

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL
DE HUAMANGA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**



**“Soporte de tecnologías de información para la toma de decisiones
inteligentes en el restaurant turístico Viavia de la ciudad de Ayacucho –
2018-2019”**

**Tesis para optar el Título Profesional de:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Presentado por:

Bach. Americo Segura Matto

Bach. Luis Ivan Arostegui Gutierrez

Asesor:

Lic. Juan Felipe Anicama Córdova

Ayacucho - Perú

2023

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a la
Vida por darme esta oportunidad.

Américo Segura Matto

El presente trabajo está dedicado a mi
Facultad y a la Escuela de Formación
Profesional de Administración de
Empresas.

Luis Iván Aróstegui Gutiérrez

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, mi familia y a mis profesores de la tricentenario UNSCH.

Américo Segura Matto

Agradezco en primer lugar a Dios y cómo no, a mi familia mis padres y hermanos.

Luis Iván Aróstegui Gutiérrez

RESUMEN

El presente trabajo de investigación planteó como problema la magnitud de la repercusión de un escaso o inadecuado uso de tecnologías de información y comunicación en la toma de decisiones de la Gerencia General del Restaurante Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho. Para lo cual se planteó como objetivo examinar ¿cómo? la tecnología de información y comunicación repercute en la captura o entrada, procesamiento y almacenamiento de datos y el correspondiente reporte de información, el cual otorga soporte y sustento a la toma de decisiones por parte de la Gerencia General del Restaurante Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho.

Para abordar el problema y cumplir con el objetivo establecido en el trabajo de investigación, la hipótesis planteada fue que el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación, influyen en la captura (input), proceso y entrega ((output)) de información para la toma de decisiones por parte de la Gerencia General del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho.

Con la finalidad de contrastar y comprobar la hipótesis, el estudio se validó con juicio de expertos consultados.

El estudio se programó como una investigación de tipo básico, tomando en consideración su teorización; y, práctico, por su nivel de aplicación en el Restaurante Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho.

En el trabajo de campo, en cuanto se refiere al acopio de información de fuente primaria, se realizaron a través de un sistema de muestreo de 138 encuestas a

funcionarios, trabajadores y clientes, con un nivel de confianza del 95% e inferencia estadística mediante la prueba del Chi Cuadrado, con un nivel de significancia del 5%, por tratarse de variables cualitativas: Toma de Decisiones (Variable Dependiente) y Tecnologías de Información y Comunicación (Variable Independiente).

Conforme al objetivo propuesto, el resultado de la investigación concluyó en que el nivel y tipo de uso de las Tecnologías de Información y Comunicación, **influyen significativamente** en la entrada (input), proceso y entrega (output) de información para la toma de decisiones por parte de la Gerencia General del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, con un nivel de 95% de confiabilidad.

Otra aseveración importante del estudio, basado en el cálculo del coeficiente de determinación ($R^2=0.996$), es que el grado de relación entre las Variables Independiente (TICs) y Dependiente (Toma de Decisiones), es realmente alto, muy próximo a uno (1), por tanto, casi perfecta. Lo que quiere decir entonces, que la **Toma de Decisiones**, tiene mayor nivel de efectividad, cuanto mayor se usen las tecnologías de Información.

Vale decir, que, a mayor y mejor uso de TICs, las Gerencia dispone de mayor información oportuna, confiable y relevante, que soporte la toma de decisiones; llevando a los gerentes, desde escenarios de incertidumbre y riesgo, hasta escenarios de certeza en la toma de decisiones.

Palabras clave:

Tecnologías de Información y Comunicación

Toma de Decisiones

Gestión de Información

Mejora continua

Competitividad

Liderazgo

ASBATRAC

The present study, raised as a research problem the magnitude of the impact of a scarce or inappropriate use of information and communication technologies, in the decision making of the General Management of the ViaVia Tourist Restaurant of the city of Ayacucho. For which, it was formulated examine the form of how? Information and communication technology has an impact on the capture or entry, processing and storage of data and the reporting of information, which provides support for the decision making of the General Management of the ViaViaTourist Restaurant in the city of Ayacucho.

To address the problem and achieve the established objective, the hypothesis was designed so that the type and level of use of Information and Communication Technologies influence the capture (input), process and delivery ((output)) of the information that provides support for decision making by the General Directorate of the ViaViaTourist Restaurant in the city of Ayacucho.

To contrast and test the hypothesis, the study was validated with the opinion of the experts consulted.

The study was programmed as a basic investigation, taking into account its theorization; and, practical, for its level of application in the ViaViaTourist Restaurant in the city of Ayacucho.

In the field work, with regard to the collection of information from primary sources, they were carried out through a sampling system of 138 surveys to officials, workers and clients, with a 95% confidence level and inference statistics using the Chi-square test, with a level of significance of 5%, since these are qualitative variables: decision making (dependent) and information and communication technologies (independent).

In accordance with the proposed objective, the result of the investigation concluded that the type and level of use of Information and Communication Technologies significantly influence the capture (input), process and delivery ((output)) of information that supports the decision making by the General Management of the ViaVia Tourist Restaurant of the city of Ayacucho, with a level of 95% reliability.

Another important affirmation of the study, based on the calculation of the coefficient of determination ($R^2 = 0.996$), is that the degree of relationship between the Independent (ICTs) and Dependent (Decision Making) variables is really high, very close to one (1), therefore, almost perfect. Which means, then, that decision making has a higher level of effectiveness, how much greater is the use of Information and Communication Technologies.

That is, with greater and better use of ICT, the Administration has more timely, reliable and relevant information that supports decision making; placing managers, from scenarios of uncertainty and risk, in scenarios of certainty in decision making.

Keywords:

Information and Communication Technologies

Decision Making

Information Management

Continuous Improvement

Competitiveness

Leadership

INDICE

	Pág.
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ASBATRAC	vii
INTRODUCCION	12
Capítulo I	
ANTECEDENTES DE LA ENTIDAD OBJETO DE ESTUDIO	14
1.1 Antecedentes	14
1.2 Visión	14
1.3 Misión	15
1.4 Análisis FODA	15
1.5 Estrategias	16
1.6 Estructura Orgánica	18
1.7 Estructura Orgánica de Tecnologías de Información	19
Capítulo II	
PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.2 Planteamiento del Problema	20
2.1.1 Fundamentación del Problema	20
2.1.2 Formulación del Problema	21
a. Problema Principal	23
b. Problema Secundario	23
2.2 Delimitación de la Investigación	24
2.2.1 Delimitación Espacial	24
2.2.2 Delimitación Temporal	24
2.2.3 Delimitación Cuantitativa	24
2.2.4 Delimitación Social	25
2.3 Objetivo de la Investigación	25
2.3.1 Objetivo General	25
2.3.2 Objetivos Específicos	25
2.4 Justificación e Importancia de la Investigación	26
2.4.1 Justificación de la Investigación	26
2.4.2 Importancia de la Investigación	29
2.5 Formulación de la Hipótesis de la Investigación	31
a. Hipótesis General	32
b. Hipótesis Específicas	32
2.6 Variables de la Investigación	33
2.6.1 Variables Independientes	33
2.6.2 Variables Dependientes	33
2.6.3 Variable Interviniente	33
2.7 Metodología de Investigación	34
2.7.1 Metodología de Investigación	34

2.7.2	Tipo de Investigación	35
2.7.3	Nivel de Investigación	35
2.7.4	Diseño de Investigación	35
2.8	Población y Muestra	36
2.8.1	Universo	36
2.8.2	Población	37
2.8.3	Muestra	38
2.8.4	Estratificación de la Muestra	40
2.9	Fuentes de Información	40
2.9.1	Fuente Primaria	40
2.9.2	Fuente Secundaria	41
2.10	Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos	41
2.10.1	Análisis Documental	41
2.10.2	Encuesta	42
2.10.3	Entrevista	42
2.11	Procedimiento de Recopilación de Datos	42
2.12	Método de Análisis de Datos	42
Capítulo III			
FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN			44
3.1	Marco Histórico y Antecedentes	44
3.2	Sistema Teórico	48
3.3	Marco Conceptual	61
Capítulo IV			
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS			
	Presentación de resultados	65
4.1	Análisis de Resultado	69
4.2	Aplicación del Espiral de Mejora Continua	87
4.3	Estrategias del Ciclo de Mejora Continua	92
Capítulo V			
CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS			
5.1	Hipótesis General	111
5.1.1	Planteamiento de Hipótesis	111
5.1.2	Calculo de Chi cuadrado	111
5.1.3	Chi cuadrada de Tabla	113
5.1.4	Regla de Decisión Estadística	114
5.2	Hipótesis Específica	116
5.2.1	Primera Hipótesis Específica	116
5.2.2	Segunda Hipótesis Específica	120
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES			
	Conclusiones	125
	Recomendaciones	127
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS			129
ANEXOS			
	ANEXO 1	133
	ANEXO 2	138

INTRODUCCIÓN

La investigación denominada “Soporte de Tecnologías de Información para la Toma de Decisiones Inteligentes en el Restaurante Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho”, se ha efectuado con el propósito de establecer la forma de ¿cómo? el tipo y nivel de uso de las TICs, influyen en la captura(input), proceso y entrega ((output)) de información que brinda soporte a la toma de decisiones por parte de la Gerencia General. Para tal efecto, se ha considerado el impacto que las TICs ejercen en el proceso de generación, producción, transmisión, difusión y organización de la información en el ámbito de la organización.

La investigación ha podido establecer como conclusión, que las TICs constituyen una herramienta de apalancamiento para un mejor desempeño, al permitir a las organizaciones, disponer de información: oportuna, confiable y relevantes; otorgando con ello, soporte fundamental a la toma de decisiones; toda vez que, los ejecutivos no disponen de toda la información necesaria para dar soporte a sus decisiones.

Para concretizar la presente investigación, fue necesario el uso, análisis y procesamiento de datos, definir el tipo y nivel de investigación, etc. concordante con la normativa vigente de la universidad.

En el Capítulo I se desarrolla los antecedentes de la empresa, la Misión, Visión, Análisis FODA, Estrategias y Organigrama.

En el Capítulo II se expone el marco metodológico, que comprende el tipo de investigación, el ámbito organizacional en el que se desarrolló, la descripción del problema de investigación, los objetivos de la investigación, las hipótesis y consecuentemente la metodología empleada.

En el Capítulo III se desarrolla el marco teórico general sobre los antecedentes bibliográficos de la investigación, sobre la tecnología de información y comunicación, así como de la toma de decisiones, la gestión de información, el mejoramiento continuo, y también de la competitividad y el liderazgo.

En el Capítulo IV, se sustenta la presentación, análisis e interpretación de resultados, el resultado de las encuestas realizadas y pone de evidencia la importancia de las TICs en la gestión de la información que da soporte a la toma de decisiones empresariales. Con la exposición de resultados se plasma el análisis de las estrategias de mejoramiento continuo, avizorando así el uso de las TICs en el Restaurante Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, centradas en sus principales brechas empresariales y elevar su nivel de competitividad.

En el Capítulo V, se presenta la contrastación de Objetivos y comprobación de Hipótesis.

Posteriormente, se plantean las Conclusiones y Recomendaciones de la investigación, para finalmente mencionar las Referencias Bibliográficas y se adjuntan los Anexos referidos en la presente investigación.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES DE LA ENTIDAD OBJETO DE ESTUDIO

1.1. ANTECEDENTES

ViaVia Café Ayacucho SAC, es una empresa de capitales Belga y Ayacuchana que fue constituida en el año 2008 por Pauline Evers y Minna Dahlbacka e inició sus operaciones económicas el 1 de junio del 2009, con RUC N°: 20494478332 y Domicilio legal en Portal Constitución N° 04, según consta en los registros públicos de Partida N°: 11051522, asimismo pertenece a la red de organización ViaVia Travellers café y Joker con su central en Bélgica que regenta otros 18 ViaVia en distintas partes del mundo.

Inició sus actividades con dos rubros de negocio, el Alojamiento con 5 habitaciones y el Restaurant, con un equipo de trabajo de 20 personas.

Posteriormente la empresa fue creciendo tanto en rubros de negocio como en capacidad, locales, infraestructura, personal y complejidad y en la actualidad cuenta con dos locales principales y otros dos complementarios, se ofrecen los servicios de Alojamiento, Restaurant, Barra, Eventos y Heladería y unos 101 colaboradores en su planilla más toda una red logística de proveedores y clientes.

- RUC N° : 20494478332
- RAZON SOCIAL : ViaVia Café Ayacucho SAC
- RAZON COMERCIAL : Restaurant Turístico ViaVia

1.2. VISIÓN

“Somos líderes en el mercado regional turístico dando servicios de excelencia en restauración, gastronomía y descanso; ofrecido por nuestros profesionales comprometidos y capacitados para el bienestar de nuestros clientes, promoviendo el desarrollo empresarial turístico sostenible y responsable”

1.3. MISIÓN

“Dar un servicio de excelencia”.

1.4. FODA

A continuación, se muestra y detalla la Matriz del análisis FODA general de la empresa, conteniendo sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del rubro del mercado en Hostelería y Restauración. • Segmento de mercado fidelizado. • Ubicación e infraestructura excepcional. • Fidelización de Colaboradores. • Empresa 100% formal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de un Plan Estratégico a mediano y largo plazo. • Poco desarrollo de la imagen institucional. • Área de Marketing y eventos incipiente. • Poca inversión en Tecnologías de Información y Comunicación.

<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de proveedores y capacidad de negociación. • Know How propio de ViaVia y transferido a cada trabajador. • Marca posicionada en la región. 	<ul style="list-style-type: none"> • Locales alquilados. • Alta rotación de personal. • Bajo desarrollo técnico de colaboradores.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento del flujo y demanda turístico en la ciudad de Ayacucho. • Incremento de competencia en el rubro de la restauración. • Facilidades tributarias al sector turismo. • Cliente cada vez más exigente e informado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca oferta laboral y profesional de trabajadores en el rubro. • Incremento de costos y obligaciones laborales. • Incremento de costos de insumos. • Obras municipales. • Normativas de otros sectores que incrementan los costos. • Obligatoriedad Legal del uso de Plataformas de facturación electrónica y sistemas parecidos

1.5. ESTRATEGIAS

La empresa de ViaVia actualmente se encuentra enfocado en tres aspectos:

1.5.1. Estrategia de Gobierno Interno: Enfocada en la Gestión eficiente, eficaz.

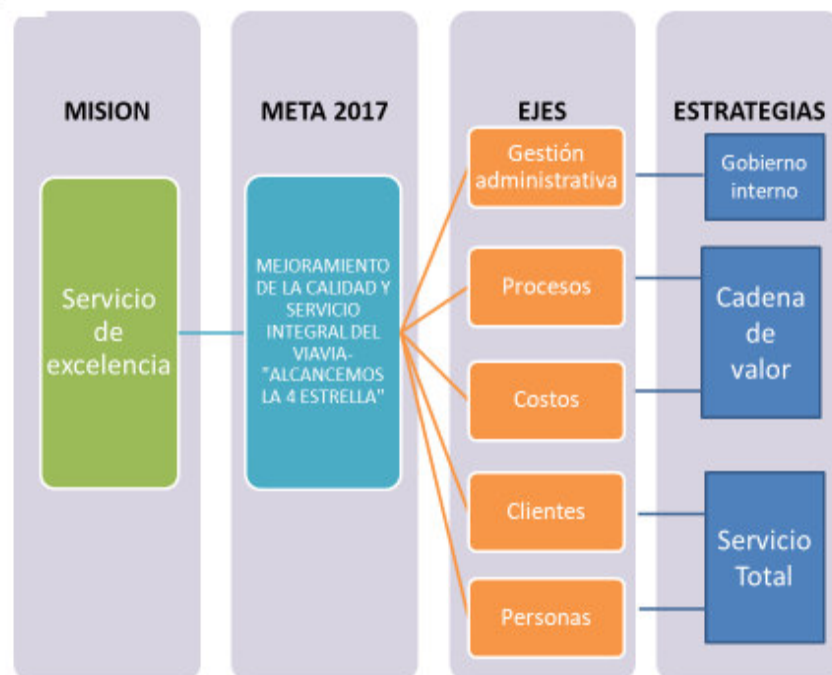
1.5.2. Estrategia de Cadena de Valor: Enfocada en los Procesos y Reducción Costos.

1.5.3. Estrategia de Servicio Total: Enfocada en las Personas (Colaboradores y Clientes).

Esquema gráfico de las estrategias de gestión adoptadas por la Gerencia del Restaurante Turístico ViaVia desde al año 2017.

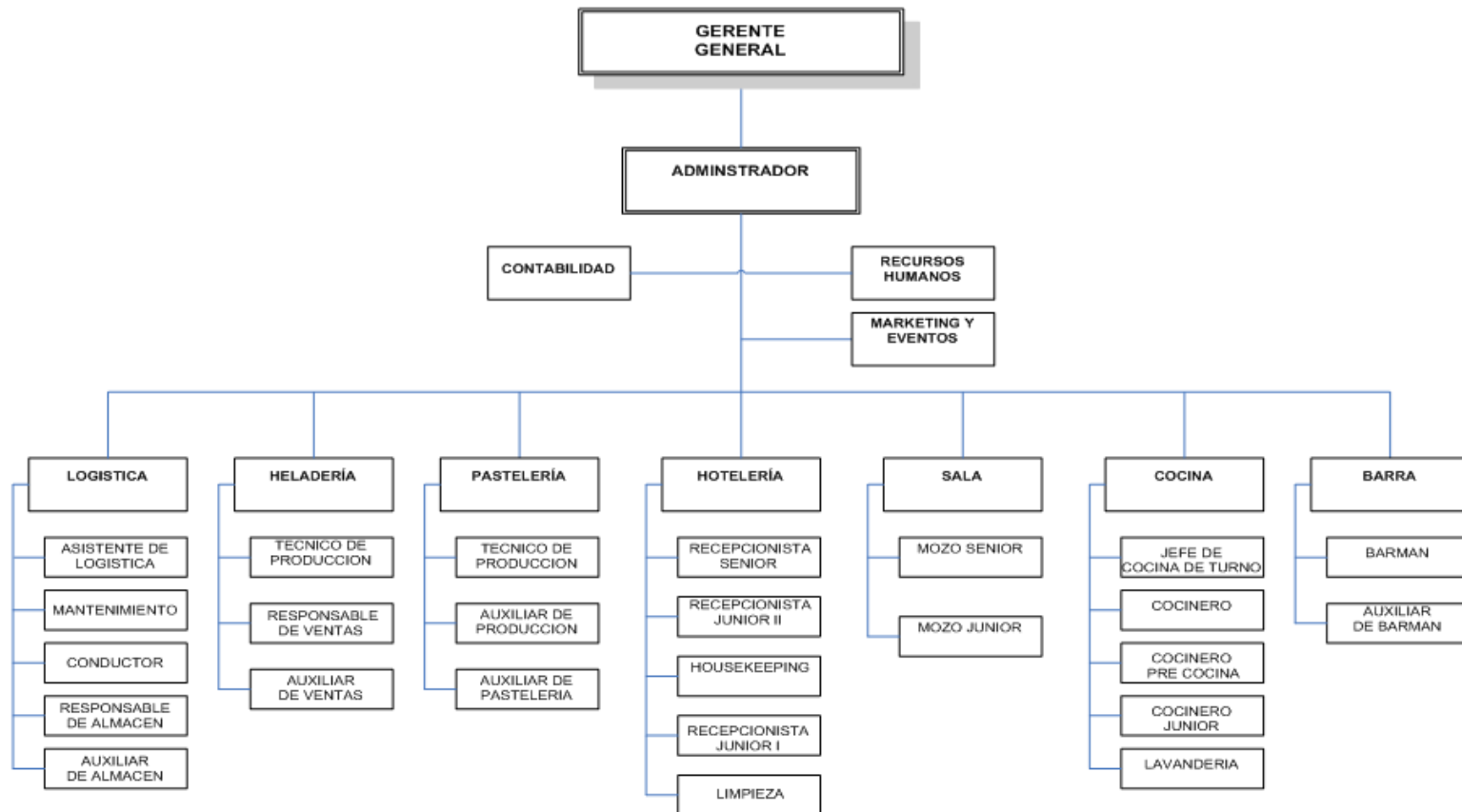


“ESTRATEGIAS Y EJES DE GESTION DE VIAVIA”



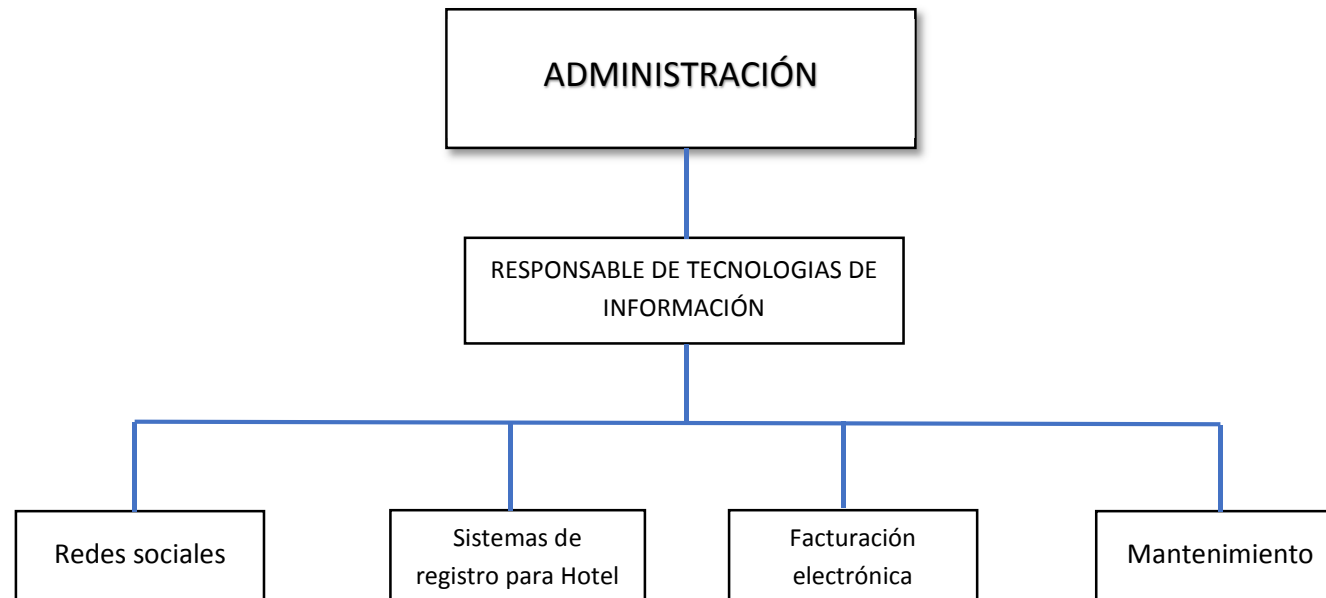
Dentro de los ejes de las estrategias de gestión del Restaurant Turístico ViaVia no se precisa en qué eje está incluido la implementación o actual funcionamiento de las Tecnologías de Información y Comunicación.

1.6. ESTRUCTURA ORGÁNICA DEL RESTAURANTE TURISTICO VIAVIA



Fuente: Reglamento de Organización y Funciones del Restaurante turístico ViaVia

1.7. ESTRUCTURA ORGÁNICA DE TECNOLOGIAS E INFORMACION DEL RESTAURANTE TURISTICO VIAVIA



Fuente: Elaboración propia

El Restaurante turístico ViaVia no cuenta formalmente con una unidad orgánica encargada de las Tecnologías de Información y Comunicación, la estructura mostrada es de elaboración propia de acuerdo a la forma y manejo tradicional que hace la empresa referente al manejo de las Tecnologías de Información con las que actualmente cuenta, el mismo que depende directamente de la Administración quien designa a un trabajador a fin de que se haga responsable de las redes sociales, sistemas de registros de huéspedes para el hotel, la facturación electrónica y la coordinación del mantenimiento de los equipos computacionales y periféricos, internet y redes .

CAPÍTULO II

2. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1.1. FUNDAMENTACIÓN DEL PROBLEMA

Las tecnologías de la información y la comunicación (TICs), convergen en todos los ámbitos de nuestras vidas cotidianas, con influjos positivos o negativos en lo social, económico y cultural.

Las TICs han ganado una posición importante en las organizaciones, sin importar su magnitud, naturaleza o tipo de actividad; ahora con mayor razón que todas las personas pueden acceder a la información de múltiples formas, medios y lugares, entre los que se encuentran los sistemas de información.

Actualmente el mundo se encuentra cada vez más y más globalizado, interconectado y cercano tecnológicamente y con un gran impulso hacia la competitividad, por lo cual las empresas y organizaciones han caído en cuenta que la información es uno de sus recursos más importantes, por no mencionar , muy valioso.

Es así como las organizaciones competitivas buscan y esperan de la información ciertos atributos, tal como, confiabilidad, relevancia y que sea oportuna para que así sean un elemento de peso a la hora de tomar decisiones empresariales.

Los sistemas se caracterizan por contener datos de diversas características, magnitud e índole y éstas no tendrán ningún valor si no

se procesan y transforman de una forma que tengan sentido, lógica y entendimiento; cuando los datos pasan por un procesamiento éstos se transforman en información. Son los usuarios de un determinado sistema, los que definen cómo, cuándo y dónde el sistema debe procesar los datos y que sea entregada de como información útil (output) para la toma de decisiones..

En los últimos veinte años, la tecnología de información se ha convertido en una herramienta estratégica para las organizaciones, casi todas, alrededor del mundo dependen de la tecnología digital. Su función principal, es apoyar la entrada, proceso y salida de información, bajo cualquier forma de sistemas de información. La manera en que la información está distribuida y es analizada dentro de una empresa puede ser un factor estratégico para el éxito de la misma, consecuentemente de los sistemas de información.

2.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, como parte de una cadena de 16 restaurantes, distribuidos en América del Sur (05), Europa (05), África (05) y Asia (01), tiene como misión “Ofrecer memorables y divertidas experiencias interculturales para los viajeros y la población local de todas las partes del mundo. Concediendo importancia al turismo sostenible como la fuerza motriz de desarrollo socioeconómico y de una mayor tolerancia”.

El restaurante turístico ViaVia, muy a pesar de su amplia cobertura de mercado, que la califica como un negocio multinacional no se ha tomado el tiempo ni el esfuerzo de consolidar el uso de las tecnologías de información y comunicación, como una herramienta que brinde soporte a la toma de decisiones, a partir de entrega de información oportuna, confiable y relevante.

