



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN GERENCIAL**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“TIC EN LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LOS
ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE LA PARROQUIA
GUAYTACAMA”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del
Título de Licenciadas en Gestión de la información Gerencial

Autoras:

Vanessa Maribel Pila Guamushig
Jessica Paola Vilca Quilumba

Docente:

Msc. Alajo Anchatuña Alexandra Lorena

**LATACUNGA - ECUADOR
MARZO 2025**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotras Pila Guamushig Vanesa Maribel, con cédula de ciudadanía N°. 0504847203 y Vilca Quilumba Jessica Paola, con cédula de ciudadanía N°. 050460964-5 declaramos ser las autoras del presente **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “TIC EN LA GESTION DE LA INFORMACION EN LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE LA PARROQUIA GUAYTACAMA”**, siendo el Ing. Alajo Anchatuña Alexandra Lorena tutor del presente trabajo y, eximo expresamente a la Universidad Técnica del Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo de investigación, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 20 Marzo del 2025

Pila Guamushig Vanesa Maribel

CC: 0504847203

Vilca Quilumba Jessica Paola

CC: 0504609645

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y, por la **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICA**; por cuanto, los postulantes: **PILA GUAMUSHIG VANESA MARIBEL; VILCA QUILUMBA JESSICA PAOLA**, con el título del Proyecto de Investigación: **“TIC EN LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE LA PARROQUIA DE GUAYTACAMA”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 24 de febrero de 2025

Para constancia firman:

Ing. Diego Fernando Jácome Segovia
C.C: 0502554082
LECTOR 1 (PRESIDENTE)

Ing. Jorge Enrique Cañar Tercero Mgs
C.C: 0502608227
LECTOR 2 (MIEMBRO)

Ing. Mónica Patricia Salazar Tapia MBA.
C.C: 0502138191
LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Con un profundo agradecimiento a mi Dios y a las personas quienes me apoyaron en esta fase de mi vida.

A mis padres, quienes son una fuente de motivación y apoyo incondicional, entregándolo todo sin recibir nada a cambio. A mis hermanas, fuente de inspiración, quienes, con sus palabras de aliento, me han motivado a finalizar lo que se empieza, a pesar de lo duro y difícil que sea. A mis queridos animalitos, cuya compañía y cariño han transformado cansancio en energía, motivándome a culminar este reto.

A mi abuelita, que con su amor incondicional y su constante preocupación de mi bienestar han permitido que finalice mi formación. A mi tía, por brindarme su hogar para vivir durando ese tiempo de mis estudios, recordándome el valor de la familia a pesar de la distancia de mi hogar.

Finalmente, y de forma resumida agradecer a todos los que han contribuido con su motivación y compañía en esta etapa de mi vida.

Vanesa Pila

AGRADECIMIENTO

A Dios, por su amor, sabiduría y protección que me ha permitido culminar y alcanzar mi objetivo. A mi esposo por su amor y apoyo incondicional que me ha brindado durante este proceso. A mis padres que me han brindado sus sabios consejos para cumplir mi objetivo académico y personal. A mis hermanos que siempre han sido mi motivo para ser ejemplo de superación y constancia. A mi tutora la MsC. Alajo Anchatuña Alexandra Lorena por su paciencia y dedicación, sin sus consejos y correcciones no hubiese podido llegar a esta meta tan anhelada. A mis amigos por todos los años compartidos llenos de alegría me quedo con las bonitas historias vividas. A mis docentes, gracias por todos los conocimientos emitidos que me han permitido llegar hasta aquí. A la Universidad Técnica de Cotopaxi por abrirme las puertas para lograr mi formación profesional y por obtener mi título. Finalmente agradezco a todos aquellos que de alguna u otra manera apoyaron a la culminación de esta etapa maravillosa.

Vilca Jessica

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a todas las personas que me han brindado apoyo incondicional, quienes son fuentes de inspiración para culminar este proceso.

Dedico con amor y gratitud a mis padres, Pila Chuqui Enrique Edmundo y Guamushig Chisaguano Blanca Marian, quienes, con su esfuerzo y sabiduría, me han enseñado que ser perseverante, no es malo, sino mantenerme firme hacia el objetivo que quiero alcanzar, sin rendirse en el camino ante la primera dificultad, y que equivocarse no es malo, sino aprender de ellos y ser mejor cada vez.

A mis hermanos, Karen, Mishell, Valeria, Joel, Daniela, quienes son fuente de inspiración y motivación, brindándome la confianza y el impulso necesario, cuando las dificultades parecían insuperables, cada gesto de apoyo económico o moral que han contribuido en el proceso para culminar esta etapa.

Vanesa Pila

DEDICATORIA

Este trabajo es dedicado en primer lugar a Dios y mi angelito de la guarda Mauricio Vilca por darme la sabiduría, por las bendiciones para cumplir cada etapa de este proceso.

Dedico con mucho amor y cariño a mi esposo Juan Carlos Casa Chuquilla, a mi hijo Noah Samuel Casa Vilca por ser mi motor y fortaleza para mantenerse de pie y culminar mi carrera profesional gracias por el apoyo que me han brindado desde el día uno que ingrese a la Universidad y no dejarme dar por vencida.

A mis padres María Juana Quilumba y Washington Vilca por su amor y apoyo incondicional, por alentarme con sus sabios consejos que me motivaron a cumplir mi meta,

A mis hermanos, Christopher, Darwin, Erika y Ximena por ser mis compañeros de vida y mi mayor inspiración con su apoyo, locuras y risas me han llenado de felicidad y me han motivado a seguir adelante.

A mi querida familia por ser mi fuente de motivación e incentivo. Finalmente, esta tesis me dedico a mí misma como un recuerdo de mi esfuerzo y dedicación para llegar a ser una profesional, por siempre ser fiel a mis valores inculcados por mis padres, por nunca dejar de aprender y creer en mis sueños.

Jessica Vilca

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
TÍTULO: “TIC EN LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LOS
ESTABLECIMIENTOS DE LA PARROQUIA DEGUAYTACAMA”

Autoras:

Vanesa Maribel Pila Guamushig

Jessica Paola Vilca Quilumba

RESUMEN

Las Tecnologías de la información y comunicación (TIC) en la actualidad han generado transformaciones en todos los ámbitos de la sociedad como la de optimizar los procesos administrativos para la toma de decisiones, por ende en el presente trabajo de investigación tiene como objetivo proponer estrategias basadas en las TIC para la gestión de la información de los establecimientos comerciales de la Parroquia de Guaytacama”. Su enfoque metodológico es cuantitativo con un diseño no experimental, en el cual participaron 280 personas entre propietarios y administrativos de los establecimientos comerciales, se aplicando un cuestionario de 27 preguntas cerrada en escala de Likert obteniendo como resultados que el 57% de los encuestados requieren del uso de las tecnologías en sus procesos diarios, y un 39% indica que no utilizan las tecnologías por desconocimiento, y un 4%, indican que no confían de las tecnología por miedo a perdidas o hackeos en su información. Como resultados del proyecto se evidencia la factibilidad de proponer estrategias que permitan facilitar el uso de las herramientas tecnológicas y oportunidades para su implementación efectiva, mediante la capacitación, actualización y adquisición de tecnología para agilizar los procesos de información en el área administrativa para optimizar su eficiencia a través del uso de TIC, impulsando el desarrollo económico y administrativo de la parroquia, elevando de esa manera la calidad del servicio al cliente, crecimiento y desarrollo del mercado digital de los establecimientos comerciales.

Palabras claves:

TIC, Gestión de la Información, estrategias gestión procesos.

COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY

ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES FACULTY

TITLE: ICT IN INFORMATION MANAGEMENT IN ESTABLISHMENTS IN THE PARISH OF GUAYTACAMA.

Authors:

Pila Guamushig Vanesa Maribel

Vilca Quilumba Jessica Paola

ABSTRACT

Information and Communication Technologies (ICT) have currently led to transformations in all areas of society, such as optimizing administrative processes for decision-making. Therefore, the objective of this research work is to propose ICT-based strategies for the information management of commercial establishments in the Guaytacama Parish methodological approach is quantitative with a non-experimental design, involving 280 participants, including business owners and administrators. A 27-item closed-question questionnaire using a Likert scale was applied, and the results showed that 57% of respondents require the use of technology in their daily processes, 39% state that they do not use technology due to lack of knowledge, and 4% indicate that they do not trust technology due to fear of data loss or hacking. As a result of the project, the feasibility of proposing strategies to facilitate the use of technological tools and opportunities for their effective implementation is evident, through training, updating, and acquiring technology to streamline information processes in the administrative area, optimizing efficiency through ICT use. This would drive the economic and administrative development of the parish, thus improving customer service quality and the growth and development of the digital market in commercial establishments.

KEY WORDS:

ICT, Information Management, process management strategies.

AVAL DE TRADUCCION

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“TIC EN LA GESTION DE LA INFORMACION EN LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES D ELA PARROQUIA DE GUAYTACAMA”** presentado por: **Pila Guamishig Vanesa Maribel y Vilca Quilimba Jessica Paola** egresadas de la Carrera de: **Gestión de la Información Gerencial**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas (CAYE)**, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a las peticionarias hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, febrero del 2025

Atentamente,

Mg. Nelson Guagchinga
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CI: 0995919390

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	i
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
AVAL DE TRADUCCION	ix
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	x
INDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. INTRODUCCIÓN	2
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
4. OBJETIVOS	10
4.1 Objetivo General.....	10
4.2 Objetivos específicos.....	10
5. BENEFICIARIOS.....	12
5.1 Beneficiarios Directos.....	12
5.2 Beneficiarios Indirectos.....	12
6. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA	13
6.1 Antecedentes de la Investigación.....	13

6.1.1 TIC	20
6.1.2 Importancia de las TIC	21
6.1.3 Tipos de Tic	23
6.1.4 Uso de las TIC en los Establecimientos Comerciales	24
6.1.5 Herramientas del CRM.....	25
6.1.6 Gestión Documental.....	27
6.1.7 Gestión de Inventarios.....	30
6.1.8 Sistema de puntos de ventas	31
6.1.9 Marketing Digital	32
6.1.10 Redes Sociales.....	35
6.2 Gestión de la información	35
6.2.1 Importancia de la Gestión de la Información.....	37
6.2.2 Componentes de la Gestión de la Información	37
6.2.3 Impacto de la gestión de la información.....	39
6.2.4 Retos de la gestión de la Información	40
7. METODOLOGÍA APLICADA.....	42
7.1 Enfoque cuantitativo	42
7.2 Diseño de investigación.....	42
7.3 Investigación descriptiva	42
7.4 Investigación Bibliográfica.....	43
7.5 Técnicas de investigación.....	43
7.6 Instrumento de investigación	44
7.7 Población y muestra	44
8. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	47
9. PROPUESTA	85

9.1	Presentación de la propuesta.....	86
9.2	Objetivo General.....	86
9.3	Objetivos Específicos.....	87
9.4	Justificación de la propuesta.....	89
9.5	Uso de las herramientas tecnológicas en los negocios.....	90
9.6	Negocios pequeños y Medianos:	90
9.7	Proceso de utilizar las herramientas digitales en la gestión empresarial.....	95
10.	IMPACTOS.....	102
10.1	Impactos Tecnológicos.....	102
10.2	Impacto ambiental.....	103
10.3	Impacto social.....	103
10.4	Impacto económico.....	104
	CONCLUSIONES.....	104
	RECOMENDACIONES.....	105
	BIBLIOGRAFÍA.....	107
	ANEXOS.....	Error! Bookmark not defined.

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de actividades de la investigación	11
Tabla 2. Herramientas CRM.....	26
Tabla 3. Herramientas de la Gestión Documental	28
Tabla 4. Herramientas Gestión de Inventarios.....	30
Tabla 5. Herramientas puntos de venta	32
Tabla 6. Herramientas de Marketing Digital	33
Tabla 7. Niveles de frecuencia.....	44
Tabla 8. Participantes en la investigación	45
Tabla 9. Se guardan los documentos en caja y carpetas.....	47
Tabla 10. Se procesa y se almacena información física.	48
Tabla 11. Se procesa y se almacena la información digital.....	50
Tabla 12. Brindar una mejor atención al público.....	51
Tabla 13. Le resulta fácil la localización de los documentos	52
Tabla 14. Medida de seguridad para conservar la información.....	54
Tabla 15. La tramitación de documentos se realiza de manera eficiente	55
Tabla 16. Los documentos se comparten con seguridad y responsabilidad.	56
Tabla 17. Los documentos podrían extraviarse.	58
Tabla 18. Ha sufrido la pérdida de algún documento.	59
Tabla 19. Dificultad para encontrar un documento.....	60
Tabla 20. Usted tiene respaldos de los documentos.....	62
Tabla 21. Una cultura de ahorro de papel.....	63
Tabla 22. Gestión de la información (ciclo de vida de los documentos).	64

Tabla 23. La información se encuentra: etiquetada, codificada y organizada.	66
Tabla 24. La gestión de la información reduce el desperdicio del papel	67
Tabla 25. Equipos tecnológicos	69
Tabla 26. El sistema de internet.	70
Tabla 27. Herramientas de comunicación.	72
Tabla 28. Software para la gestión de la información.	73
Tabla 29. Sistema que permita dinamizar la Gestión de la información.	74
Tabla 30. La gestión de la información permitirá tener en el espacio físico.	76
Tabla 31. Reemplazar los procesos tradicionales	77
Tabla 32. Documentos seguros y con acceso autorizado.	78
Tabla 33. Se disminuyen los tiempos de búsqueda de los documentos.	80
Tabla 34. Almacenamiento y organización de los documentos.....	81
Tabla 35. Gestión documental en el establecimiento comercial.	82
Tabla 36. Cuadro de estrategias.	92
Tabla 37. Matriz de seguimiento.....	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1. Se guardan cajas y carpetas	47
Figura 2. Se procesa y se almacena información física.	49
Figura 3. Se proceso y se almacena información digital.....	50
Figura 4. Brindar una mejor atención al público.	51
Figura 5. Le resulta fácil la localidad de los documentos.	53
Figura 6. Medida de seguridad para conservar la información.	54
Figura 7. La tramitación de documentos se realizar de manera eficiente.	55
Figura 8. Los documentos se comparten con seguridad y responsabilidad.....	57
Figura 9. Los documentos podrían extraviarse.....	58
Figura 10. Ha sufrido la pérdida de algún documento.	59
Figura 11. Dificultad para encontrar un documento.	61
Figura 12. Usted tiene respaldos de los documentos.	62
Figura 13. Una cultura de ahorro de papel.	63
Figura 14. Gestión de la información (ciclo de vida de los documentos).....	65
Figura 15. La información se encuentre: etiquetada, codificada y organizada.	66
Figura 16. La gestión de la información reduce el desperdicio de papel.....	68
Figura 17. Equipos tecnológicos apto para el desarrollo de las actividades	69
Figura 18. El sistema de internet.	71
Figura 19. Herramientas de comunicación.....	72
Figura 20. Software para la Gestión de la Información.	73
Figura 21. Sistemas que permitan dinamizar la gestión de la información.....	75

Figura 22. La gestión de la información permitirá tener espacio físico.....	76
Figura 23. Reemplazar los procesos tradicionales.....	77
Figura 24. Documentos seguros y con acceso autorizado.....	79
Figura 25. Se disminuyen los tiempos de búsqueda de los documentos.....	80
Figura 26. Almacenamiento y organización de los documentos.	82
Figura 27. Gestión documental en el establecimiento comercial.	83
Figura 28. Geografía de la Parroquia Guaytacama.....	85
Figura 29. Flujograma de procesos.....	88

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

TIC en la gestión de la Información en los establecimientos comerciales de la parroquia Guaytacama.

Fecha de inicio: agosto 2024

Fecha de finalización: abril 2025

Lugar de ejecución: Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga, Parroquia Guaytacama.

Facultad que auspicia: Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera que auspicia: Gestión de la Información Gerencial

Equipo de Trabajo:

Docente: Msc. Alajo Anchatuña Alexandra Alajo

Autoras:

Pila Guamushig Vanesa Maribel

C.I. 050484720-3

Vilca Quilumba Jessica Paola

C.I. 050460964-5

Área de Conocimiento: TIC

Línea de investigación:

Administración y economía para el desarrollo sostenible de organizaciones y sociedad.

Sub líneas de investigación de la Carrera:

Gestión Administrativa, servicio al cliente y TIC.

2. INTRODUCCIÓN

La acelerada incorporación de las TIC, ha transformado significativamente la manera en que se gestionan los procesos en los establecimientos comerciales. En este sentido, (Jácome, 2020) menciona que la TIC han dejado de ser una herramienta opcional a ser fundamental en todo el mundo, ya que impulsa la eficiencia operativa, mejora la competitividad y la capacidad de brindar respuesta al cliente, además representa una oportunidad clave para mejorar con eficiencia la gestión de información con el objetivo de fortalecer la sostenibilidad de las empresas.

Las TIC han facilitado la optimización del tiempo y recursos, lo cual es esencial para mantenerse conectado desde la comodidad del hogar o la oficina, se puede ejecutar algún trámite de manera digital, eliminando la necesidad de desplazarse de un lugar a otro lo que permite cumplir con la gestión de manera efectiva, es importante que la tecnología se considere como aliada, a las personas, las organizaciones y la sociedad, ya que genera un entorno laboral más flexible y colaborativo, convirtiéndose como un catalizador para el progreso y el desarrollo integral; la capacidad de adaptarse rápidamente a estas herramientas tecnológicas es una ventaja determinante que conlleva al éxito empresarial, promueve la inclusión al brindar acceso a recursos y servicios antes inaccesibles para comunidades desfavorecidas, permitiéndoles no solo a seguir sobreviviendo sino también a superarse en el mundo más digitalizado.

Uno de los puntos más favorables de la tecnología es que podemos digitalizar todos los documentos para facilitar la búsqueda de la información y mejorar los

tiempos de respuesta hacia los clientes. Sin embargo, es fundamental resaltar que contar con la información adecuada, ordenada y digitalizada permitirá brindar una mejor administración y gestión logrando con ello optimizar los procesos administrativos, brindar una mejor atención y servicio a los clientes y sobre todo, mejorar la conservación de los procesos y sus documentos. (Ninasunta y Guamán, 2022, p.3).

Según (Maisincho 2023) señala que: La transformación digital por las TIC, ha evolucionado en los sectores económico, sociales y culturales, buscando mejorar su eficiencia con el fin de satisfacer las demandas del personal tanto interno como externamente, sin embargo este proceso no está exento a los desafíos, ya que la implementación de las TIC, requiere recuperar barreras tales como la falta de recursos económicos, la obstinación al cambio y la carestía de aprendizaje especializada, estos retos son más evidentes en los entornos rurales o semiurbanas, como la parroquia Guaytacama, donde la adopción de las TIC se encuentra en una etapa inicial. Este proyecto de investigación permite implementar estrategias de las TIC, en la parroquia de Guaytacama en generar impactos significativos, ya que enfrentan la necesidad de integrar soluciones tecnológicas que les permita adaptarse a un entorno más competitivo.

