los procesos administrativos, y otras son fundamentales para la organización de las operaciones y la administración de la empresa en su totalidad”.

2.1.4 Proceso administrativo

Según Chiavenato (2001):

El proceso administrativo es un medio de integrar diferentes actividades para poner en marcha la estrategia empresarial. Después de definir los objetivos empresariales y formular la estrategia que la empresa pretende desarrollar -analizando el ambiente que rodea la empresa, la tarea que debe desempeñarse y la tecnología que se utilizará, así como las personas involucradas-, debe administrarse la acción empresarial que pondrá en práctica la estrategia seleccionada. (p. 132) – Anexo 1

Asimismo, la autora del TSP definirá adicionalmente los conceptos de digitalización y adaptabilidad como variables influyentes para realizar el proceso de sensibilización:

2.1.5 Digitalización

Duro (2020) define digitalización como aquella que “acude a la tecnología para mejorar o automatizar los procesos que ya haces en tu empresa”.

De este modo, “digitalizar una empresa hace referencia al proceso a través del cual una empresa utiliza herramientas, tecnología y ecosistemas digitales para brindar mayor valor a los clientes, nuevas experiencias, soluciones y modelos de negocios” (Ramírez, 2022)

Finalmente, esta “mentalidad de organización digital es una forma de pensar en la resolución de problemas y la creación de valor a través de una lente que prioriza lo digital, manteniendo siempre el enfoque en el cliente final” (Ramírez, 2022).

2.1.6 Adaptabilidad

Goleman (1999) expone que “en estos tiempos, lo único constante en el trabajo es el cambio” (p.130). Sin embargo, para enfrentarlo es necesario adaptarse a ello.

Por lo que adaptabilidad se define como aquella que:

requiere de flexibilidad para tomar en cuenta las múltiples perspectivas de determinada situación. Esta flexibilidad depende, a su vez, de la fortaleza emocional: la capacidad de sentirse a gusto con la ambigüedad y mantener la calma frente a lo inesperado. Otra aptitud que sirve de apoyo a la adaptabilidad es la confianza en uno mismo, sobre todo la seguridad que nos permite adaptar rápidamente nuestras reacciones y hasta descartarlo todo sin reservas cuando cambia la realidad. (Goleman, 1999, p. 130-131)

Por otro lado, la falta de adaptabilidad hace que las personas se vean “gobernadas por el miedo, el nerviosismo y una profunda incomodidad personal ante el cambio” (Goleman, 1999, p. 130).

2.2 Descripción de las acciones, metodologías y procedimientos

2.2.1 Análisis del Entorno

La pandemia Covid 19 obligó a las empresas en el mundo, sin importar su tamaño, a digitalizarse y a introducir herramientas tecnológicas.

Por otro lado, la empresa de estudio al regresar de cuarentena a mediados del año 2020, continuó ejerciendo sus actividades sin introducir ningún cambio tecnológico en los procesos administrativos, sin embargo, no hacerlo representó la aparición de insistentes casos de quejas, molestias e insatisfacción de clientes por falta de herramientas tecnológicas en la empresa, los cuales en la mayoría de los casos al no ser atendidos en esta necesidad anulaban la venta.

En seguida se observó también ausencia de clientes. Para ello, una evaluación externa basada en la observación y en los reportes de caja diaria, confirma la existencia de un problema reflejada en la disminución de las ventas en un 51.74% respecto a las ventas antes de pandemia.

Por lo que se procede a presentar en una reunión con la gerencia, un reporte de la evaluación, destacando dicha variabilidad de las ventas; y los diversos casos de malestar de los clientes que impedían cerrar una venta debido a la ausencia de las competencias digitales.

Como respuesta a la evaluación, el gerente confirmó también, a través de su participación directa en el área comercial, la caída de las ventas manifestando, por ende, preocupación de ese punto.

Finalizada la reunión, el gerente mostró optimismo en la recuperación de las ventas y al mismo tiempo en el tema de las herramientas tecnológicas como necesidad actual del cliente, por lo que se infirió que existía indisposición para introducir las en la empresa.