Los grandes volúmenes de información, para las organizaciones de estos tiempos, son temas cotidianos, es decir, el problema no es escases de información, sino todo lo contrario; la sobre abundancia de información irrelevante, inoportuna y poco confiable. Que finalmente es algo peor que no tener información disponible “el tener mucha información y no saber qué hacer con ella”.

El uso apropiado de la tecnología de información y comunicación constituye la solución a estos problemas, tomando en consideración que, con información oportuna, confiable y relevante, se pueden efectuar análisis de sensibilidad, análisis de escenarios, pronósticos y reportes que apoyen a la toma de decisiones, lo que se traduce en una ventaja competitiva.

El problema a tratar es la escasa utilización de tecnologías de información y comunicación, por parte del Restaurant Turístico

ViaVia de la ciudad de Ayacucho, tomando en consideración que estos ofrecen soporte a la toma de decisiones en condiciones de menor incertidumbre, con el ingreso, procesamiento y almacenamiento de datos y reporte de información con tres características vitales: oportuna, confiable y relevante.

La gestión de la información permitirá a ViaVia crear ventaja frente a los competidores, ya que dispondrá de información oportuna, confiable y relevante que dará soporte a la toma de decisiones en condiciones de menor incertidumbre.

a. Problema Principal:

¿En qué medida, un escaso o inadecuado uso de tecnologías de información y comunicación, influyen en la toma de decisiones del Restaurant Turístico ViaVia de la Ciudad de Ayacucho?

b. Problema Secundario:

- ¿Cómo una información inoportuna, no confiable e irrelevante, afecta la toma de decisiones de los gestores del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho?

- ¿Cómo una inadecuada entrada o captura (input), un procesamiento inapropiado, un almacenamiento no confiable de datos y un reporte ((output)) impreciso de información, afectan la toma de decisiones de la Gerencia General del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho y por ende la competitividad de esta?

2.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1. Delimitación Espacial

La presente investigación se desarrolló a nivel del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho.

2.2.2. Delimitación Temporal

La investigación se realizó en el periodo de 2018-2019.

2.2.3. Delimitación Cuantitativa

La investigación comprendió específicamente: tres (03) filiales del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, las mismas que se encuentran en el distrito de Ayacucho, provincia de Huamanga, departamento de Ayacucho.

- ViaVia Plaza, ubicado en Portal Constitución N.º 04
- ViaVia Alameda, ubicado en Jirón 28 de julio 728, Alameda Valdelirios

- ViaVia Bellido, ubicado en la Plazoleta María Parado de Bellido S/N

2.2.4. Delimitación Social

Como parte de la investigación se estableció relaciones con el Gerente, Administradores, trabajadores y clientes (usuarios) del Restaurant Turístico ViaVia en la ciudad de Ayacucho.

2.3. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1. OBJETIVO GENERAL

Examinar la forma de ¿cómo? la tecnología de información y comunicación repercute en la captura o entrada, procesamiento y almacenamiento de datos y el reporte de información, que brindará soporte a la toma de decisiones por parte de la Gerencia General del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho.

2.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Demostrar que el uso apropiado y sistemático de las tecnologías de información y comunicación, pueden asegurar la entrega de información oportuna, confiable y relevante para una toma de decisiones acertada por parte de la Gerencia General del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho.
- Diseñar estrategias que promuevan una adecuada entrada o captura (input), un procesamiento apropiado y un almacenamiento

confiable de datos y entregar ((output)) información precisa, que finalmente aseguren una toma de decisiones que desarrolle la competitividad del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho.

2.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION

2.4.1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACION

El presente proyecto de investigación se justifica por lo siguiente:

Que, en la actualidad, las tecnologías de información y comunicación son indispensables para la toma de decisiones gerenciales de toda organización, sin importar su tamaño, su origen de capitales, su naturaleza ni su nivel de cobertura de mercados; debido a la sobreabundancia de información que se manejan y la necesidad de acceso a la información en tiempo real.

Las tecnologías de información y comunicación actualmente son protagonistas en el cambio mundial, en aspectos tan importantes y relevantes como la cultura, la política, economía, el comportamiento familiar, los hábitos de consumos, el manejo y comportamiento de las organizaciones y la sociedad en su conjunto. También es de amplio conocimiento que estas tecnologías han permitido disminuir las brechas de desigualdad social, contribuyendo al crecimiento y desarrollo económico de las países y sociedades y, y por consecuencia, mejorando la calidad y nivel de vida de las personas, familias y sociedad en general.

Por tanto, queda plenamente sustentado la necesidad de que el Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, incorpore con mayor determinación y convicción las tecnologías de información y comunicación, a sus actividades operativas, a sus acciones de colaboración y soporte a la toma de decisiones, a fin de garantizar un mayor nivel de competitividad y garantizar el logro de las metas y objetivos empresariales.

No usar las tecnologías de información y comunicación , tanto para nosotros las personas, como para las organizaciones, es caer en el anacronismo tecnológico; lo que implicaría vivir al margen de la sociedad de la información, perdiendo los grandes beneficios y bondades que esta nos ofrece.

Las organizaciones competitivas, en su día a día, van incorporando una y otra tecnología de información y comunicación, para dar soporte y automatizar sus actividades operativas y de toma de decisiones y consecuentemente vienen obteniendo beneficios, años atrás, difíciles de lograr, tales como: la optimización de sus recursos, operaciones y procesos más eficientes, un mayor y mejor conocimiento de los gustos y preferencias de sus clientes/consumidores, explorar y abarcar nuevas zonas de negocio y ventas, mejorar la comunicación entre sus colaboradores, clientes, proveedores, gobierno, sociedad, etc.

Las organizaciones han tomado nota que la incorporación de nuevas tecnologías de información y comunicación, permiten llegar a más y

mejores mercados, ya que ellas acortan tiempo y distancia; además, permite proyectar la figura y posición de empresa innovadora y competitiva respecto a la competencia.

La aplicación de las tecnologías de información y comunicación, en las diversas áreas de las organizaciones, genera ahorros, en tiempo y recursos.

La calidad de la información incide directamente en la calidad de la toma de decisiones, no olvidemos que cotidianamente, los gerentes toman decisiones con alta incidencia de riesgo, precisamente porque hace falta la materia prima principal (información) de la toma de decisiones.

Las tecnologías de información y comunicación permiten la recopilación de información y su posterior tratamiento y análisis, como herramienta de soporte a la toma de decisiones y apoyo al nivel gerencial en la creación de ventajas competitivas.

La implementación de estrategias de innovación tecnológica aporta grandes beneficios a las organizaciones, entre los cuales se encuentran una mayor productividad, información integrada y a tiempo para una mejor toma de decisiones.

Vivimos en una sociedad interconectada, y quien no lo esté, vive alejado de la realidad; esto implica que, las tecnologías de información y comunicación tienen una incidencia directa en nuestras vidas. Las empresas, hacen uso de ellas, para automatizar y tratar de optimizar sus

recursos, agilizando las tareas, reduciendo los costos, acortando las distancias, etc.

2.4.2. IMPORTANCIA DEL LA INVESTIGACION

No usar tecnologías de información y comunicación, tanto para nosotros las personas, como para las organizaciones, es estar obsoleto; y, eso implica quedar fuera de la sociedad de la información.

Las organizaciones, en su día a día, van incorporando una y otra tecnología de información y comunicación, para dar soporte y automatizar sus actividades operativas y de toma de decisiones.

Con el soporte de las tecnologías de información y comunicación, las organizaciones vienen obteniendo grandes beneficios, tales como: la optimización de sus recursos, la eficiencia de sus operaciones, un mayor y mejor conocimiento de los gustos y preferencias de sus clientes/consumidores, abarcar nuevos mercados, mejorar la comunicación entre sus colaboradores, con sus clientes, proveedores, etc.

Las organizaciones han tomado nota que la incorporación de nuevas tecnologías de información y comunicación, permiten llegar a más y mejores mercados, ya que ellas acortan tiempo y distancia; además, permite proyectar una imagen de empresa innovadora frente a la competencia.

La aplicación de las tecnologías de información y comunicación, en las diversas áreas de las organizaciones, genera ahorros, en tiempo y recursos.

La calidad de la información incide directamente en la calidad de la toma de decisiones, no olvidemos que cotidianamente, los gerentes toman decisiones con alta incidencia de riesgo, precisamente porque hace falta la materia prima principal (información) de la toma de decisiones.

Las Tecnologías de Información y Comunicación, permiten la recopilación de información y su posterior tratamiento y análisis, como herramienta de soporte a la toma de decisiones y apoyo al nivel gerencial en la creación de ventajas competitivas.

La implementación de estrategias de innovación tecnológica aporta grandes beneficios a las organizaciones, entre los cuales se encuentran una mayor productividad, información integrada y a tiempo para una mejor toma de decisiones.

Vivimos en una sociedad interconectada, y quien no lo esté, vive alejado de la realidad; esto implica que, las tecnologías de información y comunicación tienen una incidencia directa en nuestras vidas. Las empresas, hacen uso de ellas, para automatizar y tratar de optimizar sus recursos, agilizando las tareas, reduciendo los costos, acortando las distancias, etc.

El uso de las tecnologías de información y comunicación, generan ventajas a la hora de tomar decisiones, de las que podemos mencionar:

- Ahorro en costo y tiempo.
- Mejora la calidad de gestión de la información.
- Se tiene la posibilidad de gestionar una mayor cantidad de información, como es el big data.
- Otorga una mayor eficiencia a la captura de datos, para su posterior tratamiento y análisis.
- Permite establecer interacción: comunicación y coordinación, entre personas físicamente ausentes, además, en tiempo real.
- Conocer con mayor fidelidad los gustos y preferencias de los clientes.

Estas razones dan motivo a las organizaciones para que dispongan de los instrumentos de las tecnologías de información para tomar mejores decisiones, no solamente para lograr una ventaja competitiva respecto a la competencia, sino también para asegurar que dichas decisiones, sean las mejores.

2.5. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Las tecnologías de información y comunicación están cambiando la forma en que operan las organizaciones actuales, su adopción genera posibilidades potenciales de mejoras sustanciales, en la automatización de procesos operativos y fuente de información de apoyo a la toma de

decisiones y promotor del desarrollo de ventajas competitivas importantes.

El efecto y consecuencias de las tecnologías de información y comunicación impactan de una manera importante en los procesos de gestión de la información en las empresas. Constituyen una herramienta de apalancamiento para un mejor desempeño empresarial, de cara a un progresivo y constante crecimiento de la competencia local, regional e internacional lo cual demanda una mayor innovación en lo tecnológico y organizacional.

Las tecnologías de información y comunicación, se convierten en una herramienta fundamental para las organizaciones, ya que permite la sistematización y automatización de los procesos y subprocesos donde se gesta la información, lo que permite tener, a disposición del que toma decisiones, elementos de juicio y evidencias para la creación de ventajas competitivas.

De lo anterior se deduce la siguiente hipótesis:

a. Hipótesis General

- El tipo y nivel de uso de las Tecnologías de Información y Comunicación influyen en la captura (input), proceso y entrega (output) de información que brinda soporte a la toma de decisiones por parte de la Gerencia General del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho.

b. Hipótesis Específica

- Una información oportuna, confiable y relevante, permite reducir los niveles de riesgo de la toma de decisiones, por tanto, esas decisiones se adoptarán en un escenario de menor incertidumbre.
- El uso de las tecnologías de información y comunicación aseguran una adecuada captura (input), un apropiado proceso y un almacenamiento confiable de datos y reporte (output) de información, para la toma de decisiones de la Gerencia General del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho y el desarrollo de la competitividad de la misma.

2.6. Variables de Investigación

2.6.1. Variable Independiente (X):

Tecnologías de Información y Comunicación

Indicadores:

- Gestión de la Información (X1)
- Mejoramiento Continuo (X2)

2.6.2. Variable Dependiente (Y):

Toma de Decisiones

Indicadores:

- Competitividad (Y1)
- Liderazgo (Y2)

2.6.3. Variable Interviniente (Z):

Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho

Indicadores:

- Gerencia (Z1)
- Organización (Z2)

2.7. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.7.1. Métodos de la Investigación

- Descriptivo:

De acuerdo con Valderrama (2017), el método descriptivo consiste en “ describir un hecho o fenómeno en cuanto a sus características, cualidades o relaciones exactas entre sus elementos” (p. 168) , en ese sentido se describirá las características las Tecnologías e Información y la Toma de Decisiones.

- Inductivo: Bisquerra (1998) explica el método Inductivo;

Comienza con una recolección de datos, Se categorizan las variables observadas. A veces se pone énfasis en el descubrimiento de variables críticas, que permiten efectuar exploraciones sistemáticas. Se establecen regularidades y relaciones entre los datos observados. Las observaciones realizadas en situaciones controladas permiten emitir microhipótesis. Estas se someten a prueba a partir de observaciones controladas. Finalmente, se puede obtener una estructura de generalizaciones relacionadas sistemáticamente, que posibiliten elaborar una teoría (p.62).

Esto significa que se analizarán los casos particulares relacionados a las Tecnologías de Información y la Toma de Decisiones, a partir del cual se sacarán conclusiones de carácter general.

2.7.2. Tipo de Investigación: Básica

Al respecto Valderrama (2017) señala: que la investigación Básica es “también conocida como pura, teórica o fundamental, y busca poner a prueba una teoría con escasa o ninguna intención de aplicar sus resultados prácticos. Esto significa que no está diseñada para resolver problemas prácticos” (p.164)

2.7.3. Nivel de Investigación: Descriptivo.

Pues detalla aspectos de las TIC`s, para la toma de decisiones y el desarrollo de la competitividad del negocio.

Sobre el tema, Hernandez (2010) menciona:

Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupo, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretende medir y recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren (p.80)

2.7.4. Diseño de Investigación.

2.7.4.1. Esquema o Tipo de Diseño:

- **Diseño no experimental, transversal descriptivo**

Como señala Valderrama (2017), que “el diseño de la investigación es la estrategia o plan que se utilizará para obtener la colecta de datos, responder a la formulación del problema, al cumplimiento de los objetivos, y para aceptar o rechazar la hipótesis nula” (p.175)

Se determinó que el tipo de diseño es no experimental ya que no se llevó a cabo la manipulación de la Variable Independiente, ya que la investigación se base en hechos ya ocurridos antes de la presente investigación y es retroactiva.

Asimismo, la muestra que fue observada se desarrolló en el mismo seno de la empresa o su ambiente natural, es decir en su propia realidad, en ese sentido se observaron los problemas del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, los que posteriormente fueron analizados y descritos para medir el nivel de correlación y causalidad.

También se emitió recomendaciones, criterios u opiniones del investigador, para la competitividad del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho.

Finalmente, la bibliografía utilizada sustentó el marco teórico.

2.8. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.8.1. Universo

Comprende a los todos los habitantes de la ciudad de Ayacucho de la provincia de Huamanga y departamento de Ayacucho y los turistas que arriban a la misma.

2.8.2. Población

La investigación se circunscribe a los clientes potenciales de la ciudad de Ayacucho y a los turistas que arriban a la ciudad de Ayacucho.

- **Cientes potenciales:** Clientes de nivel socioeconómico A/B de la ciudad de Ayacucho, funcionarios públicos y ejecutivos de la ciudad de Ayacucho y de la ciudad de Lima, turistas nacionales e internacionales.

El tamaño de la población se determinó en función a los criterios arriba descritos y la frecuencia de consumo durante un periodo de un año registrados en los archivos históricos administrativos y estadísticos de ventas y consumidores del Restaurante Turístico ViaVia de Ayacucho durante los periodos 2018-2019

RUBRO	Producto	CLIENTES POR SEMANA (ELECCIÓN ALEATORIA)						PROMEDIO DE CLIENTES POR SEMANA	ESTIMADO DE CLIENTES AÑO 2018
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO		
HOTEL	Alojamiento	87	105	130	112	97	94	104	5,416
	Lavandería								
	Artesanías								
RESTAURANTE	Alimentos	7705	8548	9326	7446	7728	8314	8,178	425,247
	Bebidas no Alcoholicas								
	Bebidas Alcoholicas								
	Postres y Pasteles								
HELADERIA	Heladería	2564	2417	3313	2699	2715	2080	2,631	136,829
TOTAL AÑO 2018								136,829	

Fuente : Gerencia General Vía Vía / Elaboración Propia

- Tamaño de la población (N = 136,829) estimado de clientes que acudirán al establecimiento durante el año 2019.

2.8.3. Muestra

Clientes efectivos que concurren al establecimiento y demandan los servicios, tomados aleatoriamente (Encuestados) y los gerentes y colaboradores (Entrevistados y Encuestados).

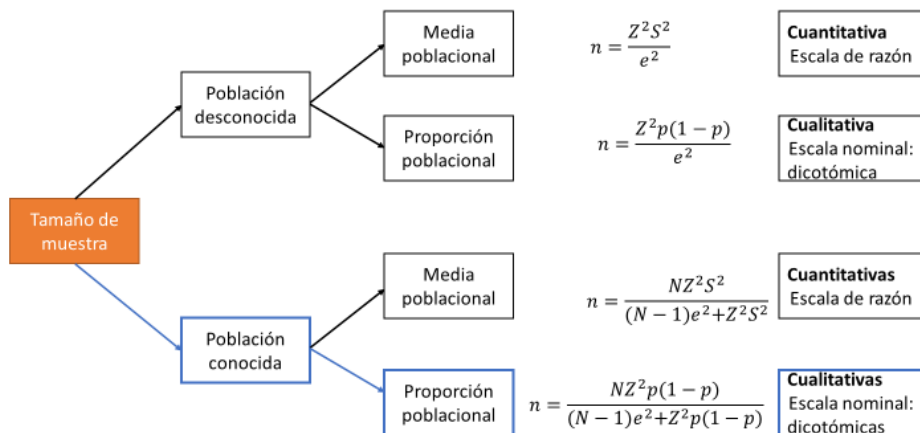
El tamaño de la muestra de la presente investigación fue determinado con los siguientes criterios:

- Tamaño de la población (N = 136,829) estimado de clientes que acudirán al establecimiento durante el año 2019.

		CLIENTES POR SEMANA (ELECCIÓN ALEATORIA)						PROMEDIO DE CLIENTES POR SEMANA	ESTIMADO DE CLIENTES AÑO 2018
RUBRO	Producto	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO		
HOTEL	Alojamiento							104	5,416
	Lavandería	87	105	130	112	97	94		
	Artesanías								
RESTAURANTE	Alimentos							8,178	425,247
	Bebidas no Alcohólicas	7705	8548	9326	7446	7728	8314		
	Bebidas Alcohólicas								
	Postres y Pasteles								
HELADERIA	Heladería	2564	2417	3313	2699	2715	2080	2,631	136,829
TOTAL AÑO 2018								136,829	

Fuente : Gerencia General Vía Vía / Elaboración Propia

En el siguiente esquema se explica la ruta de decisión para determinar el tamaño de la muestra que está en función de los parámetros de la población definida en el cual tenemos una Población conocida y deseamos estimar la proporción poblacional con variable cualitativa.



Nota: $q = (1-p)$

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{E^2 \cdot (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

- Nivel de confianza del 95% ($Z = 1,96$, valor de la distribución normal estándar)
- Valor de proporción poblacional ($p = 0,9$)
- Límite de error del 5% ($d = 0,10$)

- Población (N)* 136,829
- Nivel de confianza del 95% ($Z = 1,96$) 1.96
- Valor de proporción poblacional ($p = 0,90$) 0.9
- Límite de error del 5% ($d = 0,10$) 5%

$n = \frac{47308}{342.42} = 138$	Clientes que serán encuestados
----------------------------------	--------------------------------

* La pre encuesta, aplicado a los clientes que concurren a Vía Vía, el 90% señalan que, el establecimiento no tiene una imagen corporativa definida, a excepción del imogotipo de vía vía.

2.8.4. Estratificación de la Muestra

2.8.4.1. Tipo de muestreo aplicado: Muestreo probabilístico estratificado

Como señala Valderrama (2017), el muestreo probabilístico “Consiste en dividir a la población en subconjuntos o estratos cuyos elementos poseen características comunes, así los estratos son homogéneos internamente; pero entre estratos son diferentes, luego se realiza un muestreo aleatorio simple en cada estrato, proporcional a su población” (p.191)

MAGNITUD DE INGRESOS POR RUBRO Y PRODUCTO

INGRESOS TOTALES		PARTICIPACION	MUESTRA POR RUBRO
RUBRO	Producto	INGRESOS	
HOTEL	Alojamiento	21%	29
	Lavanderia		
	Artesanias		
RESTAURANTE	Alimentos	68%	94
	Bebidas no Alcoholicas		
	Bebidas Alcoholicas		
	Postres y Pasteles		
HELADERIA	Heladeria	10%	15
OTROS		1%	
TOTAL		100%	138

El trabajo de campo, para el acopio de información de fuente primaria, está a través de la aplicación de un cuestionario de preguntas que son aplicados por rubros y productos y estos a su vez, en proporción al grado de contribución de los ingresos.

2.9. FUENTES DE INFORMACION

2.9.1. Fuente Primaria

Son los datos obtenidos a través de cuestionarios y la observación sobre las tecnologías de información y comunicación con que cuenta el Restaurant Turístico ViaVia y las estrategias competitivas.

2.9.2. Fuente Secundaria

Son todas las informaciones obtenida a través de enciclopedias, libros, revistas, periódicos, videos, biblioteca digital, base de datos, internet, entre otros.

2.10. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

Se desarrollaron las siguientes técnicas de recolección de datos:

2.10.1. Análisis documental

Se realizó estudios y análisis sobre los documentos de gestión y archivos documentarios y empresariales del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, con la finalidad de obtener las primeras informaciones.

Entre ellos:

- Registro de ventas 2018-2019
- Registros de clientes restaurante, hotel y heladería 2018-2019
- Estados financieros de la empresa
- Registros de inversión en activos y tecnologías de información.

- Protocolos de uso, procesamiento y archivo de información y datos generados por la empresa.
- Registros de encuestas de satisfacción realizadas por la empresa 2018-2019
- Memorias anuales de la empresa.
- Documentos legales, contables, administrativos y notariales de la empresa

2.10.2. Encuestas.

Las encuestas se aplicaron a los clientes locales y turistas, así como a los empleados y ejecutivos.

2.10.3. Entrevista

Se realizó entrevistas con algunos ejecutivos de decisión de la empresa

2.11. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCION DE DATOS

En la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta de acuerdo con la población definida, se seleccionó de manera aleatoria y luego se aplicó la entrevista a los ejecutivos del Restaurant Turístico Vía Vía” y encuestando a los colaboradores y usuarios.

2.12. METODOS DE ANALISIS DE DATOS

El presente trabajo de investigación corresponde básicamente a un análisis de tipo cuali-cuantitativo a través del modelo de Mejora Continua o ciclo

de Deming o ciclo PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar) y se utilizó Software estadísticos, procesados y analizados la escala de liker y el estadístico de Chi Cuadrado, por tratarse de variables, empleando el programa SPSS y Excel.

El procedimiento de análisis de la información se realizó mediante lo siguiente:

1. Tabulación de datos recolectados.
2. Construcción de los cuadros estadísticos.
3. Análisis de datos obtenidos.
4. Interpretación de los resultados.
5. Elaboración de los gráficos estadísticos.

CAPÍTULO III

3. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. MARCO TEÓRICO

3.1.1. MARCO HISTÓRICO

a. Evolución de las Tecnologías de Información y Comunicación:

La evolución de las Tecnologías de Información y Comunicación ha revolucionado a las empresas, pero también nuestras vidas, en todo orden de cosas, desde cómo trabajamos, cómo negociamos, cómo aprendemos, cómo nos entretenemos, etc.

Las redes sociales públicas como Facebook o Twitter y otras privadas han contribuido en todo esto. Nuestras compras y la forma en cómo hacemos negocios también han cambiado. Incluso tienen influjos en nuestros hábitos, nuestros gustos y preferencias.

La evolución de las Tecnologías de Información y Comunicación ha revolucionado a las empresas, pero también nuestras vidas, en todo orden de cosas, desde cómo trabajamos, cómo negociamos, cómo aprendemos, cómo nos entretenemos, etc.

b. Tendencias Tecnológicas

Las tendencias tecnológicas van creciendo, cambiando y aumentando en múltiples formas actualmente las que de manera individual y en conjunto cambiar la forma en cómo se perciben las cosas y también afectan de gran

manera a las organizaciones que las usan, por lo cual es importante conocer las principales tendencias de acuerdo con la siguiente lista publicada en el blog web OPENLINK:

Blog Openlink (2018) recuperado de <https://www.oplk.com/cuales-seran-las-principales-tendencias-tecnologia-este-2018/>, menciona las siguientes tendencias tecnológicas:

- 1) **Inteligencia Artificial:** La creación e implantación de sistemas capaces de aprender, adaptarse y actuar de forma autónoma ha supuesto un gran reto para las empresas. El uso de IA tiene como fin mejorar la toma de decisiones y reinventar los modelos de negocio y ecosistemas existentes, y se convertirá, sin duda, en la principal preocupación de aquí a 2025.

- 2) **Aplicaciones y análisis inteligentes:** Durante los años venideros, prácticamente el total de las aplicaciones y servicios llevarán incorporado algún nivel de IA, y muchas no podrán seguir existiendo sin esta tecnología de aprendizaje automático. Esto dará lugar a una nueva etapa que transformará la naturaleza del trabajo tal y como lo conocemos, al igual que su estructura.

- 3) **Internet de las Cosas (IoT):** Tratar de integrar en objetos físicos y cotidianos la capacidad de ofrecer comportamientos avanzados e interactuar naturalmente con el entorno y los usuarios. Esa es la clave.

Vemos ejemplos en los vehículos autónomos, robots y aviones no tripulados. Esta tendencia cada vez avanza con mayor rapidez y su inclusión en la vida diaria poco a poco se está convirtiendo en una realidad en la vida de muchas personas.

- 4) **Digital Twins:** Se trata de la representación digital de una entidad o sistema del mundo real. Los Digital Twins tienen la capacidad de mejorar de forma significativa la toma de decisiones dentro de las empresas y pueden utilizarse para entender el estado de las cosas, responder a los cambios, mejorar las operaciones y agregar valor.

- 5) **Edge Computing:** Se trata de una topología informática en la que el procesamiento de información, la recopilación y entrega de contenido se sitúan más cerca de las fuentes. La conectividad y los retos de latencia, las restricciones de ancho de banda y una mayor funcionalidad incorporada en el borde favorecen los modelos distribuidos. Las empresas deberán comenzar a utilizar patrones de diseño de edge computing en sus infraestructuras, en concreto, para aquellas con elementos IoT significativos.

