



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

IMPLEMENTACIÓN DE LAS TICS PARA MEJORAR LA
COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA MEDIANTE REUNIONES
VIRTUALES, GESTIONADO POR LA GERENCIA ESTRATÉGICA
INTELIGENTE.

MERA JUMA ANDREA MARISELA
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MACHALA
2019



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

IMPLEMENTACIÓN DE LAS TICS PARA MEJORAR LA
COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA MEDIANTE
REUNIONES VIRTUALES, GESTIONADO POR LA GERENCIA
ESTRATÉGICA INTELIGENTE.

MERA JUMA ANDREA MARISELA
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

MACHALA
2019



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EXAMEN COMPLEXIVO

IMPLEMENTACIÓN DE LAS TICS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN
INTERNA Y EXTERNA MEDIANTE REUNIONES VIRTUALES, GESTIONADO POR
LA GERENCIA ESTRATÉGICA INTELIGENTE.

MERA JUMA ANDREA MARISELA
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SERRANO ORELLANA BILL JONATHAN

MACHALA, 01 DE FEBRERO DE 2019

MACHALA
01 de febrero de 2019

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado IMPLEMENTACIÓN DE LAS TICS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA MEDIANTE REUNIONES VIRTUALES, GESTIONADO POR LA GERENCIA ESTRATÉGICA INTELIGENTE., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



SERRANO ORELLANA BILL JONATHAN
0703529842
TUTOR - ESPECIALISTA 1



PACHECO MOLINA ANDRES MARCELO
0700945181
ESPECIALISTA 2



OCHOA CAICEDO HECKLER ROTHWELL
0702681917
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: viernes 01 de febrero de 2019 - 09:32

Urkund Analysis Result

Analysed Document: MERA JUMA ANDREA MARISELA_PT-011018.pdf (D47091191)
Submitted: 1/21/2019 10:40:00 PM
Submitted By: titulacion_sv1@utmachala.edu.ec
Significance: 5 %

Sources included in the report:

TELEPRESENCIA Y VIDEOCONFERENCIAS.docx (D29640258)
HOMERO VACA_ARTÍCULO_SOCIEDAD DEL CONOCIMIEMTO.docx ESPE -17.docx (D39867244)
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232009000200007

Instances where selected sources appear:

6

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, MERA JUMA ANDREA MARISELA, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado IMPLEMENTACIÓN DE LAS TICS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA MEDIANTE REUNIONES VIRTUALES, GESTIONADO POR LA GERENCIA ESTRATÉGICA INTELIGENTE., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

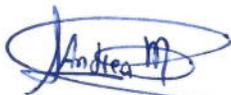
La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 01 de febrero de 2019



MERA JUMA ANDREA MARISELA
0704177047

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por permitirme dar por cumplido un logro más de mi vida.

Al Ing. Bill Serrano por los conocimientos impartidos durante estos años y sus tutorías en este trabajo.

A todos los docentes, directivos, amigos de la Universidad Técnica de Machala, por el compartir diario que vivimos estos años.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con mucho esmero y amor a Dios y mi hija, por ser mi mayor fuerza y motivación para lograr mis objetivos.

IMPLEMENTACIÓN DE LAS TICS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA MEDIANTE REUNIONES VIRTUALES, GESTIONADO POR LA GERENCIA ESTRATÉGICA INTELIGENTE.

RESUMEN

Con los avances tecnológicos del siglo XXI, se observa que muchas empresas van a la vanguardia y alineadas a estos cambios constantes, pero así también existen empresas que no asumen las nuevas tecnologías como una ventaja económica y competitiva para su eficiente crecimiento, como también para lograr mejorar los tiempos, comodidad, de empleados, proveedores, socios con los cuales interactúan de manera constante.

Las nuevas formas de comunicarse han revolucionado el mundo, la tecnología ha dejado de ser un lujo o privilegio y se ha convertido en una estrategia fundamental en el ámbito personal y empresarial; las reuniones virtuales es una de ellas ya que cada vez son más frecuentes utilizarlas porque ofrecen a las empresas una manera innovadora y segura de comunicarse y reunir fuerza de trabajo para el cumplimiento de sus objetivos.