De este modo se observó que el problema radicaba en la indisposición de introducción de herramientas tecnológicas en la empresa por parte del gerente; que originaba como consecuencia, insatisfacción de clientes y disminución de las ventas.

En este sentido, para hacer frente al problema existente en la empresa, se realizó un plan de acción con el propósito de contrarrestar el problema.

2.2.2 Plan de acción

Consistió en la realización de dos pasos, donde el último depende del resultado del primero, estos son:

- Implementación de un proceso de sensibilización para la introducción de herramientas tecnológicas.
- Realización de capacitaciones para el uso de tecnología.

2.2.2.1 Proceso de sensibilización. Se basó en los siguientes pasos:

- *Diagnóstico del entorno:* Se identificó a través de un estudio detallado, que el momento más adecuado para implementar y desarrollar el proceso, sería durante las conversaciones matutinas cotidianas después de la apertura del local.
- *Definición de los objetivos de la estrategia:* Se definió los objetivos del proceso y se clasificó en dos tipos. Como objetivo general se planteó lograr la sensibilización en el gerente general mediante una campaña cautelosa para introducir herramientas tecnológicas en los procesos administrativos en la empresa; y como objetivos específicos, identificar y seleccionar la persona adecuada para realizar el proceso, definir el mensaje a transmitir, definir la actividad donde se transmitirá el mensaje y, por último, definir los medios que contendrán el mensaje a transmitir.
- *Definición de los participantes:* Se consideró que la persona responsable debía tener características tales como manejo de personas, habilidades comunicativas y de escucha, capacidad de observación para introducir un tema, empatía, asertividad y poder de convencimiento; esto con la finalidad de cuidar la salud emocional del gerente o persona a sensibilizar. La persona adecuada para llevar el proceso se identificó que sería la autora debido a su experiencia laboral con manejo de personas y conocimientos técnicos adquiridos por la universidad.
- *Definición del mensaje a transmitir:* Su contenido se definió de forma clara y precisa.
- *Definición de la actividad:* Se determinó que el proceso se realizará a través de diferentes charlas o diálogos matutinos.
- *Medios de difusión:* Se concretó que los medios en donde se difundirá el mensaje será a través material didáctico, tales como videos motivacionales del uso de tecnología y sus beneficios, noticias actuales de pymes en pandemia, entre otros.

El proceso se introdujo inicialmente de forma lenta con la finalidad de detectar y seleccionar el medio de difusión que genere mayor interacción entre los participantes y evitar de este modo estrés o algún malestar entre ambos participantes.

La aplicación de este proceso de forma diaria, ardua y cautelosa identifica cierto progreso a corto plazo, a través del diálogo asertivo y curiosidad del participante por lo que se decide subir el grado de intensidad.

Paralelo al desarrollo del proceso, las constantes quejas de los clientes continuaban en la misma dirección, pero ahora el gerente empieza a mostrar interés por atender dicha necesidad actual y lo manifiesta a través de la disposición por atenderla.

Con el transcurso de los días este interés se hace más fuerte y lo expresa en el deseo de eliminar el miedo que le causa el uso de la tecnología en la empresa y así introducir las herramientas tecnológicas.

2.2.2.2 Capacitaciones. Al tener efectividad el proceso de sensibilización, que tuvo una duración de 4 meses, la autora procede a la enseñanza básica de herramientas tecnológicas por medio del ejemplo.

La enseñanza también fue gradual, sin embargo, la disposición total del gerente y su rápido aprendizaje, agilizó el proceso.





Capítulo 3. Aporte y desarrollo de experiencias

3.1 Aportes

La autora de este trabajo basó su aporte en la capacidad analítica obtenida en la carrera de administración y en su experiencia laboral en áreas comercial y de negocios, el cual le permitió identificar el problema, definida en la resistencia de la introducción de herramientas tecnológicas originados por un temor por parte del gerente a la tecnología, y dar solución a ella a través del proceso de sensibilización.