Las TIC proporcionan materiales y soluciones que pueden aumentar la competitividad la eficiencia del establecimiento comercial desde mejorar la atención al cliente hasta optimizar la gestión interna, cada área del negocio puede beneficiarse de su implementación. Además, permiten ofrecer una experiencia más personalizada a los clientes y reducir costos operativos. Al integrar estas tecnologías, se puede

posicionar mejor en el mercado y aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento (Román, 2024)

Por otra parte, hay empresas que aún desconocen de dichas herramientas, lo cual no les permite avanzar en el crecimiento empresarial, este desconocimiento tiene repercusiones negativas frente a competidores que, si las implementan, a través del estudio realizará un análisis detallado sobre la ausencia o desconocimiento de las TIC, en la gestión de la información de los Centros Comerciales de la Provincia de Cotopaxi, específicamente en la Parroquia de Guaytacama, para ellos se definirá conceptos teóricos, la población de individuos, la investigación es de carácter cuantitativo, lo que permitirá obtener datos cuantificables sobre el desconocimiento del uso de la TIC en la gestión de la información de los Centro Comercial en la parroquia Guaytacama. Una vez seleccionada y analizada la información, se procesa utilizando la técnica (encuesta).

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el universo real, la tecnología es un factor clave para la transformación y sostenibilidad de todos los negocios en el mercado competitivo, las TIC han contribuido de forma positiva optimizando procesos administrativos, mejorar el acceso a datos, evitando contratiempos y errores humanos, permitiendo a los negocios a adaptarse a las demandas del mercado, garantizando una gestión eficiente y sostenibilidad de los negocios, según (Carrión, 2023). Sin embargo, en muchos países persiste la brecha tecnológica lo que limita la adopción afectando directamente a los negocios pequeños (PYMES), reduce la competitividad y su crecimiento.

En el ámbito mundial, estas tecnologías han demostrado ser fundamentales en la transformación y el progreso organizacional, impulsando el crecimiento económico, inclusión social y sostenibilidad. No obstante, en algunos negocios no reconocen la importancia de la implementación de las TIC, lo que genera una desventaja en la organización de datos, control de inventarios y limitaciones en el accesos a la información, ya que es un componente esencial para la toma de decisiones, es importante que las PYMES se ajusten con la transformación digital, ya que muchas de ellas no cuentan con herramientas tecnológicas provocando la ineficiencia operativa y su capacidad de crecimiento en el mercado. (Castro y Redondo, 2019).

Según Padilla (2021), la adopción de las TIC en los comercios ecuatorianos ha evolucionado de manera desigual, dependiendo de factores como el tamaño del negocio, la ubicación geográfica y el sector al que pertenecen. Sin embargo, la

agudeza de las TIC es un reto, especialmente en áreas rurales y pequeños establecimientos comerciales que no tienen la infraestructura necesaria o el capital humano capacitado para aprovechar las herramientas tecnológicas disponibles (p. 12).

Muchas empresas en Ecuador enfrentan una conexión restringida a la tecnología, particularmente principalmente en la zona rural, esto dificulta su capacidad de utilizar y generar sistemas que permitan los técnicas de recopilación, organización, almacenamiento, proceso y distribución de la información dentro del establecimientos o empresas para que estas puedan ser utilizadas de manera efectiva en la toma de decisiones, en la planificación y en las operaciones diarias. Siendo este una causa crucial que la información llegue a las personas adecuadas en el momento apropiado (Bocanegra y Vázquez, 2021).

La gestión de la información no solo involucra la tecnología, sino también los procedimientos y políticas que una organización establece para manejar datos de manera eficiente y segura, la falta de capacitación sobre el uso de las herramientas de la gestión de información y las TIC es un gran obstáculo para los pequeños empresarios. La infraestructura insuficiente también afecta la conectividad y el acceso a plataformas digitales. Las oportunidades para mejorar la GI con la intervención de las TIC incluyen la promoción de programas de capacitación, la mejora de la infraestructura y el desarrollo de políticas públicas para integrar las TIC en las empresas (Moyon, 2019).

En el caso de Guaytacama, la integración limitada de las Tecnologías de la información y comunicación (TIC) impiden que los establecimientos comerciales se adapten a las exigencias de un mercado cada vez más digitalizado (González & Pérez,

2020). Esto, a su vez, pone en riesgo la sostenibilidad de los negocios locales y su capacidad para competir en un entorno económico globalizado (Castro, 2019). La falta de infraestructura, capacitación y acceso a herramientas digitales es una barrera que limita las oportunidades de crecimiento económico regional (Fernández, 2021).

Sin embargo, a pesar de su importancia, muchos establecimientos comerciales de la parroquia Guaytacama no parecen estar aprovechando de manera efectiva estas herramientas tecnológicas, lo que podría limitar su capacidad para competir en el entorno económico actual. En la parroquia Guaytacama, los establecimientos comerciales presentan una notable diversidad en cuanto a su tamaño, tipo de servicios que ofrecen y su grado de adopción de las TIC.

Algunos comercios parecen haber integrado tecnologías avanzadas en sus operaciones, mientras que otros aún dependen de métodos tradicionales y manuales, lo que podría generar desventajas competitivas. Esta disparidad en el uso de las TIC plantea una problemática basada en la falta de gestión y utilización de las TIC para la administración de comercios. Radicando el problema en que no existe un análisis claro sobre el nivel de adopción y gestión de las TIC en estos comercios, lo cual limita la comprensión sobre las brechas tecnológicas existentes y las áreas de mejora. Además, el uso deficiente o limitado de las TIC podría estar afectando la eficiencia de los procesos internos para la satisfacción del cliente y en última instancia, la sostenibilidad de los giros de negocios.

Por lo tanto, el *propósito* de esta investigación es realizar un análisis detallado de la GI y el uso de las TIC en los establecimientos comerciales de la parroquia Guaytacama, identificando las barreras tecnológicas, los beneficios de su adopción y

las oportunidades para mejorar la competitividad de estos comercios a través de una mejor integración tecnológica. Esto permitirá generar recomendaciones concretas que faciliten la optimización de la gestión comercial mediante el uso efectivo de las TIC.

La *importancia* de esta investigación radica en fortalecer el desarrollo económico de la parroquia Guaytacama mediante la promoción del uso eficiente de las TIC en los negocios locales. Esto facilita la modernización de operaciones, perfecciona la gestión de la información y fortalece la competitividad frente a los desafíos actuales del mercado. Asimismo, ayuda a disminuir la brecha digital al abordar problemas como la falta de formación y acceso tecnológico, promoviendo la inclusión digital y la sostenibilidad empresarial. Además, los datos obtenidos servirán para diseñar estrategias que impulsen el progreso socioeconómico de la comunidad.

El proyecto de investigación es *relevante* ya que, al analizar las barreras y necesidades particulares, es posible diseñar estrategias efectivas que impulsen la actualización de los procesos comerciales, fortalezcan la sostenibilidad de las empresas y contribuyan al crecimiento económico de la zona.

El *impacto* del proyecto se refleja en la modernización de los procesos comerciales en la parroquia Guaytacama, fortaleciendo la eficiencia y competitividad de los negocios locales mediante el uso de las TIC. Este impacto se extiende al progreso económico y social de la sociedad, generando beneficios duraderos para los comerciantes y habitantes de la región.

La *utilidad práctica* del proyecto se basa en mejorar la GI y el desarrollo operacional en los establecimientos comerciales de Guaytacama mediante el uso de las TIC. Esto facilita la optimización de inventarios, finanzas y atención al cliente, aumentando la eficiencia y reduciendo costos. Además, permite a los negocios adaptarse mejor al mercado digital, incrementando su competitividad. La implementación de estas tecnologías también mejora las decisiones estratégicas, contribuyendo a la sostenibilidad y el crecimiento de la economía local.

Bajo estas premisas se planteó la siguiente pregunta de investigación. *¿De qué manera el uso TIC ayuda en la gestión de la información y en la competitividad de los establecimientos comerciales de la parroquia Guaytacama?*

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Proponer estrategias basadas en las TIC para la gestión de la información en los establecimientos comerciales de la parroquia Guaytacama.

4.2 Objetivos específicos

- Fundamentar bases teóricas del uso de TIC en la gestión de la información.
- Diagnosticar la situación actual del uso de las TIC en la gestión de la información de los establecimientos Comerciales de la parroquia de Guaytacama.
- Diseñar estrategias para la gestión de la información con apoyo de las TIC en los establecimientos Comerciales de la parroquia de Guaytacama.

Tabla 1. Matriz de actividades de la investigación

Objetivos Específicos	Actividades	Productos
Fundamentar bases teóricas del uso de la gestión de la información gerencial	<ul style="list-style-type: none"> ● Revisión de fuentes bibliográficas, bases de datos, artículos científicos, jornal, entre otras. ● Identificación de teorías relevantes. ● Elaboración del marco conceptual. 	Bases Teóricas
Diagnosticar la situación actual del uso de las TIC en la gestión de la información de los establecimientos comerciales de la parroquia de Guaytacama.	<ul style="list-style-type: none"> ● Selección del instrumento de recolección de datos. ● Identificación de la cantidad de establecimientos comerciales en la parroquia y seleccionar una muestra representativa para el diagnóstico. ● Aplicación del instrumento a propietarios, administradores o empleados de los negocios para obtener información sobre el nivel de uso y percepción de las TIC. 	Análisis de y tabulación de datos.
Diseñar estrategias para la gestión de la información con apoyo de las TIC en los establecimientos Comerciales de la parroquia de Guaytacama.	<ul style="list-style-type: none"> ● Análisis e interpretación de los hallazgos obtenidos en el diagnóstico previo para identificación de necesidades específicas, debilidades y fortalezas del uso de la TIC en la gestión de la información. ● Diseño de estrategias, que incluya los objetivos, actividades, recursos necesarios y beneficios esperados para la gestión de la información mediante TIC. 	Estrategias para la gestión de la información.

Nota. Matriz de actividades

5. BENEFICIARIOS

5.1 Beneficiarios Directos

Los beneficiarios del presente proyecto de investigación son todos los integrantes que conforman los establecimientos comerciales de la Parroquia de Guaytacama, quienes podrán beneficiarse de los progresos en la administración de datos para perfeccionar sus procesos laborales y mejorar su acceso a información pertinente de forma más ágil y eficaz.

5.2 Beneficiarios Indirectos

Por otro lado, los beneficiarios Indirectos que conforman son los consumidores, proveedores y distribuidores. La adopción de las TIC en los diferentes tipos de negocios puede mejorar significativamente la eficiencia y la competitividad en los establecimientos comerciales. Además, contribuyen a optimizar la oferta de productos y servicios, fomentando el aprendizaje práctico, mejorando los canales de compra, agilizando los procesos logísticos y de comunicación y creando una experiencia positiva con el consumidor.

6. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA

6.1 Antecedentes de la Investigación

En este presente trabajo de investigación toma como referencias los siguientes estudios realizados por distintos autores que abordan el tema TIC y Gestión de la Información ya que estos estudios tienen como finalidad obtener un respaldo, de esta manera observar y comparar los resultados obtenidos de cada estudio.

Bajo el estudio de (Buenrostro y Hernández, 2019), en su artículo **“La incorporación de las TIC en las empresas. Factores de la brecha digital en las MiPymes de Aguascalientes México”** donde el objetivo es identificar cuáles son los factores internos de las MiPymes que inciden en la incorporación de las TIC dentro de sus actividades de producción, a partir de las etapas de propuestas por la ONU y Cepal, por medio de un modelo Probit, realizado con los datos de una encuesta aplicada a 1,006 empresas del estado de Aguascalientes determinó que la gestión de la información en las organizaciones comerciales ha evolucionado significativamente con el tiempo. En el pasado, las pequeñas tiendas comerciales dependían de métodos tradicionales, como el mantenimiento de registros manuales, para controlar el inventario, ventas y las finanzas, sin embargo, con la incorporación de las TIC, se concluye que las empresas han experimentado una transformación digital que les permite automatizar y optimizar estas funciones determinando así que el crecimiento empresarial está ligado muy fuerte al desarrollo (p.p.19-25).

(Pacheco y Rodríguez, 2019) en su artículo **“Las TIC como estrategia competitiva en la Gestión Empresarial”**. Realizado en la ciudad de Caracas Venezuela el cual tiene como propósito describir cómo las TIC son utilizado en la gestión empresarial como estrategias que contribuyen en el desarrollo y viabilidad de las organizaciones esta investigación fue de tipo documental. Para el análisis de la información recabada se utilizaron dos niveles, un nivel monográfico dirigido a la revisión de las fuentes para recopilar ideas de una visión sobre cómo las tecnologías de la información y la comunicación, el estudio recalca que el uso de software de gestión empresarial, base de datos centralizadas y sistemas de seguimiento en tiempo real son ejemplos de cómo las TIC ayudan a la gestión de la información en los locales comerciales este estudio finalmente presenta como conclusión que los sistemas de información son los que permiten definir las necesidades y cómo las TIC son una gran herramienta en la gestión empresarial.

Bajo el estudio realizado por (Garrochena y Paul, 2020) en su tesis **“Estrategias de la gestión de la información asociadas a la inteligencia competitiva: apropiación práctica en organizaciones de apoyo a empresas exportadoras”** realizado en la ciudad de Buenos Aires Argentina donde se presenta el objetivo de proponer estrategias para facilitar la GI haciendo foco en la aplicación de la inteligencia Competitiva, La investigación está enmarcada sobre una investigación de mercados de la manera que proporcionó resultados relevantes de cambios que se producen en su ambiente externo y dentro de la empresa, para direccionar las actividades de seguimiento mediante la GI.

Se destaca una complejidad para analizar la gran cantidad de información para la toma de decisiones organizacionales, permitiendo identificar elementos claves de la administración de datos y diseñar alternativas de información estratégica para el desarrollo exportador, la sostenibilidad relacional y la institucionalidad de apoyo concluyendo que las estrategias propuestas apuntan a generar sistemas de información de mercados, mejorar el acceso a los mismos, desarrollando capacidades, asegurar la sostenibilidad en la gestión y difundir los conocimientos.

En el estudio realizado por (Gill et al., 2019) en su artículo **“La gestión de la información como base de una iniciativa de gestión del conocimiento”** publicado en la revista de Ingeniería Industrial de la Habana Cuba los autores manifiestan que hoy en día, las empresas necesitan herramientas para incorporar todo el conocimiento dentro de su organización, incluyendo el conocimiento de los clientes y empleados, en los procesos clave del negocio. Sin embargo, antes de implementar cualquier solución de administración del saber, es necesario una técnica de manejo de la información. Esta investigación tuvo como objetivo identificar el grado de control de datos el saber de una organización, identificando la tecnología de información necesaria mediante una investigación biológica. Finalmente se concluye que es necesario una estrategia sistemática de GI para adquirir, distribuir, interpretar y almacenar el saber, aprovechando las capacidades y los activos intangibles de la organización.

Por otro lado, en el contexto nacional, se analizó la investigación desarrollada por (Morales, 2023). En la ciudad de Ambato Provincia de Tungurahua, en su tesis

titulada **“Incurción de las TIC y la gestión de la información en los establecimientos de la ciudad de Ambato”** El uso de la tecnología ha aumentado debido al uso de computadoras, aplicaciones, teléfonos móviles e Internet. Este estudio tuvo como objetivo analizar el uso de las TIC y la gestión de la información financiera. Se realizó un proceso de investigación no experimental con un enfoque cuantitativo y descriptivo, mediante una encuesta escrita con 30 preguntas. Los resultados arrojados indicaron que el 55% de los propietarios nunca han utilizado un software para la gestión financiera, principalmente debido a inconsistencias presupuestarias. El estudio concluyó que la relación entre el uso de las TIC y la gestión de la información no se entienden bien y es fundamental en el sector comercial ya que proporciona herramientas, programas e infraestructura física necesarias para apoyar las actividades como el control de personal, gestión de inventarios, registro de ventas y la presentación de informes.

Según (Bravo Cobeña et al., 2019). en su tesis titulado **“Los sistemas de información en la toma de decisiones gerenciales en las empresas comerciales de Portoviejo”** realizado en la ciudad de Portoviejo Provincia de Manabí el estudio tiene como propósito analizar la importancia de los sistemas de información en la toma de decisiones gerenciales en las empresas comerciales de Portoviejo. Esto mediante entrevistas a gerentes y directores, la investigación reveló que las empresas han innovado significativamente sus negocios mediante la implementación de sistemas de información. El estudio encontró que el uso de sistemas de información es prácticamente indispensable, y la mayoría de los encuestados están de acuerdo con

ciertas opciones relacionadas con los sistemas de información. Algunos ejemplos de ellos son los sistemas de procesamiento y transiciones, la planificación de recursos empresariales, la integración de procesos, el control efectivo de las actividades, disponibilidad de información en vivo, reduciendo el costo y la intervención oportuna con los empleados. El estudio concluye la importancia de los sistemas de información para revitalizar las estrategias empresariales con ello garantizar la calidad y la agilidad en un entorno empresarial competitivo.

(Avelino, 2021) manifiesta en su artículo **“Análisis de la Influencia de la Tecnología en el Comercio minorista del Cantón Daule, año 2021”** realizado en el Cantón Daule Provincia del Guayas manifiesta que un mundo globalizado, la integración de la tecnología en las empresas es de gran interés. Esta investigación se centra en el comercio de cantones minoritarios en 2021, analizando su influencia en las pequeñas empresas. El estudio encontró que solo el 22% de los propietarios de pequeñas empresas han invertido en tecnología, con una baja percepción de su utilidad en las ventas, visibilidad y atención al cliente. El proceso adecuado para la implementación de la tecnología debe incluir capacitación, programas de financiamiento, compras exclusivas de tecnología, programas de control de inventario, facturación e integración del comercio electrónico y el marketing digital. (p.p 5,7).

Según (Loor Bravo et al., 2023) en su artículo **“Las Tecnologías de la información y Comunicación en los comerciantes formales de Portoviejo”** donde se determina que el uso de las TIC en el comercio del Ecuador ha aumentado significativamente en los últimos años, impactando positivamente en la agilización de

diversos procesos. El presente estudio tuvo como objetivo determinar el impacto de las TIC en los comerciantes formales del distrito 12 de marzo de Portoviejo en un total de 290. Se realizó un estudio de campo y descriptivo, revelando que la mayoría de los comerciantes utilizan algún tipo de TIC y las subutilizan para la gestión estratégica comercial y financiera. Sin embargo, el principal obstáculo para su implementación son los altos costos y la falta de capacitación.