- 6) **Conversational platforms:** Uno de los mayores cambios que ha introducido la tecnología es la transformación en la comunicación entre seres humanos. Las plataformas de conversación serán las encargadas

de impulsar el siguiente gran cambio y, en los próximos años, se convertirán en un objetivo primordial de diseño para la interacción del usuario.

- 7) **Experiencia inmersiva:** En la actualidad, el mercado de la realidad virtual (VR) y la realidad aumentada (AR) aún se encuentran en una fase primitiva y poco definida, lo que da lugar a que muchas nuevas aplicaciones de VR sean de poco valor real para las empresas fuera del entretenimiento avanzado, como videojuegos o vídeos esféricos de 360°.
- 8) **Blockchain:** Las tecnologías Blockchain son una salida de los actuales mecanismos centralizados de transacción y mantenimiento de registros, y pueden ser útiles para la creación de una base de negocios digitales tanto para las empresas tradicionales como para startups.
- 9) **Event driven:** Hoy en día, cualquier cuestión dentro de los negocios puede ser registrada digitalmente, como la finalización de una orden de compra o el aterrizaje de un avión. Con el uso de IoT, Cloud Computing, Blockchain, gestión de Big Data e IA, cualquier imprevisto en los negocios puede ser detectado rápidamente y analizado con mayor detalle.
- 10) **Ciberseguridad:** Teniendo en cuenta que vivimos en un mundo donde los ataques por medio de plataformas digitales son continuos, ayudar a

crear una red segura y cerrada es de gran importancia. Para que las iniciativas empresariales digitales puedan llevarse a cabo de forma segura, los líderes en seguridad y gestión de riesgo deben adoptar un enfoque de riesgo adaptativo continuo y de evaluación de confianza.

Actualmente y según las tendencias, la lista presentada en los párrafos precedentes serán las que protagonizarán el mundo de las Tecnologías de Información y Comunicación a nivel mundial.

3.2. SISTEMA TEÓRICO

a. Estrategia

El mundo de las organizaciones se crea , forman y desarrollan a raíz de las decisiones de sus gerentes, encargados, jefes administrativos, etc, pero no todas las decisiones tienen el mismo peso y relevancia y las decisiones que marcan hitos y generan impactos a mediano y largo plazo son las decisiones estratégicas, por tanto, es importante saber que es la Estrategia:

Thompson, et al. (2001), indica que “Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada” (p.45).

De lo anterior se puede considerar que la estrategia orienta al Directivo o gerente encargado de la Organización, ordena, clasifica y prioriza las necesidades y circunstancias que atraviesa, unifica los esfuerzos en vez de disiparlas, traza un camino claro y accesible en medio de muchas alternativas, nos permite ver el bosque y a la vez el árbol.

b. Estrategias Genéricas

María Slusarczyk y Norberto Morales (22 de febrero de 2016) en “Análisis de las Estrategias Empresariales y de las TIC”. Recuperado de : <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2016.050125.29-46> , mencionan:

Las tres estrategias genéricas que propone Porter (2009) tratan de enseñar como las empresas pueden competir por los clientes. Estas tres estrategias son:

- Estrategia de liderazgo en costos: el objetivo es tener los precios más bajos, lo cual se puede lograr a través de: eficiencia de producción, distribución, economías de escala, tecnología superior, acceso preferencial a materias primas, curva de la experiencia, etc. Estrictos controles gerenciales y de costos Los productos debes ser fácil de fabricar y distribuir. Ejemplos: McDonald, Wal-Mart.
- Estrategia de diferenciación: busca ventajas a través de unicidad del producto para justificar el precio superior. Requiere capacidades organizacionales en marketing. Importancia de

creatividad, investigación y desarrollo. Diferenciación se puede basar en marca, calidad, diseño de producto, características, atención al cliente, rapidez de entrega o servicios adicionales. (Bermúdez, 2012) La estrategia de diferenciación sólo se debe seguir tras un atento estudio de las necesidades y preferencias de los compradores. Ejemplos: Samsung, Apple.

- Estrategia de enfoque: producto o servicio puede dirigirse hacia un específico región geográfica o hacia un sector o segmento de población, para servirlos mejor que nadie más. Es una buena estrategia en el caso cuando el mercado tiene preferencias o necesidades distintivas y competencia no se especializa en el mismo segmento de mercado. Esta estrategia busca oportunidades para reducir los costos, pero sin sacrificar la diferenciación. Ejemplos: Ferrari, Rolls Royce

c. Servicio

Vallejo y Sanchez (2013), en su introducción al libro Servicio con Pasión señala que “El servicio al cliente nace de la intuición, aquella facultad que nos permite discernir al instante las soluciones a cualquier realidad sin necesidad de hacer profundos razonamientos. Y todos los seres humanos contamos con ella” (p. 13)

Asimismo, Kolthof et. al (2008) indica que “Un servicio es un medio para entregar valor a los clientes al facilitarlos resultados que desean obtener, sin la propiedad de costos y riesgos específicos”

De lo manifestado en los párrafos anteriores se pone de manifiesto que el servicio plantea soluciones a situaciones problemáticas generadas de la actividad organizacional o empresarial en el sentido de que existe un demandante de sus productos o servicios y que por el intercambio se da un beneficio mutuo.

También se entiende que el servicio en el mundo empresarial es un medio o manera por el cual existe interacción entre dos partes, el que produce y el que compra y en el intercambio se transmite no solo productos o servicios materiales, sino también valor, percepción y la materialización de acuerdos explícitos e implícitos entre las partes.

d. Tecnología de Información y Comunicación

Al respecto Longley y Shain (2012), mencionan que: “es el estudio, diseño, desarrollo, implementación, soporte o dirección de los sistemas de información computarizados, en particular de software de aplicación y hardware de computadoras”(p. 64)

Para Ayala y Gonzales (2015), Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se desarrollan a partir de los avances científicos producidos en los ámbitos de la informática y las telecomunicaciones. Es

el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos (texto, imagen, sonido, video). El elemento más representativo de las nuevas tecnologías es el ordenador y más específicamente, Internet. Como indican diferentes autores, Internet supone un salto cualitativo de gran magnitud, cambiando y redefiniendo los modos de conocer y relacionarse del hombre. Las TIC están presentes en todos los niveles de nuestra sociedad actual. (p. 27)

Entre los fundamentos de las Tecnologías de Información y Comunicación se enumera:

- La Microelectrónica
- La Informática
- Las telecomunicaciones

e. Apropiación de las Tecnologías de Información y Comunicación

Esmeralda Sanchez (2008) en “Las tecnologías de información y comunicación (TIC) desde una perspectiva social”. Recuperado <https://www.redalyc.org/pdf/1941/194114584020.pdf>, menciona;

La apropiación consiste en los cambios que las TIC producen para el bien social. Cuando se tornan en herramientas útiles para transformar la realidad en beneficio del ser humano, las TIC contribuyen al desarrollo

social, esto sucede, por ejemplo, cuando se mejora la calidad de la educación con el uso de recursos pedagógicos innovadores.

f. Incidente

Sobre esto Kolthof et. al (2008), indica que “es la interrupción no planeada de un servicio de TIC o la reducción en la calidad de un servicio de TIC. También, es un incidente la falla de un elemento de configuración que aún no impacta el servicio” (p. 15-45)

Como ejemplo de incidentes, se tiene la caída por minutos u horas del servidor y plataforma de la SUNAT a la hora de realizar las declaraciones mensuales del impuesto a la renta.

Este hecho anteriormente señalado lo describe muy bien Calder (2009), describiendo que un incidente es “es un evento único o serie de eventos de seguridad de la información inesperados o no deseados que poseen una probabilidad significativa de comprometer las operaciones del negocio y amenazar la seguridad de la información” (p.75)

g. Problema

Kolthof et. al (2008), para efectos de las TIC menciona que “es la causa desconocida de uno o más Incidentes. Por lo regular, se desconoce la causa al momento de crear un registro de problema y el proceso de la gestión de problemas es responsable de continuar con la investigación” (p.15-45)

h. Solución Temporal

Kolthof et. al (2008) señala que “es la técnica que reduce o elimina el impacto de un incidente o problema para el cual aún no hay disponible una solución completa” (p. 15-45)

i. Mejora Continua

Los servicios, procesos e inclusive los productos mejoran y aumentan de calidad gracias a la filosofía de la Mejora Continua o Kaizen, y no es una filosofía empresarial exclusiva de las grandes empresas y organizaciones, sino que puede aplicarse incluso a Micro, Medias y Pequeñas empresas.

Como manifiestan Carro y Gonzales (2012), “Kaizen puede ser la respuesta para quienes desean lograr resultados a corto plazo con poca inversión, siempre que decidan crear una organización basada en mejorar procesos humanos y productivos y comprometerse con la filosofía”

j. Competitividad

Sandra Suñol (2006), en “Ciencia y Sociedad” recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>, menciona que:

El concepto de competitividad debe ser rescatado en toda su complejidad porque manejarlo en toda su dimensión reviste especial importancia cuando se busca diseñar estrategias de desarrollo inclusivas

y de impacto positivo sobre los procesos sociales y económicos de los países. Cuando por competitividad se entiende solamente un crecimiento sostenido de la inversión, entonces deja de ser importante la elevación del nivel de vida de la población y la inserción de la misma en procesos de desarrollo sostenible. En el entorno de la empresa, que a la vez determina la capacidad competitiva de ésta, también inciden: la infraestructura, los mercados financieros, la sofisticación de los consumidores, la estructura productiva nacional, la tasa y estructura de las inversiones, la infraestructura científica y tecnológica y otros elementos no menos importantes, como el medio ambiente, la educación, las instituciones y la cultura

k. Ventaja Competitiva: Un Proceso de Análisis

En su libro, Porter (2002), señala que:

debe utilizar la '*cadena de valor*' agrupando los procesos que realiza una empresa en actividades primarias (directamente vinculadas con la provisión de un bien o servicio) y secundarias (aquellas que permiten la realización de las primeras). Para diseñar una estrategia que lleve a la consecución de la ventaja competitiva, sugiere el enfoque, el empresario debe analizar estas actividades para encontrar formas de diferenciarse de la competencia o alcanzar costos más bajos (p. 61-78)

Para ello se necesita de un proceso de identificación de las fuentes, así como de los generadores de costos para lograr la ventaja competitiva,

entonces, la identificación de las actividades centrales y relevantes de la organización o negocio es el primer punto de inicio de este proceso.

Posteriormente, surge pertinente calcular los costos vinculados a cada actividad, a razón de entender y dilucidar por qué nuestros costos son diferentes al de la competencia.

l. Ventaja Competitiva: Cómo se Sostiene en el Tiempo

Cuando las empresas obtienen o desarrollan Ventajas Competitivas, estas no se sostienen automáticamente en el tiempo o superan la existencia de la organización, puesto que es un efecto de las estrategias adoptadas por los gerentes de las organizaciones, es decir, es más fácil que desaparezcan las ventajas competitivas logradas antes que la empresa, pero difícilmente la última podrá seguir existiendo en un mundo altamente competitivo y voraz con aquellos que no innovan, que se encuentran en medio de un océano rojo de alta competencia empresarial.

Existen indicios evidentes de que las ventajas competitivas tienden a desaparecer por distintos factores que se dan en el tiempo. Los principales peligros que una empresa debe enfrentar para conservar su ventaja competitiva son la limitación y la sustitución.

En consecuencia, para conseguir que una ventaja competitiva perdure, la empresa ha de hacer frente a las amenazas de limitación y sustitución.

m. La Influencia de la Información en la Estrategia

La evidencia ha demostrado que la información y su adecuado uso tiene un impacto positivo y relevante en el desempeño de las organizaciones tanto a nivel interno como externo, incluido el nivel de satisfacción de sus clientes y para aquellos que usan las Tecnologías de Información.

La información tiene un poder innegable y ejerce influencia en todos los niveles de desarrollo y proceso de las organizaciones, permite aprovechar las sinergias, reducir el caos, controlar la entropía, mantener un orden y elevar los niveles de competitividad de las organizaciones que la aprovechan en un mundo cada vez más globalizado y exigente.

Y lo anterior mencionado ya lo había mencionado Burch (1985), “la creciente complejidad de la sociedad, sobre todo en la forma en que se manifiesta en las organizaciones sociales, políticas y económicas, ha aumentado en gran medida la necesidad de tener información más conveniente y oportuna” (p. 21)

Asimismo, Manfred (1995), menciona que: la información se puede definir como un dato o un conjunto de datos que en un contexto determinado tienen un significado para alguien y transmiten un mensaje útil en un lugar concreto. En caso de que ésta no posea un significado claro se trata apenas de datos sueltos. En esta definición la información no son los datos en sí mismos, sino una forma organizada de los mismos para una posible toma de decisión por parte de quien los examina, es decir, datos en uso lo cual implica un usuario. Así pues, la información

consiste en datos ordenados y dispuestos en un contexto, que intentan informar al usuario sobre determinado tema. (p. 18).

Para mayor detalle, Santo Domingo, et al (1995), precisa que: existen dos categorías o tipos fundamentales de información en la empresa: la información de gobierno, que es aquella que hace referencia a los objetivos y normas a la luz de las cuales se deben adoptar las decisiones; e información de consumo, que sirve para establecer el estado de cosas o las ocurrencias, tanto en el ámbito interno como en el entorno (p. 44).

Emery (1990) mención: “la evolución de la información se está extendiendo por toda la economía y las extraordinarias reducciones en el coste de obtención, tratamiento y transmisión de la información están transformando la forma de conducir las empresas” (p. 157).

Porter (1988), indica que: El desarrollo del abordaje más aceptado para la elaboración de una estrategia competitiva ha sido aplicable a varias empresas en el mercado. Una estrategia eficaz debe tomar en consideración no sólo la actuación del competidor, sino también el cliente, el proveedor, los productos alternativos, la previsión, etc (p. 34)

n. El Valor de la Información

Sobre el tema, Cornella (2000) menciona: es necesario saber en qué casos y según qué criterios, el director o responsable comercial debe tomar

la decisión de buscar una información suplementaria antes de actuar. En toda decisión examinada es indudable que el responsable comercial se halla frente a la alternativa siguiente: a pesar de la incertidumbre que subsiste, puede decidir no reparar en nada y realizar su elección con la única información con la que cuenta a priori (p.186-187).

En ese sentido, la información tiene un gran peso y efecto para quienes toman las decisiones en las empresas y organizaciones, pero es evidente que el valor de la Información es relativa y no absoluta, ya que estará supeditada en función de quién, cómo y cuándo la usa. La información sobre los cambios bursátiles tendrá más valor en el momento para los corredores de bolsa que para un trabajador social y de la misma manera la información de nuevas disposiciones legales sobre medicamentos tendrá más valor para médicos, clínica y pacientes que para la industria siderúrgica.

o. Toma de Decisiones

Tomar decisiones es una cuestión tan antigua como el ser humano, natural, cotidiana y casi inconsciente que no nos tomamos tiempo de reflexionar sobre éste proceso y fenómenos tan inherente a nosotros, para entender un poco más sobre las decisiones y el proceso decisorio conoceremos que dicen los autores al respecto.

Pedro Pavesi (2011) en “ La decisión”. Recuperado de <http://www.juancoronel.com/wp-content/uploads/2011/10/LA-DECISION-Pavesi.pdf> señala que:

Toda decisión implica un proceso reflexivo, que consiste en un cálculo que, utilizando símbolos, transforma un conjunto de elementos en la elección final de una alternativa. La decisión es un proceso de transformación secuencial de la realidad, a nivel mental, abstracto. Es un proceso deliberado de razonamiento, de reflexión, de análisis, de pensamiento sistemático y organizado, aplicado a universos imaginados.

Asimismo, Rodríguez y García (2008) señala que: “Decidir no es únicamente elegir, es un proceso continuo que consiste en identificar el problema (deben encontrarse ocasiones que nos permitan tomar la decisión), hallar los posibles caminos alternativos y seleccionar una única opción” (p. 19).

Stephen J. Hoch y Howard C. Kunreuther (2001), en “Toma de decisiones, según Wharton”. Recuperado de <http://elmayorportaldegerencia.com/Libros/Gerencia/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Toma%20de%20decisiones.pdf>, mencionan:

Para poder tomar buenas decisiones es imprescindible llegar a comprender bien de qué modo toman sus decisiones las personas y qué deben hacer para mejorarlas. Existen cuatro niveles de toma de decisiones:

- Individual: las decisiones de una persona a menudo están influenciadas por un conjunto de emociones e intuiciones, y por un cierto enfoque del presente.

- Gerente: la toma de decisiones por parte de los gerentes supone que éstos utilicen modelos que la faciliten; sobre todo las decisiones complejas.

- Negociaciones: esto incluye decisiones hechas por varias interacciones entre múltiples participantes.

- Social: decisiones que incluyen todo el tejido social: asuntos de protección ambiental y coberturas de cuidado de la salud.

3.3. MARCO CONCEPTUAL

a. Riesgo estratégico. Entendiéndose que el riesgo son las eventualidades cuya posibilidad de ocurrencia es conocida (Knight, 1921), por tanto, posee componentes del pasado, presentes y futuros, en ése sentido el riesgo estratégico es el riesgo actual y prospectivo para las ganancias y el capital que surge de decisiones de negocio adversas o implementación inadecuada de decisiones de negocio. Muchos gerentes no comprenden plenamente los aspectos técnicos de las tecnologías de información. La estructura y recursos de la organización podrían no tener las habilidades para administrar los sistemas de información.

b. Gestión de problemas. Gestionar problemas parte por la identificación de las causas y los efectos que éstas generan y determinar quiénes o cuáles son los principales afectados por la situación problemática.

Se debe dimensionar el nivel e impacto que tiene el problema identificado y cómo afecta a la organización, a partir de ello de deben elaborar instrumentos que ataquen las causas para reducir o minimizar los efectos.

Se recomienda que para la medición del cumplimiento de la gestión de problemas en los procesos de implementación de TIC, se consideren las siguientes métricas o indicadores:

- Indicadores de tiempo desde la ocurrencia de un problema hasta su diagnóstico, determinados por periodo mensuales, trimestrales o semestrales, de acuerdo con las estrategias establecidas.
- Indicadores de cantidad de problemas por tipo respecto a la cantidad total de problemas en un determinado periodo de tiempo.
- Indicadores de problemas por situación o cualidad (diagnosticado, atendido, pendientes, en proceso, solucionado, etc) respecto a la cantidad total de problemas identificados en un determinado periodo de tiempo.

Estos indicadores y métricas permitirán conocer y verificar el estado de la cuestión para identificar el desempeño o efectividad de la Gestión de Problemas.

Mediante la Gestión de Problemas, se establece control para evitar inconsistencias , por ejemplo, respecto a un problema que está en estado “*en investigación*” pase directamente al estado “*solucionado*” sin pasar por el estado “*diagnosticado*”.

c. Riesgo de seguridad de la información.

El riesgo de seguridad de la información de acuerdo con Castro et al (2018) señala que:

Cuando se plantea mejorar la seguridad de una empresa se debe tener en cuenta varios factores que se muestra a continuación:

- Recursos
- Amenazas
- Vulnerabilidades
- Riesgos

Se entiende a los recursos como los bienes tangibles e intangibles con los que se cuenta para realizar las tareas, la información de que se dispone es un bien intangible, ya sean las bases de datos de clientes, proveedores, los manuales de producción, las investigaciones y las patentes. Por otro lado, se tiene a los bienes tangibles, que son los recursos físicos de que se dispone en la empresa, servidores, equipos de red, computadoras, teléfonos inteligentes, vehículos, bienes inmuebles, etc.

El riesgo es la probabilidad de que algo negativo suceda dañando los recursos tangibles o intangibles y por tanto impidiendo desarrollar la labor profesional.

Las amenazas son esos sucesos que pueden dañar los procedimientos o recursos, mientras que las vulnerabilidades son los fallos de los sistemas de seguridad o en los propios que el usuario utiliza para desarrollar las actividades que permitirían que una amenaza tuviese éxito a la hora de generar un problema.

El principal trabajo de un responsable de la seguridad es la evaluación de los riesgos identificando las vulnerabilidades, amenazas y en base a esta información evaluar los riesgos a los que están sujetos las actividades y recursos. (p. 27-29)

CAPÍTULO IV

4. PRESENTACION DE RESULTADOS

El Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, es el centro y unidad de análisis de investigación, motivo por el cual se analizará el estado o situación del uso de las Tecnologías de Información(TICs), mediante la recolección de información a través de encuestas, entrevistas a ejecutivos y los resultados se contrastarán con la información producto de la revisión bibliográfica planteada en el marco conceptual, para luego proponer estrategias de uso de las TICs en la organización.

En la tabla 1 se describen las etapas abordadas en el desarrollo de la presente investigación.

Tabla 1. Etapas para el desarrollo de la investigación (elaboración propia)

ETAPA	DESCRIPCIÓN	MAPEO OBJETIVO ESPECIFICO	ENTREGABLE
Elaboración de Marco Conceptual	De la revisión bibliográfica se reúnen diferentes conceptos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) y sus tendencias. Con ello se lograrán los fundamentos teóricos y conceptuales de la presente investigación.	Examinar la literatura existente sobre las Tecnologías de la Información y Comunicación y su aplicación, con lo cual se pueda construir un marco conceptual que apoye la presente investigación.	Marco Conceptual

Diagnóstico del estado actual de la unidad de análisis	Realización de un examen y diagnóstico para conocer el estado actual de apropiación de las TIC'S del Restaurant Turístico "ViaVia" de la ciudad de Ayacucho.	Diferenciar la situación actual de adopción de las tecnologías de la información y la comunicación en el Restaurant Turístico "Via Via" de la ciudad de Ayacucho, por medio de la aplicación de instrumentos de recojo de información de fuente primaria como encuestas y entrevistas semiestructuradas.	Resultados diagnóstico y análisis del estado actual de apropiación de las TIC en el Restaurant Turístico "ViaVia" de la ciudad de Ayacucho.
Planteamiento de estrategias	Se analizan los resultados producto del diagnóstico realizado y se proponen las estrategias para que el Restaurant Turístico "Via Via" de la ciudad de Ayacucho puedan apropiar las TICs y puedan generar ventaja competitiva.	Establecer estrategias para la apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación en Restaurant Turístico "ViaVia" de la ciudad de Ayacucho a partir del análisis de resultados del diagnóstico realizado.	Documento con las estrategias para la aplicación de las TICs en el Restaurant Turístico "ViaVia" de la ciudad de Ayacucho.

En las tablas 2, 3 y 4 se precisan los objetivos de la investigación y consecuentemente, la manera de como alcanzarlos.

Tabla 2. Objetivo Específico N° 01 (elaboración propia)

Objetivo Específico N° 01		Revisión y análisis bibliográfico respecto a las tecnologías de la información y comunicación, para el desarrollo teórico y conceptual de la investigación.	
Actividades	Técnicas	Fuentes	Entregables
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo del marco conceptual de las tecnologías de la información y la comunicación y sus tendencias. • Revisión y análisis de publicaciones científicas y académicas respecto a los TIC 	Revisión sistemática de la literatura.	<ul style="list-style-type: none"> • Artículos publicados en revistas científicas. • Literatura vinculada y relacionada a las tecnologías de la información y la comunicación. 	Marco conceptual

Tabla 3. Objetivo Específico N° 02 (elaboración propia)

Objetivo Específico N° 02		Comparar la situación actual de uso de las tecnologías de la información y la comunicación en el Restaurant Turístico “ViaVia” de la ciudad de Ayacucho, por medio de instrumentos de recojo de datos de fuente primaria como las encuestas y entrevistas semiestructuradas.	
Actividades	Técnicas	Fuentes	Entregables

Realizar una encuesta a los directivos o gerente responsable de la TI, especialistas de base de datos, arquitectos de software, directores de desarrollo de software, del Restaurant Turístico “Via Via” de la ciudad de Ayacucho.	Dirigido a profesionales vinculados con el Restaurant Turístico “Via Via” de la ciudad de Ayacucho.	Entrevistas	Documento donde se describa los resultados de la entrevista a los ejecutivos y encuesta realizada a los usuarios para identifique el estado actual de la apropiación de las TICs a nivel general en el Restaurant Turístico “Via Via” de la ciudad de Ayacucho.
--	---	-------------	---

Tabla 4. Objetivo Específico N° 03 (elaboración propia)

Objetivo Específico N° 03		Formular estrategias para el uso y adopción de las tecnologías de la información y la comunicación en el Restaurant Turístico “ViaVia” de la ciudad de Ayacucho a partir del de la línea de base recogida en el diagnóstico.	
Actividades	Técnicas	Fuentes	Entregables
A partir del análisis de resultados producto del diagnóstico realizado, se propone las estrategias para que para que el Restaurant Turístico “ViaVia” de la ciudad de Ayacucho	Análisis de resultados encuesta de apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación en el Restaurant Turístico	Resultados de la encuesta estado de apropiación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el Restaurant Turístico	Documento donde se plantean una serie de estrategias para la aplicación de las TICs y ser tenidas en cuenta en las recomendaciones que se proponen mejorando la toma de

pueda apropiar las TICs.	“ViaVia” de la ciudad de Ayacucho	“ViaVia” de la ciudad de Ayacucho.	decisiones en la unidad de análisis.
--------------------------	-----------------------------------	------------------------------------	--------------------------------------

4.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS

El análisis de los datos se llevó a cabo con los valores que se obtuvieron mediante la aplicación de los instrumentos de investigación elaborados para ambas variables, éstas fueron procesadas de la siguiente forma:

Análisis descriptivo:

- Se construyó y desarrolló una base datos para la variable dependiente e independiente con el objeto de dinamizar y facilitar el análisis de la información resultante y darle uso e interpretación.
- Se uso el programa estadístico SPSS V.20
- Construcción y uso de tablas de frecuencia, tablas de contingencia; frecuencia absolutas y acumuladas; frecuencias porcentuales y distribuciones condicionales.
- Se utilizaron técnicas estadísticas para el procesamiento de datos, así como la construcción de tablas, matrices, formatos
-
- Se usaron diagramas de barra, por su fácil comprensión.