Su principal aporte fue implementar, herramientas tecnológicas en los procedimientos administrativos, pasando de facturas y boletas manuales a electrónicas, y de moneda física a moneda digital (transferencias bancarias, yape, plin, etc.), entre otros procesos, con la finalidad de atender las nuevas exigencias de los clientes y proveedores.

La introducción de estas herramientas permitió también realizar capacitaciones dinámicas para cada implementación de competencias digitales y para cada colaborador nuevo en la empresa.

Ambos aportes han permitido:

- Incremento de las ventas post pandemia en un 100.06% respecto a las ventas durante pandemia. (Apéndice C)
- Las ventas post pandemia se han recuperado en su totalidad en un 96.55% respecto a las ventas antes de pandemia. (Apéndice D)
- Los tiempos en los procesos administrativos realizadas con herramientas digitales pasó aproximadamente de tres minutos a un promedio de minuto y medio.
- Asimismo, la empresa generó un nuevo estatus debido a la presencia de competencias digitales que brindan soluciones en los procesos administrativos.

3.2 Desarrollo de experiencias

Para la autora ser partícipe de esta experiencia y liderar el proceso de mejora fue significativa debido al logro de los resultados esperados.

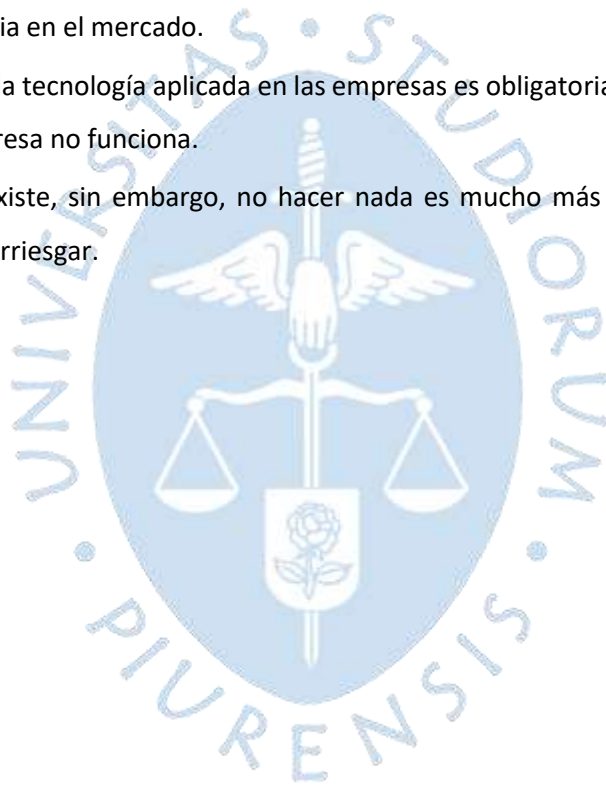
Este proceso de sensibilización al gerente implicó un gran reto para ella, por ser un proceso de prueba y error para la selección adecuada del medio en la transmisión del mensaje, también por velar la salud de ambos participantes y no generar estrés, malestar o alguna enfermedad.

Por último, la correcta evaluación y desarrollo del proceso, logró no sólo la implementación de herramientas tecnológicas, sino que el logro principal se vio reflejado en el perfil del gerente y su adaptación al cambio a través de la solicitud actual de un control digital de su inventario a la autora quién actualmente brinda asesoría a la empresa en temas de tecnología para procesos administrativos.