Al revisar los trabajos locales es importante mencionar el trabajo que destaca la investigación de (Ocapana Ruiz, 2022). **“Gestion de la informacion para mejorar los procesos en los sectores comunitarios y productivos de la provincia de Cotopaxi”** donde recalca el estudio identifica la falta de proyectos adecuados en materia de actualización tecnológica, particularmente el uso y desarrollo de aplicaciones informáticas, en la provincia de Cotopaxi, Ecuador, esto afecta las actividades de los productivos. La ausencia de sistemas de información en la organización de la planificación , sumada a la baja eficiencia y rentabilidad , ha motivado el desarrollo de este proyecto de investigación. El estudio realizado en Latacunga, Ecuador entre octubre 2017 y 2021, tiene un alcance descriptivo, con diseño no experimental y enfoque mixto, por medio del empleo de métodos cualitativos y cuantitativos por medio de entrevistas a los 30 dirigentes comunitarios y tiene como objetivo analizar la gestión de la información para mejorar los sectores comunitarios productivos mediante la aplicación de herramientas tecnológicas, dando como resultado una plataforma que mediante el uso y gestión de la información incrementa la productividad .

En la investigación de (Bravo y Silva, 2022). tesis titulada **“Herramientas de gestión de tecnologías de la información y comunicación y su incidencia en los sistemas de evaluación y control interno de las empresas del sector comercial reguladas por la superintendencia de compañías en la provincia de Cotopaxi, periodo 2012-2016”** que tuvo como objetivo determinar la incidencia de las herramientas de gestión de las TIC en los sistemas de evaluación y control interno de 22 empresas con sede en Cotopaxi durante el periodo 2012- 2016. Debido a los avances tecnológicos y las vulnerabilidades, muchas empresas carecen de un control interno adecuado basado en estándares de referencia. La investigación utilizó una versión exhaustiva de la literatura y un enfoque cuantitativo, analizando datos de una muestra de 22 empresas. Los hallazgos sugieren que las herramientas de gestión TIC que impacten significativamente los sistemas de evaluación y control interno, una área ampliamente que requiere mayor atención.

De los estudios encontrados se observó una evolución significativa en la gestión de la información, pasando de métodos tradicionales a una transformación digital las cuales ayudará a optimizar procesos y funciones en los distintos establecimientos comerciales ya que la incorporación de las TIC es esencial para la innovación y la competitividad empresarial lo que traduce a un crecimiento significativo. De la misma manera existen establecimientos comerciales que no utilizan las TIC que siguen siendo partícipes de los métodos tradicionales como guardar los documentos en cajas y carpetas por falta de conocimiento, recursos y sobre todo una capacitación, esto resalta la necesidad de estrategias que promuevan la información y el acceso a tecnologías adecuadas.

6.1.1 TIC

(Castells, 2021), las define como un conjunto de herramientas tecnológicas que permiten la creación, almacenamiento, procesamiento y distribución de la información, las TIC son esenciales en la sociedad de la información, transformando los sistemas sociales, económicos y culturales. El autor señala que la internet, los ordenadores y las telecomunicaciones permiten nuevas formas de comunicación y acceso al conocimiento, generando lo que él denomina una sociedad red.

Según (Silva Castillo et al., 2023) en el libro titulado TIC y Educación Contemporánea define a las mismas como aquellas tecnologías que integran el procesamiento de la información y las telecomunicaciones, permitiendo una interacción más rápida y accesible entre las personas y los datos, independientemente de la distancia geográfica. Para este compendio de autores, las TIC no son solo herramientas tecnológicas, sino instrumentos de transformación social y cultural.

Las TIC es un fenómeno que transforma la sociedad en diversos aspectos. En la educación, se enfatiza como un conjunto de herramientas físicas como ordenadores y redes de comunicación, sino también como capacidades cognitivas y sociales que permiten individuos acceder a la información, interactuar con ella y generar nuevos conocimientos en las ciencias sociales, enfoca una perspectiva crítica sobre las TIC, considerando su papel en la globalización y el cambio social este también presentan a las TIC como herramientas estratégicas para las empresas para mejorar la eficiencia operativa, modificar sus modelos de negocio y su relación con los consumidores

finalmente se presentan como infraestructuras y herramientas que facilitan la gestión de la información, permitiendo su transmisión y procesamiento a través de plataformas digitales. La TIC también es el núcleo de la sociedad digital (Carrión, 2023).

La tecnología y las organizaciones son fundamentales para mejorar la percepción del cliente, la experiencia del usuario y los procesos. La tecnología de la información engloba todo tipo de dispositivos y métodos utilizados por las empresas de procesamiento de información. Los beneficios de utilizar la tecnología como elemento clave en las pequeñas y medianas empresas incluyen el aumento de la productividad, el aumento del valor para los clientes y los empleados y la ventaja competitiva. El uso de la tecnología en estas organizaciones tiene como objetivo lograr mejoras significativas al proporcionar la información necesaria para la toma de decisiones y permitir la recopilación, el almacenamiento, la transmisión, el procesamiento y la recuperación de datos electrónicos, imágenes y sonidos. Las organizaciones colectivas de recursos económicos y monetarios son cruciales para la implementación de estos sistemas (Morales, 2023).

6.1.2 Importancia de las TIC

Para Ramos et al. (2020) sostienen que el internet y el comercio electrónico son herramientas que permiten una mejor comunicación e interacción con clientes, socios y proveedores, proporcionando información sobre los productos, brindando servicios en línea que mejoran la calidad de atención a clientes, ofreciendo la posibilidad de compra en línea, entre otros; al mismo tiempo, con el surgimiento de Internet y el

comercio electrónico, la aparición de nuevos competidores on-line y de clientes cada vez más informados y exigentes subraya la necesidad de las empresas de contar con información de calidad que les permita enfrentar los desafíos de este nuevo escenario.

El desarrollo de las TIC ha propiciado la creación de productos únicos para consumidores que buscan una gama más amplia de bienes y servicios. El uso de las TIC permite la implementación de nuevas y rápidas estrategias de venta, reduciendo el ciclo de vida de los productos existentes. Estas tecnologías son sistemas integrados que se aplican a todas las organizaciones, particularmente cuando se utilizan como tecnologías organizativas e incluso como redes. Se utilizan para la automatización en el producto o proceso de producción, así como para la vigilancia o control del proceso de trabajo (Bocanegra y Vázquez, 2021, pp. 17- 19).

Según Michael Porter (2019), las TIC se extienden más allá del ordenador, incluyendo dispositivos de reconocimiento de datos, tecnologías de comunicación y automatización de la producción. El uso de las TIC en las empresas ha cambiado significativamente la dinámica empresarial, desde la gestión de operaciones internas hasta la interacción de los clientes con el servicio y el producto. Entre las aplicaciones comunes y efectivas de las TIC se encuentra el comercio electrónico, donde las empresas pueden vender productos en línea y a través de aplicaciones móviles y plataformas como Shopify, WooCommerce y Magento. Las plataformas de redes sociales como lo es Facebook, Instagram y TikTok también han ganado importancia, permitiendo a las empresas vender directamente (Bocanegra y Vázquez, 2021).

De la misma forma Ramos *et al.* (2020) sostienen que el internet y el comercio electrónico son herramientas que permiten una mejor comunicación e interacción con clientes, socios y proveedores, proporcionando información sobre los productos, brindando servicios en línea que mejoran la calidad de atención a clientes, ofreciendo la posibilidad de compra en línea, entre otros; al mismo tiempo, con el surgimiento de Internet y el comercio electrónico, la aparición de nuevos competidores on-line y de clientes cada vez más informados y exigentes subraya la necesidad de las empresas de contar con información de calidad que les permita enfrentar los desafíos de este nuevo escenario (Bocanegra y Vázquez, 2021).

6.1.3 Tipos de Tic

Los recursos y servicios en las TIC, incluyen dispositivos y terminales para la comunicación entre ordenadores y los servicios que son esenciales. Los teléfonos móviles brindan una comunicación más rápida, económica, eficiente y confiable entre personas en ubicaciones remotas y más. La información que se encuentra en los teléfonos móviles puede llevar a los usuarios a abrir sus computadoras portátiles en casa para obtener más información. El correo electrónico es el servicio TIC más utilizado porque proporciona una comunicación eficiente, barata y rápida.

La mayoría de los servicios de Internet requieren el correo electrónico como medio de comunicación e identidad digital. Estos servicios son herramientas no temporales que, al enviar mensajes y documentos a los clientes, se pueden leer en cualquier programa de correo electrónico. La velocidad de acceso a Internet y servicios en banda ancha o alta velocidad varían dependiendo de la tecnología y el nivel de

servicio contratado (Cobeña et al, 2019).

6.1.4 Uso de las TIC en los Establecimientos Comerciales

El uso de las TIC en los establecimientos comerciales ha mejorado significativamente la eficiencia, la competitividad y la adaptabilidad al mercado. Entre las principales razones para apoyar las TIC se encuentran la mejora en la gestión de inventarios, la optimización de la gestión financiera y contable, la mejora de la comunicación interna y externa y la optimización de la experiencia del cliente (Carrión, 2023).

El uso de las TIC en los establecimientos comerciales no solo optimiza los procesos internos, sino que también permite ofrecer una mejor experiencia a los clientes, mejora la competitividad de la empresa y facilita la toma de decisiones. Las PYMES, especialmente, pueden beneficiarse enormemente de estas herramientas, ya que las TIC les brindan oportunidades para mejorar su gestión, ampliar su mercado y adaptarse rápidamente a las tendencias del sector.

La adopción de TIC es, por tanto, una inversión estratégica para los comercios en un entorno cada vez más digitalizado y se desarrollan según el requerimiento del establecimiento. El uso de las TIC en grandes establecimientos es el tema de muchos estudios y análisis, especialmente en relación con la mejora de la eficiencia operativa, la optimización de la experiencia del cliente y el aumento de la competitividad. Las TIC ayudan a gestionar inventarios, marketing digital, el consumo, el comercio en

línea y la automatización. La transformación digital en el comercio es impactada por la adopción de tecnologías avanzadas, como ERP y CRM, que mejoran la gestión interna, optimizan las interacciones con los clientes, y reducen los costos operativos. La utilización de estrategias de marketing digital en grandes establecimientos permite realizar campañas personalizadas, analizar el comportamiento del consumidor a través de Big Data, y mejorar su presencia en plataformas digitales. La venta en línea en grandes establecimientos ayuda a optimizar el proceso de compras en línea y en tiendas físicas (Toscano y Diaz, 2019).

El uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en los establecimientos comerciales, han sido clave para mejorar la competitividad, optimizando procesos operativos y mejorar la interacción con los clientes esto incluyen la transformación digital, la adopción de soluciones tecnológicas para la gestión de Inventarios, marketing digital y comercio en línea. (American Marketing Asociación, 2023).

6.1.5 Herramientas del CRM

La transformación digital en medios comerciales medianos permite aumentar la eficiencia operativa, la gestión de recursos humanos, y la interacción con los clientes. La adopción de soluciones ERP y CRM en la gestión de inventarios y la personalización de ofertas mediante el análisis de datos es una técnica que permitirá una mayor eficiencia operativa y menores costos, (Vázquez, 2021).

Tabla 2. Herramientas CRM

Herramienta	Descripción	Pago
Salesforce	Plataforma líder con soluciones avanzadas para Marketing, atención al cliente y ventas, esta herramienta es ideal para las empresas grandes.	Desde \$24 al mes con la intervención de máximo 10 usuarios.
Odoo CRM	Es uno de los CRM más fáciles de usar, con una amplia variedad de opciones.	Versión gratuita con 15 días de prueba con planes desde \$24 mensuales.
Zoho CRM	CRM completo que incluye la gestión de ventas, marketing completo que incluye gestión de ventas, Marketing y soporte con buena relación costo y beneficio.	Desde \$12 mensuales
HubSpot	CRM fácil de usar centrado en el marketing inbound, con herramientas para ventas y soporte.	Versión gratuita con planes desde \$50 mensuales.
Nimble	CRM social que integra redes sociales para gestionar relaciones y contactos de manera efectiva.	Desde \$19 mensual
Insightly	CRM que combina gestión de proyectos y relación con clientes, ideal para pequeñas y medianas empresas.	Desde \$29 mensual
SugarCRM	Plataforma CRM personalizable que se adapta a las necesidades específicas de las empresas.	Desde \$40 mensual

Nota: Herramientas CRM

El uso de las TIC en pequeños establecimientos comerciales es un tema de creciente interés, especialmente para mejorar la competitividad, optimizar procesos y ofrecer mejores experiencias a los clientes. Las TIC benefician a los pequeños comercios incluyen la adopción de TIC, el marketing digital para pequeños, el comercio electrónico y ventas online,

la gestión de inventarios mediante TIC, la reducción de costos operativos mediante la automatización, y la mejora de la experiencia del cliente. Las herramientas TIC pueden mejorar la eficiencia operativa, la competitividad, la gestión de inventarios, la automatización de procesos, y la mejora de la experiencia del cliente. La eficiencia y la competitividad en pequeños comercios son claves para amar en el mercado global (Carrión, 2023).

En el presente trabajo de investigación tomó como referencia a varios autores y detallar el uso de las TIC en los establecimientos comerciales ya que cada uno de ellos son importantes y oportunos para optimizar los procesos y automatizar tareas rutinarias:

6.1.6 Gestión Documental

La gestión documental se refiere al conjunto de directrices aplicadas para supervisar los archivos generados y adquiridos durante las actividades de una organización, posteriormente esta gestión debe de facilitar la recuperación de información, permitiendo la extracción de datos, expurgo, la conservación de los documentos mientras sean útiles, así como su destrucción cuando ya no sean necesarios, utilizando técnicas adecuadas y convenientes (Cando y Viracocha, 2023).

La gestión documental es clave fundamental en cada empresa, ya que cada área genera documentos, por ende, se debe mantener una adecuada organización y almacenamiento, para facilitar el manejo de información generada y recolectada, el control de documentos es un conjunto de directrices y métodos, hacen posible la administración del tránsito de documentación en una empresa en una forma segura, fiable y disponible en el momento oportuno.

Tabla 3. Herramientas de la Gestión Documental

Herramientas	Definición	Costo	Características	Ventajas
Opendocman	Es un sistema de gestión documental de código abierto y cumple con las normas ISO 17.025, diseñado para simplificar y optimizar la organización, es un software básico que notifica a través de correo electrónico cada que se implementa una revisión, a su vez localiza los documentos de forma rápida y se puede descargar en cualquier computador.	<ul style="list-style-type: none"> • Versión Community: Gratuita. • SecureDocMan Cloud: 99\$ • Versión Enterprise: 1.200\$ 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de documentos se almacena en una ubicación exacta. • Control de seguimiento • Búsquedas avanzadas • Ofrece seguridad • Acceso remoto • Establece permisos específicos (lectura, edición, administrador) 	<ul style="list-style-type: none"> • Es de código abierto para todo el público. • La gestión eficiente de los documentos. • Seguridad y control de acceso. • Ahorro de tiempos y recursos.
SharePoint 365	Es una herramienta que facilita la gestión documental que es muy utilizada en la actualidad, permite la colaboración con equipos, garantiza la seguridad y la eficiencia de los documentos de la organización en el entorno digital.	<ul style="list-style-type: none"> • Microsoft Basic: 6\$ mes. • Microsoft Standard: 12.50\$. mes • Microsoft premium: 22\$ mes 	<ul style="list-style-type: none"> • Los documentos se pueden almacenar de forma centralizada. Colaboración entre el equipo de trabajo. • Acceso en cualquier dispositivo. • Seguridad y control de acceso. • Los administradores pueden establecer políticas de retención de documentos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboración en tiempo real • Permite el ingreso sin conexión a internet. • Se integra con otras aplicaciones, para mejorar la experiencia en el trabajo. • Facilita la búsqueda de los documentos.

Kimios	Es un sistema de gestión documental de código abierto que permite a las organizaciones, mantener almacena y organizada de manera ágil. Permite la colaboración en línea y el escaneo de documentos, para su gestión documental.	Gratuito	<ul style="list-style-type: none"> ● Permite una adecuada organización, almacenamiento s, buscar y archivar. ● Escaneo y digitalización de documentos. ● Permite asignar controles de acceso. ● Compatible con diferentes sistemas operativos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Software de código abierto ● Personalizado ● Automatiza procesos ● Accesibilidad ● Sin costo de licencias.
---------------	---	----------	--	--

Nota. Herramientas de Gestion Documental.

6.1.7 Gestión de Inventarios

Una gestión eficiente de inventarios es crucial para evitar faltantes o desabastecimientos de stock. Las TIC permiten contar con sistemas automatizados de gestión de inventarios que permiten un control de stock en tiempo real, alertas automáticas cuando los niveles de producto están bajos y proyecciones integradas de compras y ventas para ajustar el inventario en función de la demanda. Herramientas como SAP, Oracle NetSuite y TradeGecko son ampliamente utilizadas por las empresas (Moyon, 2019).

Tabla 4. Herramientas Gestión de Inventarios

Herramienta	Descripción	Pago o Gratuito
Zoho Inventory	Plataforma de gestión de inventarios que permite el seguimiento de productos, pedidos y ventas. Ofrece integración con otras aplicaciones de Zoho.	Pago (con opción de prueba gratuita)
Odoo Inventory	Sistema ERP que incluye gestión de inventarios, seguimiento de productos, y control de existencias. Integra compras y ventas.	Gratuito (para pequeñas empresas, opción de pago para características avanzadas)
Sortly	Gestor visual de inventarios con una interfaz fácil de usar. Permite crear y escanear códigos QR para rastrear productos.	Pago (con opción de prueba gratuita)
Stockpile	Aplicación web para la gestión de inventarios que permite agregar productos, gestionar proveedores y realizar informes.	Gratuito
inFlow Inventory	Herramienta para pequeñas y medianas empresas que faciliten el control de inventarios, órdenes y facturación.	Pago (con versión gratuita limitada)

TradeGecko (ahora QuickBooks Commerce)	Plataforma para gestionar inventarios, órdenes y proveedores con un enfoque para comercio electrónico y empresas.	Pago
Easy Inventory	Sistema de gestión de inventarios que permite controlar productos, generar informes y realizar ventas y compras.	Gratuito
Trello (con Power-Up de Inventario)	Aunque Trello es una herramienta de gestión de proyectos, su Power-Up de inventario permite la gestión visual de productos.	Gratuito (con opción de pago para características adicionales)
QuickBooks Commerce	Sistema de gestión de inventarios para pequeñas empresas que incluye control de stock, órdenes y ventas.	Pago
Excel o Google Sheets	Uso de hojas de cálculo para gestionar inventarios, con plantillas personalizables para el seguimiento de productos	Gratuito (con opciones avanzadas de pago para automatización y almacenamiento en la nube)

Nota. Herramienta de gestión de inventario.