Descripción de resultados:

Se podrá apreciar la descripción de los resultados porcentuales resultantes de los instrumentos de recopilación de información en los cuadros 1 al 11 así como sus análisis, los cuales se ubican en las siguientes etapas:

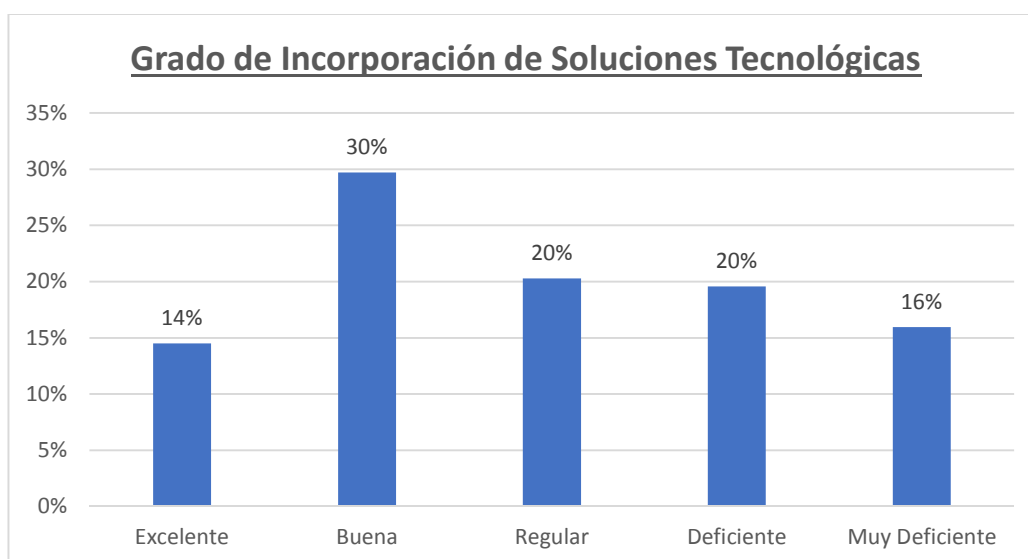
Cuadro 1. Resultados de la pregunta 1

Grado de Incorporación de Tecnologías de Información y Comunicación

Nivel de Calificación		Cantidad	FRS	FRA
Excelente	P11 - 1	20	14%	14%
Buena	P11 - 2	41	30%	44%
Regular	P11 - 3	28	20%	64%
Deficiente	P11 - 4	27	20%	84%
Muy Deficiente	P11 - 5	22	16%	100%
TOTAL		138	100%	

Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Gráfico 1. Resultados y análisis de la pregunta 1



Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Interpretación:

Respecto a la pregunta, ¿El Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, en qué grado incorporó y utiliza las siguientes soluciones tecnológicas?

El 30% de los ejecutivo, colaboradores y clientes, señalaron que la empresa viene incorporando satisfactoriamente (BUENA) el conjunto de soluciones tecnológicas, como: portal corporativo, correo electrónico, APPs, inteligencia y analítica de negocios.

El 64% de los encuestados, consideran que el Restaurant Vía Vía, ha gestionado e incorporado las TICs, a sus procesos técnicos y operaciones comerciales, con una calificación cualitativa entre Regular y Excelente.

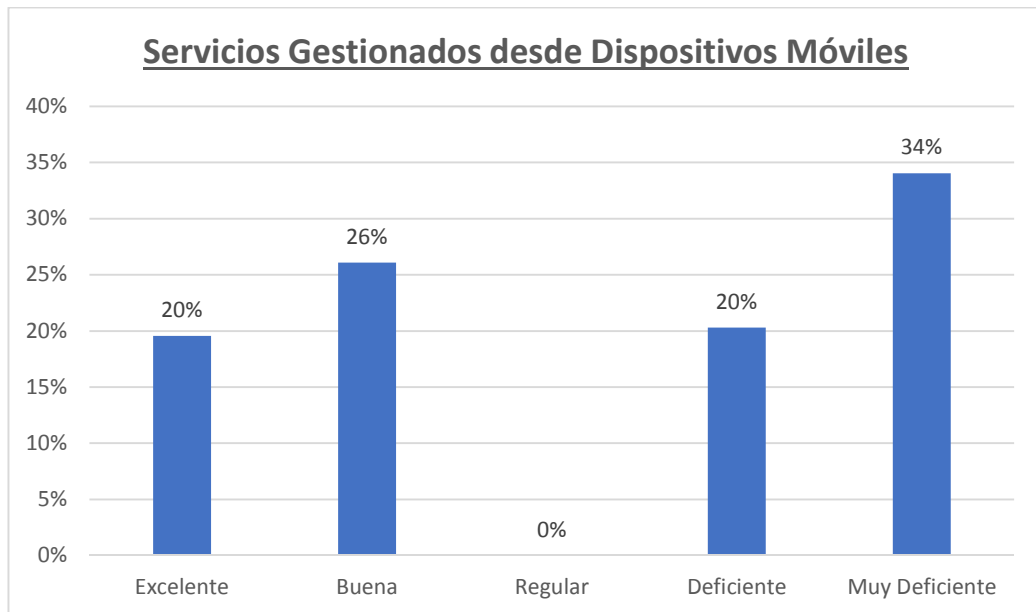
Cuadro 2. Resultados de la pregunta 2

Servicios Gestionados desde Dispositivos Móviles

Nivel de Calificación		Cantidad	FRS	FRA
Excelente	P21 - 1	27	20%	20%
Buena	P21 - 2	36	26%	46%
Regular	P21 - 3	0	0%	46%
Deficiente	P21 - 4	28	20%	66%
Muy Deficiente	P21 - 5	47	34%	100%
TOTAL		138	100%	

Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Gráfico 2. Resultados y análisis de la pregunta 2



Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Interpretación:

Respecto a la pregunta, ¿Cuáles de los siguientes servicios son gestionados desde dispositivos móviles?

El 46% de los ejecutivo, colaboradores y clientes, señalaron que la empresa viene Gestionando los Servicios eficientemente (BUENA Y EXCELENTE) desde el aplicativo Móvil, como: trivago.com, 1 toke.

El 54% de los encuestados, consideran que el Restaurant Vía Vía, no está utilizando adecuadamente el aplicativo móvil (DEFICIENTE Y MUY DEFICIENTE), de acuerdo a las encuestas realizadas se pudo comprobar que

esta percepción es de los clientes ya que en la actualidad existe diversas plataformas que soportan los aplicativos móviles que la empresa Via Via directamente no tiene implementado.

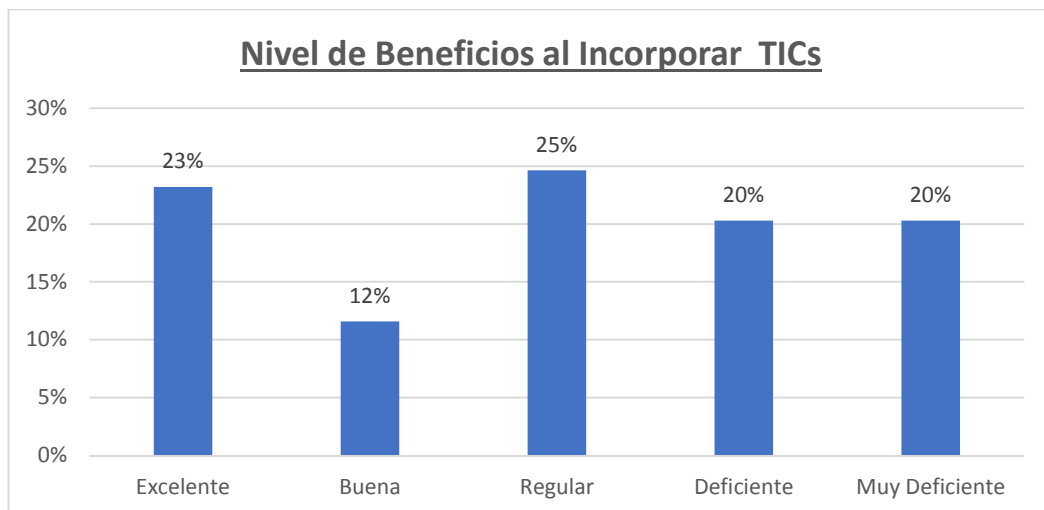
Cuadro 3. Resultados de la pregunta 3

Nivel de Beneficios al Incorporar TICs

Nivel de Calificación		Cantidad	FRS	FRA
Excelente	P31 - 1	32	23%	23%
Buena	P31 - 2	16	12%	35%
Regular	P31 - 3	34	25%	59%
Deficiente	P31 - 4	28	20%	80%
Muy Deficiente	P31 - 5	28	20%	100%
TOTAL		138	100%	

Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Gráfico 3. Resultados y análisis de la pregunta 3



Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Interpretación:

Respecto a la pregunta, A su opinión, el Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho ¿qué nivel de beneficios obtiene con la incorporación de TICs?

El 25% de los ejecutivo, colaboradores y clientes, señalaron que los beneficios obtenidos al incorporar las TICs a la empresa han sido beneficios (REGULAR)

El 60% de los encuestados, consideran que el Restaurant ViaVia gracias ha incorporado las TICs, a sus procesos técnicos y operaciones comerciales, ha obtenido una calificación cualitativa entre Regular y Excelente.

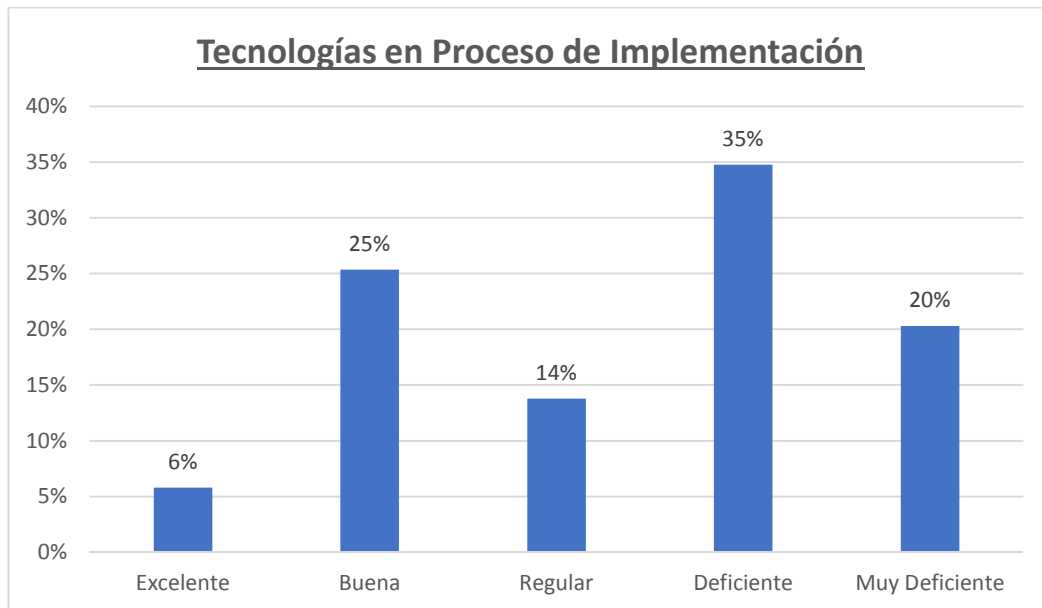
Cuadro 4. Resultados de la pregunta4

Tecnologías en Proceso de Implementación

Nivel de Calificación		Cantidad	FRS	FRA
Excelente	P41 - 1	8	6%	6%
Buena	P41 - 2	35	25%	31%
Regular	P41 - 3	19	14%	45%
Deficiente	P41 - 4	48	35%	80%
Muy Deficiente	P41 - 5	28	20%	100%
TOTAL		138	100%	

Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Gráfico 4. Resultados y análisis de la pregunta 4



Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Interpretación:

Respecto a la pregunta, en el Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, del siguiente listado de opciones seleccione y gradúe las tecnologías que ya tienen o que están en proceso de implementación, con el fin de soportar los principales procesos del negocio.

El 45% de los ejecutivo, colaboradores y clientes encuestados, perciben que la empresa incorpora las TICs a sus procesos técnicos y operaciones comerciales, ha obtenido una calificación cualitativa entre Buena, Regular y Excelente.

El 55% de los encuestados, consideran que el Restaurant Vía Vía, no ha incorporado eficientemente las TICs, a sus procesos técnicos y operaciones comerciales, por lo que han obtenido una calificación con niveles de deficiencia

o hasta inclusive de extrema deficiencia (DEFICIENTE Y MUY DEFICIENTE), de acuerdo a las encuestas realizadas los clientes son los que perciben que no se ha implementado adecuadamente las TICs en la empresa Via Via.

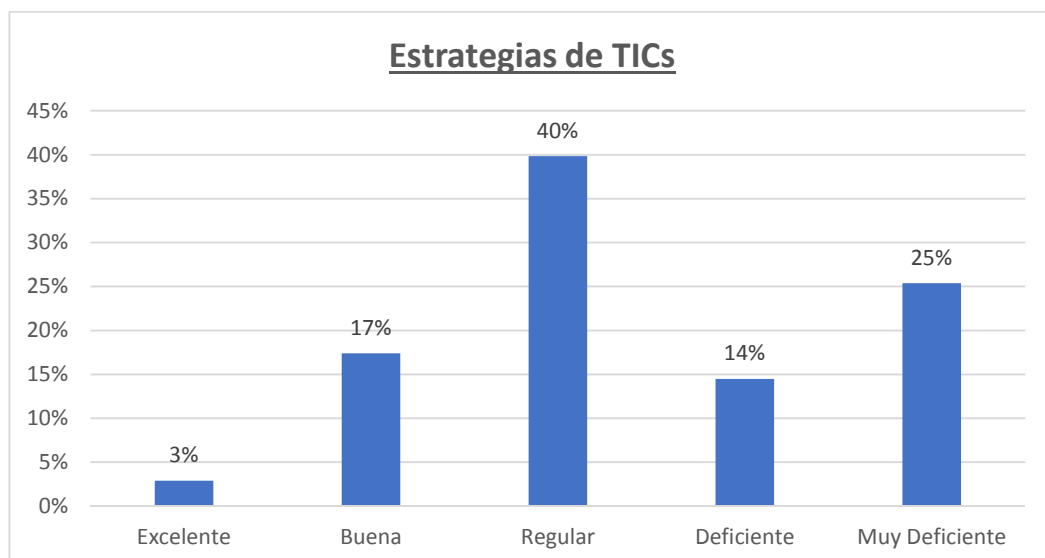
Cuadro 5. Resultados de la pregunta 5

Estrategias de TICs

Nivel de Calificación		Cantidad	FRS	FRA
Excelente	P51 - 1	4	3%	3%
Buena	P51 - 2	24	17%	20%
Regular	P51 - 3	55	40%	60%
Deficiente	P51 - 4	20	14%	75%
Muy Deficiente	P51 - 5	35	25%	100%
TOTAL		138	100%	

Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Gráfico 5. Resultados y análisis de la pregunta 5



Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Interpretación:

Respecto a la pregunta, ¿El Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho tiene estrategias, modelos de referencia para hacer un análisis de la cadena de valor del negocio y a partir de eso proponer estrategias de TICs?

El 40% de los ejecutivo, colaboradores y clientes, señalaron que la empresa ha implementado satisfactoriamente (REGULAR) las estrategias en la cadena de valor, por lo que se propone implementar el Modelo de Mejora Continua.

El 60% de los encuestados, consideran que el Restaurant Vía Vía, tiene implementado estrategias en la cadena de valor en los procesos técnicos y operaciones comerciales, con una calificación cualitativa entre Regular y Excelente.

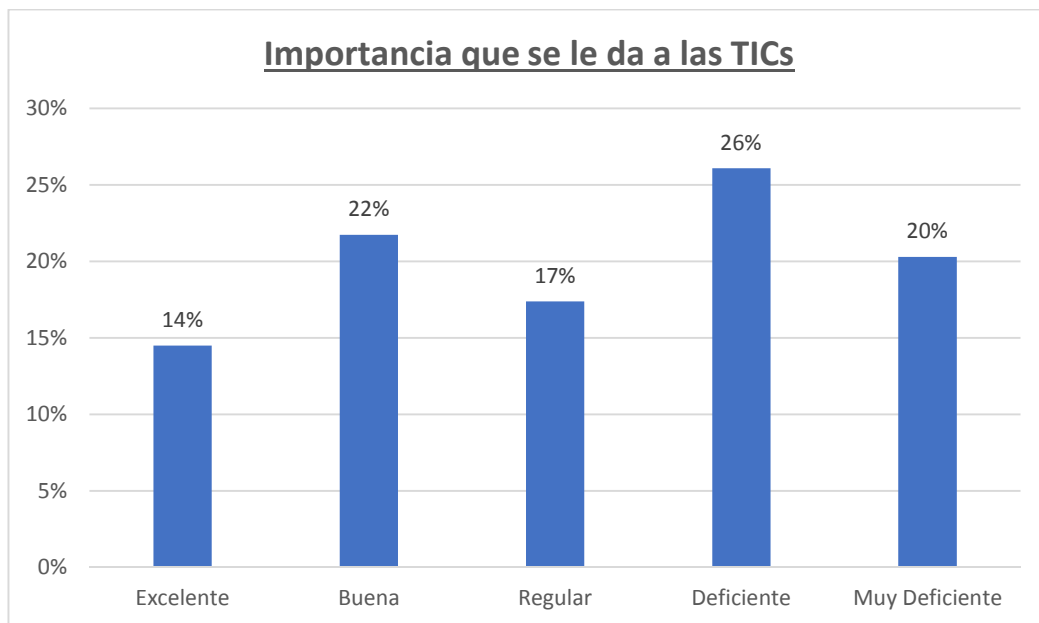
Cuadro 6. Resultados de la pregunta 6

Importancia que se le da a las TICs

Nivel de Calificación		Cantidad	FRS	FRA
Excelente	P61 - 1	20	14%	14%
Buena	P61 - 2	30	22%	36%
Regular	P61 - 3	24	17%	54%
Deficiente	P61 - 4	36	26%	80%
Muy Deficiente	P61 - 5	28	20%	100%
TOTAL		138	100%	

Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Gráfico 6. Resultados y análisis de la pregunta 6



Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Interpretación:

Respecto a la pregunta, En el Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, según la importancia que se le da a las TICs, en relación a sus principales procesos del negocio, marque la opción que mejor se ajuste.

El 54% de los ejecutivo, colaboradores y clientes, señalaron que en la empresa Via Via le dan la importancia a las TICs por lo que calificaron satisfactoriamente con una calificación cualitativa de Regular, Buena y Excelente.

El 46% de los encuestados (ejecutivo, colaboradores y clientes), consideran que el Restaurant Vía Vía, no le da la incorporado las TICs, obteniendo una calificación cualitativa entre Deficiente y Muy Deficiente; esta es la percepción sobre todo de los clientes, quienes consideran que no le dan la importancia debida.

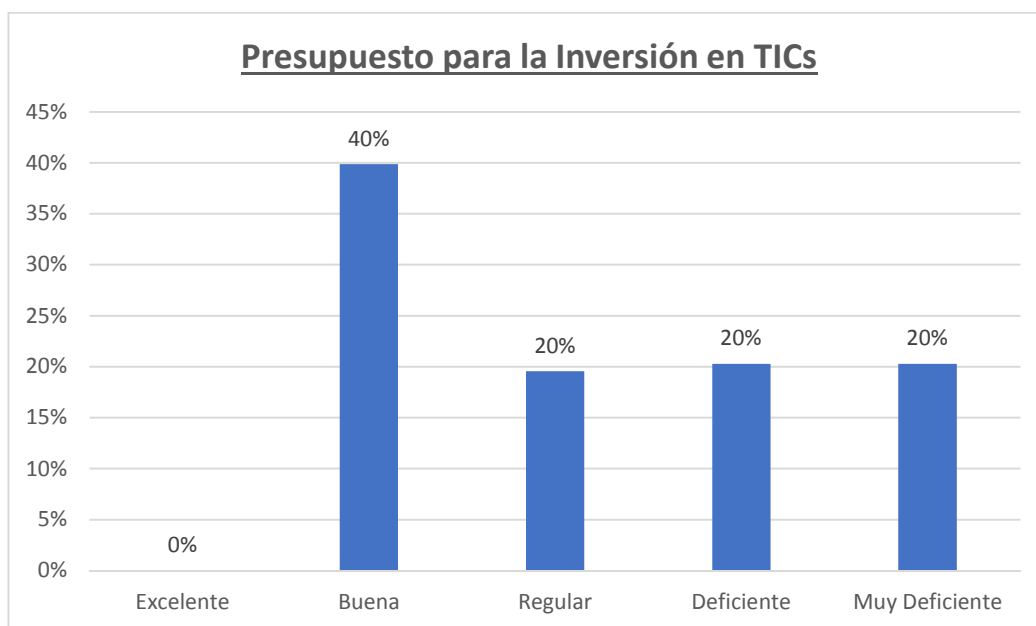
Cuadro 7. Resultados de la pregunta 7

Presupuesto para la Inversión en TICs

Nivel de Calificación		Cantidad	FRS	FRA
Excelente	P71 - 1	0	0%	0%
Buena	P71 - 2	55	40%	40%
Regular	P71 - 3	27	20%	59%
Deficiente	P71 - 4	28	20%	80%
Muy Deficiente	P71 - 5	28	20%	100%
TOTAL		138	100%	

Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Gráfico 7. Resultados de la pregunta 7



Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Interpretación:

Respecto a la pregunta, ¿El Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, desde su percepción, cuenta con presupuesto para la inversión en TICs?

El 60% de los ejecutivo, colaboradores y clientes, señalaron que la empresa cuenta con presupuesto para la inversión de las TICs por lo que calificaron entre BUENA y REGULAR.

El 40% de los encuestados (ejecutivo, colaboradores y clientes), consideran que el Restaurant Vía Vía, no cuenta con presupuesto para la inversión de las TICs, obteniendo una calificación cualitativa entre Deficiente y Muy Deficiente.

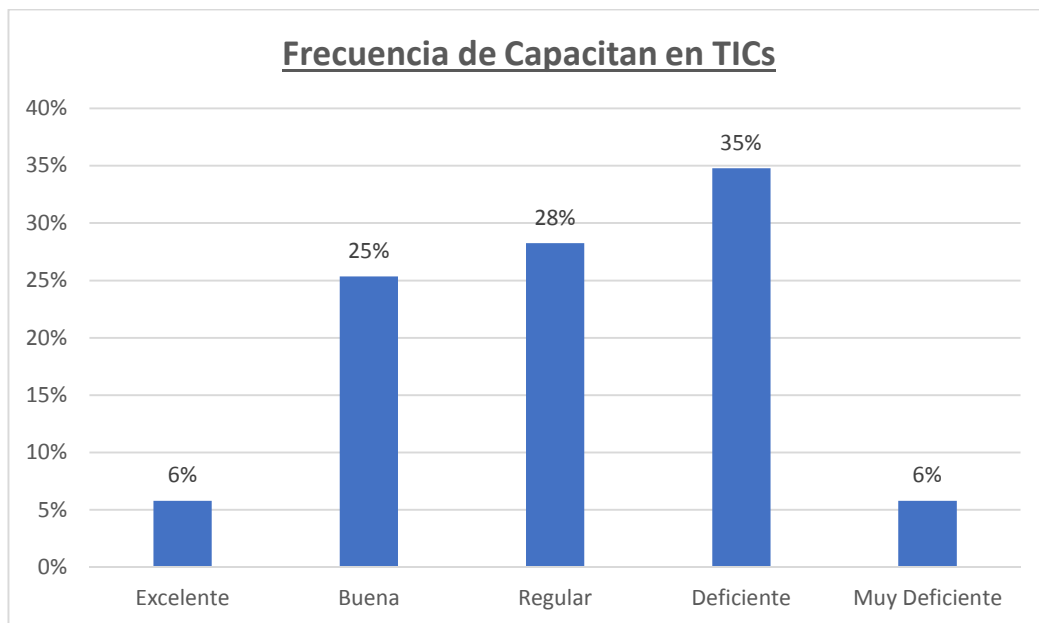
Cuadro 8. Resultados de la pregunta 8

Frecuencia de Capacitan en TICs

Nivel de Calificación		Cantidad	FRS	FRA
Excelente	P81 - 1	8	6%	6%
Buena	P81 - 2	35	25%	31%
Regular	P81 - 3	39	28%	59%
Deficiente	P81 - 4	48	35%	94%
Muy Deficiente	P81 - 5	8	6%	100%
TOTAL		138	100%	

Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Gráfico 8. Resultados y análisis de la pregunta 8



Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
 Elaboración Propia

Interpretación:

Respecto a la pregunta, Los colaboradores del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, ¿Con qué frecuencia se capacitan en TICs, ya sea con financiamiento de la empresa o su propio peculio?

El 59% de los ejecutivo, colaboradores y clientes, señalaron que la empresa los capacita en temas de TICs por lo que se encuentran satisfechos considerando una calificación entre Regular, Buena y Excelente.

El 41% de los encuestados (ejecutivo, colaboradores y clientes), consideran que el Restaurant Vía Vía, no los capacitan en temas de TICs, como se refleja en la calificación cualitativa Deficiente y Muy Deficiente, de las encuestas

realizadas se pudo comprobar que los encuestados no invierten en capacitan, solo esperan que la empresa lo haga.

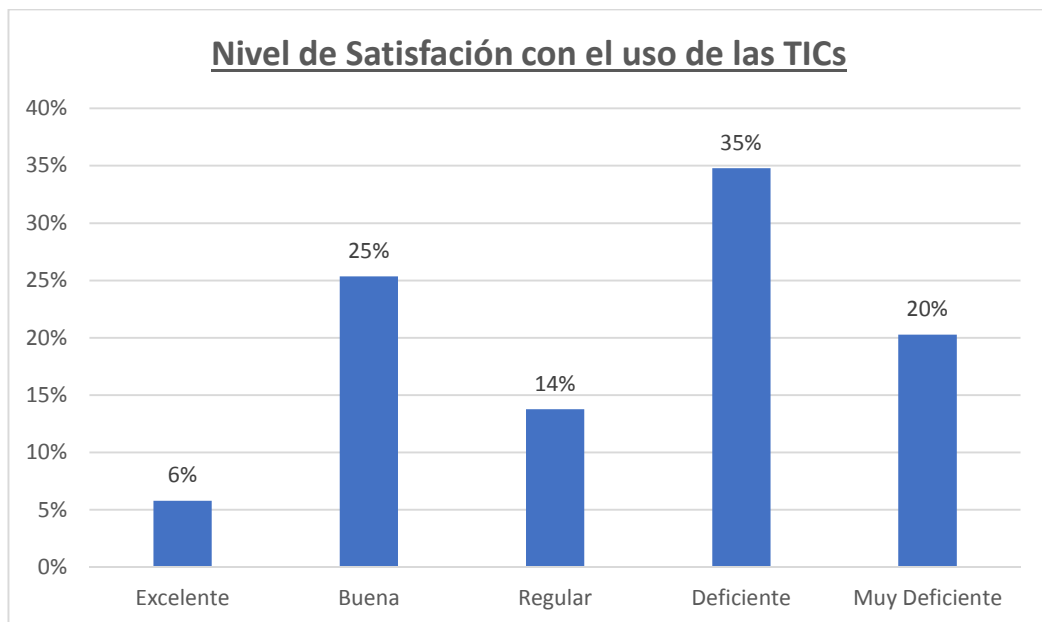
Cuadro 9. Resultados de la pregunta 9

Nivel de Satisfacción con el uso de las TICs

Nivel de Calificación		Cantidad	FRS	FRA
Excelente	P91 - 1	8	6%	6%
Buena	P91 - 2	35	25%	31%
Regular	P91 - 3	19	14%	45%
Deficiente	P91 - 4	48	35%	80%
Muy Deficiente	P91 - 5	28	20%	100%
TOTAL		138	100%	

Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Gráfico 9. Resultados y análisis de la pregunta 9



Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Interpretación:

Respecto a la pregunta, ¿Qué nivel de satisfacción, considera que tiene la Gerencia del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, respecto a los beneficios que ha obtenido con el uso de las TICs?