Encontramos muchas ventajas en las reuniones virtuales, sin embargo también existen algunas desventajas notables, en las relaciones empresariales es muy importante en la interacción en los negocios, pero si las empresas realizan demasiadas reuniones virtuales se pierde la interacción ese contacto personal e íntimo que logra el vínculo de la confianza al estar cara a cara, además se debe contar con el equipo, capacitación y la tecnología adecuada, una deficiente coordinación de estos elementos nos llevarían al fracaso de una reunión virtual.

Para ello hemos recolectado información de varios autores de revistas científicas, con el fin de analizar este ámbito que nos ofrece las TIC para la mejora continua e innovación de las empresas.

Palabras clave: Tecnologías de la Información, Reuniones virtuales, ventajas y desventajas, gerencia estratégica.

ABSTRACT

With the technological advances of the 21st century, we see that many companies are at the forefront and aligned to these constant changes, but there are also companies that are not new technologies as an economic and competitive advantage for their efficient growth, as well as to improve the times, the comfort, the employees, the suppliers, the partners with whom they interact in a constant way.

New forms of communication have revolutionized the world, technology has been the luxury and privilege and has become a fundamental element in the personal and business world; Meetings are always once they are increasingly used as they are offered to businesses in an innovative and safe manner.

Many of the advantages in virtual meetings, however, there are also some notable disadvantages, the development of relationships is very important in the business world, but if companies have too many virtual meetings together the relationship with personal contact is lost and intimate that the lack of coordination of these elements leads to the failure of a virtual meeting.

To do this, we have compiled information from several authors of scientific journals, in order to analyze this field offered by ICT for continuous improvement and innovation of companies.

Keywords: Information Technologies, Virtual meetings, advantages and disadvantages, strategic management.

INDICE

AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICATORIA.....	IV
RESUMEN.....	V
ABSTRACT.....	VI
1. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1. CONTEXTUALIZACIÓN.....	6
2. DESARROLLO.....	6
2.1. ORIGEN Y DEFINICIÓN.....	6
2.2. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.....	7
2.3. REUNIONES VIRTUALES.....	7
2.4. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS REUNIONES VIRTUALES.....	7
2.4.1. VENTAJAS.....	7
2.4.2. DESVENTAJAS.....	8
2.5. GESTIÓN ORGANIZACIONAL.....	8
2.6. SOLUCIÓN DEL CASO.....	9
3. METODOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN.....	10
3.1. SOLUCIÓN QUE DEBE MANTENER UNA GERENCIA INTELIGENTE PARA LA MEJORA CONTINUA EN BASE A LAS TICS.....	11
4. CONCLUSIONES.....	12
5. RECOMENDACIONES.....	14
BIBLIOGRAFIA.....	15

1. INTRODUCCIÓN

1.1. CONTEXTUALIZACIÓN

Según (Cano & Baena, 2015), la videoconferencia permite la comunicación entre 2 o más integrantes, donde se transmiten datos de audio y video; creando así dinámicas de trabajo al momento de realizar las reuniones, capacitaciones, presentación de productos o servicios, negociaciones, etc.; que conllevan a mantener la fluidez de la información compartida.

Las responsabilidades de la gerencia a nivel corporativo se enfocan en actividades administrativas y empresariales, al hablar de administrativas nos referimos a aquellas que se procuran reducir costos o evitar pérdidas considerables en la empresa, mientras que el ámbito empresarial se refiere a todas las nuevas negociaciones, creación de nuevos productos o servicios, construyendo así un mayor valor agregado a la misma. (Rivas Montoya, 2015).

En un mundo tan diligente y globalizado, las empresas deben ser rápidas y eficientes con todos sus recursos, las reuniones virtuales son una manera económica y actual para realizar negocios con las demás organizaciones geográficamente dispersas, mediante ellas se reducen los costos que generan las reuniones presenciales.

En el presente trabajo pretendemos analizar las ventajas y desventajas que nos proporciona los sistemas de comunicación mediante videoconferencia a nivel administrativo-gerencial, para el trabajo diario tanto con el cliente interno, como también gestionar el desarrollo de negociaciones placenteras a nivel externo.

Es importante poder diferenciar estas ventajas y desventajas para el correcto desarrollo de una gerencia estratégica, en donde se considere el adecuado manejo del tiempo, las mejores condiciones de trabajo, aprovechamiento de recursos. Cuando una empresa realiza aquello, tiene más tiempo y recursos para incrementar su producción, para abrir nuevos mercados, para atender nuevos clientes.