6.1.8 Sistema de puntos de ventas

Los sistemas de punto de venta (POS) son cruciales en los establecimientos comerciales, ya que facilitan transacciones rápidas y eficientes. Los sistemas modernos integran la gestión de ventas en tiempo real, el control de inventario, el análisis del comportamiento de compra y la generación de informes financieros. Algunos ejemplos son Square, Lightspeed y Vend. Estos sistemas también permiten pagos electrónicos y ofrecen varias opciones de pago, como crédito, débito, móvil o criptomonedas (Carrión, 2023).

Tabla 5. Herramientas puntos de venta

Herramienta	Descripción	Costo
Square POS	Sistema de punto de venta fácil de usar que permite gestionar ventas, inventarios, y realizar pagos. Ideal para pequeñas empresas y comercios.	Gratuito (con tarifas por transacción)
Vend	Plataforma de POS basada en la nube que permite gestionar inventarios, clientes y ventas. Integra varias opciones de pago y reportes.	Pago (con prueba gratuita)
Lightspeed POS	Sistema POS basado en la nube que ofrece gestión de inventarios, clientes, ventas y análisis en tiempo real. Usado en comercio minorista y restaurantes.	Pago
Shopify POS	Herramienta de POS integrada con Shopify para gestionar ventas tanto en tienda física como en línea. Ofrece integración con pagos y envíos.	Pago (con opción de prueba gratuita)
SumUp	Sistema de pago móvil y POS que permite aceptar pagos con tarjeta en cualquier lugar, especialmente diseñado para negocios pequeños.	Gratuito (con tarifas por transacción)
Toast POS	Solución POS específica para restaurantes que permite gestionar pedidos, pagos y menús, con características para optimizar operaciones en el sector gastronómico.	Pago
Imonggo	Sistema POS que incluye gestión de inventarios, ventas y clientes. Compatible con múltiples dispositivos y con una interfaz simple.	Gratuito (para un número limitado de productos y transacciones)

Nota. Herramientas de puntos de venta.

6.1.9 Marketing Digital

El marketing digital ha revolucionado los establecimientos comerciales al permitirles llegar a un público más amplio y ejecutar campañas altamente segmentadas. Las estrategias clave incluyen publicidad en redes sociales en plataformas como Facebook, Instagram, LinkedIn y TikTok, marketing por correo electrónico mediante plataformas como MailChimp o SendGrid y la optimización del sitio web para los resultados de búsqueda de Google o el pago de anuncios de Google para aumentar la visibilidad en línea. Estas herramientas de marketing digital permiten

a las organizaciones alcanzar una audiencia más extensa y crear campañas específicas (Carrión, 2023)

Tabla 6. Herramientas de Marketing Digital

Herramienta	Descripción	Pago o Gratuito
Mailchimp	Plataforma de email marketing que permite crear campañas, automatizar envíos y analizar resultados. Ideal para pequeñas y medianas empresas.	Gratuito (con limitaciones)
Hootsuite	Herramienta de gestión de redes sociales que permite programar, gestionar y analizar publicaciones en varias plataformas.	Pago (con opción de prueba gratuita)
Google Analytics	Herramienta de análisis web que permite medir el tráfico de un sitio web, analizar el comportamiento de los usuarios y generar informes.	Gratuito
Canva	Plataforma de diseño gráfico que permite crear contenido visual para marketing digital, incluyendo banners, posts para redes sociales, y más.	Gratuito (con opción de pago para funciones avanzadas)
SEMrush	Herramienta de SEO y análisis competitivo que ayuda a mejorar el posicionamiento en buscadores mediante análisis de palabras clave, backlinks, y más.	Pago (con prueba gratuita)
HubSpot	Plataforma todo-en-uno para marketing, ventas y servicio al cliente. Ofrece herramientas para automatización, CRM, análisis de marketing y más.	Gratuito (con opciones de pago para funciones avanzadas)
Buffer	Herramienta de gestión y programación de redes sociales que permite planificar publicaciones y analizar el rendimiento en plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y	Gratuito (con opciones de pago)

	LinkedIn.	
Google Ads	Plataforma de publicidad en línea de Google que permite crear anuncios pagados en los resultados de búsqueda, YouTube y otros sitios asociados.	Pago (con opción de crédito gratuito en algunos casos)
Trello	Herramienta de gestión de proyectos que también se puede usar para organizar campañas de marketing digital, planificar tareas y colaborar en equipo.	Gratuito (con opciones de pago para funciones avanzadas)
Moz	Herramienta de SEO que proporciona análisis de sitios web, investigación de palabras clave y auditorías para mejorar el rendimiento en motores de búsqueda.	Pago (con opción de prueba gratuita)

Nota. Herramientas de marketing digital.

6.1.10 Redes Sociales

(Miranda, 2020) menciona que, “Las redes sociales son las nuevas formas de comunicación masiva en la actualidad, que permiten a las empresas que hacen uso de ellas, promocionarse y seguir transmitiendo conocimiento e información de manera constante, y construir una relación más activa con sus consumidores tanto internos como externos” (p.4). En la actualidad, la era digital ha revolucionado profundamente el modo que las personas se relacionan, interactúan y comparten información a través de las redes sociales y servicios de mensajería. plataformas como Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Telegram y TikTok, ya que se han consolidado como herramientas fundamentales para la comunicación tanto personal como profesional.

La adaptación de las redes sociales puede mejorar notablemente la comunicación, participación, transparencia y la gestión de la información de los establecimientos comerciales de la parroquia Guaytacama, ya que facilita un intercambio directo con los colaboradores, proveedores y clientes permitiendo una difusión de información relevante en tiempo real.

6.2 Gestión de la información

La gestión de la información es un proceso específico y sistemático de una institución que busca obtener, ordenar y expresar conocimiento explícito e implícito de los empleados para el uso y eficacia del trabajo. A través del proceso, la tecnología se distribuye e involucra a las personas y la tecnología. La estrategia de intercambio

de conocimientos es un importante elemento de los programas de gestión del conocimiento a nivel organizacional e individual.

La gestión de información recopila comentarios de diferentes organizaciones, personas y lugares, y tiene actividades recurrentes para respaldar decisiones estratégicas, decisiones e innovación de productos. La tecnología ha sido positivamente influenciada por las organizaciones, permitiendo el desarrollo de estrategias de ventaja competitiva e innovación en un mundo cambiante.

La información es un activo valioso para todas las empresas, ya que la calidad y cantidad de información son factores importantes en su éxito. La gestión de la información se refiere a la recopilación, almacenamiento, seguridad, mantenimiento, archivo y destrucción de información de cualquier tipo y formato. En un entorno empresarial altamente competitivo, el uso eficiente del conocimiento y la información puede ser un aspecto más importante para la toma de decisiones. Un programa eficaz de gestión de la información es fundamental para garantizar que los empleados manejen información de alta calidad para tomar decisiones y cumplir con sus responsabilidades.

La gestión de la información en los establecimientos comerciales ha evolucionado significativamente con el tiempo. En el pasado, las pequeñas tiendas comerciales dependían de métodos tradicionales, como el mantenimiento de registros manuales, para controlar el inventario, las ventas y las finanzas (Montoya, Boyero, M.,

2019, pp. 16,19).

6.2.1 Importancia de la Gestión de la Información

En el entorno empresarial actual está lleno de competidores audaz. Una de las principales distinciones entre una empresa exitosa y uno fallido es que el exitoso es mejor para comprender y utilizar la información, la gestión de la información garantiza que las empresas puedan superar los desafíos, mejorar las operaciones comerciales, satisfacer las necesidades de los empleados y los clientes, mejorar la productividad y la eficiencia comercial, mejorar la toma de decisiones y mejorar la colaboración de los empleados (Buenrostro y Hernández, 2019).

La comunicación se basa en la información, para lograr el éxito empresarial toda gira en torno a una información eficiente, precisa y actualizada es necesario el fácil acceso a la información correcta en el momento adecuado. Lograr esta transformación tiene un gran impacto tanto en la cultura como en los resultados de la organización. Al conectar con personas los procesos y tecnología, las organizaciones exitosas desbloquean el valor total de su información. Cuando la información se maneja de manera efectiva y solo se conserva información de alta calidad, las organizaciones pueden convertirla en conocimiento para obtener información adicional sobre su negocio y redirigir sus operaciones hacia actividades más rentables (Moyon, 2019).

6.2.2 Componentes de la Gestión de la Información

Según (Fajardo, 2020) existen 7 áreas clave de la gestión de la información

entre estas se encuentra recopilación, almacenamiento, distribución, seguridad, archivo y destrucción. La recopilación de información es necesaria para evitar costos innecesarios, garantizando la calidad a los clientes.

Los componentes clave de la gestión de la información incluyen una serie de elementos fundamentales que trabajan juntos para garantizar que la información sea manejada de forma eficiente, segura y accesible. Estos componentes son:

Procesamiento de Información: Este componente implica la transformación de los datos en información útil mediante su análisis, interpretación y procesamiento. Esto puede incluir la aplicación de software de análisis, algoritmos, inteligencia artificial y otras herramientas que convierten los datos en información valiosa para la toma de decisiones.

Acceso y Recuperación de Información: Una vez que la información está organizada y almacenada, debe ser accesible para las personas o sistemas que la necesiten. Esto implica la creación de interfaces, sistemas de búsqueda, bases de datos consultables, dashboards, etc.

Distribución de Información: La información procesada debe ser distribuida a los usuarios adecuados en el momento oportuno. Esto puede implicar la creación de informes, notificaciones automáticas, presentaciones o publicaciones electrónicas (Díez de Castro y Redondo, 2019).

Seguridad y Protección de la Información: La seguridad es un aspecto crucial en la gestión de la información. Este componente asegura que la información esté protegida contra el acceso no autorizado, la corrupción o la pérdida, mediante el uso de

encriptación, contraseñas, políticas de acceso y auditorías de seguridad.

Mantenimiento y Actualización: La información debe ser regularmente revisada y actualizada para asegurar que permanezca precisa y relevante. Esto incluye la eliminación de datos obsoletos, la actualización de registros y el mantenimiento de sistemas (Cobeña et al, 2019).

Destrucción de Información: Cuando la información ya no es útil o necesaria, debe ser eliminada de manera segura para proteger la privacidad y evitar el almacenamiento innecesario de la misma. Este proceso debe ser realizado de acuerdo con políticas específicas de conservación de datos.

Normativas y Políticas: Son las reglas y procedimientos establecidos para la gestión de la información. Esto incluye la creación de políticas sobre cómo recolectar, almacenar, procesar y distribuir la información, asegurando el cumplimiento de leyes y regulaciones, como las relaciones con la privacidad y la protección de datos.

TIC: El uso de las herramientas tecnológicas, como un sistema de gestión, software de análisis, herramientas de colaboración, plataformas en la nube, y la infraestructura tecnológica en general, es esencial para la gestión eficiente de la información.

6.2.3 Impacto de la gestión de la información

Laudon (2020) enfocan que una correcta gestión de la información tiene un impacto fundamental en la toma de decisiones en las organizaciones, ya que permite a gerentes y líderes tomar decisiones más rápidas, precisas y fundamentadas,

incrementando la eficiencia operativa y mejorando la competitividad en el mercado. Henderson y Venkatraman (2021) analizan cómo la gestión de la información juega un papel clave en la alineación estratégica de las empresas, mejorando la capacidad de una organización para competir en mercados dinámicos.

Meyer (2020) se enfoca en la eficiencia operativa y la toma de decisiones, ya que la gestión es crucial para lograr una mayor eficiencia. Además, la gestión de la información impacta directamente en la toma de decisiones estratégicas y operativas, proporcionando datos valiosos y análisis en tiempo real que ayudan a las empresas a reaccionar de manera rápida y efectiva frente a cambios en el entorno.

Bajo estas premisas se puede acotar que la gestión de la información tiene un impacto profundo y proactivo en diversos aspectos de una organización.

6.2.4 Retos de la gestión de la Información

La gestión de la información en locales comerciales enfrenta varios retos que pueden afectar su eficiencia operativa, toma de decisiones y competitividad en el mercado. Los principales retos son la falta de infraestructura tecnológica adecuada, la excelencia de la información, la protección de los datos y la capacitación del personal (Administración una Perspectiva Global y empresarial, p.p 19-22).

La gestión de la información en establecimientos comerciales es integral ya que cubre requisitos, como el manejo de grandes volúmenes de datos, la integración de sistemas, protección de la información y seguridad, accesibilidad y disponibilidad de la información, cumplimiento de normativas y regulaciones, análisis de la información

para la toma de decisiones, desafíos en la gestión de inventarios, continua formación del personal, adaptación a la tecnología y cambios del mercado, gestión de la información de los clientes, y la adaptación a las tecnologías y cambios del mercado hace que la misma sea no solo un componente fundamental de los sistemas de gestión si no se convierte en el canal de comunicación de los establecimientos comerciales con el mercado (Bravo y Silva, 2022).

Entre los retos claves están el manejo de grandes volúmenes de datos, la integración de sistemas, protección de la información y seguridad, acceso y disponibilidad de la información, cumplimiento de normativas y regulaciones, análisis de la información para la toma de decisiones, desafíos en la gestión de inventarios, adaptación a la tecnología y cambios del mercado, gestión de la información de los clientes, además el recurso de aprendizaje de la información es una requisición para el mercado y la eficiencia de los clientes (Carrión, 2023).

7. METODOLOGÍA APLICADA

7.1 Enfoque cuantitativo

En la presente investigación se enmarca con un enfoque de carácter cuantitativo, ya que permite valorar de manera sistemática y objetiva del uso de las TIC en la gestión de la información en los establecimientos comerciales de la parroquia de Guaytacama, según (Barreto Ascona, 2023), manifiesta que la recopilación de datos permite obtener resultados precisos con el fin de cuantificar el problema de esta manera proyectar los resultados de la población posterior generar soluciones a las dificultades que se presentan en los establecimientos comerciales.

7.2 Diseño de investigación

El presente trabajo se utilizó un diseño no experimental, el cual se centró en la identificación y análisis de situaciones existentes, observando el fenómeno en su entorno, este enfoque permite analizar las variables tal como se presenta la realidad, evidenciando la importancia y el impacto de las otras variables proporcionando un análisis detallado y fundamentado que enriquece el desarrollo de la investigación.

7.3 Investigación descriptiva

La investigación es de carácter descriptivo, ya que tiene el objetivo de identificar y detallar los elementos de la población que se está estudiando, lo cual proporciona una base sólida, verídica en el registro de análisis e interpretación de la realidad del entorno. Según (Guarochico, 2023), menciona que el descriptivo se utiliza para detallar, caracterizar y representar un fenómeno o situación inicial, tal como

ocurre en la realidad, sin manipular las variables, ya que su objetivo principal es describir un evento o contexto, proporcionando una visión detallada y fiel de los elementos involucrados.

7.4 Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica es la recopilación de información, obtenida de varias fuentes documentales, que nos permita obtener el conocimiento para buscar en base a las necesidades del investigador sobre un tema en específico respaldado de información sólida, según (Donoso & Robles, 2020). Este tipo de investigación está diseñada para analizar, recopilar, garantizar su validez de estudios anteriores, los cuales nos ayudan a fundamentar y sustentar temas sobre las TIC en la gestión de la información en los establecimientos comerciales.

7.5 Técnicas de investigación

“La encuesta es una técnica de búsqueda sistemática de información en la que el investigador formula preguntas a los participantes sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación”. (Tipos de encuestas y diseños de investigación, 2019, p. 1). “El cuestionario es una herramienta valiosa en la recopilación de información y se utiliza ampliamente en diversos campos, incluyendo la investigación, la evaluación del desempeño” (Medina, et al. 2023, p. 39).

7.6 Instrumento de investigación

El cuestionario es un instrumento valioso, que sirve para la recopilación de datos y se utiliza en cualquier campo de estudio, con el fin de obtener resultados precisos y verídicos, según (Eliana, 2022). Como instrumento de la investigación fue tomado específicamente para determinar el uso de las TIC en la gestión de la información en los establecimientos comerciales. Mismo que está compuesta por 27 preguntas cerradas basadas en la escala Likert de cinco puntos para la medición de la frecuencia de los integrantes, los parámetros utilizados fueron: siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca. Donde a cada categoría de le asignó un valor numérico. “Tabla 7”.

Tabla 7. Niveles de frecuencia

SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
5	4	3	2	1

Nota. La tabla muestra la escala de ponderación. Elaboración propia

7.7 Población y muestra

La población fue determinada la muestra en base a los catastros de patentes del año 2024 del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Latacunga, donde se registraron un total de 485 establecimientos comerciales actualizados en la parroquia de Guaytacama, como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 8. Participantes en la investigación

Parroquia	Barrio	Establecimientos
Guaytacama	Cevallos	22
	Calvario	21
	La Libertad	62
	La floresta	20
	Narváez	25
	Pilacoto	75
	Pupana Sur	23
	Pupana Norte	26
	San Sebastián	47
	San Pedro	29
	Santa Inés	27
	Vicente León	21
	Santa Ana	23
	Cuicuno	64
	Total	485

Nota. Elaboración propia

Para determinar la nueva población se realizó el cálculo con la fórmula donde se determina que la encuesta se realizará a 280 establecimientos comerciales, permitiendo de esta manera evaluar los resultados sobre el uso de las TIC.

Fórmula

$$\frac{N * Z_c^2 * p * q}{(N - 1) * e^2 + Z_c^2 * p * q}$$

Donde

- **n** = Tamaño de la muestra.
- **N** = Catastro 2024 (485).
- Z_c^2 = Nivel de confianza (95% = 1.75).
- **e** = Margen de error (5%=0.05).
- **p** = Probabilidad de que ocurra el suceso (0.5).
- **q** = Probabilidad de que no ocurra el suceso (0.5).

Despeje

$$n = \frac{(485) * (5)^2 * (0.5) * (0.5)}{(485 - 1) * (0.05)^2 + (5)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 280$$

8. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

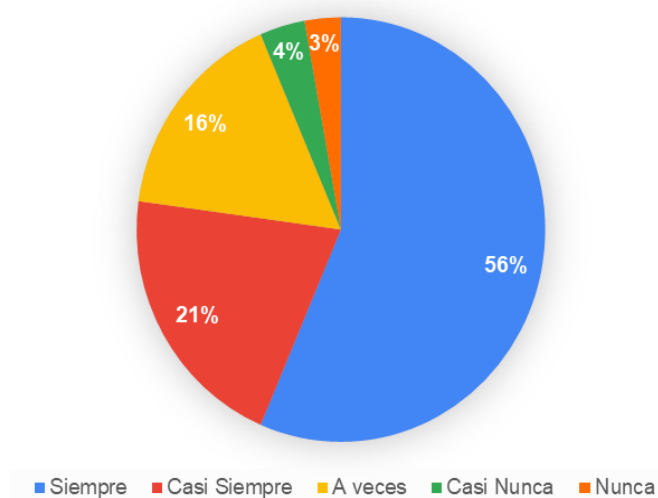
A través de las encuestas se recabo referente al uso de las TIC en la gestión de la información a los integrantes de los establecimientos comerciales con la aplicación del cuestionario virtual.