Conclusiones

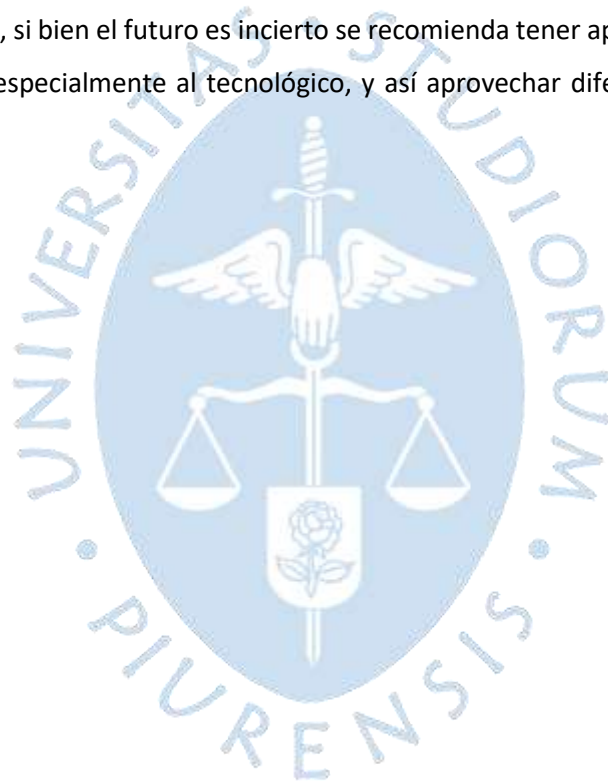
- La ejecución del proceso estratégico de sensibilización indica un alto grado de responsabilidad, ya que la persona capacitada trabaja con el lado emocional de la persona y necesita proteger la salud de los participantes en todo el proceso.
- Asimismo, este proceso significó el quiebre de una mentalidad obsoleta y el inicio de una mentalidad innovadora tecnológicamente.
- La correcta aplicación del proceso de sensibilización genera iniciativa, participación, concientización y cambios positivos en la empresa.
- Con la implementación de las herramientas tecnológicas se ha respondido a la necesidad de una demanda no atendida, logrando efectividad en la empresa, competitividad y permanencia en el mercado.
- Hoy en día la tecnología aplicada en las empresas es obligatoria para poder sobrevivir, sin ella la empresa no funciona.
- El miedo existe, sin embargo, no hacer nada es mucho más peligroso y mortal que el intentar y arriesgar.





Recomendaciones

- Se debe aplicar la comunicación ascendente, descendente y horizontal con la finalidad de generar confianza y detectar debilidades o posibles problemas a tiempo que pueden perjudicar el bienestar interna y externa de la empresa.
- Se recomienda brindar capacitaciones dinámicas ante el ingreso de una nueva competencia digital o colaborador.
- Se sugiere medir el grado satisfacción al cliente de acuerdo a un período establecido para conocer posibles fallas en el proceso de atención y venta.
- La empresa debe estar constantemente analizando las tendencias y necesidades actuales de los clientes y adaptarse a ellas.
- Finalmente, si bien el futuro es incierto se recomienda tener aptitud, voluntad y fortaleza al cambio especialmente al tecnológico, y así aprovechar diferentes oportunidades del mercado.





Lista de referencias

- Chiavenato, I. (2001). *Administración: Proceso administrativo. Teoría Proceso y práctica. (3ª ed.)*. McGraw- Hill
- Duro, S. (31 de agosto de 2020). ¿Qué es la digitalización de las empresas y qué papel juega en los negocios? *El blog de Sonia Duro Limia*
<https://soniadurolimia.com/que-es-digitalizacion-de-las-empresas/>
- Euroinnova (s.f.). *¿Qué son herramientas tecnológicas?*
<https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-son-herramientas-tecnologicas>
- Goleman, D., Zilli E., traductor. (1999). *La inteligencia emocional en la empresa (1ª ed.)*. Buenos Aires: Barcelona: Javier Vergara.
- Mendoza, F. S., Terranova, J. R., Zambrano, V. G., & Macías, M. M. (2014). Estrategias de sensibilización y atención para la generación de interés en el aprendizaje de lengua. *International Journal of Developmental Educational Psychology*, 3(1), 17-30.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349851785002>
- Ramírez, L. (5 de mayo de 2022). Guía completa para digitalizar una empresa. *IEBS Digital school*.
<https://www.iebschool.com/blog/como-digitalizar-una-empresa-en-10-pasos-tecnologia/>
- Ramírez, R. (10 de octubre de 2016). La sensibilización, una forma de aprendizaje pre- asociativo. *Psicología y mente*.
<https://psicologiaymente.com/psicologia/sensibilizacion-aprendizaje-pre-asociativo>
- Sánchez, E. (19 de mayo de 2009). ¿Qué es la sensibilización? *Normatividad y legislación de los SIG*.
<https://normatividadlegislacionsig.blogspot.com/2009/05/que-es-la-sensibilizacion.html>
- Torrecilla, J. (28 de marzo de 2022). Herramientas tecnológicas en la gestión empresarial. *Astraps*.
<https://www.astraps.com/articulo/1610/herramientas-tecnologicas-en-la-gestion-empresarial/>