Se pretende motivar a las empresas y emprendedores a tomar de la mano las grandes ventajas que nos ofrecen las TIC, ya que quien no las aprovecha, está dejando ir su éxito empresarial; lo administradores, gerentes, accionistas deben actuar de manera inteligente, estando a la vanguardia de las herramientas que les permitirá otorgar un mejor servicio, que fidelizará a sus clientes, siendo competitivos, estratégicos, innovadores

2. DESARROLLO

2.1. ORIGEN Y DEFINICIÓN

Con la llegada de la web 2.0 y los social media han ido surgiendo diversos sitios de redes sociales en los cuales los usuarios crean un perfil público o semi-público dentro de un sistema abierto, teniendo acceso a una red de contactos para establecer relaciones. Estas redes han irrumpido en nuestra sociedad y como también en la forma de comunicación, generando nuevas maneras de informar y ser informado. (Estévez, 2015).

Por otro lado, (Cardona, 2015) en su análisis sostiene que, si algo ha cambiado radicalmente desde el siglo pasado y que sigue transformándose actualmente, es la **comunicación**, con más hincapié en las diversas dinámicas de usos y los equipos que intervienen en ella. Estos desarrollos le otorgan un carácter de eficiencia, calidad y competitividad. Las TIC influyen de manera determinante en las generaciones actuales, el estilo racional y sistemático de comunicación han sustituido a la experiencia humana, dando solución a las necesidades del hombre en sus entornos sociales, empresariales, etc.

Así mismo, el autor (Ángeles Mancilla, 2012), considera que las TIC adquirieron lugar en el campo de los planes de desarrollo y en procesos institucionales de naturaleza estratégica. Complementa (Estévez, 2015) que se trata de un giro de 180 grados en cual, por primera vez en la historia humana, se hace posible mantener diálogo con un gran número de personas desde cualquier lugar del planeta. Conversaciones generadas con instrumentos digitales que difunden ideas o criterios a gran velocidad en escalas mundiales lo pronuncia

Esto ha cambiado la forma en que ven el mundo y se relacionan entre sí las diferentes personas, teniendo la necesidad de transitar entre lo analógico y lo digital, lo físico y lo abstracto, es decir la realidad virtual, reduciendo los tiempos, acortando fronteras, superando los límites. (Cardona, 2015).

Los autores (Reinoso Lastra & Martínez Cárdenas, 2010), afirman que Los cambios tecnológicos de hoy, conlleva al crecimiento de los países desarrollados y así también de los pequeños países que han adoptado estrategias comerciales como motor del conocimiento.

2.2. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Existe una relación entre la evolución y cambio estructural en las organizaciones por medio de la adopción de nuevas Tecnologías (TIC), con las que afrontan las nuevas y cambiantes realidades del entorno, produciendo luego éstas, cambios determinantes en el diseño estructural, cultura y clima organizacional de las organizaciones. Actualmente el fácil acceso a las TIC's produce un considerable impacto a los mercados y la sociedad, no estando ajenas a las organizaciones; pues las empresas que ha evolucionado constantemente son las que sobresalen en innovación y creación de conocimiento (Gándara, Mathison, Primera, & García, 2007).

A nivel empresarial han ido surgiendo nuevas formas de organización, las cuales ha sido impulsadas con el soporte de las Tecnologías de Información y Comunicación. Las TIC's a más de contribuir al cambio, también lo potencian, otorgando a la empresa flexibilidad, agilizando cambios tanto a nivel de estructura como cultura, transmitiendo de manera rápida y eficiente la información a toda la organización (Gándara, Mathison, Primera, & García, 2007).

2.3. REUNIONES VIRTUALES

Compendium (2013), expresa que la gerencia de las organizaciones tiene como función la planificación coordinación, organización y control ajustados al cumplimiento de los objetivos. Dentro de las herramientas que usan los directivos para este cumplimiento están: productos innovadores, nuevas técnicas, métodos basados en las últimas tendencias de negocios basados en criterios de eficiencia y calidad.

Actualmente cobran relevancia las herramientas desarrolladas en base a las TIC's, entre las cuales resaltan aquellas que se dan en ambientes Web, comunicación virtual en tiempo real, etc. Una de las tendencias para la Gestión de Eventos es el diseño de una página web para **conferencias**, cursos, congresos, entre otros.