Tabla 9. Se guardan los documentos en caja y carpetas.

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	90	56%
Casi Siempre	42	21%
A veces	39	16%
Casi Nunca	20	4%
Nunca	16	3%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre cómo se guardan los documentos en cajas y carpetas.

Figura 1. Se guardan cajas y carpetas



Nota. En la siguiente gráfica se detalla el porcentaje sobre cómo se guardan los documentos en cajas y carpetas.

Análisis

La pregunta sobre cómo guardan los documentos en cajas y carpetas. Los resultados obtenidos muestran que 77% de los encuestados guardan los documentos en cajas y carpetas, con los métodos tradicionales. Por otro lado, un 23% indican que guardan de forma mixta los documentos, es decir lo hacen de forma física y de forma digital.

Interpretación

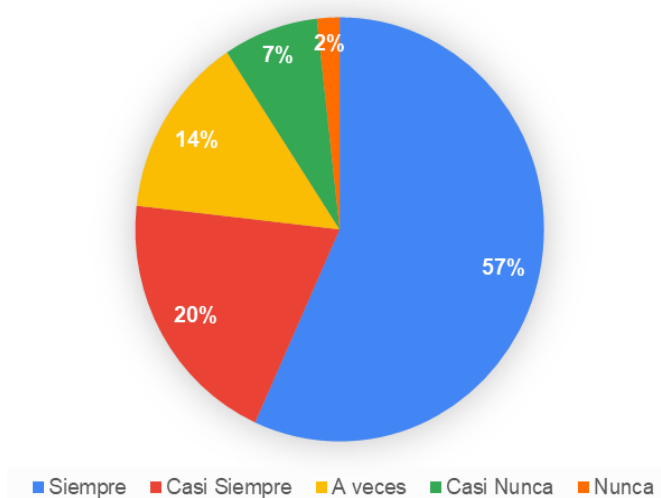
Gran parte de los encuestados manifiestan que siempre y casi siempre guardan los documentos en cajas y carpetas, debido a que desconocen de las técnicas actuales de la gestión documental, mientras que el porcentaje restante si lo realiza ya que conocen su importancia.

Tabla 10. *Se procesa y se almacena información física.*

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	159	57%
Casi Siempre	56	20%
A veces	39	14%
Casi Nunca	21	7%
Nunca	5	2%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre cómo se procesa y almacena la información física.

Figura 2. Se procesa y se almacena información física.



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre el procesamiento y almacenamiento de la información física.

Análisis

La pregunta sobre cómo se procesa la información y almacenamiento de información física. Los resultados obtenidos muestran que 77% de los encuestados indicó que procesan y almacenan la información de forma física, confiando en los métodos antiguos. Por otro lado, un 23% indica que hay desconfianza total en cómo procesar y almacenar de manera óptima.

Interpretación

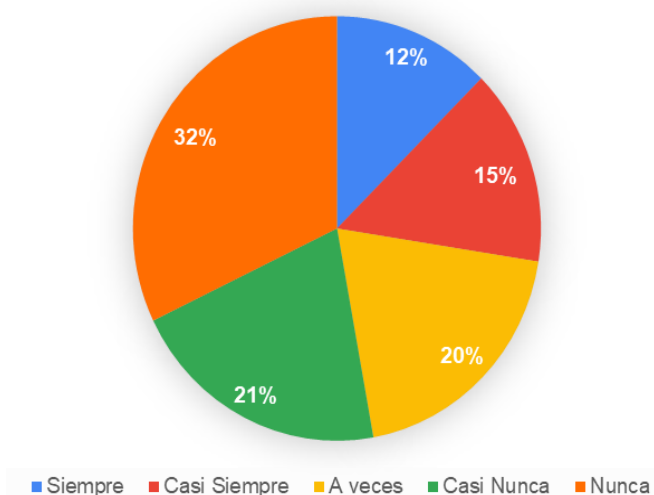
La gran mayoría de los establecimientos comerciales aún procesan la información de forma física, debido al desconocimiento de herramientas que faciliten en la optimización de procesos, mientras que el porcentaje restante no tiene conocimientos sólidos en el almacenamiento y organización de la información, enfrentando contratiempos o pérdidas.

Tabla 11. Se procesa y se almacena la información digital

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	35	12%
Casi Siempre	42	15%
A veces	55	20%
Casi Nunca	58	21%
Nunca	90	32%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre el procesamiento y almacenamiento de información digital.

Figura 3. Se proceso y se almacena información digital.



Nota. En la siguiente gráfica se detalla el porcentaje sobre el procesamiento y almacenamiento de la información digital.

Análisis

La pregunta sobre cómo se procesa y almacena la información digital. Los resultados obtenidos muestran que 27% de los encuestados procesan y almacenan la información de forma digital, ya que aseguran que tiene beneficios para optimizar

procesos. Por otro lado, un 73% indican que no cuentan con tecnología adecuada y no tienen el conocimiento idóneo para el manejo

Interpretación

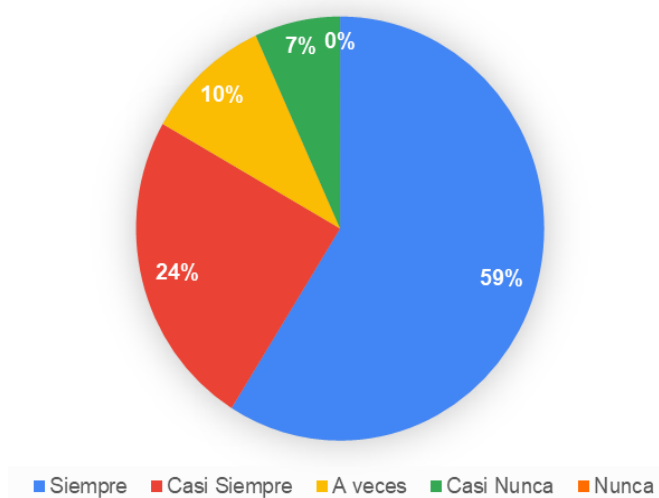
En su gran mayoría de los encuestados de los establecimientos comerciales no procesan ni almacenan la información de forma digital, debido a que no cuentan con tecnología idónea y actualizada, mientras que el porcentaje restante sabe cómo manejar, asegurando la seguridad e integridad de los datos.

Tabla 12. Brindar una mejor atención al público

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	165	59%
Casi Siempre	68	24%
A veces	28	10%
Casi Nunca	19	5%
Nunca	0	0%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa un porcentaje sobre la adecuada gestión de la información, lo que permitirá brindar una mejor atención al público.

Figura 4. Brindar una mejor atención al público.



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre la adecuada gestión de la

información, lo que permitirá brindar una mejor atención al público.

Análisis

La pregunta sobre la adecuada gestión de la información brinda una mejor atención al público. Los resultados obtenidos muestran que 83% de los encuestados creen que una adecuada gestión de la información, permite brindar una mejor atención al público, ya que ofrece un servicio más eficiente y rápido. Por otro lado, un 17% indica que la atención brindada es primordial para mantener una relación comercial positiva.

Interpretación

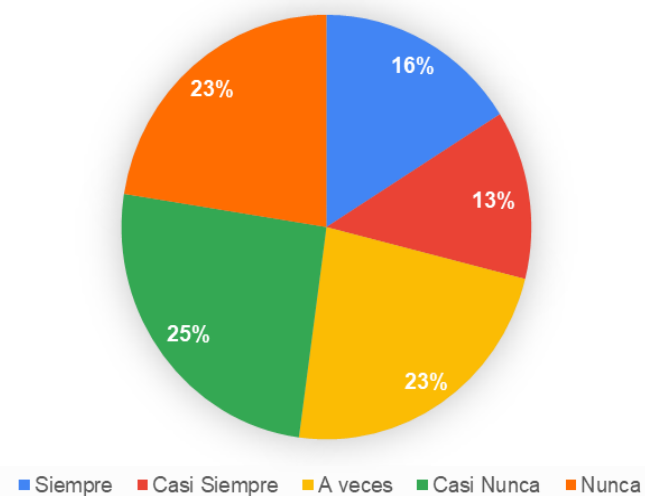
Los hallazgos reflejan que la mayoría de los establecimientos comerciales tiene una adecuada gestión de la información, lo que permite dar una buena atención al cliente, mientras que el porcentaje restante menciona que es prioridad la atención al cliente como factor principal en una relación comercial.

Tabla 13. *Le resulta fácil la localización de los documentos*

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	45	16%
Casi siempre	36	13%
A veces	65	23%
Casi Nunca	71	25%
Nunca	63	23%
	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre la facilidad de localizar un documento.

Figura 5. *Le resulta fácil la localidad de los documentos.*



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre la facilidad de localizar un documento.

Análisis

La pregunta sobre si les resulta fácil la localización de los documentos. Los resultados obtenidos muestran que 29% de los encuestados manifiestan que les resulta fácil la localización de los documentos, ya que saben sobre las técnicas correctas de la gestión documental. Por otro lado, un 71% indica que tienen problemas para su localización, ya que no cuentan con las técnicas adecuadas para el almacenamiento correcto de los documentos.

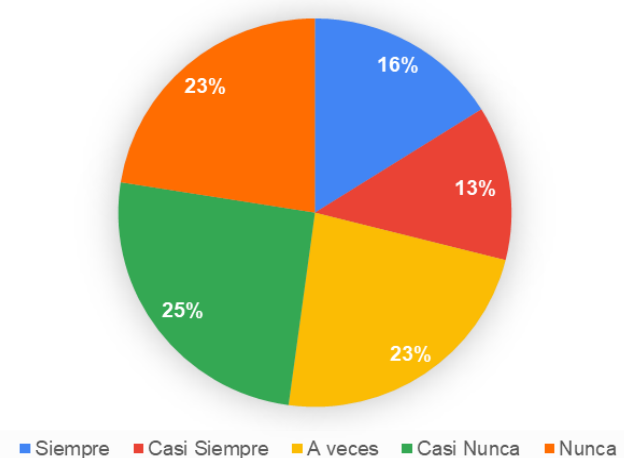
Interpretación

Se evidencia que la mayoría de los establecimientos comerciales si tienen problemas al momento de localizar un documento, ya que no todos conocen sobre las técnicas del almacenamiento de la gestión documental, mientras que la fracción restante, resalta que no tienen dificultad al buscar la información debido a que manejan adecuadamente las TIC.

Tabla 14. Medida de seguridad para conservar la información

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	46	16%
Casi Siempre	26	9%
A veces	42	15%
Casi Nunca	36	13%
Nunca	130	47%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre las medidas de seguridad para conservar y preservar la información.

Figura 6. Medida de seguridad para conservar la información.

Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre las medidas de seguridad para conservar y preservar la información.

Análisis

La pregunta sobre el manejo de medidas de seguridad para la conservación y preservación de la información. Los resultados obtenidos muestran que 29% de los encuestados sabe sobre las medidas de seguridad para conservar la información para evitar inconvenientes que les puedan afectar. Por otro lado, un 71% indica que desconocen totalmente cuales son las medidas de seguridad, dan lugar a riesgos de

pérdida de la información.

Interpretación

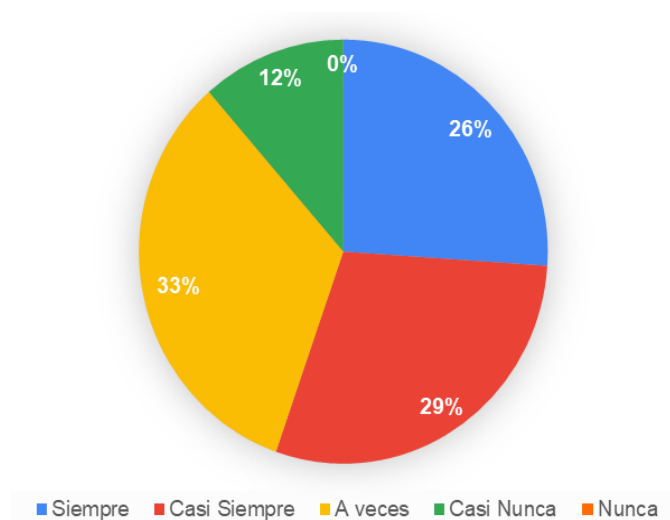
La mayoría de los encuestados desconocen sobre las medidas para la conservación de información, esto puede deberse a que nunca han recibido capacitación sobre su utilidad, mientras que el porcentaje restante si conoce esta diferencia puede ser por que reciben capacitación .

Tabla 15. La tramitación de documentos se realiza de manera eficiente

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	73	26%
Casi Siempre	82	29%
A veces	93	33%
Casi Nunca	32	12%
Nunca	0	0%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre la tramitación de los documentos que se realizan de manera eficiente.

Figura 7. La tramitación de documentos se realizar de manera eficiente.



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre la tramitación de documentos que se realiza de manera eficiente.

Análisis

La pregunta sobre la tramitación de los documentos en el negocio se realiza de manera eficiente. Los resultados obtenidos muestran que 35% de los encuestados manifiestan que la tramitación de los documentos se realiza de forma eficiente, beneficiándose en la optimización de los tiempos de respuesta. Por otro lado, un 65% indican que no se realiza la tramitación de manera eficiente.

Interpretación

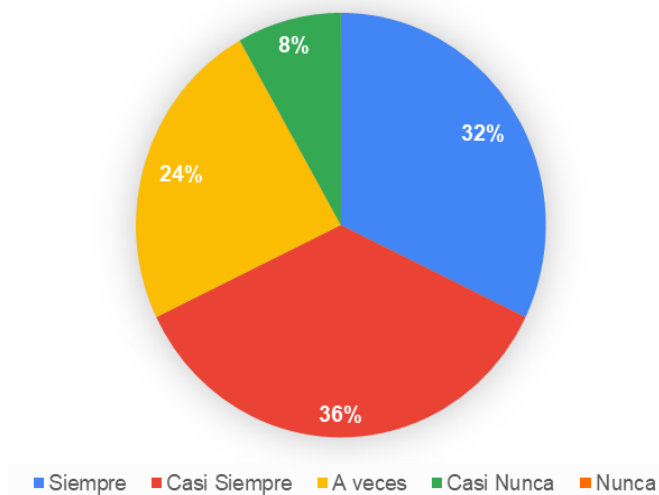
En su gran mayoría los establecimientos comerciales tramitan los documentos de forma ineficiente afectando directamente a la operatividad del negocio, mientras que el restante si cumplen con los estándares necesarios para garantizar la calidad y la eficiencia, lo que beneficia en la optimización de los tiempos de respuesta.

Tabla 16. *Los documentos se comparten con seguridad y responsabilidad.*

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	90	32%
Casi Siempre	100	36%
A veces	67	24%
Casi Nunca	23	8%
Nunca	0	0%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre los documentos que se comparten con seguridad y responsabilidad.

Figura 8. Los documentos se comparten con seguridad y responsabilidad.



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre los documentos que se comparten con seguridad y responsabilidad .

Análisis

La pregunta sobre los archivos, documentos e información interna y externa con seguridad y responsabilidad. Los resultados obtenidos muestran que 68% de los encuestados manifiestan que sí comparten los documentos con seguridad y responsabilidad, garantizando la seguridad en el intercambio de información. Por otro lado, un 32% indican que no pueden facilitar información, ya que presentan riesgos que afecten en el crecimiento en el mercado.

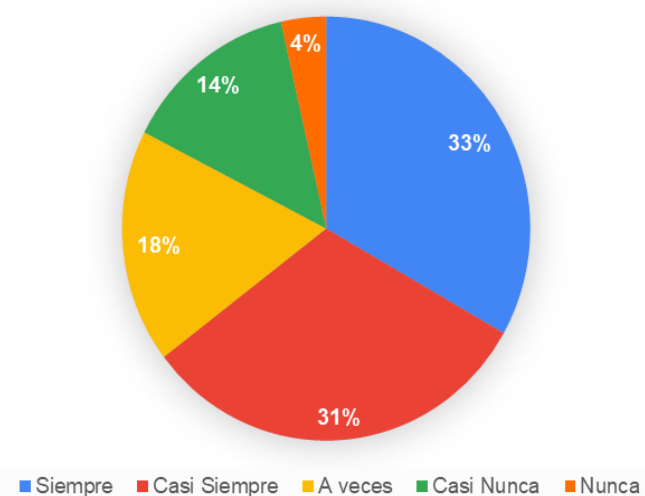
Interpretación

Un porcentaje mayorista de los establecimientos comerciales comparten la información de forma cautelosa, vinculando un fuerte compromiso de las partes para garantizar la seguridad en el intercambio de la información, mientras que el porcentaje restante determina que no comparte los documentos e información, ya que puede incumplir el compromiso y divulgar datos sensibles y genere riesgos significativos frente a la competencia.

Tabla 17. Los documentos podrían extraviarse.

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	73	35%
Casi Siempre	70	34%
A veces	50	24%
Casi Nunca	9	4%
Nunca	5	3%
Total	280	100%

Nota. En la tabla representa el porcentaje sobre las circunstancias ajenas a los documentos que puedan extraviarse.

Figura 9. Los documentos podrían extraviarse.

Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre las circunstancias ajenas que los documentos pueden extraviarse.

Análisis

La pregunta sobre las circunstancias ajenas los documentos pueden extraviarse. Los resultados obtenidos muestran que 64% de los encuestados manifiestan que los documentos se pueden extraviarse por circunstancias ajenas, ya sea por errores humanos, sistemas tecnológicos o desastres naturales. Por otro lado, un 36% indican que no se pierden documentos, ya que tiene una buena gestión documental.

Interpretación

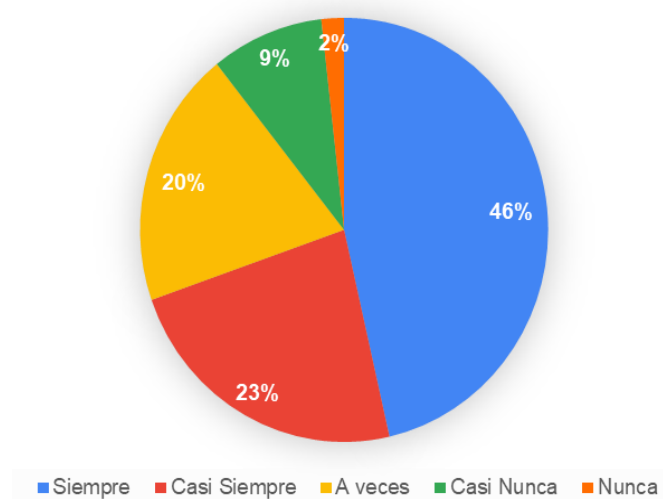
La mayor parte de los encuestados de los establecimientos comerciales manifiesta que si se han perdido documentos. Por lo cual, ven la necesidad de implementar medidas de seguridad para garantizar la conservación, mientras que el porcentaje restante sabe cómo manejar, asegurando la seguridad e integridad de los datos.