El 45% de los ejecutivo, colaboradores y clientes, señalaron estar conformes y reconocen los beneficios obtenidos al incorporar las TICs a sus procesos técnicos y operaciones comerciales, calificando entre Regular, Buena y Excelente.

El 55% de los encuestados (ejecutivo, colaboradores y clientes), consideran que el Restaurant ViaViano está implementando adecuadamente las TICs en sus procesos técnicos y operaciones comerciales, con una calificación cualitativa entre Deficiente y Muy Deficiente.

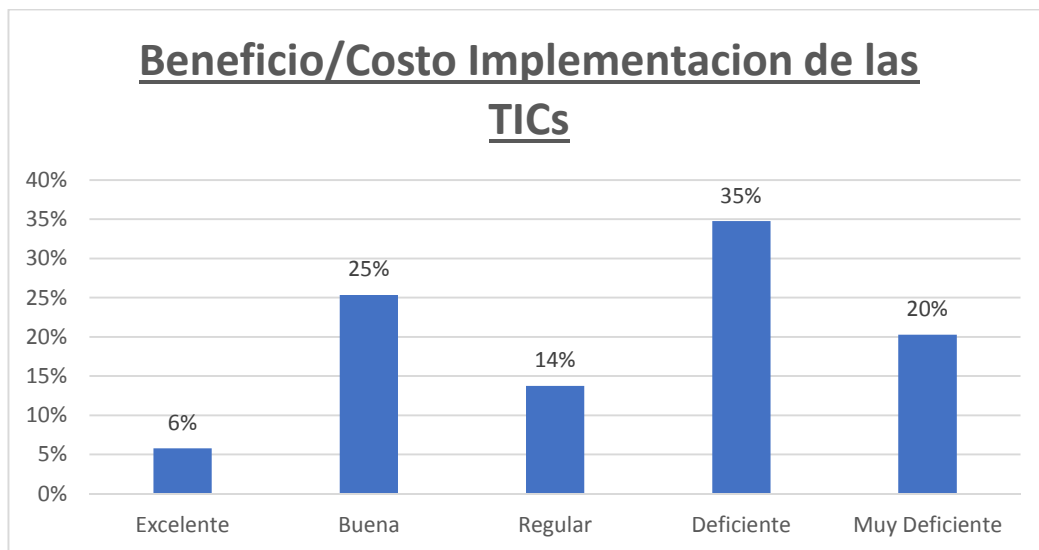
Cuadro 10. Resultados de la pregunta 10

Beneficio/Costo Implementación de las TICs

Nivel de Calificación		Cantidad	FRS	FRA
Excelente	P101 - 1	8	6%	6%
Buena	P101 - 2	35	25%	31%
Regular	P101 - 3	19	14%	45%
Deficiente	P101 - 4	48	35%	80%
Muy Deficiente	P101 - 5	28	20%	100%
TOTAL		138	100%	

Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Gráfico 10. Resultados y análisis de la pregunta 10



Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Interpretación:

Respecto a la pregunta, Bajo su criterio y percepción, ¿Cuál es la relación beneficio/costo que ha percibido la empresa, por la implementación y/o uso de las TICs?

El 45% de los ejecutivo, colaboradores y clientes, señalaron que la empresa ha crecido y se ha consolidado en el mercado gracias a la inversión realizada en las TICs y que fueron beneficios al implementar en sus procesos técnicos y en sus relaciones comerciales, obteniendo una calificación de Regular, Buena y Excelente.

El 55% de los encuestados (ejecutivo, colaboradores y clientes), consideran que el Restaurant Vía Vía, que no han implementado y/o incorporado adecuadamente

las TICs, a sus procesos técnicos y operaciones comerciales, con una calificación cualitativa entre Deficiente y Muy Deficiente.

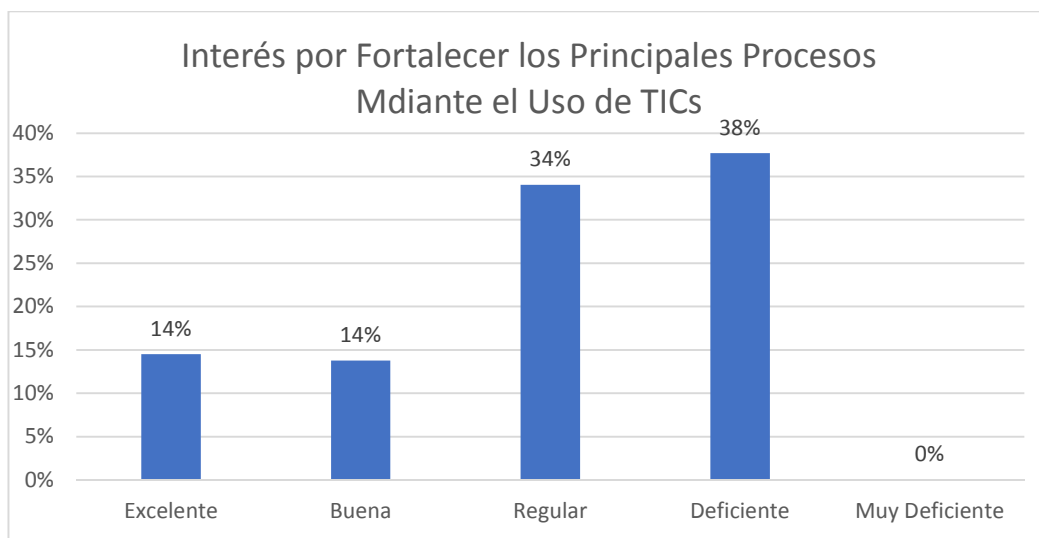
Cuadro 11. Resultados de la pregunta 11

Interés por Fortalecer los Principales Procesos Mdiante el Uso de TICs

Nivel de Calificación		Cantidad	FRS	FRA
Excelente	P111 - 1	20	14%	14%
Buena	P111 - 2	19	14%	28%
Regular	P111 - 3	47	34%	62%
Deficiente	P111 - 4	52	38%	100%
Muy Deficiente	P111 - 5	0	0%	100%
TOTAL		138	100%	

Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Gráfico 11. Resultados y análisis de la pregunta 11



Fuente : Encuesta a Ejecutivos, Colaboradores y Clientes
Elaboración Propia

Interpretación:

Respecto a la pregunta, ¿A su parecer, la Gerencia de la empresa, pone de manifiesto su interés por fortalecer los principales procesos del negocio, mediante el uso de las TICs; basados en los resultados que éstas han brindado?

El 62% de los ejecutivos, colaboradores, señalaron que la empresa tiene interés por fortalecer los procesos críticos de la empresa mediante el uso de las TICs, con una calificación cualitativa entre Regular, Buena y Excelente.

El 38% de los encuestados (ejecutivo, colaboradores y colaboradores), consideran que el Restaurant ViaViano le dan la importancia necesaria para fortalecer los principales procesos mediante el uso de las TICs, con una calificación cualitativa entre Deficiente y Muy Deficiente.

4.2 APLICACIÓN DEL ESPIRAL DE MEJORA CONTINUA

La Mejora Continua o Kaizen como lo señala Carro y Gonzales (2012),

Puede ser la respuesta para quienes desean lograr resultados a corto plazo con poca inversión, siempre que decidan crear una organización basada en mejorar procesos humanos y productivos y comprometerse con la filosofía. Este también es representado por el Ciclo de Shewart o Círculo PDCA de Deming (por sus siglas en inglés: Plan, Do, Check, Act). (p. 12)

El mismo que fue aplicado a la presente investigación, como una propuesta de mejora a la gestión del Restaurante Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, en los términos siguientes.

Tabla 5. Resultados y análisis de la encuesta

BLOQUE	RESULTADO	ANÁLISIS
Estado actual	Según los datos de las ilustraciones en el Grafico 1 resultado de la pregunta 1 de la encuesta realizada a los Ejecutivos, Colaboradores y Clientes, podemos resaltar que el 50% de encuestados manifiestan que el uso del Portal Corporativo es EXCELENTE haciendo un total del 90% entre REGULAR, BUENA Y EXCELENTE, el 35% de encuestados manifiestan que el uso de correo electrónico es REGULAR haciendo un total del 90% entre REGULAR, BUENA Y EXCELENTE, y el 80% de encuestados	De todas las opciones planteadas y que son de las más utilizadas por la mayoría de las compañías a nivel mundial, la mayoría no son consideradas por el Restaurant Turístico “ViaVia” de la ciudad de Ayacucho, Esto nos conduce a identificar como actualmente el Restaurant Turístico “ViaVia” de la ciudad de Ayacucho tiene que mejorar el nivel de apropiación de TICs.

	<p>consideraron entre REGULAR, BUENA Y EXCELENTE el uso de la Plataforma tecnológica online, siendo éstas mas más resaltantes soluciones tecnológicas utilizada por el Restaurant Turístico “Via Via” de la ciudad de Ayacucho y que sólo otras como la plataforma tecnológica transaccional, redes sociales y relacionamiento con el cliente son utilizadas en un porcentaje más intermedio.</p>	<p>Se identifican portales web con pocas herramientas para los usuarios, ausencia de sistemas estructurados de relacionamiento con el cliente, falta de aplicativos móviles o portales web adaptables a dispositivos móviles que permitan un mayor acercamiento al cliente y una capacidad de ofrecer servicios de mayor calidad y de alto valor agregado, permitiendo ahorrar costos y tiempo para ambas partes.</p>
Satisfacción	<p>Según los datos de la Gráfica 3, 9, 10 y 11 resultado de la pregunta 3, 9, 10, y 11 de la encuesta, podemos identificar que el nivel de satisfacción del Restaurant Turístico “ViaVia” de la ciudad de Ayacucho las TICs y la relación costo-beneficio de su uso están divididas desde la percepción de los ejecutivos y colaboradores, quienes manifiestan que el posicionamiento actual de la empresa se debió a la implementación de las TICs y los clientes, quienes creen que el Restaurant ViaVia no le da la importancia correspondiente para la implementado adecuadamente los TICs .</p>	<p>Se puede identificar que en general, en el Restaurant Turístico “ViaVia” de la ciudad de Ayacucho existe un buen nivel de satisfacción respecto al beneficio obtenido en el uso de TICs. Esto permite identificar que el uso que le han dado hasta ahora le ha rendido buenos frutos a pesar de todo lo que les falta por avanzar en el tema; desde este punto de vista es importante anotar que, si implementas las TICs, el flujo de trabajo, proceso pueden ser muchos mejor, lo que genera condiciones</p>

		para el crecimiento, desarrollo y competitividad de la empresa.
Planeación para el futuro	Según la Gráfica 4, 5 y 6 que son resultado de la pregunta 4, 5 y 6 respectivamente, podemos apreciar que sólo 2 opciones de tecnologías (Computación en la Nube y Redes Sociales) identifican que están siendo utilizadas por parte del Restaurant Turístico “Via Via” de la ciudad de Ayacucho.	Se puede apreciar la mínima utilización de estas estrategias por parte de los encuestados, las cuales son cruciales a la hora de tomar decisiones. Actualmente se pueden encontrar diversas formas y manifestaciones tecnológicas orientadas a las empresas y que son soluciones tecnológicas que aún no están siendo abordados por el Restaurant Turístico “ViaVia” de la ciudad de Ayacucho, lo que puede repercutir evidentemente en un bajo nivel de calidad en los servicios prestados, así como los procesos que soportan su organización empresarial.
Inversión y nivel de importancia	Según la Gráfica 7 y 8 que son resultado de la pregunta 7 y 8 respectivamente, podemos identificar que el 60% de los encuestados consideran que el Restaurant ViaVia cuenta con presupuesto para la inversión en las TICs, pero que el 41% de encuestados	Como primera impresión se observa que ViaVia cuenta con presupuesto para inversión en TICs y un nivel de capacitación entre medio y bajo en torno a este tema, adicionalmente es claro que la mayoría de las empresas

	<p>asignan un bajo o nulo presupuesto para su capacitación en TICs, consideran que la empresa es quien los debe capacitar gratuitamente.</p>	<p>del sector no tienen o tienen pocas estrategias para el análisis de la cadena de valor.</p> <p>De acuerdo a lo indicado en el párrafo anterior se puede observar una clara contracción, ya que se demuestra un alto grado de satisfacción con los resultados actuales de las TICs, pero el nivel de inversión en ellas es muy bajo.</p> <p>Lo que debe llevar a sus ejecutivos a considerar un serio planteamiento respecto a la implementación de las TIC en la empresa, planificar el proceso de implementación, determinar la inversión requerida, la capacitación al personal entre otros aspectos relevantes.</p>
--	--	---

Al analizar lo obtenido en los instrumentos de diagnóstico, como las encuestas, plasmados en la tabla 5 se puede concluir que existen se encuentran deficiencias y brechas en la mayoría de los temas abordados respecto a las TIC. En la tabla 6 se observan las brechas a abordar.

Tabla 6. Brechas identificadas (elaboración propia)

Brecha identificada	Descripción
---------------------	-------------

Big Data	El Restaurant Turístico ViaVia no considera implementar sistemas o programas para el manejo grandes volúmenes de información.
Sistemas de información gerencial	Las decisiones que se toman en el Restaurant Turístico ViaVia no se encuentran soportadas o asistidas con sistemas de información o similares.
Arquitectura de información	Al no existir un gran desarrollo de TIC en Restaurant Turístico ViaVia, tampoco consideraron el desarrollo de los componentes de una arquitectura de información.
Portales	El Restaurant Turístico ViaVia cuenta con portal web muy básico y compartido, con información desactualizada y poco visible.
Aplicaciones móviles	No se identificaron aplicaciones móviles directamente gestionados en ninguna de las empresas del sector analizadas en el diagnóstico. Sino que utilizan soportes tecnológicos asociados a terceros como es: trivago.com, 1 toke, entre otros.
Analítica de información	El Restaurant Turístico ViaVia analiza la información que genera de manera tradicional y mecánica, sin desarrollar o aprovechar las potencialidades de las TIC
Inteligencia de negocios	El Restaurant Turístico ViaVia cuenta elementos de las TICS para realizar inteligencia de negocios para soportar la toma de decisiones estratégicas de la empresa.
Inversión	Se identifica cuentan con presupuesto, pero contrariamente presentan un bajo nivel de inversión en las TIC.

4.3. Estrategias del Ciclo de Mejora Continua

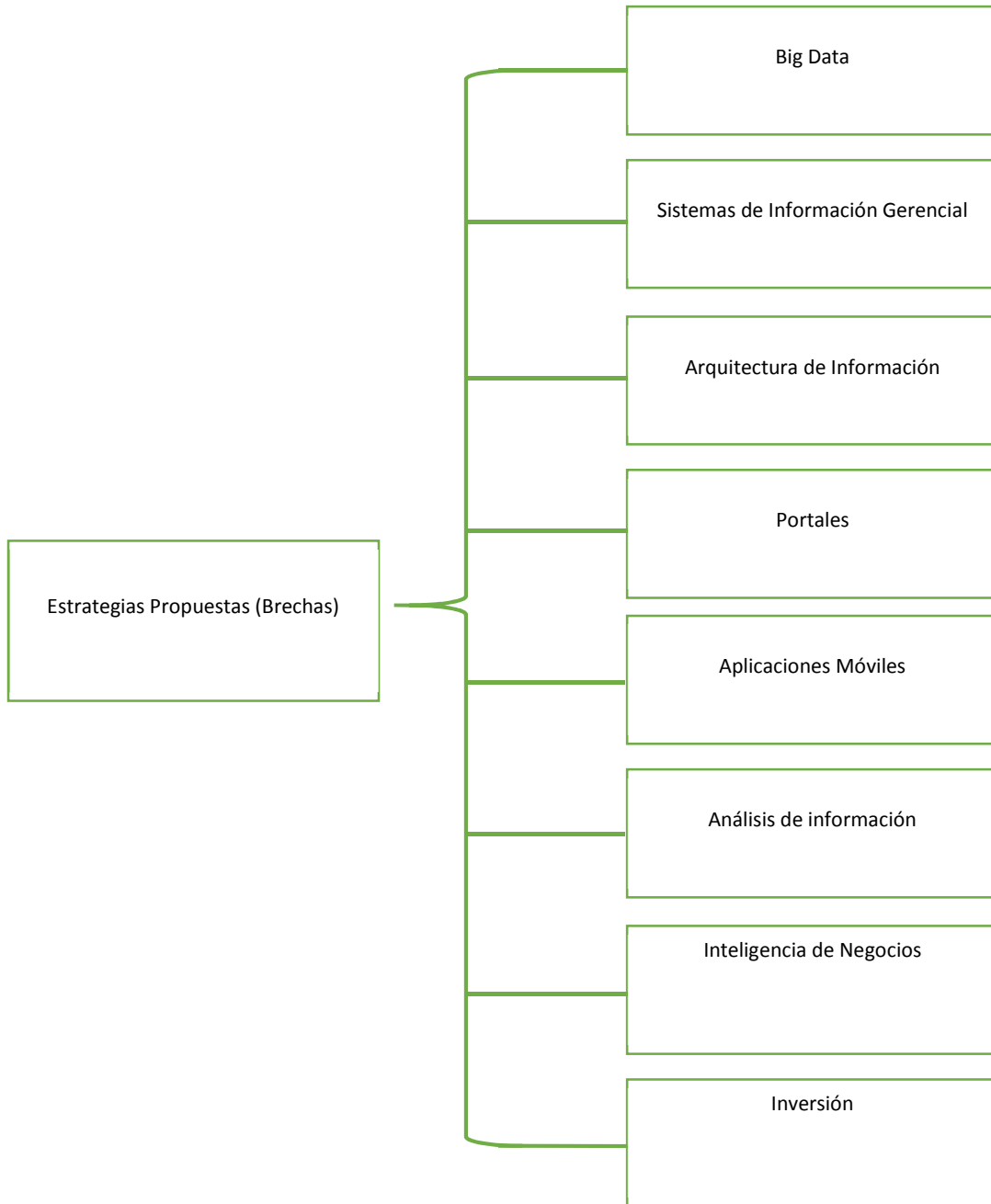
De acuerdo con la pauta metodológica planteada, se presentan las estrategias para la adopción y aplicación de TICs en Restaurant Turístico “ViaVia” de la ciudad de Ayacucho, tomando como punto de partida el marco conceptual y el diagnóstico realizado a la unidad de análisis.

En ese sentido, las estrategias planteadas se enfocan en cada una de las brechas abordadas con el fin de cerrarlas y obtener resultados altamente competitivos para el Restaurant ViaVia.

A continuación, se describen las actividades planteadas a través del ciclo de mejora continua o Ciclo de Deming PHVA (por su traducción al español: planear, hacer, verificar y ajustar) para cada una de las brechas.

En la ilustración 1 se muestran las estrategias que se plantean para cerrar las brechas encontradas en el análisis realizado en el Restaurant Turístico “ViaVia” de la ciudad de Ayacucho tanto en el marco teórico como en el diagnóstico a través de la encuesta.

Ilustración 1. Diagrama principal de estrategias propuestas (elaboración propia)



A continuación, en la ilustración 2 se muestra el flujo de trabajo para la estrategia de Big Data bajo un ciclo PHVA.

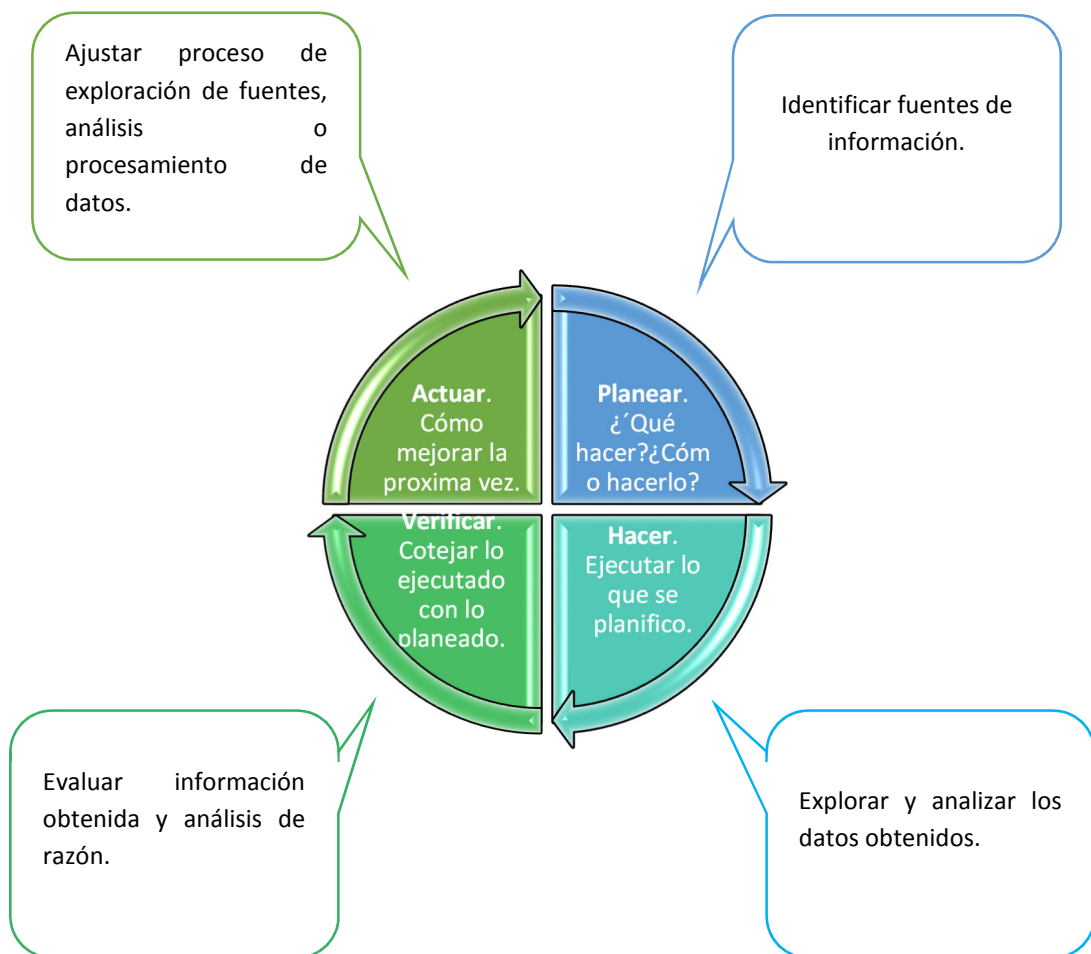


Ilustración 2. Diagrama de la estrategia de Big Data (elaboración propia)

Las actividades que se deben tener en cuenta para implementar el proceso de Big Data se describen en la tabla 7.

Tabla 7. Plan de Big Data (elaboración propia)

Etapa	Actividad	Descripción	Producto	Responsable
Planear (Plan)	Identificar fuentes de información	Determinar el origen y fuentes de datos y no estructurados, documentar los procesos de búsqueda, tratamiento y salidas de información y plasmarlos en un documento de gestión	Documentos de gestión que guíen y describan el proceso.	Gerencia General de ViaVia
Hacer (Do)	Implementar la integración de los sistemas de Información.	Realizar los desarrollos y/o implementación de las aplicaciones que harán la integración de los sistemas de información.	Software construido, Manuales técnicos y de usuario de los aplicativos que se desarrollarán.	Gerencia de ViaVia
Verificar (Check)	Evaluar los resultados de la integración.	Evaluar el resultado del proceso de integración de los sistemas de información actuales donde se identifique los logros obtenidos y los inconvenientes presentados.	Informes del proceso de evaluación.	Gerencia de ViaVia
Actuar (Act)	Ajustar proceso de integración	Realizar los ajustes preventivos o correctivos para la retroalimentación de la TIC, de modo que sea un apoyo eficiente para los que toman	Documentos del proceso de ajuste	Gerencia de ViaVia

		decisiones en el Restaurante Turístico ViaVia.		
--	--	--	--	--

A continuación, en la ilustración 3 se muestra el flujo de trabajo para la estrategia de arquitectura de información mediante un ciclo PHVA.

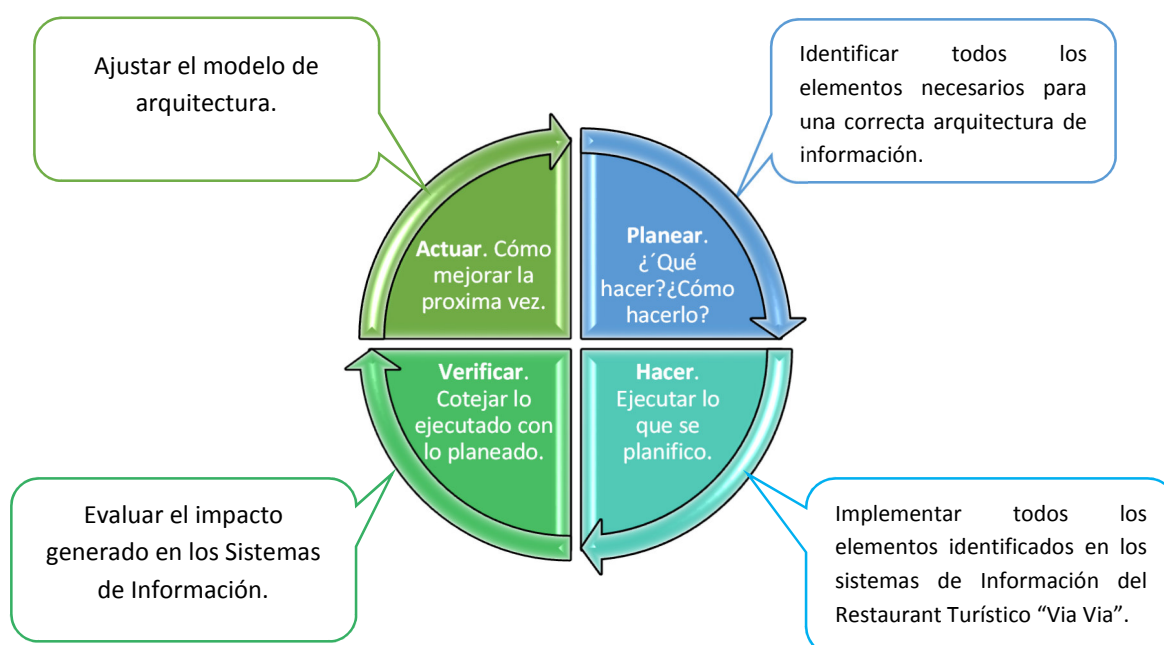


Ilustración 3. Diagrama de la estrategia de arquitectura de información (elaboración propia)

Las actividades que se deben tener en cuenta para implementar la estrategia de arquitectura de información se describen en la tabla 8.