2.4. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS REUNIONES VIRTUALES

2.4.1. VENTAJAS

La dirección estratégica es un proceso clave para la formación de una empresa competitiva e innovadora, estando de la mano con un equipamiento tecnológico acorde a sus objetivos.

Los empresarios del siglo XXI deben especializarse en dos sentidos:

* **Tendencias administrativas**, para el cumplimiento de objetivos estratégicos bajo su dirección.

***Tendencias tecnológicas** son apoyo de las fases del direccionamiento estratégico.

Los dirigentes deben poseer valiosos conocimientos para hacer frente a las diversas y constantes, crecientes exigencias de innovación que hoy en día se enfrentan las organizaciones. Las Tic a nivel de empresa suelen ser indispensables en base a los siguientes ítems:

- **AUDIO:** los audios conferencias, e-mail, correo de voz y telefonía VOIP.
- **AUDIO Y VIDEO:** videoconferencias.
- **DATOS:** software en relación con el giro de negocio de la organización o genéricos que cumplan las necesidades y requerimientos del día a día.

También están las herramientas de internet como son los chats, email, páginas web, listas de distribución y foros de discusión). Los dirigentes de las empresas deben estar convencidos del impacto y rendimiento que generan las TIC en la empresa; estando atentos en la gestión y prevención de riesgos que conlleva utilizarla. Aquellos directivos de diferentes organizaciones, que no estén familiarizados ni preparados para los nuevos retos que dá la actual tecnología, será compleja su adaptación y, por consiguiente, correrán el riesgo de un declive (Aguilera & Riascos, 2009).

2.4.2. DESVENTAJAS

La desventaja principal del uso de las Videoconferencias sería que las empresas se acomoden tanto a este sistema para mantener reuniones y que en reuniones de mayor interacción o de grandes negocios, no pueda fluir la información y acuerdos necesarios, por el hecho de estar detrás de una pantalla y no poder persuadir al cumplimiento de los objetivos de la reunión.

2.5. GESTIÓN ORGANIZACIONAL

Según los autores (Largacha Martínez, Adela , & León Velásquez, 2015), la dirección estratégica es un proceso continuo que conlleva al cumplimiento de los objetivos a largo plazo determinados por las empresas. Este proceso involucra la ejecución de un plan estratégico, mismo que debe ser comprendido y asumido por sus colaboradores. Además de lo anterior, la empresa debe mantener sus relaciones con el entorno, apoyándose, en las tecnologías de la información y las comunicaciones.

Es importante considerar que las conversaciones dadas, en cuanto a la clave del éxito empresarial, la mayoría de ellas giran en torno a la eficiencia y productividad en el uso de los recursos. El resultado de ello es definir métodos de gestión que busquen minimizar los costos de operación, optimizando a gran escala el uso de los recursos

para mejorar la satisfacción de los clientes, lo cual prolifera en las utilidades de la empresa como finalidad.

Es así como se ha venido desarrollando calidad, que inicialmente se enfocaban al producto, luego hacia cómo se hacían estos productos, y posterior, se orientó hacia la gestión organizacional. La excelencia organizacional, pretende el entendimiento de la empresa como un todo, creando valor para todos los stakeholders de la empresa.

2.6. SOLUCIÓN DEL CASO

Una empresa de consultoría predijo que las conferencias de video y web provoca la extinción de los viajes de negocios. ¿Está usted de acuerdo? ¿Porque si y porque no?

En un rango del 70 al 90% considero que generaría reducción de viajes y costos, mas no la extinción de viajes, ya que para según qué tipos de procesos o negociaciones de cierres de negocio o asociaciones estratégicas, es fundamental la presencia, el diálogo frente a frente, debatir ideas, convencer si lo amerita, etc.

¿Cuál es la diferencia entre videoconferencia y telepresencia?

La diferencia se fundamenta en que las videoconferencias son muy prácticas para tratar temas de información rápida y concisa para la toma de decisiones o direccionamiento de ciertas actividades que se estén ejecutando.

Por el contrario, la telepresencia es un sistema de videoconferencia más avanzado que permite a los altos dirigentes y jefaturas de organizaciones mantener un diálogo no verbal (virtual), mediante pantallas donde se visualizan los demás integrantes de la reunión de diferentes lugares del mundo.