Tabla 18. *Ha sufrido la pérdida de algún documento.*

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	130	46%
Casi Siempre	65	23%
A veces	55	20%
Casi Nunca	25	9%
Nunca	5	2%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre si ha sufrido la pérdida de algún documento.

Figura 10. *Ha sufrido la pérdida de algún documento.*



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre si ha sufrido algún documento.

Análisis

La pregunta sobre la frecuencia que ha sufrido la pérdida de algún documento. Los resultados obtenidos muestran que 69% de los encuestados manifiestan que si han sufrido la pérdida de documentos lo que ha ocasionado retrasos en procesos y la ineficiencia en la gestión . Por otro lado, un 31% indicó que muy pocas veces han presentado este inconveniente, aunque no descarta la posibilidad de que pueda ocurrir este percance.

Interpretación

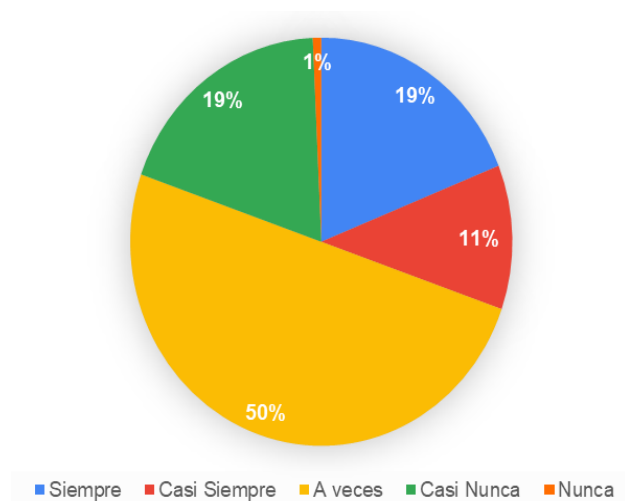
Gran parte de los encuestados de los establecimientos comerciales manifiestan sobre la frecuencia de las pérdidas de documentos, este porcentaje mayoritario demuestra preocupación sobre la seguridad y la conservación de los documentos, mientras que el porcentaje restante indicó que casi nunca presentaron estas pérdidas. Por lo cual no están exentos del problema, lo que se requiere más atención y precaución.

Tabla 19. *Dificultad para encontrar un documento.*

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	53	19%
Casi Siempre	32	11%
A veces	140	50%
Casi Nunca	53	19%
Nunca	2	1%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre la dificultad para encontrar un documento.

Figura 11. Dificultad para encontrar un documento.



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre la dificultad para encontrar un documento.

Análisis

La pregunta sobre la dificultad de identificar dónde se encuentra un determinado documento. Los resultados obtenidos muestran que 21% de los encuestados manifiestan que si les dificulta encontrar un documento, ya que no tiene el conocimiento y técnicas para identificar los mismos. Por otro lado, un 70% indicó que no se les dificulta identificar los documentos, ya que si saben las técnicas de organización documental.

Interpretación

Un porcentaje mayorista de los establecimientos comerciales indicaron que si tiene dificultad para identificar un determinado documento. Esto podría estar vinculado con la falta de conocimiento sobre el manejo del almacenamiento de los documentos o por la inadecuada organización, mientras que el porcentaje restante determinó casi nunca han tenido problema en la identificación de documento y que son suficientemente capaces de encontrar la información requerida

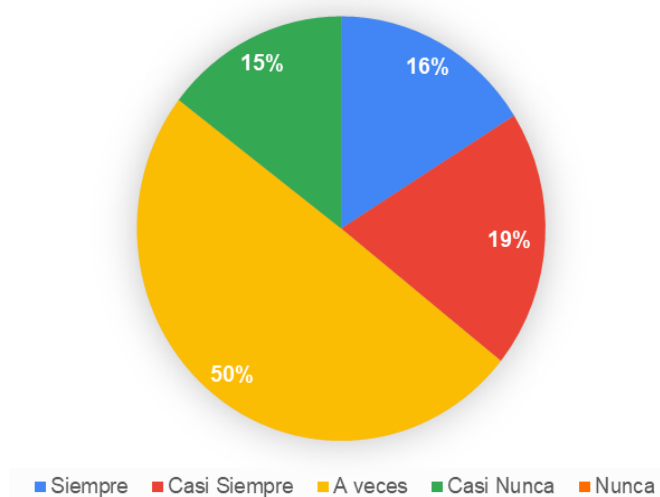
Tabla 20. *Usted tiene respaldos de los documentos.*

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	45	16%
Casi Siempre	55	19%
A veces	139	50%
Casi Nunca	41	15%
Nunca	0	0%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre los respaldos de documentos.

Figura 12. *Usted tiene respaldos de los documentos.*

Nota. En la siguiente figura detalla sobre los respaldos que tienen los documentos.



Análisis

La pregunta sobre los respaldos de los documentos que se generan en el establecimiento comercial. Los resultados obtenidos muestran que 35% de los encuestados mantiene los respaldos de los documentos en sus bases de datos, para garantizar la operatividad. Por otro lado, un 65% indican que en ocasiones realizan los respaldos, que se debe al desconocimiento y la falta de tiempo al realizar esta actividad.

Interpretación

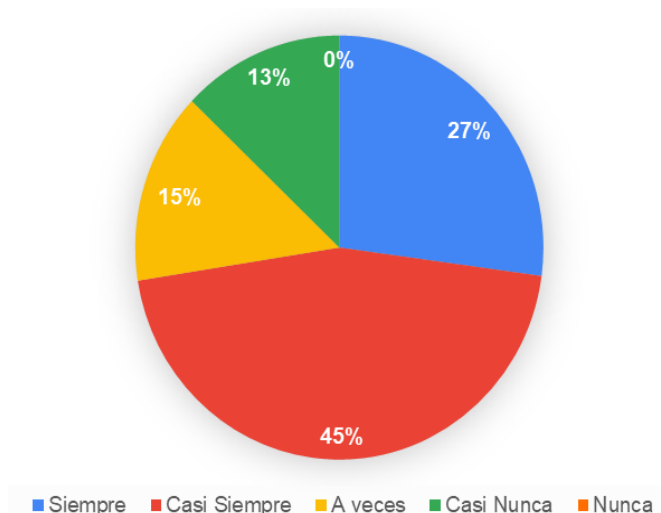
En su gran mayoría los establecimientos comerciales exponen que no realizan los respaldos a los documentos, ya que creen que esta actividad no es importante, y que confían en utilizar los métodos antiguos, mientras que el porcentaje restante sí llevan un respaldo de los documentos en la base de datos, garantizando la operatividad del procesos.

Tabla 21. Una cultura de ahorro de papel

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	76	27%
Casi Siempre	127	45%
A veces	41	15%
Casi Nunca	36	13%
Nunca	0	0%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre la cultura del ahorro de papel.

Figura 13. Una cultura de ahorro de papel.



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre la cultura del ahorro de papel.

Análisis

La pregunta sobre si se mantiene una cultura de ahorro de papel en el establecimiento. Los resultados obtenidos muestran que 72% de los encuestados manejan una cultura de ahorro de papel, contribuyendo no solo con el medio ambiente, sino que también a mejorar la eficiencia del almacenamiento físico. Por otro lado, un 28% indican que no mantienen una cultura de ahorro de papel, lo cual se sugiere concientizar y sensibilizar al uso adecuado de recursos, con la implementación de herramientas que contribuyan para la digitalización de los mismos.

Interpretación

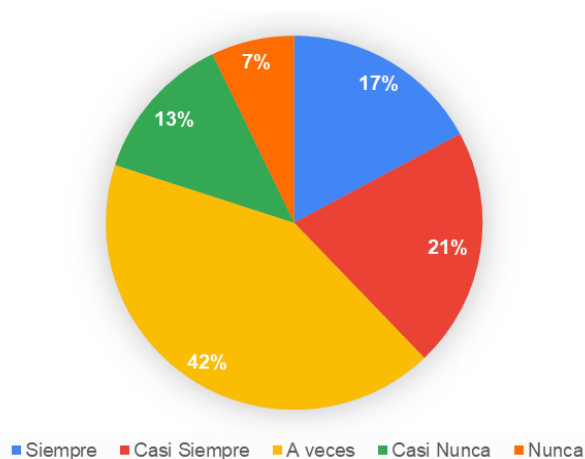
Gran parte de los encuestados exponen que la mayoría de los establecimientos comerciales mantienen una cultura de ahorro de papel, ya que mejoran la eficiencia del almacenamiento físico, reduciendo recursos innecesarios y creando un impacto positivo al medio ambiente, mientras que el porcentaje restante no conoce sobre los beneficios de las herramientas para optimizar los recursos, mejorando los procesos en la productividad

Tabla 22. Gestión de la información (ciclo de vida de los documentos).

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	48	17%
Casi Siempre	58	21%
A veces	118	42%
Casi Nunca	36	13%
Nunca	20	7%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre la gestión de la información (ciclo de vida de los documentos).

Figura 14. Gestión de la información (ciclo de vida de los documentos).



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre la gestión de la información (ciclo de vida de los documentos)

Análisis

La pregunta sobre si se mantiene el control de las actividades referentes a la gestión documental (ciclo de vida del documento). Los resultados obtenidos muestran que 38% de los encuestados mantiene una cultura de las actividades referentes a la gestión de la información, demostrando que si llevan un control en las actividades referentes a la gestión documental. Por otro lado, un 62% indican que mantienen el control de documentos, pero por falta de tiempo no lo hacen de forma adecuada, arriesgándose a usar material obsoleto.

Interpretación

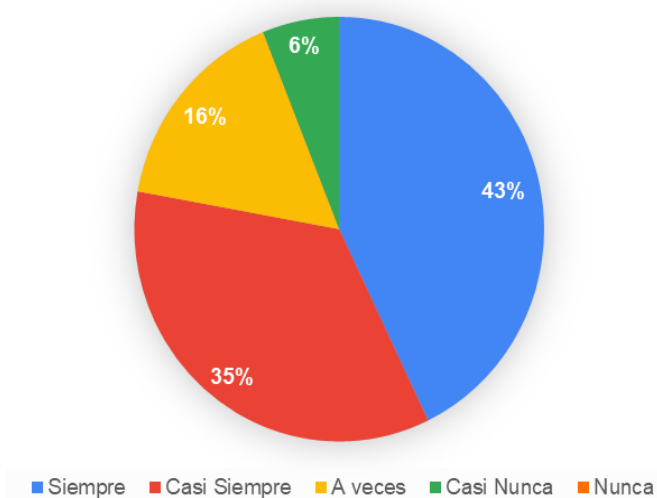
La mayor parte de los encuestados se evidencia que la mayoría de los establecimientos comerciales no llevan de forma correcta la actividad de control de documentos, por el desconocimiento y la falta de tiempo, arriesgándose a utilizar documentos obsoletos, mientras que el porcentaje restante sí llevan un control en las actividades referentes a la gestión documental, teniendo claro cómo se lleva a cabo este proceso.

Tabla 23. La información se encuentra: etiquetada, codificada y organizada.

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	120	43%
Casi Siempre	98	35%
A veces	45	16%
Casi Nunca	17	6%
Nunca	0	0%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje si la información se encuentra: etiquetada, codificada y organizada.

Figura 15. La información se encuentre: etiquetada, codificada y organizada.



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre si la información se encuentra: etiquetada, codificada y organizada.

Análisis

La pregunta sobre la información se encuentra: etiquetada, codificación y organizada. Los resultados obtenidos muestran que el 78% manifestaron que si llevan la información de la siguiente forma: etiquetada, codificada y organizada, lo cual es un punto positivo facilitando el acceso rápido y oportuno, mejorando los procesos administrativos. Por otro lado, el 22% indicó que en ocasiones los documentos no se

encuentran de manera adecuada, lo que enfrenta a dificultades, afectando la tramitación y generando errores.

Interpretación

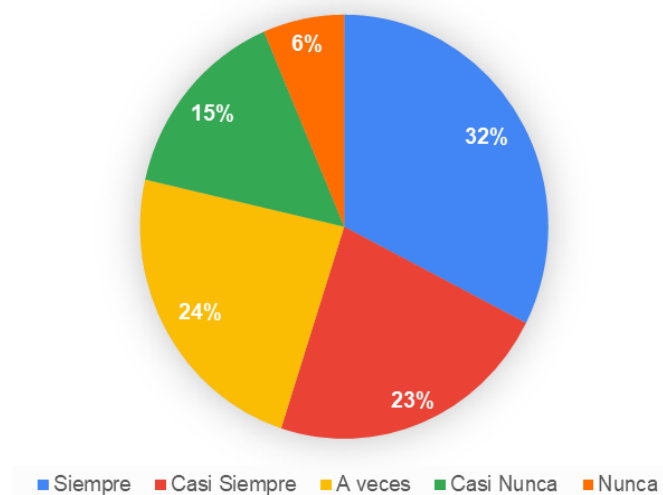
La mayoría de los establecimientos comerciales si manejan la información de forma adecuada para el almacenamientos, mejorando los procesos al accesos rápido y eficiente, mientras que el porcentaje restante desconoce sobre la forma en cómo se debe de llevar a cabo este proceso asegurando la existencia e integridad de los datos.

Tabla 24. La gestión de la información reduce el desperdicio del papel

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	91	32%
Casi Siempre	63	23%
A veces	66	24%
Casi Nunca	42	15%
Nunca	18	6%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre la adecuada gestión de la información reduce el desperdicio del papel.

Figura 16. *La gestión de la información reduce el desperdicio de papel*



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre la adecuada gestión de la información, reduciendo el desperdicio del papel.

Análisis

La pregunta sobre la adecuada gestión de la información reduce el desperdicio del papel. Los resultados obtenidos muestran que el 55% de los establecimientos tienen claridad sobre la adecuada gestión de la información que le permite reducir el desperdicio del papel, Por otro lado, un 45% expresó una postura intermedia, considerando que no saben si el manejo correcto de la gestión de la información influye a reducir el consumo del papel.

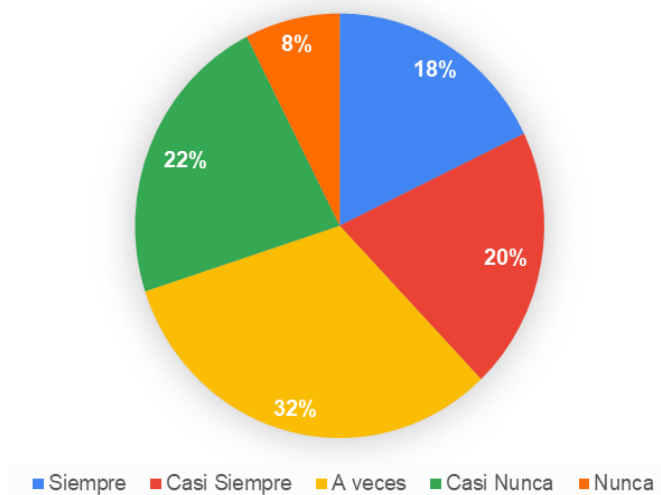
Interpretación

La mayor parte de los encuestados manifiestan que la adecuada gestión de la información reduce el desperdicio de papel, ya que utilizan de forma correcta los recursos, mientras que el porcentaje restante no concientiza en llevar a cabo una buena gestión, para optimizar recursos innecesarios.

Tabla 25. Equipos tecnológicos

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	50	18%
Casi Siempre	56	20%
A veces	90	32%
Casi Nunca	63	22%
Nunca	21	8%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre si el establecimiento comercial posee equipos tecnológicos para el desarrollo de las actividades laborales.

Figura 17. Equipos tecnológicos apto para el desarrollo de las actividades

Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre si el establecimiento comercial posee equipos tecnológicos para el desarrollo de las actividades laborales.

Análisis

La pregunta sobre si los establecimientos comerciales poseen equipos tecnológicos aptos para el desarrollo de las actividades laborales. Los resultados obtenidos muestran que el 38%, manifiesta que si poseen equipos tecnológicos aptos para el desarrollo de las actividades laborales. Por otro lado, un 62% detalla la ausencia total de equipos tecnológicos, enfrenta barreras tecnológicas que impiden ejecutar sus actividades con éxito.

Interpretación

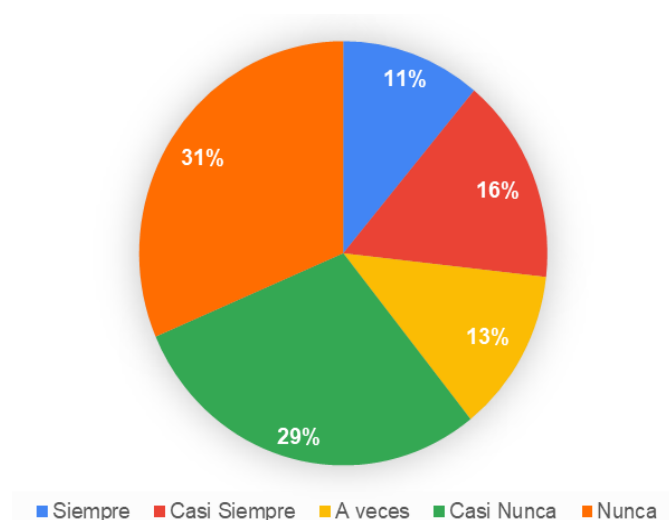
La mayoría de los encuestados manifiestan que los establecimientos comerciales tienen ausencia de equipos tecnológicos, para sus actividades diarias ocasionando desventajas en el crecimiento, mientras que el porcentaje minorista resalta que si tienen equipos adecuado que contribuyen al éxito del cumplimiento de las actividades laborales, siendo más visibles en el mercado.

Tabla 26. *El sistema de internet.*

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	31	11%
Casi Siempre	44	16%
A veces	35	13%
Casi Nunca	82	29%
Nunca	88	31%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre si el sistema de internet es apropiado para el cumplimiento de las actividades.

Figura 18. *El sistema de internet.*



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre si el sistema de internet es apropiado para el cumplimiento de las actividades.

Análisis

La pregunta sobre el sistema de internet es apropiada para el cumplimiento de las actividades. Los resultados obtenidos muestran que el 27%, manifiesta que si tiene acceso a internet para ejecutar las actividades lo que satisface positivamente a sus actividades diarias. Por otro lado, un 73% indican que de los encuestados, detallan que la conexión a internet no es apta y depende de otros factores como la ubicación y la capacidad del sistema.