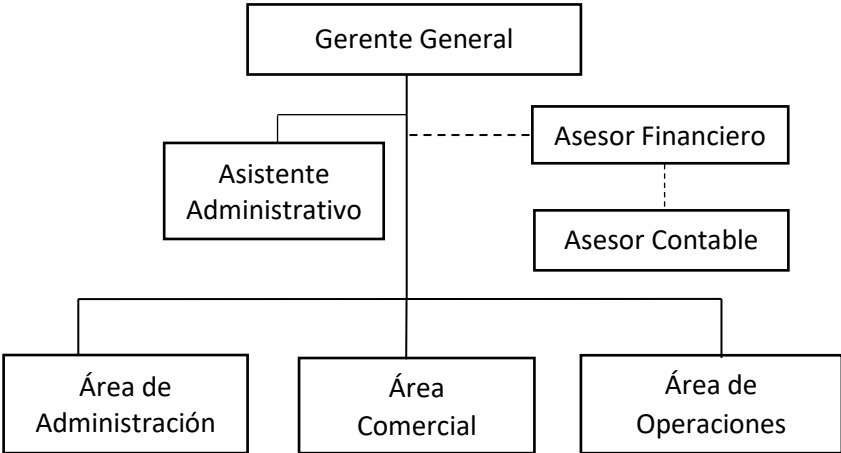


Apéndices



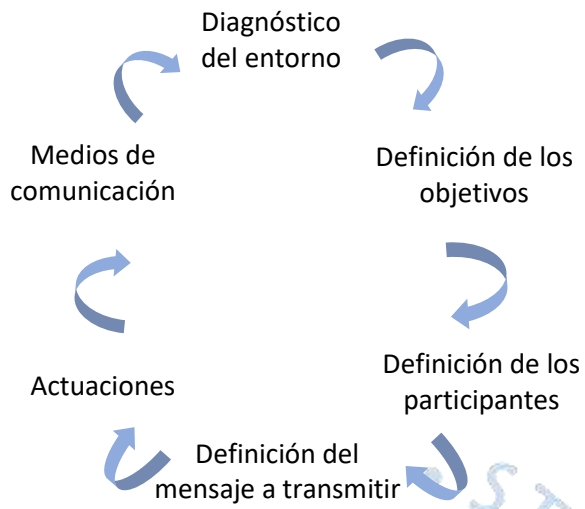


Apéndice A. Organigrama



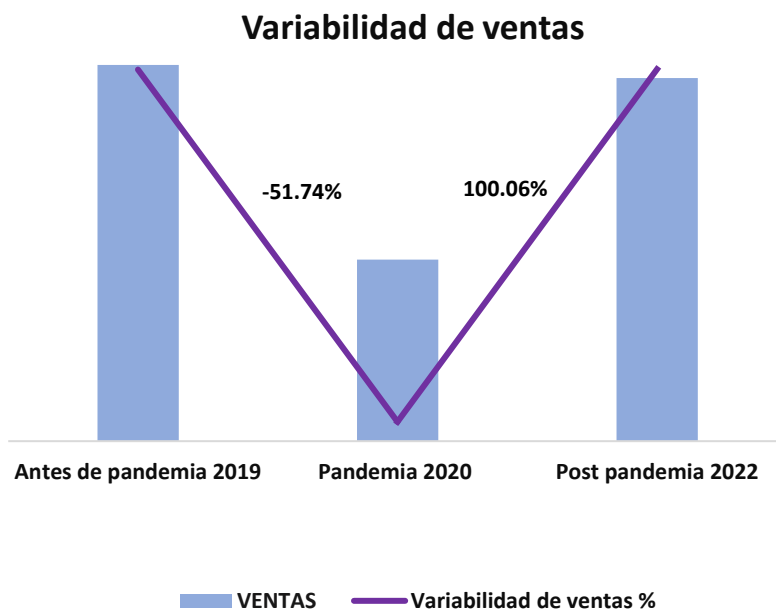
Nota. Elaboración propia



Apéndice B. Proceso de Sensibilización

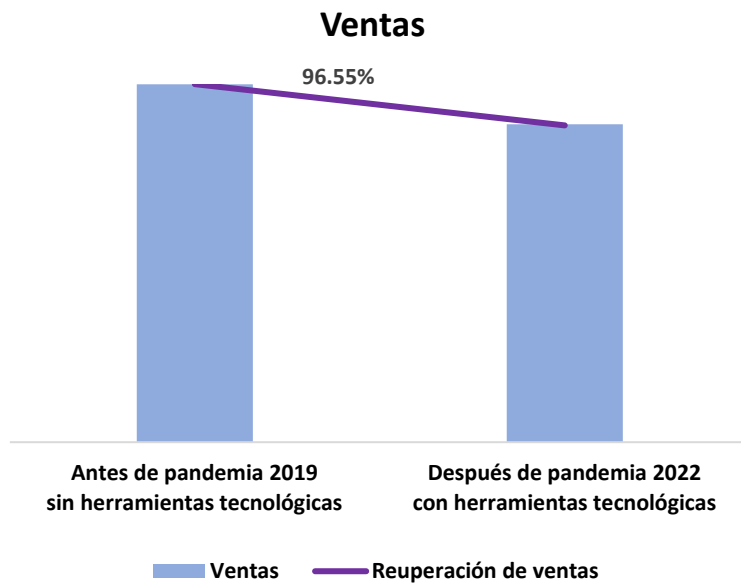
Nota. Elaboración propia en base a “*Qué es la sensibilización*” (Sánchez, 2009)