Tabla 8. Plan de arquitectura de información (elaboración propia)

Etapa	Actividad	Descripción	Producto	Responsable
Planear (Plan)	Identificación de los elementos para la	Se elaboran documentos, diagramas de flujo, matrices	Síntesis documental de flujogramas,	Gerencia de ViaVia

	arquitectura de información.	lógicas para mejorar el flujo, disposición y presentación de la información	diagramas de proceso entre otros.	
Hacer (Do)	Implementación de elementos identificados.	La información procesada y estructurada deberá ser dispuesta mediante medios afines a las TIC	Productos digitales, audiovisuales, documentos y otros elementos físicos.	Gerencia de ViaVia
Verificar (Check)	Evaluar el impacto.	Identificar los resultados del proceso de construcción de la Arquitectura de Información, mostrando los avances, logros, dificultades y contingencias presentadas.	Informes de verificación o evaluación.	Gerencia de ViaVia
Actuar (Act)	Ajustar el modelo de arquitectura de información .	Realizar los ajustes preventivos o correctivos para fortalecer y optimizar el proceso de arquitectura información.	Documentos de los procesos de ajuste y retroalimentación.	Gerencia de ViaVia

A continuación, en la ilustración 4 se muestra el flujo de trabajo para la estrategia de portales mediante un ciclo PHVA.

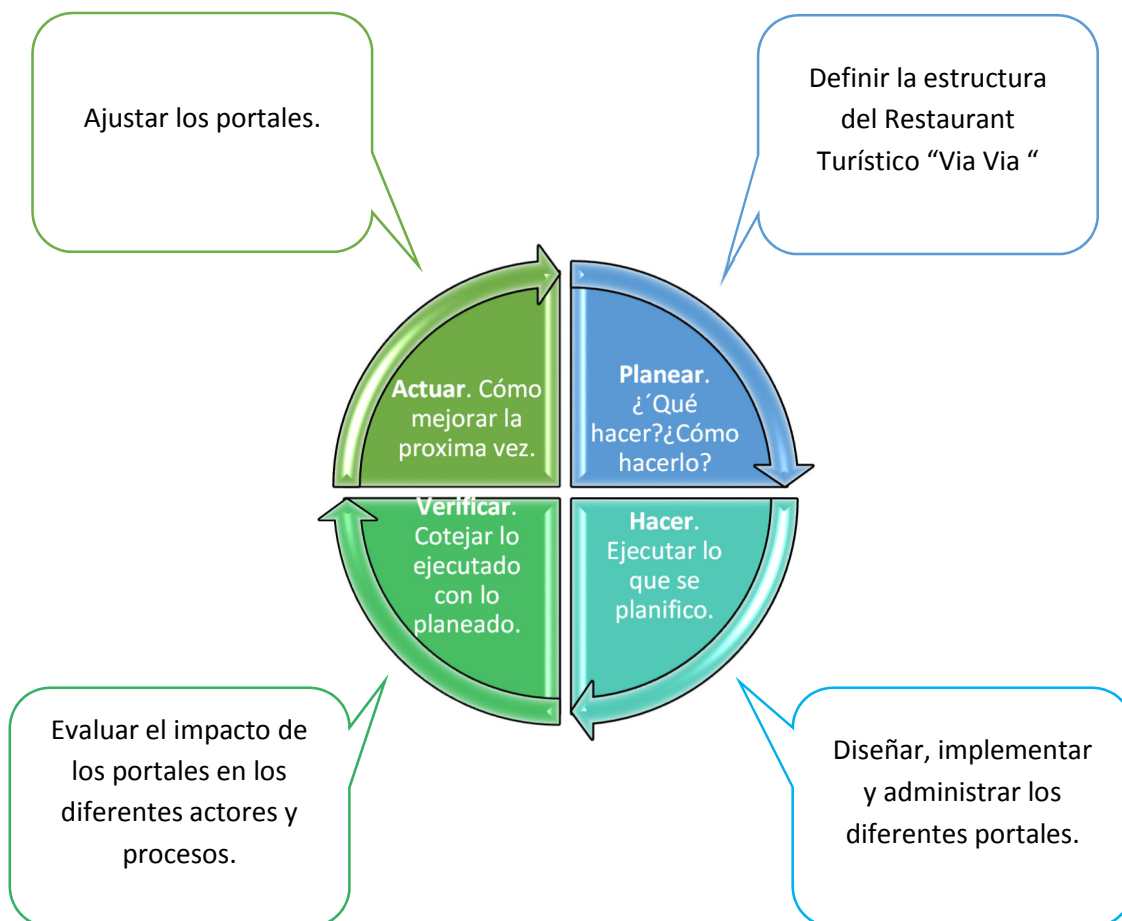


Ilustración 4. Diagrama de la estrategia de portales (elaboración propia)

Las actividades que se deben tener en cuenta para implementar la estrategia de portales se describen en la tabla 9.

Tabla 9. Plan de portales web (elaboración propia)

Etapa	Actividad	Descripción	Producto	Responsable
Planear (Plan)	Determinar el diseño y	Establecer los parámetros, elementos, condiciones y	Modelos y versiones de	Gerencia de ViaVia/

	estructura de portales web.	criterios de diseño de desarrollo de portales web .	portales web para contemplar distintas alternativas.	Empresa contratada
Hacer (Do)	Construcción de los portales	Proceder con la construcción del diseño del portal, considerando todos los elementos gráficos, digitales, de interacción, tipo de fuentes, ingreso de datos, administración , etc.	Versión “Demo” de los portales	Gerencia de ViaVia/ Empresa contratada
Verificar (Check)	Verificar la reacción, aceptación de los portales en los usuarios internos y externos.	Evaluar el nivel de impacto generado por los portales en los usuarios externos e internos del Restaurante Turístico ViaVia	Informe de Verificación/Evaluación	Gerencia de ViaVia/ Empresa contratada
Actuar (Act)	Hacer los ajustes pertinentes	Realizar los ajustes o modificaciones a los portales presentados con el fin de mejorar su desempeño y funcionamiento.	Informe o documento de gestión de actualización de los portales	Gerencia de ViaVia/ Empresa contratada

A continuación, en la ilustración 5 se muestra el flujo de trabajo para la estrategia de aplicaciones móviles mediante un ciclo PHVA.

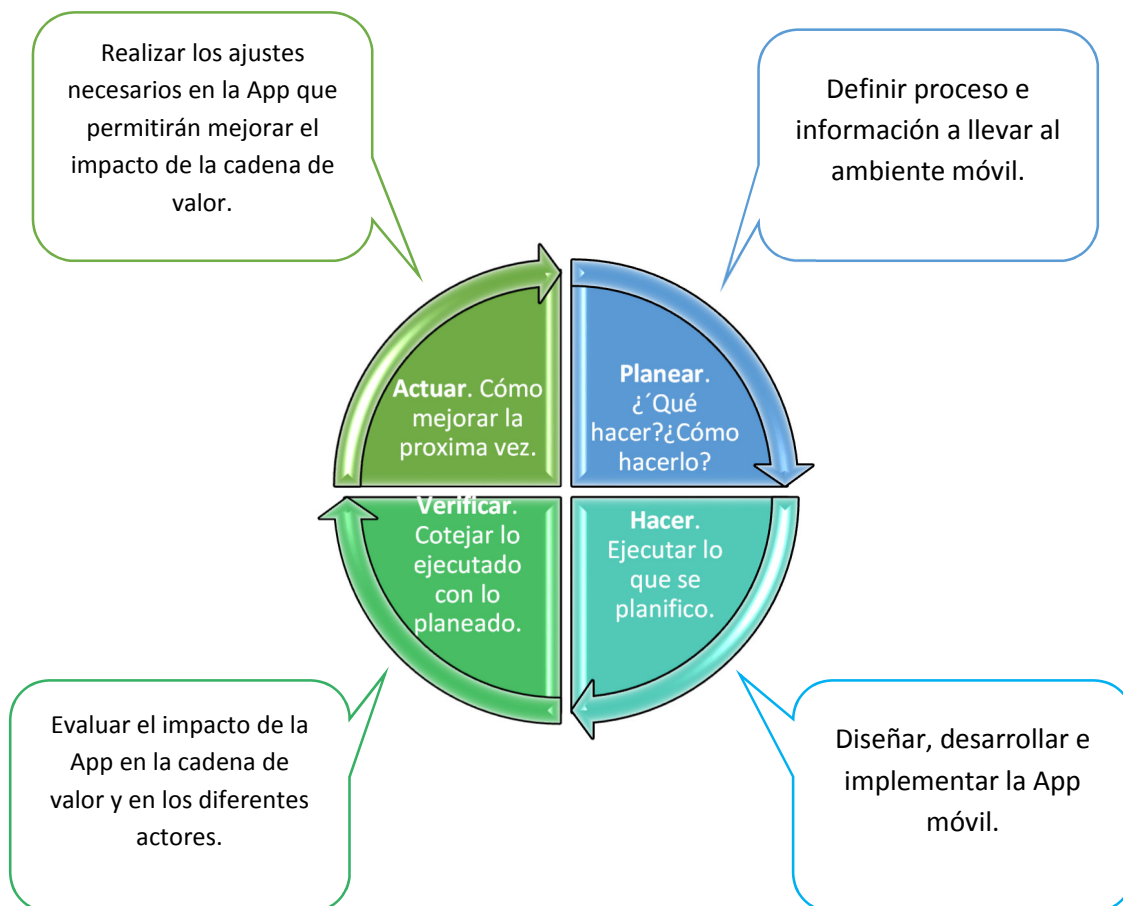


Ilustración 5. Diagrama de la estrategia de aplicaciones móviles (elaboración propia)

Las actividades que se deben tener en cuenta para implementar la estrategia de aplicaciones móviles se describen en la tabla 10.

Tabla 10. Plan de aplicaciones móviles (elaboración propia)

Etapa	Actividad	Descripción	Producto	Responsable
Planear (Plan)	Definir el proceso y la información a	Analizar, estructurar y diagramarlos los procesos de la cadena	Documentos que recopilen los procesos de las	Gerencia de ViaVia

	llevar al ambiente móvil.	de valor que el Restaurant Turístico “Via Via” considere plantearlos a través de aplicativos móviles. Complementariamente, definir las características de uso e interacción con los usuarios internos y externos.	aplicaciones móviles y la información que contendrán	
Hacer (Do)	Diseñar, desarrollar e implementar la aplicación móvil.	Realizar el diseño gráfico de los portales, la programación o implementación de los portales y la administración del contenido de estos.	Bocetos Modelos de bases de datos Prediseños Aplicativos móviles Documentación técnica y de usuario.	Gerencia de ViaVia
Verificar (Check)	Evaluar el impacto de la aplicación móvil en la cadena de valor y en los diferentes actores.	Verificar el impacto de los aplicativos móviles en los nuevos usuarios externos e internos, así como los clientes u otro público objetivo.	Informe de evaluación.	Gerencia de ViaVia

		Asimismo, analizar las deficiencias, problemas, ocurrencias presentadas en el proceso de diseño e implementación del Aplicativo.		
Actuar (Act)	Realizar los ajustes necesarios en la aplicación móvil	Realizar los ajustes o modificaciones a los aplicativos móviles identificadas para mejorar su funcionamiento y la interacción con el usuario, mejorar la cadena de valor, reducir costos y optimizar recursos.	Documentos de análisis de ajustes Documentos de gestión de actualización de los aplicativos móviles.	Gerencia de ViaVia

A continuación, en la ilustración 6 se muestra el flujo de trabajo para la estrategia de analítica de información mediante un ciclo PHVA.

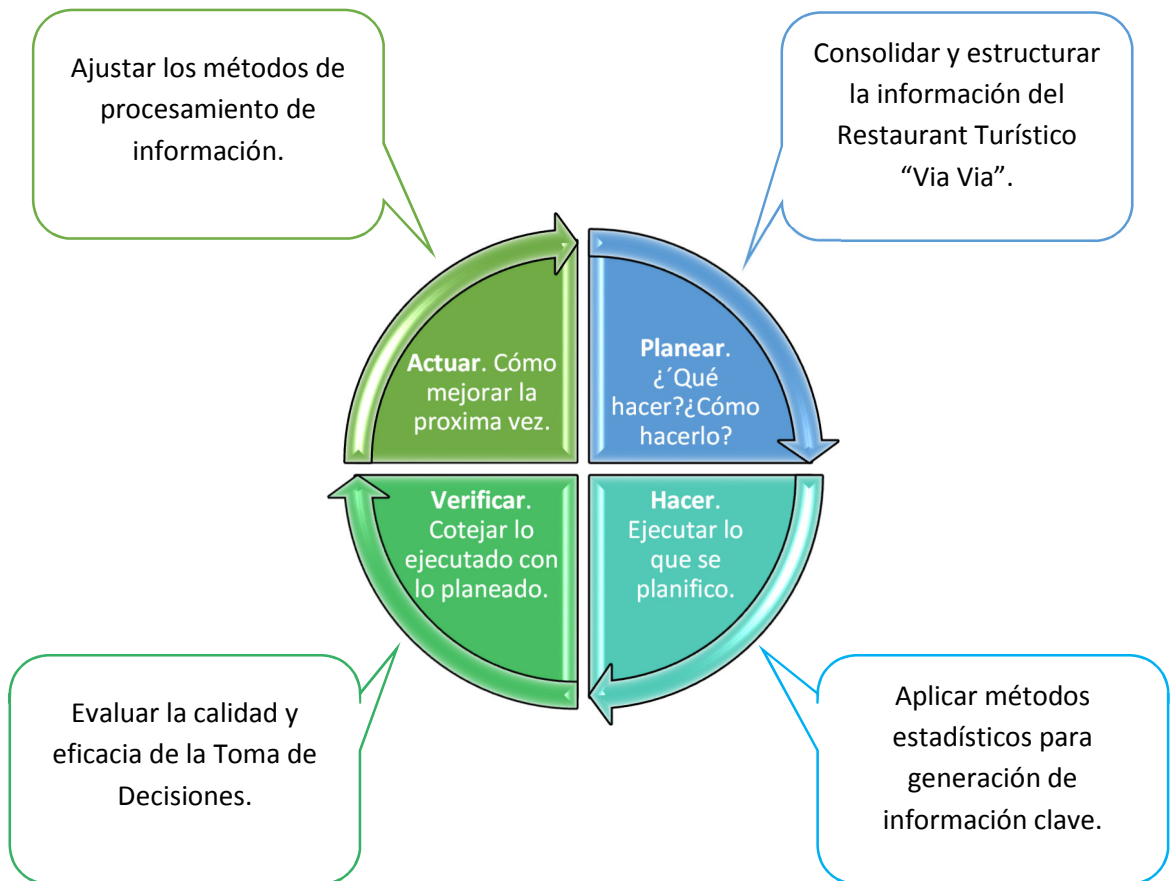


Ilustración 6. Diagrama de la estrategia de analítica de información (elaboración propia)

Las actividades que se deben tener en cuenta para implementar la estrategia de analítica de información se describen en la tabla 11.

Tabla 11. Plan de analítica de información (elaboración propia)

Etapa	Actividad	Descripción	Producto	Responsable
Planear (Plan)	Consolidar y estructurar la información de Restaurant Turístico "Via Via"	Definir el listado de fuentes de información histórica de Restaurant Turístico "Via Via" de la ciudad de Ayacucho que servirán como	Informe de las fuentes de información disponibles.	Gerencia de ViaVia

	Via” de la ciudad de Ayacucho.	principal insumo para el proceso.		
Hacer (Do)	Aplicar métodos estadísticos para la generación de información clave.	Aplicar las diferentes tecnologías y metodologías para el procesamiento de información histórica, lo que llevará a tener unos buenos informes estadísticos del Restaurant Turístico “Via Via” de la ciudad de Ayacucho.	Documentos de información estadística del Restaurant Turístico “Via Via” de la ciudad de Ayacucho.	Gerencia de ViaVia
Verificar (Check)	Evaluar la calidad y eficacia de la información generada.	Evaluar la calidad y la efectividad de los informes estadísticos obtenidos del proceso.	Informe de evaluación.	Gerencia de ViaVia
Actuar (Act)	Ajustar los métodos estadísticos	Realizar los ajustes o modificaciones al proceso, mediante mapeo de procesos, identificación de bases de datos entre otras herramientas que se usan en el control de calidad de datos procesados.	Documentos de gestión de cambios del proceso.	Gerencia de ViaVia

A continuación, en la ilustración 7 se muestra el flujo de trabajo para la estrategia de inteligencia de negocios mediante un ciclo PHVA.

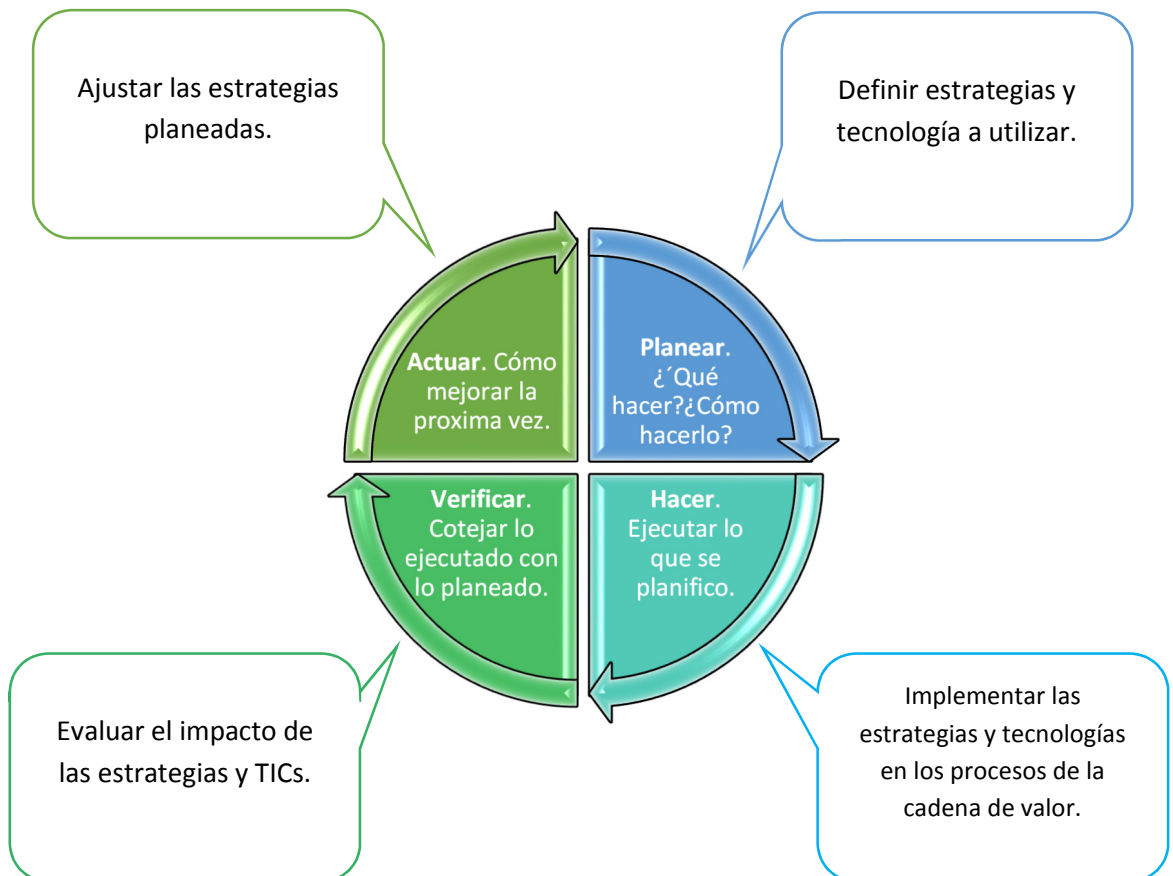


Ilustración 7. Diagrama de la estrategia de inteligencia de negocios (elaboración propia)

Las actividades que se deben tener en cuenta para implementar la estrategia de inteligencia de negocios se describen en la tabla 12.

Tabla 12. Plan de inteligencia de negocios (elaboración propia)

Etapa	Actividad	Descripción	Producto	Responsable
Planear (Plan)	Planificar los elementos cruciales y	Determinar los elementos más importantes de la	Plan de Inteligencia de Negocios.	Gerencia de ViaVia

	determinantes para la inteligencia de negocios	estructura y modelo de negocio del Restaurante Turístico ViaVia para enfocarse en los datos que estos procesos generan como fuente de información o usuarios de los mismos.		
Hacer (Do)	Ejecutar el Plan de Inteligencia de Negocios	Ejecutar e implementar los elementos contemplados en el Plan de Inteligencia de Negocios, donde se tomarán los datos generados y serán procesados para su respectivo tratamiento.	Documentación del proceso de ejecución e implementación, reportes y matrices de seguimiento.	Gerencia de ViaVia
Verificar (Check)	Evaluar el impacto del Plan de Inteligencia de Negocios	Determinar el nivel de impacto generado por el Plan de Inteligencia de Negocios.	Informe de evaluación con los detalles para la retroalimentación.	Gerencia de ViaVia
Actuar (Act)	Realizar los ajustes respectivos	Realizar los ajustes o modificaciones a los procesos de inteligencia de negocios necesarios.	Plan de Inteligencia de Negocios con buenos indicadores de desempeño y funcionamiento.	Gerencia de ViaVia

A continuación, en la ilustración 8 se muestra el flujo de trabajo para la estrategia de inversión mediante un ciclo PHVA.

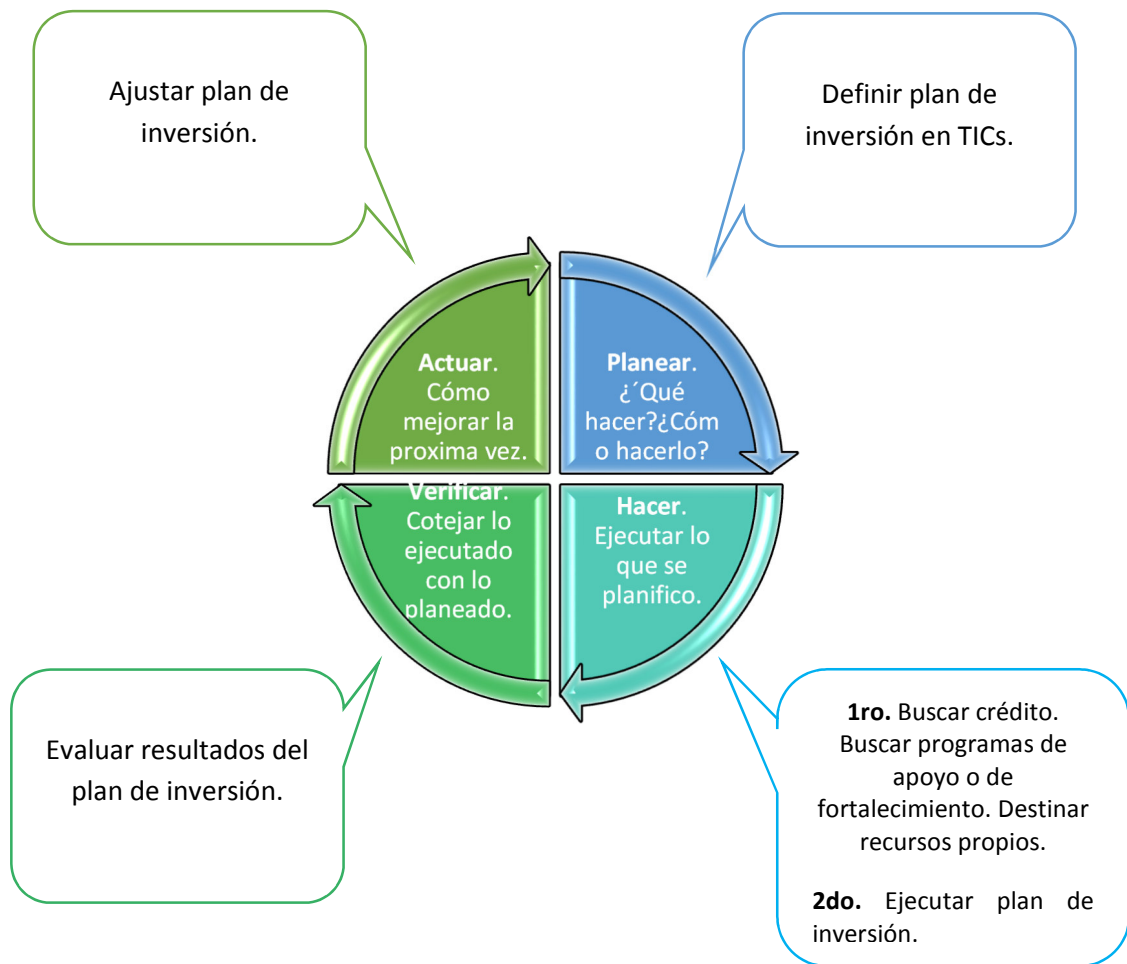


Ilustración 8. Diagrama de la estrategia de inversión (elaboración propia)

Las actividades que se deben tener en cuenta para implementar la estrategia de inversión se describen en la tabla 13.