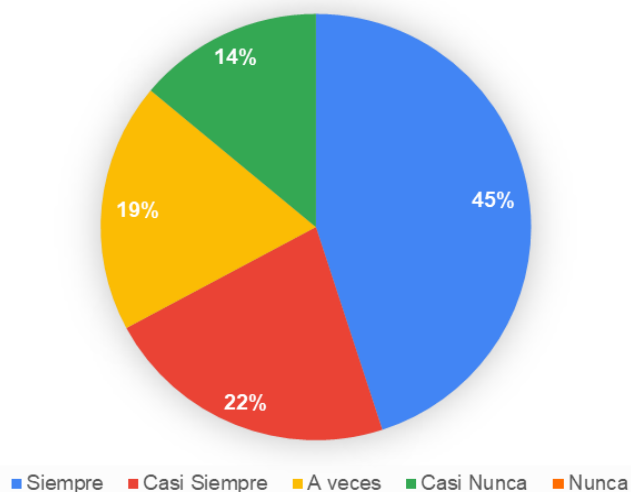
Interpretación

La gran parte de los encuestados exponen que los establecimientos comerciales no tienen una conexión a internet adecuada, ya que intervienen varios factores, lo que ocasiona retrasos inesperados en las actividades, mientras que el porcentaje restante tiene acceso al internet sin interrupciones al navegar y realizar con éxito sus operaciones.

Tabla 27. Herramientas de comunicación.

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	126	45%
Casi Siempre	62	22%
A veces	53	19%
Casi Nunca	39	14%
Nunca	0	0%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre la frecuencia de las herramientas de comunicación en los establecimientos comerciales.

Figura 19. Herramientas de comunicación.

Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre la frecuencia de las herramientas de comunicación en los establecimientos comerciales.

Análisis

La pregunta sobre la comunicación interna en los establecimientos se utiliza frecuentemente como herramientas de comunicación. Los resultados obtenidos muestran que 67% de los encuestados manejan frecuentemente herramientas de comunicación favoreciendo a su operatividad diaria. Por otro lado, un 33% indican que utilizan ocasionalmente las herramientas de comunicación entre el equipo.

Interpretación

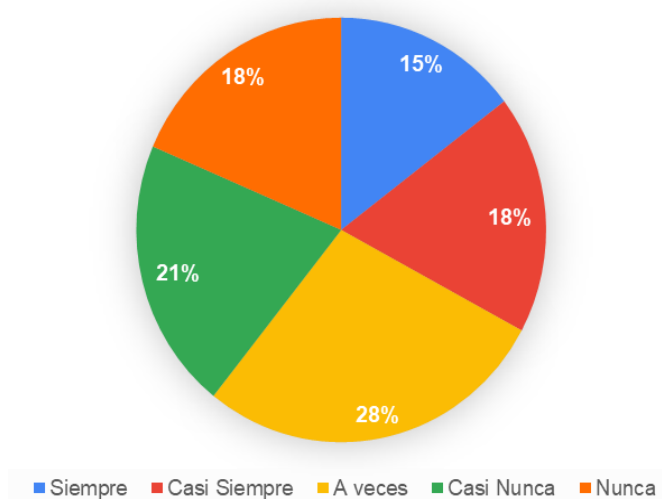
Un gran porcentaje manifiesta que la mayoría de los establecimientos comerciales utilizan los medios de comunicación, para tener una fluidez en la información y una adecuada comunicación con los equipos de trabajo, sin importar la distancia y el lugar, mientras que el porcentaje restante revelando que no usa ocasionalmente, ya que presenta inconsistencias, por ende prefieren hacerlo de forma presencial y también es por la carencia de recursos tecnológicos.

Tabla 28. *Software para la gestión de la información.*

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	41	15%
Caso Siempre	51	18%
A veces	78	28%
Casi Nunca	58	21%
Nunca	52	18%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre si utilizan algún software para la gestión de la información.

Figura 20. *Software para la Gestión de la Información.*



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre si utilizan algún software para la gestión de la información.

Análisis

La pregunta sobre si utilizan algún software para la gestión de la información. Los resultados obtenidos muestran que 33% , manifiesta que, si utilizan un software para la adecuada organización y procesamiento de la información, mejorando la eficiencia y la eficacia en los procesos operativos y administrativos. Por otro lado, un 67% indican que no cuentan con el uso del software por desconocimiento o desinterés, impidiendo una gestión ágil y de calidad.

Interpretación

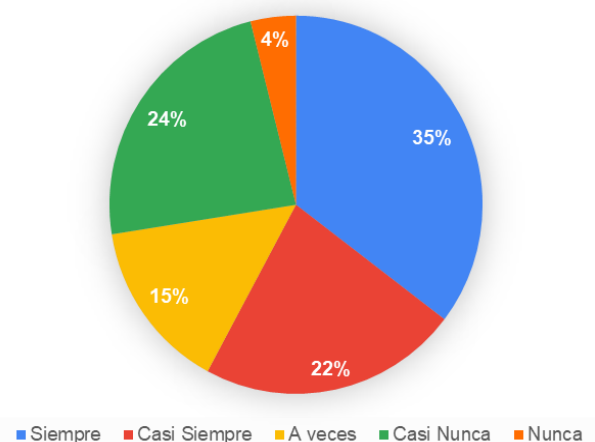
La mayoría de los encuestados exponen que los establecimientos comerciales no optan por implementar un software para facilitar procesos, desconfían en su totalidad para adquirir estas herramientas, por lo que se enfrentan a varios desafíos, frente a la innovación tecnológica, mientras que el porcentaje restante si aprovecha de los beneficios que ofrecen estas tecnologías para garantizar la eficacia en los procesos.

Tabla 29. Sistema que permita dinamizar la Gestión de la información.

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	99	35%
Casi siempre	63	22%
A veces	41	15%
Casi Nunca	66	24%
Nunca	11	4%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre la implementación de un sistema que permita dinamizar la gestión de la información.

Figura 21. *Sistemas que permitan dinamizar la gestión de la información.*



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre la implementación de un sistema que permita dinamizar la gestión de la información.

Análisis

La pregunta sobre si consideran implementar un sistema que permita dinamizar la gestión de la información. Los resultados obtenidos muestran que 57% de los encuestados manifiesta que, si consideran oportuno y de utilidad implementar un sistema para dinamizar la gestión de la información. Por otro lado, un 43% manifiesta que no han considerado importante la adopción y que aún confían en los procesos tradicionales

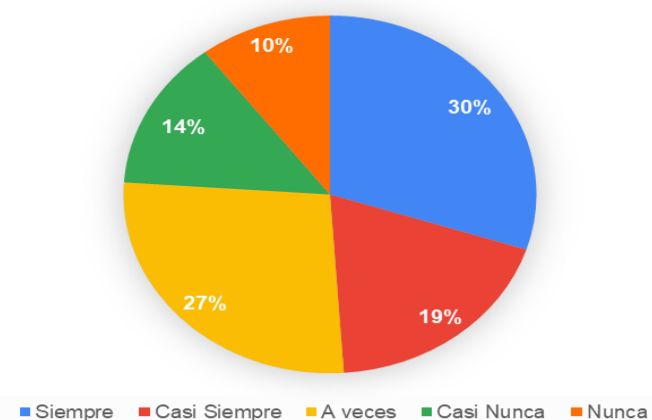
Interpretación

En la mayoría de los establecimientos comerciales consideran importante la implementación de un sistema, ya que conlleva grandes beneficios optimizando procesos y reduciendo riesgo de pérdida de datos, mientras que el porcentaje restante prefiere sus procesos tradicionales, evadiendo la modernización y digitalización que demanda en la actualidad perdiendo así la ventaja competitiva en el mercado.

Tabla 30. La gestión de la información permitirá tener en el espacio físico.

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	84	30%
Casi Siempre	53	19%
A veces	76	27%
Casi Nunca	38	14%
Nunca	29	10%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre si un sistema de gestión de la información permitirá aprovechar eficientemente el espacio físico.

Figura 22. La gestión de la información permitirá tener espacio físico.

Nota. En la siguiente detalla el porcentaje sobre si un sistema de gestión de la información permitirá aprovechar eficientemente el espacio físico.

Análisis

La pregunta sobre si consideran que un sistema de información permita aprovechar eficientemente el espacio de los establecimientos. Los resultados obtenidos muestran que 49% de los encuestados menciona que, si es adecuado un sistema de gestión de la información, ya que permitirá la digitalización de todo lo físico. Por otro lado, un 51% indican que tienen miedo al uso de un nuevo sistema, lo que prefieren llevar de forma física aplicando las técnicas que se ha venido llevando hasta la

actualidad.

Interpretación

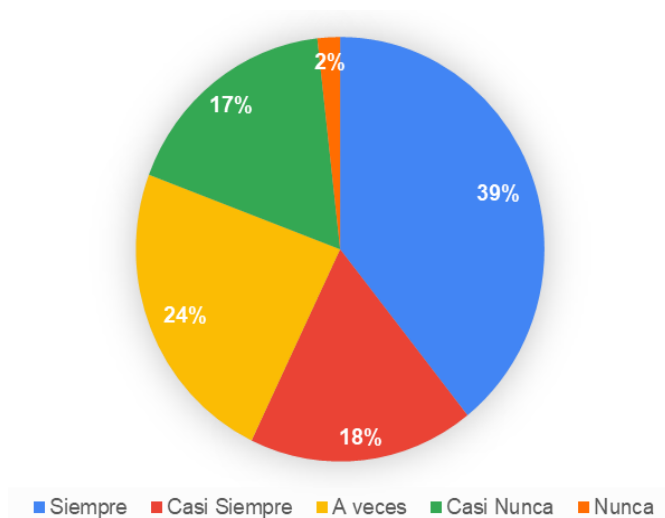
La mayoría de los encuestados mencionan que los establecimientos comerciales prefieren llevar la gestión de la información de forma física, manteniendo sus técnicas tradicionales, mientras que el porcentaje restante menciona que sí es importante un sistema, lo que permite la digitalización y permite aprovechar el espacio físico.

Tabla 31. Reemplazar los procesos tradicionales

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	110	39%
Casi Siempre	50	18%
A veces	66	24%
Casi Nunca	49	17%
Nunca	5	2%
Total	280	100%

Nota. Detallar de las respuestas obtenidas en los establecimientos comerciales.

Figura 23. Reemplazar los procesos tradicionales



Nota. La figura representa el porcentaje si es conveniente el reemplazar los procesos tradicionales con un sistema encargado del manejo de la gestión documental.

Análisis

La pregunta sobre si considera conveniente reemplazar los procesos tradicionales con un sistema encargado del manejo de la gestión de la información. Los resultados obtenidos muestran que 57% manifiesta que consideran conveniente reemplazar los procesos tradicionales por un sistema para el manejo de la información. Por otro lado, un 43% indican que no consideran útil un sistemas de gestión ya que aún confía en los métodos tradicionales

Interpretación

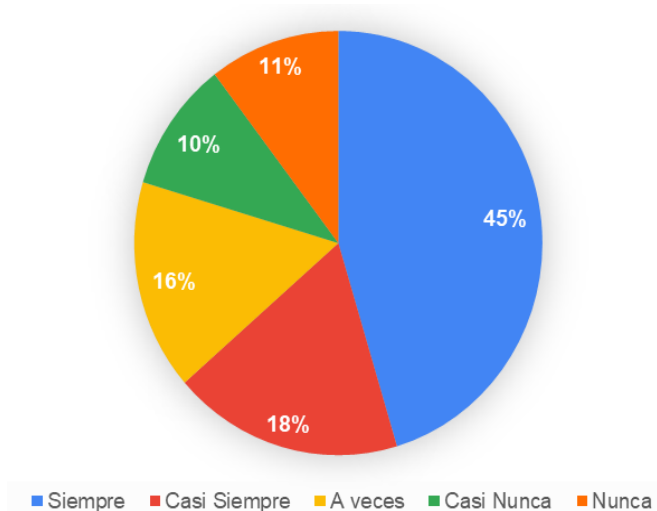
Este porcentaje significa que la mayoría de los establecimientos comerciales consideran conveniente reemplazar los procesos tradicionales por un sistema de gestión de la información, ya que conlleva grandes beneficios optimizando procesos y reduciendo riesgo de pérdida de datos, mientras que el porcentaje restante que rechaza la adopción del sistema debido al desconocimiento del uso y sus beneficios.

Tabla 32. Documentos seguros y con acceso autorizado.

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	127	45%
Casi Siempre	51	18%
A veces	45	16%
Casi Nunca	28	10%
Nunca	29	11%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre si un SGD garantiza que los documentos se mantengan seguros y con acceso autorizado.

Figura 24. Documentos seguros y con acceso autorizado.



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre si un SGD garantiza que los documentos se mantengan seguros y con acceso autorizado.

Análisis

La pregunta sobre si un SGD garantiza que los documentos confidenciales se mantengan seguros y con acceso autorizado. Los resultados obtenidos muestran que 63% de los encuestados procesan manifiesta que confían en que el SGD, ya que garantiza el acceso rápido y ágil a la información, destacando su utilidad para proteger y asegurar cada archivo. Por otro lado, un 37% indica que tiene dudas sobre su efectividad, y a su vez el funcionamiento.

Interpretación

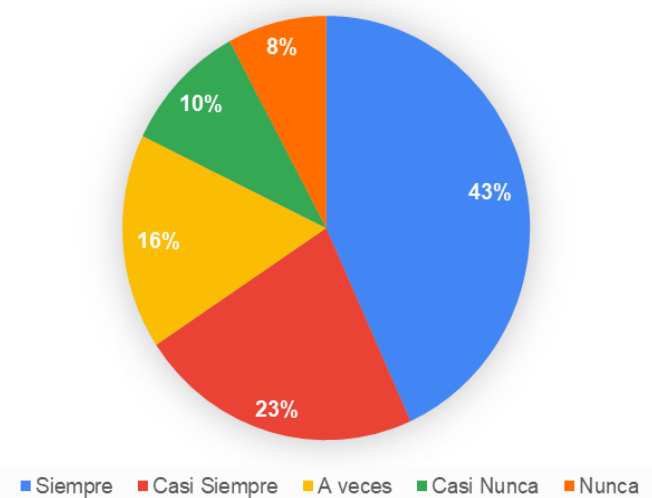
La mayoría de los encuestados exponen que los establecimientos comerciales confían en que los Sistemas de Gestión Documental, ya que garantiza el accesos rápido y ágil a la información, destacando su utilidad para proteger y asegurar cada archivo, evitando pérdidas, mientras que el porcentaje restante tienen dudas sobre su efectividad, debido al desconocimiento en estos sistemas, vulnerabilidades de la tecnología y generando fallas técnicas, lo cual provoca la pérdida de la información.

Tabla 33. Se disminuyen los tiempos de búsqueda de los documentos.

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	121	43%
Casi Siempre	63	23%
A veces	46	16%
Casi Nunca	28	10%
Nunca	22	8%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre la implementación de un sistema de gestión de la información, permitiendo la disminución de los tiempos de búsqueda.

Figura 25. Se disminuyen los tiempos de búsqueda de los documentos.



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre la implementación de un sistema de gestión de la información, permitiendo la disminución de los tiempos de búsqueda.

Análisis

La pregunta sobre la implementación de un sistema de gestión de la información para disminuir los tiempos de búsqueda de los documentos. Los resultados obtenidos muestran que 34% de los encuestados manifiestan que, si consideran que la

implementación de un sistema de Gestión de la información, ya que disminuyendo los tiempos de la búsqueda de la información. Por otro lado, un 73% reconocen que su utilidad en casos no contribuye de manera óptima, evidenciando que los beneficios de estos sistemas son ocasionales y limitados.

Interpretación

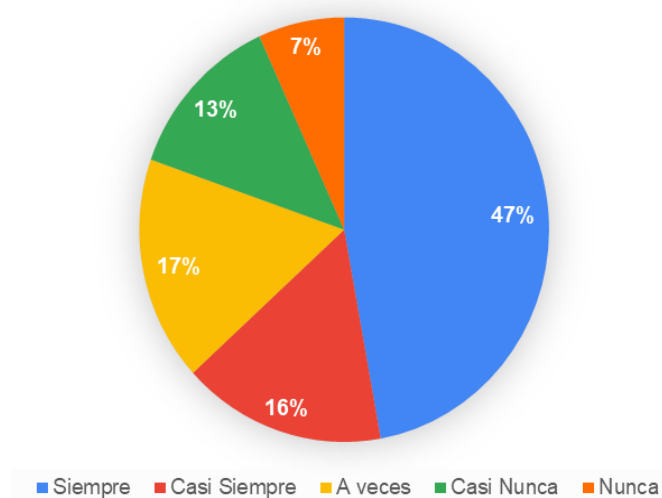
La mayoría de los resultados determinan que los establecimientos comerciales si consideran oportuno la implementación de un sistema, ya que van disminuyendo los tiempos de la búsqueda de la información, mientras que el porcentaje restante no considera pertinente la implementación de un sistema de gestión ya que conocen su importancia.

Tabla 34. Almacenamiento y organización de los documentos

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	132	47%
Casi Siempre	45	16%
A veces	48	17%
Casi Nunca	36	13%
Nunca	19	7%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre la implementación de un sistema, el cual permitirá el almacenamiento y organización de los documentos.

Figura 26. Almacenamiento y organización de los documentos.



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre la implementación de un sistema, el cual permitirá el almacenamiento y organización de los documentos.

Análisis

La pregunta sobre si está de acuerdo en la implementación de un sistema de gestión de la información permitiendo el almacenamiento y organización de los documentos. Los resultados obtenidos muestran que 27% de los encuestados procesan y almacenan la información de forma digital, ya que aseguran que tiene beneficios para optimizar procesos. Por otro lado, un 73% indican que no cuentan con tecnología adecuada y no tienen el conocimiento idóneo para el manejo

Interpretación

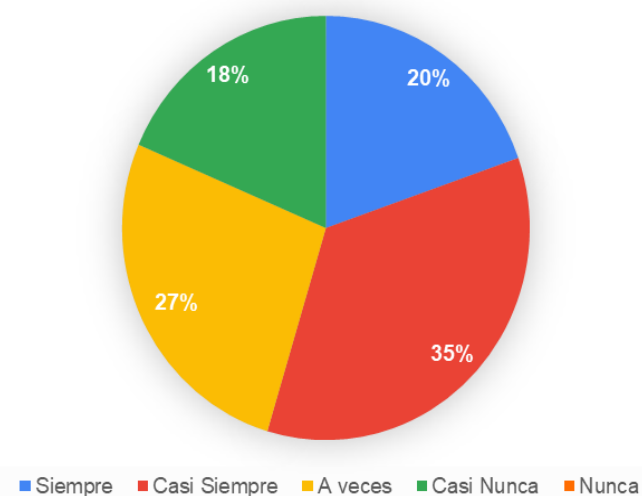
Gran parte de los encuestados manifiestan que los establecimientos comerciales no procesan ni almacenan la información de forma digital, debido a que no cuentan con tecnología idónea y actualizada, mientras que el porcentaje restante sabe cómo manejar esto podría ser porque fueron capacitados.