Apéndice C. Variación de las ventas antes, durante y después de pandemia

Nota. Elaboración propia en base a información de la empresa de estudio



Apéndice D. Recuperación de las ventas

Nota. Elaboración propia en base a información de la empresa de estudio

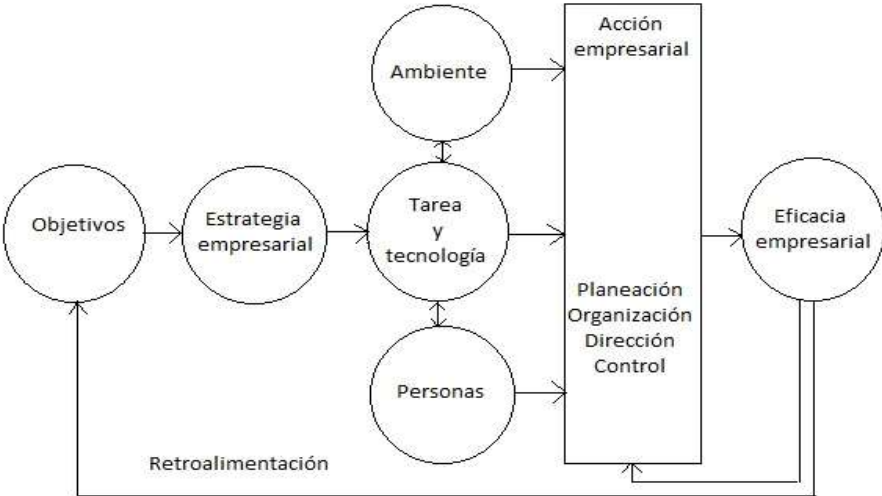


Anexos

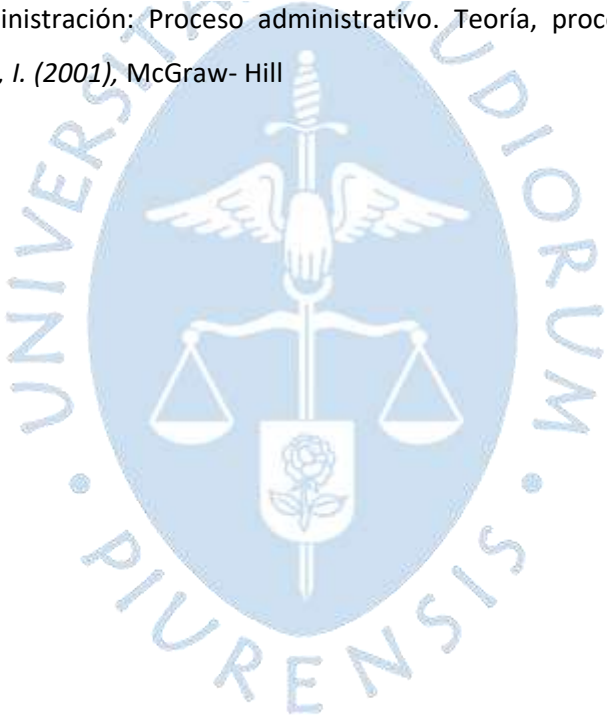




Anexo 1. Proceso administrativo como medio de ejecución de la estrategia empresarial



Nota. Tomado de Administración: Proceso administrativo. Teoría, proceso y práctica (p. 133), por Chiavenato, I. (2001), McGraw- Hill



Anexo 2. Currículum Vitae**GIULIANA HERRERA JUAREZ**

Bachiller en Administración de Empresas Universidad de Piura

Fecha de Nacimiento: 31/12/1994

Estado civil: soltera

DNI: 75731033

Celular: 985747539

E-mail: giuliana.herrera.juarez@gmail.com

Administradora de Empresas en proceso de titulación, con capacidad analítica y habilidades para el logro de las metas generales de la empresa, proactiva, con vocación por el servicio, adaptabilidad y con experiencia en área logística, administrativo, financiero y contabilidad.

Mis expectativas profesionales son continuar con el crecimiento de mi carrera a través de la experiencia, capacitaciones y estudios de posgrado.

EDUCACIÓN

Febrero 2018 Universidad de Piura- Piura

Diciembre 2011 2011 IEP "BELÉN" - Piura

EXPERIENCIA LABORAL

Logixtal S.A.C: Asistente Administrativo Logístico (Sept 2021- Jun 2022)

- Gestionar mercadería física y en sistemas (entradas, salidas y devoluciones por mermas o falta de cumplimiento de calidad de la misma).