Tabla 13. Plan de inversión (elaboración propia)

Etapas	Actividad	Descripción	Producto	Responsable
Planear (Plan)	Elaborar el Plan de Inversión en TIC	Elaborar un Plan de Inversión en TIC acorde a la realidad, necesidad, requerimientos técnicos y legales para el Restaurante Turístico ViaVia, plasmando en ella los principales elementos presupuestarios y financieros, un cronograma de inversión, infraestructura, responsables entre otros.	Plan de Inversión en TIC	Gerencia de ViaVia
Hacer (Do)	Analizar fuentes de financiamiento	Estudiar las ofertas de financiamiento existentes en la Ciudad de Ayacucho y Lima	Cartera de Ofertantes	Gerencia de ViaVia
	Buscar programas de apoyo financiero a las Empresas por parte del Estado Peruano y otras instituciones	Buscar dentro de las instituciones del estado programas y proyectos dirigidos al financiamiento de micro, pequeñas y medianas empresas y de aquellas que se dedican al rubro turístico con enfoque tecnológico.	Cartera de Programas y proyectos de financiamiento estatal u otras.	Gerencia de ViaVia
	Uso de recursos propios	Determinar la opción de uso de recursos propios y la medida y de esta, cuantificar como un	Análisis Contable/Financiero.	Gerencia de ViaVia

		porcentaje de inversión global o a corto y mediano plazo, de modo que no afecte la liquidez y estructura económica del Restaurante Turístico Via Via		
	Ejecutar el plan de inversión	Ejecutar la opción o combinación de opciones idóneas del Plan de Inversión en las TIC	Reportes de nivel de ejecución	Gerencia de ViaVia
Verificar (Check)	Verificación y Evaluación	Proceder con la evaluación ex ante, concurrente y ex post del Plan de Inversión para las TIC en el Restaurante Turístico ViaVia a fin de determinar que el plan se encuentre dentro de los parámetros técnicos, y financieros y recomendar las acciones correctivas pertinentes.	Informe de Evaluación.	Gerencia de ViaVia
Actuar (Act)	Ejecutar acciones correctivas o retroalimentación	Mejorar los procesos que se deban corregir, actualizar el plan de inversión o ejecutar las mediaciones necesarias al proceso establecido en el Plan de Inversión.	Reportes de seguimiento y monitoreo.	Gerencia de ViaVia

La adopción de TICs en el Restaurant Turístico “ViaVia” de la ciudad de Ayacucho les posibilitará elevar su productividad y mejorar su competitividad, logrando en el proceso mejoras en el desarrollo de su cadena de valor, fortalecer el vínculo y atención a sus clientes, fortalecer la relación con sus proveedores y también con sus trabajadores.

CAPÍTULO V

5. CONTRASTACION DE HIPÓTESIS

5.1. HIPÓTESIS GENERAL:

5.1.1. PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS:

H ₀	:	El tipo y nivel de uso de las Tecnologías de Información y Comunicación, NO INFLUYEN en la captura (input), proceso y entrega ((output)) de información que brinda soporte a la toma de decisiones por parte de la Gerencia General del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho.
H ₁	:	El tipo y nivel de uso de las Tecnologías de Información y Comunicación, INFLUYEN en la captura (input), proceso y entrega ((output)) de información que brinda soporte a la toma de decisiones por parte de la Gerencia General del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho.

5.1.2. CÁLCULO DE CHI CUADRADO:

VALORES OBSERVADOS							
Var. Independ. : TICs		Variable Dependiente: Toma de Decisiones					TOTAL
		Muy Defic.	Deficiente	Regular	Buena	Excelente	
	Muy Deficiente	0.00	4.00	0.00	0.00	0.00	4.00
	Deficiente	0.00	39.00	0.00	0.00	0.00	39.00
	Regular	0.00	0.00	20.00	0.00	0.00	20.00
	Buena	0.00	0.00	19.00	28.00	0.00	47.00
	Excelente	0.00	0.00	0.00	0.00	28.00	28.00
	Total	0.00	43.00	39.00	28.00	28.00	138.00

Fuente: Elaboración Propia

VALORES ESPERADOS							
Var. Independ. : TICs		Variable Dependiente: Toma de Decisiones					TOTAL
		Muy Defic.	Deficiente	Regular	Buena	Excelente	
	Muy Deficiente	0.00	1.25	1.13	0.81	0.81	4.00
	Deficiente	0.00	12.15	11.02	7.91	7.91	39.00
	Regular	0.00	6.23	5.65	4.06	4.06	20.00
	Buena	0.00	14.64	13.28	9.54	9.54	47.00
	Excelente	0.00	8.72	7.91	5.68	5.68	28.00
	Total	0.00	43.00	39.00	28.00	28.00	138.00

Fuente: Elaboración Propia

CHI CUADRADO DE HIPÓTESIS GENERAL							
Var. Independ. : TICs		Variable Dependiente: Toma de Decisiones					TOTAL
		Muy Defic.	Deficiente	Regular	Buena	Excelente	
	Muy Deficiente	0.00	6.08	1.13	0.81	0.81	8.84
	Deficiente	0.00	59.31	11.02	7.91	7.91	86.16
	Regular	0.00	6.23	36.42	4.06	4.06	50.77
	Buena	0.00	14.64	2.46	35.75	9.54	62.39
	Excelente	0.00	8.72	7.91	5.68	87.68	110.00
	Total	0.00	95.00	58.95	54.21	110.00	318.160

Fuente: Elaboración Propia

$$\text{Chi Cuadrado Calculado} = x_c^2 = 318.160$$

La misma que puede ser corroborado con el resultado de la aplicación del SPSS 25, que se muestra en el cuadro siguiente:

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	318,160 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	314,072	12	,000
Asociación lineal por lineal	121,695	1	,000
N de casos válidos	138		

a. 6 casillas (30.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .81.

Fuente: Elaboración Propia con soporte del SPSS

5.1.3. CHI CUADRADO DE TABLA:

Para tomar la lectura del Chi Cuadrado, se toma en consideración, dos aspectos: a) El Nivel de Significancia (α) y b) Los grados de libertad.

En la investigación, se consideró un nivel de significancia del 5% (o en su defecto un nivel de confianza del 95%) y 16 grados de libertad (Filas: $5 - 1 = 4$; Columnas: $5 - 1 = 4$; por tanto, $4 \times 4 = 16$); para cuyo escenario, la lectura de la tabla es: 26.296, conforme se aprecia en la figura siguiente:

TABLA 3-Distribución Chi Cuadrado χ^2

P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	1,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	2,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	4,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	5,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	6,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	8,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732
11	31,2635	28,7291	26,7569	24,7250	21,9200	9,6752	17,2750	15,7671	14,6314	13,7007	12,8987	12,1836	11,5298
12	32,9092	30,3182	28,2997	26,2170	23,3367	1,0261	18,5493	16,9893	15,8120	14,8454	14,0111	13,2661	12,5838
13	34,5274	31,8830	29,8193	27,6882	24,7356	2,3620	19,8119	18,2020	16,9848	15,9839	15,1187	14,3451	13,6356
14	36,1239	33,4262	31,3194	29,1412	26,1189	3,6848	21,0641	19,4062	18,1508	17,1169	16,2221	15,4209	14,6853
15	37,6978	34,9494	32,8015	30,5780	27,4884	2,10058	22,3071	20,6030	19,3107	18,2451	17,3217	16,4940	15,7332
16	39,2518	36,4555	34,2671	31,9999	28,8453	26,2962	23,5418	21,7931	20,4651	19,3689	18,4179	17,5646	16,7795
17	40,7911	37,9462	35,7184	33,4087	30,1910	27,5871	24,7690	22,9770	21,6146	20,4887	19,5110	18,6330	17,8244
18	42,3119	39,4220	37,1564	34,8052	31,5264	28,8693	25,9894	24,1555	22,7595	21,6049	20,6014	19,6993	18,8679
19	43,8194	40,8847	38,5821	36,1908	32,8523	30,1435	27,2036	25,3289	23,9004	22,7178	21,6891	20,7638	19,9102
20	45,3142	42,3358	39,9969	37,5663	34,1696	31,4104	28,4120	26,4976	25,0375	23,8277	22,7745	21,8265	20,9514
21	46,7963	43,7749	41,4009	38,9322	35,4789	32,6706	29,6151	27,6620	26,1711	24,9348	23,8578	22,8876	21,9915
22	48,2676	45,2041	42,7957	40,2894	36,7807	33,9245	30,8133	28,8224	27,3015	26,0393	24,9390	23,9473	23,0307
23	49,7276	46,6231	44,1814	41,6383	38,0756	35,1725	32,0069	29,9792	28,4288	27,1413	26,0184	25,0055	24,0689
24	51,1790	48,0336	45,5584	42,9798	39,3641	36,4150	33,1962	31,1325	29,5533	28,2412	27,0960	26,0625	25,1064
25	52,6187	49,4351	46,9280	44,3140	40,6465	37,6525	34,3816	32,2825	30,6752	29,3388	28,1719	27,1183	26,1430
26	54,0511	50,8291	48,2898	45,6416	41,9231	38,8851	35,5632	33,4295	31,7946	30,4346	29,2463	28,1730	27,1789
27	55,4751	52,2152	49,6450	46,9628	43,1945	40,1133	36,7412	34,5736	32,9117	31,5284	30,3193	29,2266	28,2141
28	56,8918	53,5939	50,9936	48,2782	44,4608	41,3372	37,9159	35,7150	34,0266	32,6205	31,3909	30,2291	29,2486
29	58,3006	54,9662	52,3355	49,5878	45,7223	42,5569	39,0875	36,8538	35,1394	33,7109	32,4612	31,3308	30,2825

Sin embargo, se advierte que, también es posible tomar esta lectura desde una hoja electrónica, como excel. De la forma siguiente:

Chi Cuadrado de Tabla	=INV.CHICUAD(0.95,16)
Chi Cuadrado de Tabla	26.2962276

$$\text{Chi Cuadrado de Tabla} = x_t^2 = 26.296$$

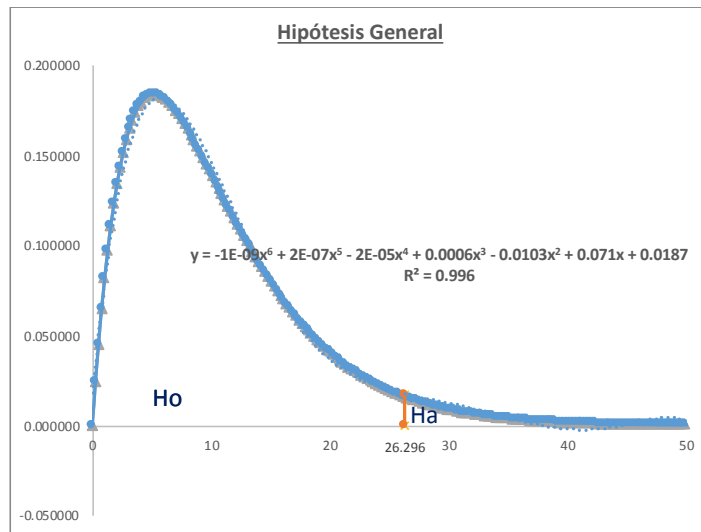
5.1.4. REGLA DE DECISIÓN ESTADÍSTICA:

Como quiera que la Chi Cuadrado calculado es mayor de la Chi Cuadrado de Tabla.

$$x_c^2 > x_t^2$$

$$318.160 > 26.296$$

Permite a la investigación, concluir, que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1). Es decir, que “El tipo y nivel de uso de las Tecnologías de Información y Comunicación, **INFLUYEN SIGNIFICATIVAMENTE** en la captura (input), proceso y entrega ((output)) de información que brinda soporte a la toma de decisiones por parte de la Gerencia General del Restaurant Turístico ViaViade la ciudad de Ayacucho”, con un nivel de 95% de confiabilidad.



Fuente: Elaboración Propia / SPSS

Como puede apreciarse en la gráfica anterior, el valor de la $\chi^2_c=318.160$ queda muy a la derecha del valor de la $\chi^2_t=26.296$ (valor crítico), por tanto, se sitúa en la región de la hipótesis alterna, que permite descartar con absoluta seguridad, la hipótesis nula.

Es más, tomando en consideración el P-Valor (significancia asintótica) de 0.000, que muestra el cálculo del SPSS, podemos ver que este valor es muy inferior al nivel de significancia (α) del 0.05. Con lo cual, podemos corroborar la afirmación de que la hipótesis nula se rechaza.

Otra aseveración importante, es que, según el valor del COEFICIENTE DE DETERMINACIÓN ($R^2=0.996$) que se visualiza en la gráfica, éste nos indica, que el grado de relación entre las Variables Independiente (TICs) y Dependiente (Toma de

Decisiones), es realmente alto, muy próximo a 1, por tanto, casi perfecta. Lo que quiere decir entonces, que la **Toma de Decisiones**, tiene mayor nivel de efectividad, cuanto mayor se usen las tecnologías de Información.

Es lo mismo decir, que, a mayor uso de TICs, las Gerencia dispone de mayor información oportuna, confiable y relevante; que soporte la toma de decisiones, llevando a los gerentes, desde escenarios de incertidumbre y riesgo, hasta escenarios de certeza en la toma de decisiones.

5.2.HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

5.2.1. Primera Hipótesis Específica:

5.2.1.1.Planteamiento de Hipótesis:

H ₀	:	Una información oportuna, confiable y relevante, NO permite reducir los niveles de riesgo de la toma de decisiones.
H ₁	:	Una información oportuna, confiable y relevante, PERMITE reducir los niveles de riesgo de la toma de decisiones.

5.2.1.2.Cálculo de Chi Cuadrado:

VALORES OBSERVADOS							
Variable Independiente: Gestión de Inform.		Variable Dependiente: Toma de Decisiones					TOTAL
		Muy Defic.	Deficiente	Regular	Buena	Excelente	
	Muy Deficiente	0.00	5.00	5.00	0.00	0.00	10.00
	Deficiente	0.00	38.00	15.00	0.00	0.00	53.00
	Regular	0.00	0.00	0.00	20.00	0.00	20.00
	Buena	0.00	0.00	19.00	8.00	20.00	47.00
	Excelente	0.00	0.00	0.00	0.00	8.00	8.00
	Total	0.00	43.00	39.00	28.00	28.00	138.00

Fuente: Elaboración Propia

VALORES ESPERADOS							
Variable Independiente: Gestión de Inform.		Variable Dependiente: Toma de Decisiones					TOTAL
		Muy Defic.	Deficiente	Regular	Buena	Excelente	
	Muy Deficiente	0.00	3.12	2.83	2.03	2.03	10.00
	Deficiente	0.00	16.51	14.98	10.75	10.75	53.00
	Regular	0.00	6.23	5.65	4.06	4.06	20.00
	Buena	0.00	14.64	13.28	9.54	9.54	47.00
	Excelente	0.00	2.49	2.26	1.62	1.62	8.00
	Total	0.00	43.00	39.00	28.00	28.00	138.00

Fuente: Elaboración Propia

CHI CUADRADO DE PRIMERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA							
Variable Independiente: Gestión de Inform.		Variable Dependiente: Toma de Decisiones					TOTAL
		Muy Defic.	Deficiente	Regular	Buena	Excelente	
	Muy Deficiente	0.00	1.14	1.67	2.03	2.03	6.87
	Deficiente	0.00	27.95	0.00	10.75	10.75	49.46
	Regular	0.00	6.23	5.65	62.63	4.06	78.57
	Buena	0.00	14.64	2.46	0.25	11.48	28.83
	Excelente	0.00	2.49	2.26	1.62	25.05	31.43
	Total	0.00	52.46	12.05	77.28	53.37	195.164

Fuente: Elaboración Propia

$$\text{Chi Cuadrado Calculado} = x_c^2 = 195.164$$

La misma que puede ser corroborado con el resultado de la aplicación del SPSS 25, que se muestra en el cuadro siguiente:

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	195,164 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	203,553	12	,000
Asociación lineal por lineal	80,323	1	,000
N de casos válidos	138		

a. 10 casillas (50.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1.62.

Fuente: Elaboración Propia SPSS

5.2.1.3. Chi Cuadrado de Tabla:

Con la finalidad de abreviar el trabajo, esta vez utilizaremos las funciones estadísticas de Microsoft Excel, para tomar lectura del **Chi Cuadrado de Tabla**, para un nivel de confianza del 95% (o nivel de significancia del 5%) y 16 grados de libertad; que, en realidad, es la misma que la utilizada para la hipótesis general. De la forma siguiente:

Chi Cuadrado de Tabla	=INV.CHICUAD(0.95,16)
Chi Cuadrado de Tabla	26.2962276

$$\mathbf{Chi\ Cuadrado\ de\ Tabla = } x_t^2 = \mathbf{26.296}$$

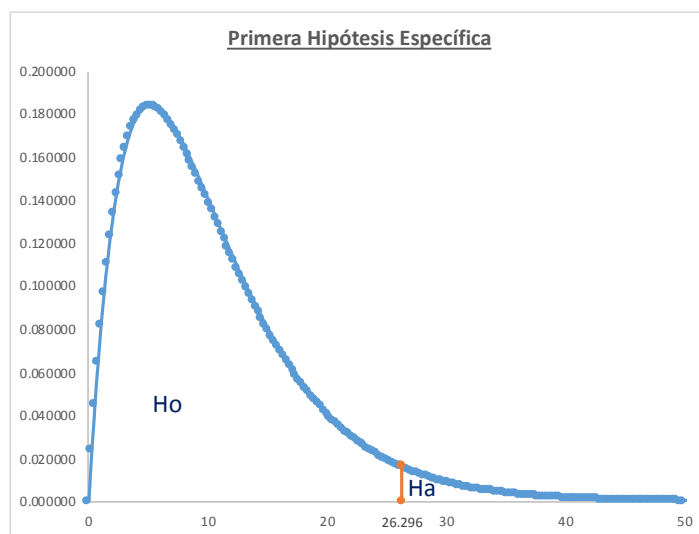
5.2.1.4. Regla de Decisión Estadística:

Como se ha podido verificar, la Chi Cuadrado calculado de la primera hipótesis específica, es mayor de la Chi Cuadrado de Tabla.

$$x_c^2 > x_t^2$$

$$195.164 > 26.296$$

Lo que nos permite, concluir que se rechaza la primera hipótesis específica nula (H_0) y se acepta la primera hipótesis específica alterna (H_1). Es decir, **que una información oportuna, confiable y relevante (o gestión de la Información), INFLUYEN SIGNIFICATIVAMENTE en la toma de decisiones** por parte de la Gerencia General del Restaurant Turístico ViaViade la ciudad de Ayacucho, con un nivel de 95% de confiabilidad.



Fuente: Elaboración Propia / SPSS

Como se aprecia en la gráfica anterior, el valor de la $\chi^2_c=195.164$ estará situado muy a la derecha del valor de la $\chi^2_t=26.296$ (valor crítico), por tanto, se sitúa en la región de la primera hipótesis específica alterna, que permite descartar con absoluta seguridad, la primera hipótesis específica nula.

Esto quiere decir entonces, que la **Toma de Decisiones**, tiene mayor nivel de efectividad, cuanto mejor se **Gestione la Información**, en términos de oportunidad, confiabilidad y relevancia.

5.2.2. Segunda Hipótesis Específica:

5.2.2.1.Planteamiento de Hipótesis:

H ₀	:	El uso adecuado y continuo de las tecnologías de información y comunicación NO aseguran una adecuada captura (input), un apropiado proceso y un almacenamiento confiable de datos y reporte (output) de información, para la toma de decisiones de la Gerencia General del Restaurant Turístico ViaViade la ciudad de Ayacucho.
H ₁	:	El uso adecuado y continuo de las tecnologías de información y comunicación (Mejora Continua), ASEGURAN una adecuada captura (input), un apropiado proceso y un almacenamiento confiable de datos y reporte (output) de información, para la toma de decisiones de la Gerencia General del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho.

5.2.2.2.Cálculo de Chi Cuadrado:

VALORES OBSERVADOS							
Variable Independ.: Mejora Continua		Variable Dependiente: Toma de Decisiones					TOTAL
		Muy Defic.	Deficiente	Regular	Buena	Excelente	
		Muy Deficiente	0.00	4.00	0.00	0.00	
Deficiente	0.00	23.00	0.00	0.00	0.00	23.00	
Regular	0.00	16.00	19.00	0.00	0.00	35.00	
Buena	0.00	0.00	0.00	28.00	8.00	36.00	
Excelente	0.00	0.00	20.00	0.00	20.00	40.00	
Total	0.00	43.00	39.00	28.00	28.00	138.00	

Fuente: Elaboración Propia

VALORES ESPERADOS							
Variable Independ.: Mejora Continua		Variable Dependiente: Toma de Decisiones					TOTAL
		Muy Defic.	Deficiente	Regular	Buena	Excelente	
		Muy Deficiente	0.00	1.25	1.13	0.81	
Deficiente	0.00	7.17	6.50	4.67	4.67	23.00	
Regular	0.00	10.91	9.89	7.10	7.10	35.00	
Buena	0.00	11.22	10.17	7.30	7.30	36.00	
Excelente	0.00	12.46	11.30	8.12	8.12	40.00	
Total	0.00	43.00	39.00	28.00	28.00	138.00	

Fuente: Elaboración Propia

CHI CUADRADO DE SEGUNDA HIPÓTESIS ESPECÍFICA:							
Variable Independ.: Mejora Continua		Variable Dependiente: Toma de Decisiones					TOTAL
		Muy Defic.	Deficiente	Regular	Buena	Excelente	
		Muy Deficiente	0.00	6.08	1.13	0.81	
Deficiente	0.00	34.98	6.50	4.67	4.67	50.81	
Regular	0.00	2.38	8.39	7.10	7.10	24.97	
Buena	0.00	11.22	10.17	58.64	0.07	80.10	
Excelente	0.00	12.46	6.69	8.12	17.40	44.67	
Total	0.00	67.12	32.88	79.33	30.05	209.387	

Fuente: Elaboración Propia

$$\text{Chi Cuadrado Calculado} = x_c^2 = 209.387$$

Esto, puede ser corroborado con el resultado de la aplicación del SPSS 25, que se muestra en el cuadro siguiente:

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	209,387 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	235,641	12	,000
Asociación lineal por lineal	73,921	1	,000
N de casos válidos	138		

a. 6 casillas (30.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 81.

5.2.2.3. Chi Cuadrado de Tabla:

Al igual que en la primera hipótesis específica, utilizaremos las funciones estadísticas de Microsoft Excel, para tomar lectura del **Chi Cuadrado de Tabla**, para un nivel de confianza del 95% (o nivel de significancia del 5%) y 16 grados de libertad. De la forma siguiente:

Chi Cuadrado de Tabla	=INV.CHICUAD(0.95,16)
Chi Cuadrado de Tabla	26.2962276

$$\text{Chi Cuadrado de Tabla} = x_t^2 = 26.296$$

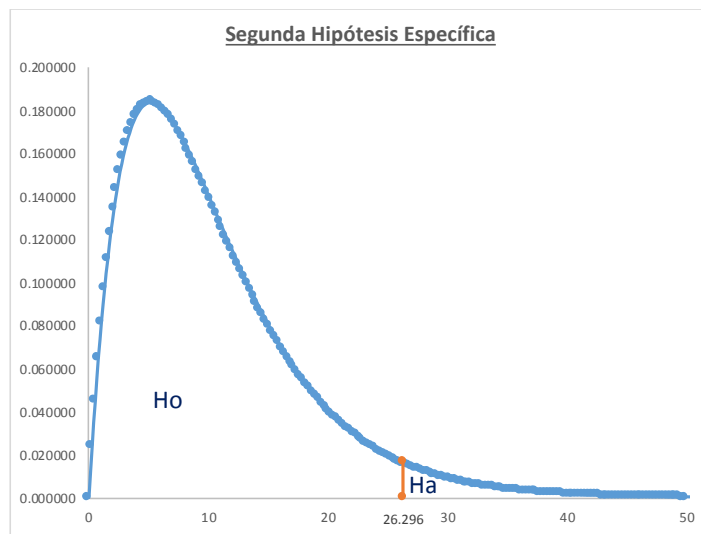
5.2.2.4. Chi Cuadrado de Tabla:

Conforme a los resultados obtenidos del Chi Cuadrado calculado de la segunda hipótesis específica, esta es mayor que la Chi Cuadrado de Tabla.

$$6. x_c^2 > x_t^2$$

$$7. 209.387 > 26.296$$

Con lo que podemos concluir que se rechaza la segunda hipótesis específica nula (H_0) y se acepta la segunda hipótesis específica alterna (H_1). Es decir, **que la mejora continua en TICs INFLUYEN SIGNIFICATIVAMENTE en una adecuada captura, un apropiado proceso, un almacenamiento confiable y un reporte (output) de información para la toma de decisiones**, por parte de la Gerencia General del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, con un nivel de 95% de confiabilidad.



Fuente: Elaboración Propia / SPSS

Como se aprecia en la gráfica anterior, el valor de la $x_c^2=209.387$ estará situado muy a la derecha del valor de la $x_t^2=26.296$ (valor crítico), por tanto, se sitúa en la región de la segunda hipótesis

específica alterna, que permite descartar con absoluta seguridad, la segunda hipótesis específica nula.

Esto quiere decir entonces, que la **Toma de Decisiones**, tiene mayor nivel de efectividad, en la medida que se implemente las filosofías de **mejora continua**, que implican el uso adecuado y continuo las TICs, de modo que aseguren una adecuada captura, un apropiado proceso, un almacenamiento confiable y reporte (output) de información para la Gerencia General del Restaurant Turístico ViaViade la ciudad de Ayacucho.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. La captura (input), el proceso y la entrega((output)) de información, que soporta la toma de decisiones; dependen directa y proporcionalmente de la calidad y cantidad de inversión en tecnologías de información y comunicación empresarial.
2. Que la **Toma de Decisiones**, tiene mayor nivel de efectividad, cuanto mayor se usen las tecnologías de Información, es decir, que, a mayor uso de TICs, las Gerencias disponen de mayor información oportuna, confiable y relevante; que soporte la toma de decisiones, ubicando a los gerentes, desde escenarios de incertidumbre y riesgo, hasta escenarios de certeza en la toma de decisiones.
3. Que el uso adecuado y continuo de las tecnologías de información y comunicación, ubica a las organizaciones, en el contexto de una filosofía de “Mejora Continua”, asegurando una adecuada captura (input), un apropiado proceso y un almacenamiento confiable de datos y reporte (output) de información, para la toma de decisiones de los ejecutivos de cualquier organización.
4. Que la Gerencia General del Restaurante Turístico ViaViade la ciudad de Ayacucho, si bien ha invertido en la incorporación de TICs, como: soporte tecnológico (computadoras y tablets), aplicaciones (sistemas de gestión hotelera –

SIHOL, Facturación Electrónica); sin embargo, a través del trabajo de campo, con las reflexiones de los ejecutivos, trabajadores y clientes, se ha podido evidenciar que aún faltan trechos por recorrer en cuanto a mejora continua.