Todos se ven e interactúan en tiempo real, este sistema conlleva mantener un adecuado proveedor de internet, una sala de reuniones grande, varios monitores para transmitir la reunión, iluminación, luces adecuadas, micrófonos y altavoces. Pero sin embargo pese a la inversión o adecuación de la sala, los costos de viáticos a largo plazo se verán reducidos en gran escala, siendo esto beneficioso para la empresa.

¿En qué formas provee la videoconferencia valor a una empresa? ¿Lo consideraría usted como gestión inteligente? explique su respuesta.

Genera valor tanto en la facilidad, en la reducción de tiempos, en la innovación que demostramos hacia nuestros proveedores o socios; seguido claro está de un ítem importante que es el costo-beneficio.

Si estuviera a cargo de un pequeño negocio, ¿optaría por aplicar las videoconferencias? ¿Qué factores consideraría en su decisión?

Si tuviera un pequeño negocio donde no maneje gran cantidad de proveedores, me manejaría por medio de tecnologías que nos brindan las redes sociales como Facebook o WhatsApp, realizando videollamadas.

Conforme al crecimiento del negocio y las necesidades que amerite se implementarían los equipos para videoconferencia.

3. METODOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

El autor (Garrido, 2007), nos expone que la información que reciben los stakeholders con contenido útiles, muchas veces no es suficiente para que el proceso comunicativo se dé de una forma tenaz. La naturaleza de la comunicación es actuante es decir una acción en relación a otro en tiempo real o mediado. El entorno de la empresa es útil para las mejoras estratégicas de la comunicación.

Si no encontramos en el plan estratégico de comunicación, elementos que permitan ser ejecutado el Plan Estratégico de Negocios de la compañía, estaríamos realizando un esfuerzo inútil y costoso. Sabemos que resulta imposible la gestionar, mantener y desarrollar un proyecto empresarial, al margen de la comunicación. Las relaciones interpersonales de la empresa dependen de sus habilidades para integrarse entre sí.

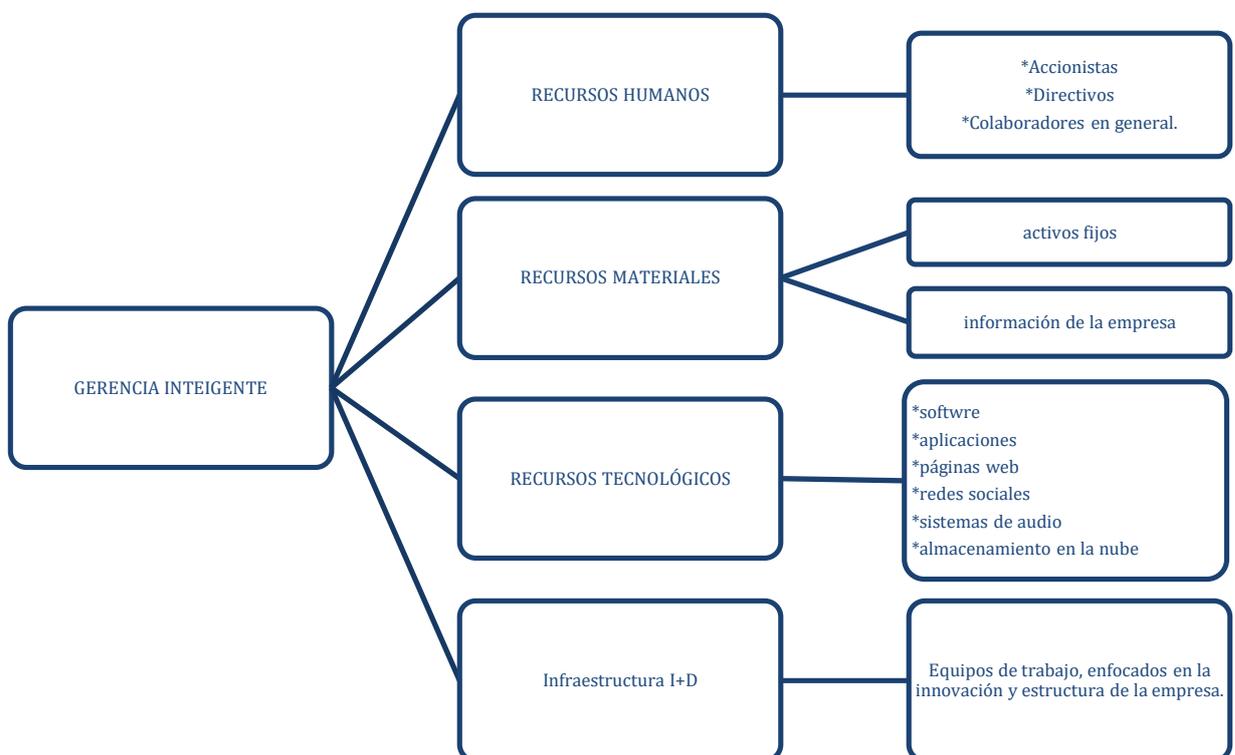
La competitividad de una compañía en esta sociedad globalizada depende de su grado de adaptación las demandas de sus stakeholders y así también de la flexibilidad e integración de su capital humano, siendo así que amerita la necesidad de contar con sistemas de gestión de comunicaciones. Los indicadores principales de gestión (Balanced Scorecard) son capaces de alinear los recursos de comunicación y sensibilizar la perspectiva del cliente, son de gran importancia para la comunicación que deberían poseer hoy en día las empresas desde una perspectiva estratégica.