- Armar pedidos con los productos señalados por el sistema.
- Gestión documentaria.
- Asistir al personal de campo con información requerida.
- Elaborar informes de movimiento de caja diaria, mercadería y otros.
- Manejo de herramienta Excel y sistemas internos y externos.

CMAC Sullana: Asesor de Negocios (May 2019 -Nov 2019)

- Promocionar a clientes potenciales, realizar una pre evaluación en centrales de riesgo, colocar productos intangibles y hacer evaluaciones cruzadas con el cumplimiento a las resoluciones del Comité de créditos.
- Hacer seguimiento a los créditos vigentes y recuperar créditos caídos.
- Manejo de caja y cobranzas de créditos diarios y semanales.

LOGROS

- En Logixtal S.A.C., en el área administrativa se logró controlar todo el proceso logístico para una entrega efectiva del producto al consumidor final.
- En CMAC Sullana, área de negocios, se logró cumplir con una cartera de clientes y ventas.

IDIOMAS

- Inglés nivel Avanzado (Centro de Idiomas de Universidad de Piura).

HABILIDADES

- Conocimiento intermedio: Microsoft Office
- Conocimiento intermedio: Oracle

SEMINARIOS, EVENTOS, CURSOS, DIPLOMADOS

- Abril 2021. **Curso virtual de Importaciones**
(Escuela de Importaciones - EVDI)
- Febrero 2019. **Formación de Asesor de Negocios**
(Escuela de Microfinanzas CMAC Sullana)
- Agosto 2017. **Seminario “Competencias en la Gestión Pyme”**
(Universidad de Piura)
- Setiembre 2015. **Seminario Anual de Liderazgo y Empleabilidad**
(Universidad de Piura)