RECOMENDACIONES

1. Tomando en consideración que asistimos a escenarios de competencia globalizada, donde la información marca la pauta de la diferencia, entre el éxito y el fracaso; es importante que las organizaciones comprendan que las inversiones en cuanto a tecnologías de información y comunicación posibilitan la creación e instauración de la competitividad en el seno organizacional, punto que el Restaurante turístico ViaVia debe tomar en cuenta.
2. Que las organizaciones, sin importar su nivel de cobertura de mercado, su magnitud de capital, su tipo de actividad, etc.; a través de la disponibilidad de información, pueden tomar mejores decisiones. Para ello, deben ser estos, conscientes que la inversión en Tecnologías de Información y Comunicación les permite disponer de información oportuna, confiable y relevante, acercándolos a escenarios de certeza o cuando menos a escenarios de menor riesgo en la toma de decisiones, por tanto el Restaurante Turístico ViaVia, debe precisar de los recursos y presupuesto para invertir en Tecnologías de Información y Comunicación a fin de alinearse a las tendencias tecnológicas y de gestión moderna para una correcta toma de decisiones basa en una correcta gestión de información.
3. Que los gestores del Restaurante Turístico ViaVia, además de invertir en TICs, deben asegurar que estas sean utilizadas adecuada y continuamente, a fin de

asegurar un clima organizacional de mejora continua, en la captura, proceso, almacenamiento y reporte de información.

4. Para la Gerencia General del Restaurante Turístico ViaViade la ciudad de Ayacucho, estar a la vanguardia es un reto estratégico, ello pasa por la necesidad de insertarse de manera óptima en el uso y explotación de las redes sociales, el uso del marketing digital, el desarrollo de sus propias aplicaciones para teléfonos inteligentes, etc. Todos ellos, con la firme proposición de ampliar su cobertura de mercado, sustentado en un mejor y mayor servicio al cliente.

BIBLIOGRAFÍA

1. Areitio, J. (2010). Protección del cloud computing en seguridad y privacidad. Revista Española de Electrónica, (666), 42-488.
2. Benavides, J., Castro, F., Devis, L., Olivera, M., Aguilar, T., & Osorio, A. F. (2011). Impacto de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en el desarrollo y la competitividad del País. Bogotá: Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo (Fe desarrollo).
3. Burch, J., 1985, p. 21
4. Cohen, D., 1999, pp.4-5.
5. Cornella, A., 2000, p.186-187
6. Dans, E. (2010). Comercio electrónico. Obtenido de <http://goo.gl/PYo5WS>
7. Dumbill, E. (2012). What is big data?: an introduction to the big data landscape. Obtenido de <http://goo.gl/qe9XFq>
8. Emery, J., 1990, p.157
9. Esparsan, Y. (2012). TIC en la banca: caminando de la mano con la tecnología. Obtenido de <http://goo.gl/BTh6Yp>
10. Feedback Networks. (2014). Experiencia: calcular la muestra correcta. Obtenido de <http://goo.gl/GyU0iK>
11. Fumero, A. (2013). Big data: retórica de la abundancia en tiempos de escasez. Telos: Revista de Pensamiento Sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad, (95), 91-93.

12. Fundación de la Innovación Bankinter. (2011). El Internet de las cosas: en un mundo conectado de objetos inteligentes: resumen ejecutivo. Madrid: Fundación de la Innovación Bankinter.
13. García, L. (2013). El comercio electrónico: visión general y aplicación a la puesta en marcha de una tienda online [Tesis de grado]. La Coruña: Universidade da Coruña.
14. Giner, P., Cetina, C., Fons, J., & Pelechano, V. (2010). Developing Mobile Workflow Support in the Internet of Things. *IEEE Pervasive Computing*, 9(2), 18-26.
15. <https://blogthinkbig.com/98569-2>
16. Joyanes, L. (2010). Computación en nube (cloud computing) y centros de datos: la nueva revolución industrial ¿Cómo cambiará el trabajo en organizaciones y empresas? *Sociedad y Utopía: Revista de Ciencias Sociales*, (36), 111-127.
17. Joyanes, L. (2012). Computación en la nube: notas para una estrategia española en cloud computing. *Revista del Instituto Español de Estudios Estratégicos*, (0), 87-110.
18. Landáez, L. (2012). Business Intelligence. Obtenido de <http://goo.gl/zIEc4Y>
19. Manfred, M., 1995, p. 18 y p.20.
20. Martínez, P. C. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento y Gestión*, (20), 165-193.
21. Maya, J. (2013). Metodo de control de proceso. Obtenido de <http://goo.gl/T6dJgz>

22. Ontiveros, E., Martín, Á., Navarro, M. Á., & Rodríguez, E. (2012). Las TIC y el sector financiero del futuro. Madrid: Fundación Telefónica.
23. Palacio, J. C. (2014). Ventajas del comercio electrónico para los negocios, pymes y empresas. Obtenido de <http://goo.gl/SIWKRy>
24. Porter, M. (2002). "What is Strategy?" Harvard Business Review November-December: 61-78.
25. Porter, M. (1998). p. 34
26. Riquelme, J. C. (2009). Repositorio SVN de Google Code. Obtenido de <http://goo.gl/7oUzto>
27. Rodríguez, F. (2011). Cloud computing, nube: tipos y servicios. Obtenido de <http://goo.gl/zakf6t>
28. Ruiz, F. J. (2010). Conocimiento en la nube: características socio-comunicativas del cloud computing. Razón y Palabra, 15(73), 1-16.
29. Santo Domingo, G. et al, 1995, p.44
30. Sociedad de la Información. (2006). El sector financiero aumenta su inversión en TIC. Sociedad de la Información, (29), 50-60.
31. *La conducta del directivo*, Harvard Deusto Business Review, N°73, pp. 35-36.

ANEXOS

	04	Plataforma tecnológica online (en línea): plataforma sobre la cual, los clientes pueden realizar transferencias, pagos de facturas, reservas en línea, solicitud de nuevos productos o servicios, entre otros.					
	05	APPs: Aplicaciones para dispositivos móviles (smartphones y tablets).					
	06	Backups en la nube: es un servicio a través del cual se utilizan los recursos de computación en la nube para crear, editar, gestionar y restaurar los datos. Esto se hace de forma remota a través de internet.					
	07	BIG DATA: Hace referencia al conjunto de datos o información de gran tamaño y que debido a este gran volumen ya no pueden ser procesados por los sistemas de bases de datos tradicionales.					
	08	Inteligencia de negocios (Business Intelligence): Es el conjunto de estrategias, aplicaciones y tecnologías enfocadas en la administración y generación de conocimiento, es decir, consiste en transformar los datos en información, y la información en conocimiento para optimizar los procesos de toma de decisiones en los negocios.					
	09	Análítica de negocios: Es la práctica de la exploración iterativa y metódica de una organización con énfasis en el análisis estadístico. Esta práctica es utilizada por las empresas comprometidas con la toma de decisiones basadas en datos.					
P2	¿Cuáles de los siguientes servicios son gestionados desde dispositivos móviles?						
	01	Procesos transaccionales, tales como pagos en línea, consulta de reservaciones, entre otros.					
	02	Información y administración de productos y servicios.					
	03	Solicitud de productos y servicios.					
	04	Solicitud de documentos (referencias, reservaciones, información turística, entre otros).					
	05	Atención de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias.					
	06	Chat para orientar a los clientes del Restaurant Turístico ViaVia.					
	07	Mapas con ubicación geográfica de sus locales.					
	08	Redes sociales.					
	09	Información económica.					
	10	Anulaciones de reservas o cancelaciones de pedidos.					
	11	Ninguna de las anteriores					
P3	A su opinión, el Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho ¿qué nivel de beneficios obtiene con la incorporación de TICs?						
	01	Fidelización y retención de clientes. Consiste en lograr que nuestros clientes nos prefieran y que se queden con nosotros en vez de buscar a la competencia.					

	02	Eficiencia. Se refiere a tener productos, servicios y una atención al cliente de alta calidad.					
	03	Captación de nuevos clientes. Es el fenómeno de cautivar y atraer clientes nuevos para la compañía mediante innovación, calidad y otras estrategias de competitividad.					
	04	Publicidad y comercialización. Se refiere a aumentar los canales de comunicación de productos y servicios, e inclusive ser más efectivos al tener un canal más cercano y directo al cliente.					
	05	Disminución de costos. Debido a la optimización de recursos ya que los sistemas electrónicos tienden a ser más económicos y se les pueden dar usos más amplios.					
	06	Optimización en procesos y en tiempos. Consiste en construir procesos cada vez más eficientes que optimicen recursos y tiempos de ejecución.					
	07	Acceso a la información en tiempo real. Se refiere al hecho de tener la información que queramos cuando la queramos.					
	08	Análisis de información. Al tener una información más estructurada y actualizada es posible realizar análisis y tomar decisiones más ágiles y eficientes.					
	09	Análisis y consolidación de información histórica. Consiste en afianzar o dar solidez a la información para lograr de esta forma tener unos insumos de calidad para análisis estadísticos.					
	10	Ampliar campo de acción, es decir, tener un público objetivo o potenciales clientes mucho más amplios. En otras palabras, ampliar el nicho de mercado.					
	11	Ninguna de las anteriores.					
P4	En el Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, del siguiente listado de opciones <u>seleccione y gradúe</u> las tecnologías que ya tienen o que están en proceso de implementación, con el fin de soportar los principales procesos del negocio.						
	01	Big Data: hace referencia al conjunto de datos o información de gran tamaño y que debido a este gran volumen ya no pueden ser procesados por los sistemas de bases de datos tradicionales.					
	02	Computación en la nube: consiste en tener software o hardware fuera de nuestra propia infraestructura (instalaciones propias) ya acceder a estas a través de internet.					
	03	Inteligencia de Negocios: es el conjunto de estrategias, aplicaciones y tecnologías enfocadas en la administración y generación de conocimiento, es decir, consiste en transformar los datos en información, y la información en conocimiento para optimizar los procesos de toma de decisiones en los negocios.					
	04	Gestión del conocimiento: consiste en hacer más asequible de manera sistemática y organizada a todo el conjunto de la organización, la información corporativa y todo el conocimiento de los trabajadores.					
	05	Arquitectura empresarial: es una metodología de mejora continua, que, basada en una visión integral, permite mantener actualizada la estructura de información organizacional					

		alineando procesos, datos, aplicaciones e infraestructura tecnológica en cuatro dimensiones: negocios, datos/información, aplicaciones y tecnología.						
	06	Análítica o minería de datos: es un proceso que intenta descubrir patrones en grandes volúmenes de conjuntos de datos con el propósito de extraer información y transformarla en una estructura comprensible para su uso posterior.						
	07	Redes sociales: son aplicaciones web que favorecen el contacto entre individuos. Estas personas pueden conocerse previamente o hacerlo a través de la red.						
	08	Ninguna de las anteriores.						
05	¿El Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho tiene estrategias, modelos de referencia para hacer un análisis de la cadena de valor del negocio y a partir de eso proponer estrategias de TICs?							
	01	Arquitectura empresarial: es una metodología de mejora continua, que, basada en una visión integral, permite mantener actualizada la estructura de información organizacional; alineando procesos, datos, aplicaciones e infraestructura tecnológica en cuatro dimensiones: negocios, datos/información, aplicaciones y tecnología.						
	02	Arquitectura de información: consiste en el estudio, análisis, organización, disposición y estructuración de la información con el fin de facilitar al máximo los procesos de comprensión y asimilación de estas.						
	03	Arquitectura de aplicaciones: provee la definición funcional para cada uno de los sistemas de información requeridos, las interacciones entre estos sistemas y sus relaciones con los procesos de negocio (core) de la organización.						
	04	Arquitectura tecnológica: describe la estructura de hardware, software y comunicaciones requerida para dar soporte a la implantación de los sistemas de información.						
	05	Ninguna de las anteriores						
P6	En el Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, según la importancia que se le da a las TICs, en relación a sus principales procesos del negocio, marque la opción que mejor se ajuste.							
	01	ALTO: el Restaurant Turístico ViaVia soporta los principales procesos del negocio en el uso de TICs.						
	02	MEDIO: el Restaurant Turístico ViaVia soporta la mayoría de los procesos principales del negocio en el uso de TICs.						
	03	BAJO: el Restaurant Turístico ViaVia soporta sólo algunos de los principales procesos del negocio en el uso de TICs.						
Bloque 2: FINANCIERA Y ECONÓMICA								
P7	¿El Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, desde su percepción, cuenta con presupuesto para la inversión en TICs?							
	01	ALTO: el Restaurant Turístico ViaVia invierte el 50% o más del presupuesto en TICs.						
	02	MEDIO: el Restaurant Turístico ViaVia invierte entre el 20% y el 50% del presupuesto en TICs.						
	03	BAJO: el Restaurant Turístico ViaVia invierte menos del 20% o más del presupuesto en TICs.						
P8	Los colaboradores del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, ¿Con qué frecuencia se capacitan en TICs, ya sea con financiamiento de la empresa o su propio peculio?							

	01	Alta , más de 4 veces al año					
	02	Media , entre 2 y 4 veces al año					
	03	Baja , menos de 2 veces al año					
Bloque 3: NIVEL DE SATISFACCIÓN							
P9	¿Qué nivel de satisfacción, considera que tiene la Gerencia del Restaurant Turístico ViaVia de la ciudad de Ayacucho, respecto a los beneficios que ha obtenido con el uso de las TICs?						
	01	Alto , porque la empresa, obtiene un rápido retorno de su inversión, adicionalmente, la Gerencia cuenta con sistemas de información gerencial que apoyan eficientemente la toma de decisiones; gracias al acceso a información oportuna, confiable y relevante.					
	02	Medio , porque la empresa, tiene la mayoría de los principales procesos del negocio, soportados en TICs y genera información oportuna, confiable y relevante, que soporta la toma de decisiones.					
	03	Bajo , porque la empresa, tiene reprocesos en sus principales procesos del negocio, presenta demoras al consolidar información importante y/o los sistemas de información son de baja calidad.					
P10	Bajo su criterio y percepción, ¿Cuál es la relación beneficio/costo que ha percibido la empresa, por la implementación y/o uso de las TICs?						
	01	Alta , el retorno de la inversión es alto y en corto plazo, sistemas de información gerencial eficientes y se percibe oportunidad, calidad y eficiencia en los procesos del negocio.					
	02	Media , hay un retorno de inversión moderado y el tiempo de este retorno es en un mediano o largo plazo, se nota mejoría en los procesos del negocio y en la calidad de la información.					
	03	Baja , el retorno de inversión es muy bajo y se da en un tiempo muy largo, se identifica lentitud, existen aún reprocesos y baja calidad de la información.					
P11	¿A su parecer, la Gerencia de la empresa, pone de manifiesto su interés por fortalecer los principales procesos del negocio, mediante el uso de TICs; basados en los resultados que estas han brindado?						
	01	Alto , ya que le interesa la competitividad, calidad y buenos márgenes de ganancia.					
	02	Medio , visualiza su beneficio, pero aún pueden tener ciertas dudas, desconocimiento o desconfianza respecto a estas.					
	03	Bajo , no le interesa o tiene aún mucha desconfianza de las TICs o no lo ve como inversión sino como gasto que no genera beneficios.					

ANEXO 2:

Datos	Tecnologías de Información y Comunicación					Toma de Decisiones					
	B1P1	B1P2	B1P3	B1P4	B1P5	B1P6	B2P1	B2P2	B3P1	B3P2	B3P3
1	1	2	1	4	5	1	2	3	4	5	1
2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
6	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
7	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
9	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	5	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2
11	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
12	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
14	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	5	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
16	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
17	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4

Prueba de Hipotesis			
VI	VD	D1	D2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	3	3
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	3	3
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	3	3
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5

Datos	Tecnologías de Información y Comunicación					Toma de Decisiones					
	B1P1	B1P2	B1P3	B1P4	B1P5	B1P6	B2P1	B2P2	B3P1	B3P2	B3P3
19	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	5	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
21	3	1	1	1	1	4	3	1	1	1	3
22	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3
23	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
24	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3
25	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3
26	3	1	1	1	3	4	3	1	1	1	3
27	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3
28	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
29	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4
30	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4
31	1	2	1	4	5	1	2	3	4	5	1
32	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
34	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
36	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
37	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
39	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Prueba de Hipotesis			
VI	VD	D1	D2
4	3	3	3
2	2	2	2
1	2	2	2
5	5	5	5
4	4	4	4
2	2	2	2
2	2	2	2
2	2	2	2
2	2	2	2
5	5	5	5
4	4	4	4
2	2	2	2
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	3	3
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	3	3

Datos	Tecnologías de Información y Comunicación					Toma de Decisiones					
	B1P1	B1P2	B1P3	B1P4	B1P5	B1P6	B2P1	B2P2	B3P1	B3P2	B3P3
40	5	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2
41	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
42	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
44	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	5	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
46	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
47	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
49	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	5	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
51	3	1	1	1	1	4	3	1	1	1	3
52	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3
53	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
54	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3
55	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3
56	3	1	1	1	3	4	3	1	1	1	3
57	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3
58	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
59	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4
60	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4

Prueba de Hipotesis			
VI	VD	D1	D2
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	3	3
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	3	3
2	2	2	2
1	2	2	2
5	5	5	5
4	4	4	4
2	2	2	2
2	2	2	2
2	2	2	2
5	5	5	5
4	4	4	4
2	2	2	2
2	2	2	2

Datos	Tecnologías de Información y Comunicación					Toma de Decisiones					
	B1P1	B1P2	B1P3	B1P4	B1P5	B1P6	B2P1	B2P2	B3P1	B3P2	B3P3
61	1	2	1	4	5	1	2	3	4	5	1
62	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
64	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
65	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
66	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
67	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
69	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	5	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2
71	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
72	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
74	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	5	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
76	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
77	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
79	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
80	5	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
81	3	1	1	1	1	4	3	1	1	1	3

Prueba de Hipotesis			
VI	VD	D1	D2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	3	3
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	3	3
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	3	3
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	3	3
2	2	2	2
1	2	2	2

Datos	Tecnologías de Información y Comunicación					Toma de Decisiones					
	B1P1	B1P2	B1P3	B1P4	B1P5	B1P6	B2P1	B2P2	B3P1	B3P2	B3P3
82	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3
83	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
84	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3
85	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3
86	3	1	1	1	3	4	3	1	1	1	3
87	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3
88	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
89	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4
90	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4
91	1	2	1	4	5	1	2	3	4	5	1
92	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
94	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
95	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
96	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
97	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
99	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
100	5	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2
101	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
102	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Prueba de Hipotesis			
VI	VD	D1	D2
5	5	5	5
4	4	4	4
2	2	2	2
2	2	2	2
2	2	2	2
5	5	5	5
4	4	4	4
2	2	2	2
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	3	3
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	3	3
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4

Datos	Tecnologías de Información y Comunicación					Toma de Decisiones					
	B1P1	B1P2	B1P3	B1P4	B1P5	B1P6	B2P1	B2P2	B3P1	B3P2	B3P3
103	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
104	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
105	5	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
106	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
107	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
108	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
109	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
110	5	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
111	3	1	1	1	1	4	3	1	1	1	3
112	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3
113	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
114	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3
115	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3
116	3	1	1	1	3	4	3	1	1	1	3
117	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3
118	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
119	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4
120	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4
121	1	2	1	4	5	1	2	3	4	5	1
122	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
123	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4

Prueba de Hipotesis			
VI	VD	D1	D2
5	5	5	5
4	3	3	3
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	3	3
2	2	2	2
1	2	2	2
5	5	5	5
4	4	4	4
2	2	2	2
2	2	2	2
2	2	2	2
2	2	2	2
5	5	5	5
4	4	4	4
2	2	2	2
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5

Datos	Tecnologías de Información y Comunicación					Toma de Decisiones					
	B1P1	B1P2	B1P3	B1P4	B1P5	B1P6	B2P1	B2P2	B3P1	B3P2	B3P3
124	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
125	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
126	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
127	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
128	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
129	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
130	5	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2
131	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
132	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
133	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
134	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
135	5	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
136	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1
137	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
138	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4

Prueba de Hipotesis			
VI	VD	D1	D2
4	3	3	3
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	3	3
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	3	3
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5



UNSCH

FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

DECANATO

TRANSCRIPCIÓN DE ACTA DE SUSTENTACIÓN

En la ciudad de Ayacucho, el día 10 de enero de 2023, a las 10:15 horas, en la Sala de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, se reunieron los miembros de la Comisión del Jurado Evaluador, conformado por los profesores Lic. Eusterio Ore Gutiérrez, Lic. Jorge Prado Palomino y el Lic. Adm. Jesús Augusto Badajoz Ramos, bajo la presidencia del profesor Lic. Eusterio Ore Gutiérrez, quien fue designado por el decano con Memorandum N°017-2019-FCEAC-UNSCH-D de fecha 06 de enero del 2020 y actuando como secretario el Lic. Edith Paucar Ruiz.

El secretario da lectura de la Resolución Decanal N°019-2020-UNSCH-FCEAC-D de fecha 07 de enero de 2020 el cual declara expedito a los bachilleres Américo Segura Matto y Luis Iván Arostegui Gutiérrez, para la sustentación de la tesis: **"SOPORTE DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES INTELIGENTES EN EL RESTAURANTE TURÍSTICO VIA- VIA DE LA CIUDAD DE AYACUCHO 2018-2019"**, para optar el título profesional de Licenciado en Administración.

Acto seguido el presidente de los jurados invita a los sustentantes a dar inicio a la exposición de la mencionada tesis en un tiempo aproximado de veinte (20) minutos. Concluida la sustentación el presidente solicita a los miembros del jurado evaluador formular las preguntas y repreguntas necesarias para lo cual disponen de cuarenta y cinco (45) minutos, las mismas que fueron absueltas satisfactoriamente.

Concluida la sustentación, el presidente de los jurados invita a los sustentantes y público asistente abandonar la sala de grados con la finalidad de deliberar y emitir la calificación correspondiente, con el siguiente resultado:

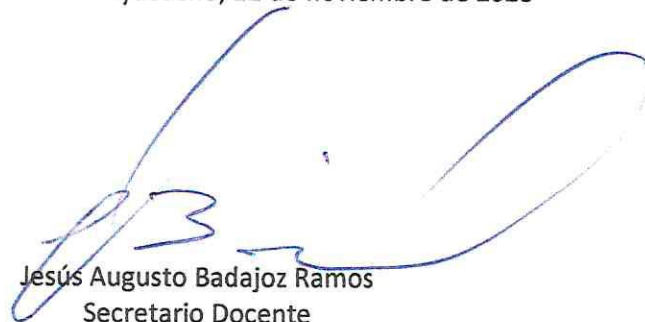
Jurado 1	13
Jurado 2	13
Jurado 3	13

Resultandos aprobados por unanimidad con el calificativo de TRECE (13)

Siendo las 12:45 horas del mismo día, se dio por concluido el acto académico y en fe de lo actuado firman al pie del presente los profesores: Lic. Eusterio Ore Gutiérrez, Lic. Jorge Prado Palomino y Lic. Adm. Jesús Badajoz Ramos, Lic. Edith Paucar Ruiz.

Libro N° 03, con folio N° 308-310

Ayacucho, 22 de noviembre de 2023



Jesús Augusto Badajoz Ramos
Secretario Docente

**CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD CON DEPÓSITO****No 008- EPAE/FCEAC/UNSCH**

1. Apellidos y nombres del investigador: **Américo SEGURA MATTO y Luis Iván ARÓSTEGUI GUTIÉRREZ**
2. Escuela Profesional/Unidad de investigación: Administración de Empresas
3. Facultad: Ciencias Económicas, Administrativas y Contables
4. Tipo de trabajo académico evaluado: Borrador de Tesis
5. Título del trabajo académico: **SOPORTE DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES INTELIGENTES EN EL RESTAURANT TURÍSTICO VIA VÍA DE LA CIUDAD DE AYACUCHO-2018-2019.**
6. Software de similitud: TURNITIN
7. Fecha de recepción 16 de junio 2021
8. Fecha de evaluación: 17 de junio 2021
9. Evaluación de originalidad.

Porcentaje de similitud	Resultado
*17%	** APROBADO

*Consignar el porcentaje de similitud

Consignar **APROBADO si se encuentra dentro del rango de porcentaje establecido, Subsanan las observaciones o **DESAPROBADO** si excede el porcentaje permisible de similitud.

Ayacucho, 17 de junio de 2021



Eusterio ORÉ GUTIÉRREZ
Docente-instructor

SOPORTE DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES INTELIGENTES EN EL RESTAURANT TURÍSTICO VIAVIA DE LA CIUDAD DE AYACUCHO – 2018-2019

por Américo Y Luis Iván - Segura Matto Y Aróstegui Gutiérrez

Fecha de entrega: 17-jun-2021 11:18a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1608095990

Nombre del archivo: TURNITIN_AM_RICO_Y_LUIS_IV_N.pdf (2.82M)

Total de palabras: 25788

Total de caracteres: 128648

SOPORTE DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES INTELIGENTES EN EL RESTAURANT TURÍSTICO VIAVIA DE LA CIUDAD DE AYACUCHO – 2018-2019

INFORME DE ORIGINALIDAD

17%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	bibliotecadigital.usb.edu.co Fuente de Internet	5%
2	www.3ciencias.com Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
4	biblioteca.ucm.es Fuente de Internet	1%
5	es.scribd.com Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad de San Buenaventura Trabajo del estudiante	1%
7	es.slideshare.net Fuente de Internet	1%
8	mentehumedaycreativa.blogspot.com Fuente de Internet	1%

9	repositorio.utc.edu.ec Fuente de Internet	1 %
10	repositorio.udea.edu.co Fuente de Internet	1 %
11	cybertesis.uni.edu.pe Fuente de Internet	1 %
12	docplayer.es Fuente de Internet	1 %
13	vbook.pub Fuente de Internet	<1 %
14	repositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
17	www.revueeuropeenne-du-droitsocial.ro Fuente de Internet	<1 %
18	www.causaestudiantil.com.ar Fuente de Internet	<1 %
19	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
20	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	

<1 %

21

empresascea.blogspot.com

Fuente de Internet

<1 %

22

www.urbe.edu

Fuente de Internet

<1 %

23

documents.mx

Fuente de Internet

<1 %

24

dialnet.unirioja.es

Fuente de Internet

<1 %

25

tesis.ucsm.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

26

www.aecit.org

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 30 words

Excluir bibliografía

Activo