Los autores (Largacha Martínez, Adela , & León Velásquez, 2015), sostienen que en las diversas conversaciones que se han dado respecto a la clave del éxito empresarial, la mayoría de ellas se debe a la eficiencia y productividad en el manejo de los recursos. Su objetivo es la implementación de métodos de gestión que buscan minimizar los costos de operación, optimizar el uso de los recursos y mejorar la satisfacción de los clientes, lo que conlleva a generar fructuosas utilidades de la empresa.

Es así como nacen las corrientes de calidad, mismas que en primera instancia eran enfocadas al producto, luego se inclinaron hacia cómo se elaboraban estos productos,

y finalmente, se orientó hacia la gestión organizacional. La excelencia organizacional, se sustenta en el entendimiento de la empresa como un todo. por lo tanto, el objetivo de la excelencia organizacional es creación valor para todos los Stakeholders pertenecientes a la empresa.

3.1. SOLUCIÓN QUE DEBE MANTENER UNA GERENCIA INTELIGENTE PARA LA MEJORA CONTINUA EN BASE A LAS TICS.



Fuente: Elaborado por Andrea Mera.

4. CONCLUSIONES

Las TIC nos brindan sistemas de control y planificación, para analizar los datos y transmitir información que poseen las organizaciones; como consiguiente proveen herramientas necesarias para ser ejecutadas en la toma de decisiones en las áreas que requiera dicha organización.

La evolución y el cambio estructural en las organizaciones es dado por la adopción de estas tecnologías, para satisfacer las necesidades del entorno; siendo así que gracias a los grandes avances tecnológicos, las nuevas relaciones interpersonales y de las organizaciones se configuran constantemente.

La nueva economía del conocimiento está, fundamentada en la optimización, la creación y el uso intensivo del conocimiento y de las TIC.

En el aporte que nos hacen los autores (Bernal Torres, Frost González, & Sierra Arango, 2014), determinan que tenemos que considerar que para mejorar la competitividad no es suficiente con producir más conocimiento, como sustento, se debe usar de manera más eficaz el conocimiento ya existente, es decir gestionarlo a mayor medida que producirlo.

Entre otros beneficios que se evidencian de la Gerencia inteligente es que:

- Mantiene altos los niveles de conocimiento.
- Intensifica el compromiso de los trabajadores.
- Facilita los procesos de resolución de conflictos.
- Ayuda a focalizar el servicio al cliente a un bajo costo.
- Facilita el incremento de ventas.
- Facilita la mejora de los productos y la innovación de estos.
- Mejora el proceso de toma de decisiones.
- Al reducir costos, incrementan los beneficios económicos para la organización.
- Facilita crear y mantener la ventaja competitiva de la organización en el mercado.

Con estos beneficios que nos dan como resultado de una Gerencia Inteligente, podemos determinar que todos los cambios, mejoras, estrategias empiezan desde dentro de la organización.

Gestionar una buena comunicación y análisis de destrezas de los colaboradores, nos abrirá más puertas en el campo empresarial. Como dirigentes debemos aprovechar los beneficios que genera el uso de nuevas tecnologías para el correcto desarrollo y crecimiento de la empresa.

Respecto al campo de la comunicación, las video conferencias son nuestras aliadas para solventar temas de interés emergente, soluciones también básicas del diario vivir.

Sin embargo, no todo tipo de soluciones de conflictos, acuerdos, proyectos se logra comprender a calidad detrás de un monitor; siempre será necesario para este tipo de negociaciones, establecer reuniones, comida de negocios para interactuar, establecer puntos de vista y acordar las mejores decisiones.

Este análisis debe ser considerado por una Gerencia Inteligente, en donde no todas las gestiones de la empresa las realice práctico y fácil, a veces es necesario mantener la ambigüedad para mejores resultados en un tema o cliente determinado.

5. RECOMENDACIONES

Se deberían realizar investigaciones empíricas, dentro de las mismas organizaciones con la finalidad de identificar de manera más detallada y realista la situación de cada una, en las áreas de conocimiento, de Tecnología, Recursos Humanos; con miras a su mejor aprovechamiento y generen valor agregado para sus clientes internos y externos y por ende la sociedad en general.

Se debe hacer conciencia de lo importante y ventajosas que son las TIC en el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa, seguido de procedimientos o manuales que facilite la adecuada utilización de estas tecnologías; por consiguiente, la empresa mejoraría sus costos de manera eficiente, sin necesidad de tener precisamente tecnología de punta y que por circunstancia de un mal manejo se convierta en una debilidad, en vez de una ventaja.

A su vez se recomienda también que no se deje de lado las reuniones in situ, ya que no todos los problemas son solucionados y dados mediante la tecnología; en ocasiones dependiendo el tipo de negociación, se requerirá considerar un porcentaje de viáticos y alimentación para otorgar una reunión de negocios placentera, no con esto la empresa incrementará sus costos, simplemente estará analizando cual es la mejor opción para obtener el mejor rendimiento, según la circunstancia lo amerite.

BIBLIOGRAFIA

Trabajos citados

- Aguilera, C. A., & Riascos, E. S. (abril-junio de 2009). Direccionamiento Estratégico apoyado en las TIC. *Estudios Gerenciales*, 25(111), 127-143. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21211972007>
- Ángeles Mancilla, A. (2012). Planes estratégicos integrales para la incorporación y uso de TIC: Claves para administrar el cambio. 17(79). Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524411030>
- Bernal Torres, C. A., Frost González, J. S., & Sierra Arango, H. D. (2014). Importancia de la gerencia del conocimiento: contrastes entre la teoría y la evidencia empírica. (U. ICESI, Ed.) *Estudios Gerenciales*, 30(130), 65-72. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21230585010>
- Cano, J. A., & Baena, J. J. (2015). Tendencias en el uso de las tecnologías de información y comunicación para la negociación internacional. *Estudios gerenciales*, 31(136), 335-346. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=491548261001>
- Cardona, C. C. (2015). Lo virtual en la era del autismo intelectual. (U. d. Medellín, Ed.) *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 14(27), 15-20. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=491548261001>
- Compendium. (2013). Gerencia y herramientas basadas en Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's). *Compendium*, 16(30), 3-4. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88030768001>
- Estévez, N. G. (2015). La privacidad cibernética del periodista ante la exclusividad empresarial. (I. T. Monterrey, Ed.) *Razón y Palabra*, 19(92), 1-27. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199543036030>
- Gándara, V. J., Mathison, B. L., Primera, L. C., & García, G. L. (2007). Efectos de las TIC en las nuevas estructuras organizativas: de la gerencia vertical a la empresa horizontal. (Negotium, Ed.) *Negotium*, 3(8), 4-29. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78230802>
- Garrido, F. (2007). Empresa, Estrategia y Comunicación. (E. y. Empresa, Ed.) *Razón y palabra*, 12(55), 1-4. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520735022>
- Largacha Martínez, C., Adela, P. J., & León Velásquez, E. (2015). La fusión de la gerencia humanista y el aprendizaje organizacional producen organizaciones sostenibles y de excelencia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(78), 74-91. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20640430006>
- Reinoso Lastra, J. F., & Martínez Cárdenas, E. E. (enero-junio de 2010). Ambientes virtuales y formación empresarial. (U. d. Norte, Ed.) *Pensamiento & Gestión*(28), 155-170. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64615176008>
- Rivas Montoya, L. M. (2015). EL EQUIPO DE ALTA GERENCIA EN UNA EMPRESA MULTINEGOCIOS, CASO SUDAMERICANA S.A. (U. P. Bolivariana, Ed.) *Revista Ciencias*

Estratégicas, 23(33), 121-133. Obtenido de
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151345259010>