Tabla 35. Gestión documental en el establecimiento comercial.

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	55	20%
Casi Siempre	98	35%
A veces	75	27%
Casi Nunca	52	18%
Nunca	0	0%
Total	280	100%

Nota. La tabla representa el porcentaje sobre la forma adecuada de llevar los procesos de la administración y la gestión documental en el establecimiento comercial.

Figura 27. *Gestión documental en el establecimiento comercial.*



Nota. En la siguiente figura detalla el porcentaje sobre la forma adecuada de llevar los procesos de la administración y la gestión documental en el establecimiento comercial.

Análisis

Los resultados obtenidos muestran que 27% de los encuestados procesan y almacenan la información de forma digital, ya que aseguran que tiene beneficios para optimizar procesos. Por otro lado, un 73% indican que no cuentan con tecnología adecuada y no tienen el conocimiento idóneo para el manejo

Interpretación

La mayoría de los encuestados exponen que los establecimientos comerciales no llevan los procesos de la administración y gestión documental de forma adecuada, debido a que no cuentan con tecnología idónea y actualizada, mientras que el porcentaje restante si sabe cómo manejar, esto puede ser por su preparación en dicha área.

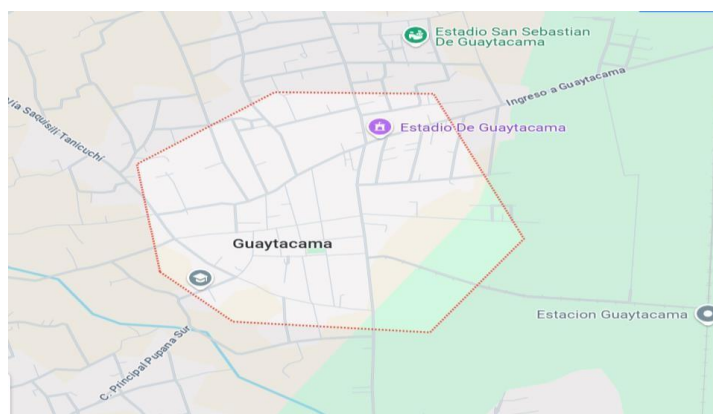
9. PROPUESTA

TIC EN LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE LA PARROQUIA GUAYTACAMA

La parroquia de Guaytacama es una zona rural que cuenta con 15,158 habitantes y una ubicación de 27 km, según Censo de población y vivienda realizado el 2022, ubicada en la provincia del Cotopaxi, Ecuador. Cuenta con una riqueza en su historia ancestral reflejadas en sus tradiciones, festividades, gastronomía, contribuyendo dentro de la economía local, a su vez se destacan en su variedad de actividades económicas, entre ellas se encuentra la agricultura, la ganadería, y el comercio, permitiendo su crecimiento.

Este pueblo tiene una ubicación estratégica y su dinamismo comercial es bastante admirable, por lo han logrado desarrollarse y establecerse en el mercado local, han experimentado la necesidad de innovar y modernizarse con la implementación de las TIC en sus actividades productivas, beneficiándose positivamente y seguir expandiéndose más en el mercado digital.

Figura 28. Geografía de la Parroquia Guaytacama



Nota: Ubicación de los establecimientos comerciales de la parroquia de Guaytacama.

9.1 Presentación de la propuesta

En la actualidad, en un entorno marcado por la globalización y la digitalización, las TIC se han consolidado como recursos esenciales para optimizar la gestión de la información y aumentar la competitividad empresarial. No obstante, en áreas rurales como la parroquia Guaytacama, los comercios enfrentan significativos obstáculos para incorporar estas tecnologías, debido a limitaciones como la falta de formación, el acceso restringido a herramientas tecnológicas y el desconocimiento de sus beneficios.

Esta propuesta se orienta a diseñar estrategias adaptadas e innovadoras que promuevan el uso de las TIC en los establecimientos comerciales de Guaytacama, con el objetivo de modernizar la gestión de información en sus procesos. Mediante acciones específicas, como programas de capacitación, acceso a soluciones tecnológicas asequibles y la creación de redes de colaboración, se pretende mejorar la eficiencia operativa y, al mismo tiempo, fomentar el desarrollo económico y social de la comunidad.

Con un enfoque centrado en las necesidades locales, esta iniciativa busca transformar los métodos de gestión en los negocios de Guaytacama, reduciendo la brecha digital y fortaleciendo la sostenibilidad empresarial frente a los desafíos del mercado contemporáneo.

9.2 Objetivo General

Proponer estrategias basadas en las TIC para la gestión de la información en los

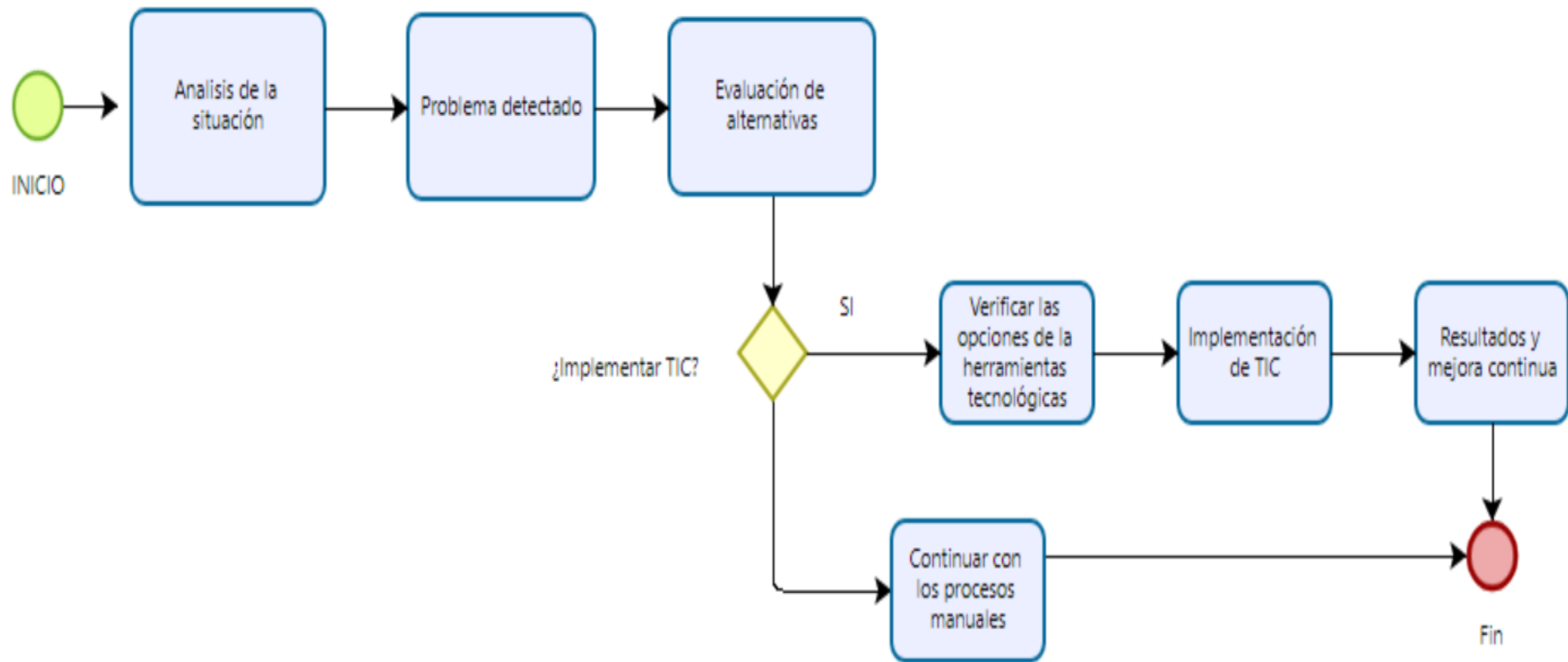
establecimientos comerciales de la parroquia Guaytacama.

9.3 Objetivos Específicos

- Analizar las necesidades y oportunidades en los establecimientos comerciales de la parroquia de Guaytacama.
- Seleccionar herramientas y plataforma tecnológicas adecuadas en los establecimientos comerciales de la parroquia de Guaytacama.
- Validar la viabilidad de estrategias propuestas en los establecimientos comerciales de la parroquia de Guaytacama

En la primera fase se llevó a cabo el análisis de las necesidades que se presentan en los establecimientos comerciales, quienes enfrentan una limitación en el desarrollo de las actividades. Posteriormente, en el proceso de selección de una herramienta se verificó la facilidad de uso, costos y la compatibilidad con los recursos disponibles en los establecimientos.

En base a los resultados obtenidos se elaboró un flujograma, en el cual se evidenciará los procesos en cómo operan en la actualidad con la ausencia de las herramientas tecnológicas en los establecimientos comerciales. En este diagrama se determinará los procesos manuales y los problemas que enfrentan, la cual permitirá identificar las debilidades al no adoptar estas herramientas, ya que sirven como una guía para asegurarla eficiencia y la rentabilidad en el mercado.

Figura 29. *Flujograma de procesos*

Nota. *Elaboración propia*

9.4 Justificación de la propuesta

La gestión de la información que se lleva a cabo en los establecimientos comerciales, enfrentando serias dificultades, ya que no cuentan con un sistema y el conocimiento óptimo para ejecutar, lo cual ocasiona retrasos en los procesos administrativos. La falta de escasez a la conexión a internet en zonas rurales, por ende, no permite tener la información en tiempo real. En cuanto a la tecnología desactualizada y el desconocimiento de sistemas que ayuden a optimizar tiempos, también opacan la competitividad frente a negocios, estos son factores que afectan negativamente y limitan al crecimiento económico, que están propensos a cometer errores al realizarlo de forma manual.

Por otro lado, la falta de conexión a internet en áreas rurales es un problema que afecta al desarrollo económico y pierden la oportunidad de expandirse en el mercado digital, ya que tienen limitaciones al acceder a plataformas virtuales para gestionar sus productos o servicios en el mundo digital. A su vez tiene restricciones para las capacitaciones virtuales o asesoramientos minimizando su conocimiento.

Finalmente, la falta de implementación de las TIC en una organización, genera multitudes de consecuencia negativa, afectando a la productividad, como en la gestión de la información. Sin la implementación de un sistema adecuado, el almacenamiento, la organización, el control y la recuperación de la información, se vuelen lentos y son propensos a tener errores, lo cual incrementa los tiempos de respuestas, afectando directamente en la experiencia del cliente

9.5 Uso de las herramientas tecnológicas en los negocios

La implementación de las herramientas en cualquier empresa sin importar su tamaño, genera beneficios en la productividad fortaleciendo su visibilidad en el comercio, facilitando la organización y administración de la información, creando un entorno empresarial más dinámico e innovador, por lo cual se da a conocer como la tecnología contribuye en beneficio de estas:

9.6 Negocios pequeños y Medianos:

Los negocios con este tamaño, generan información en cantidades considerables, por lo cual es una clave fundamental para expandirse y competir en el mercado, lo que les permite:

- Mejorar la gestión documental

- Optimizar los procesos administrativos

- Fortalecimiento de la marca en el mercado

- Mejorar el uso de los canales de difusión

- Adaptación a los cambios tecnológicos

La innovación e implantación de estas herramientas tecnológicas permiten a todos los negocios crecer y desarrollarse sin importar el tamaño o giro comercial, permitiendo mejorar la gestión y fortalecer cada proceso administrativo, adaptándose al cambio constante de la tecnología y reduciendo riesgos humanos o ambientales.

Para fortalecer la Gestión de la Información, mediante el uso de la TIC en los establecimientos comerciales, se ha creado las estrategias en la presente investigación, por la

cual se centra en utilizar estas herramientas tecnológicas idóneas, que trae consigo varios beneficios, ideal para gestionar la información, reconocimiento de la marca corporativa, crecimiento en el mercado digital, garantizando la transformación y la competitividad en el mercado digital, todas estas permiten la modernización de los procesos administrativos, garantizando la eficiencia y fidelización con los clientes.

Tabla 36. Cuadro de estrategias.

Estrategia con la Herramienta	Definición	Actividades	Tiempo	Responsables	Presupuesto	Beneficios
Instalar el software Google Sheets, en la gestión de archivos, almacenamiento y localización.	Herramienta que permite editar, crear y compartir las hojas de cálculo en tiempo real para mejorar la gestión de la información para optimizar los recursos.	<ul style="list-style-type: none"> ● Instalación y configuración del sistema. ● Monitoreo del sistema ● Capacitación al personal sobre el uso. ● Seguimiento y retroalimentación continua 	Permanente	Miembros de los establecimientos comerciales de la parroquia de Guaytacama.	\$ 60 mensuales	Mayor eficiencia operativa y reducción de errores en la gestión manual
Crear contenido visual del marketing digital con la herramienta Canva	Herramienta en línea que nos permite crear y generar para atraer al público con una variedad de contenido visual	<ul style="list-style-type: none"> ● Realización de talleres sobre creación de contenido para atraer al público. ● Seguimiento y perfeccionamiento para diseñar contenido novedoso de interés al público. 	Permanente	Miembros de los establecimientos de la Parroquia de Guaytacama	\$ 300 anuales	Incremento en la visibilidad de los negocios y captación de nuevos clientes.
Utilizar las redes sociales (Facebook, WhatsApp Business y Tik Tok), en el mercado digital.	Herramientas que permiten publicar contenido relevante y a su vez un medio de comunicación rápido.	<ul style="list-style-type: none"> ● Verificación de la actividad en la redes sociales. ● Capacitación sobre el posicionamiento del producto. ● Implementación de la actividades en las redes sociales 	Permanente	Miembros de los establecimientos de la Parroquia de Guaytacama..	\$ 325 de anuales	Incremento en la visibilidad y posicionamiento de la marca en el mercado.

Estrategia	Nombre de la Herramienta	Definición	Actividades	Tiempo	Responsables	Presupuesto	Beneficios
Ejecutar el software Square POS, en el sistema de puntos de ventas		Fácil de usar que permite gestionar ventas, inventarios y facilitar el proceso de pago	<ul style="list-style-type: none"> • Instalación y configuración del sistema. • Capacitación al personal sobre el uso. • Seguimiento y retroalimentación continua 	Permanente	Miembros de los establecimientos de la parroquia de Guaytacama.	\$ 1200 anuales	Reducción del tiempo y mayor confianza en la interacción.
Incorporar el software Kimios en la gestión documental		Sistema de gestión documental de código abierto, que beneficia en la organización, gestión y control de los documentos, mejorando la seguridad y el almacenamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Instalación y configuración del sistema. • Capacitación al personal sobre el uso. • Seguimiento y retroalimentación continua 	Permanente	Miembros de los establecimientos de la parroquia de Guaytacama.	\$ 1000 anuales	Identificación de áreas de mejora y continuidad del proceso de digitalización.
Automatizar procesos de información, de tiempos y errores de tareas con el sistema software Odoo.		Es una herramienta que incluye una alta gama de módulos que cubre diferentes funciones en el ámbito empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> • Instalación de la herramienta Odoo. • Selección de los módulos que la empresa desea utilizar. • Capacitación al personal. 	Permanente	Miembros de los establecimientos de la parroquia de Guaytacama.	\$4000 anuales	Mejora de la productividad tenemos un acceso a datos en tiempo real finalmente la y los más importante que esta herramienta es segura.

Nota: El cuadro muestra las estrategias para la dimensión de tecnologías de la información

Tabla 37. Matriz de seguimiento

Nombre de la Herramienta	Actividad	Responsable	Plazo	Estado(Cumplido/en proceso/ no cumplido)	Observaciones
Google Sheets					
Canva					
Facebook, WhatsApp Business y Tik Tok					
Square POS					
Kimios					
Odoo					
Firma responsables de seguimiento: Nombres y Apellidos: C.I.			Firmas de responsables: Cumplimiento estrategias: Nombres y Apellidos: C.I.		

Nota. Seguimiento de estrategias. Elaboración propia.

La implementación de las estrategias presentadas en el proyecto de investigación, no solo simboliza un proceso de modernización, sino una oportunidad de optimizar recurso y tiempo, dando prioridad a otras actividades esenciales, mejorando la eficiencia en cada proceso administrativo para garantizar el éxito y desarrollo del establecimiento comercial. Es importante que los establecimientos comerciales garanticen la correcta adopción de las estrategias propuestas, promoviendo el compromiso y aprovechando las ventajas que poseen las TIC, logrando la sostenibilidad en el tiempo y ser más competitivos en el mercado actual.

9.7 Proceso de utilizar las herramientas digitales en la gestión empresarial

Implementación de un sistema básico de gestión digital (Google Sheets)

Google Sheets en la gestión empresarial es una herramienta que no solo facilita a la gestión de datos, sino que también mejora la productividad, eficiencia y optimiza trabajos innecesarios, está a nuestro alcance y no se necesita realizar ningún pago para hacer uso de la misma, es similar a Excel, permitiendo editar, crear y compartir las hojas de cálculo en tiempo real desde cualquier dispositivo electrónico.

Procesos para el uso de la herramienta:

Pasos para el uso

Acceso y creación de una hoja de calculo

- **Ingreso a Google Sheets:** Ingresar a Google Sheets en donde están las herramientas del drive.
- **Creación de un nuevo archivo:** Para crear damos en el botón “+” y se genera una nueva plantilla.
- **Dar nombre al archivo:** Colocar el nombre al archivo, para buscar de manera rápida.

Introducción y administración de datos:

- **Ingreso De datos:** Introducción y organización de los datos
- **Administrar los datos:** Dar el sitio adecuado a cada dato.

Uso de las funciones

- **Funciones:** Usar las funciones que ofrece Google Sheets u operaciones (suma, resta, max. Min, contar, prome, etc.)

Colaboración entre el equipo de trabajo

- **Compartir:** Genera el enlace en la cual te permite a que más usuarios estén invitados a seguir editando en la hoja de cálculo.
- **Edición en tiempo real:** Permite editar en tiempo real, a pesar de que otros usuarios estén en la misma hoja de cálculo.
- **Historial:** Permite visualizar los cambios que se han generado.

Automatización de tareas

- **Uso de los filtros:** Permite a la organización realizar el análisis de grandes volúmenes de datos.

Innovación en el marketing digital (Canva)

Canva es una plataforma que utilizan todas las empresas para el diseño gráfico que permite crear contenido de manera rápida, ágil y sencilla. Se considera una herramienta clave para crear la imagen corporativa, dando a conocer el mercado.

Pasos para el uso

Acceso y creación de una cuenta

- **Ingresar a la plataforma:** En el navegador ingresar a canva o descargar en el dispositivo móvil.
- **Crear una cuenta:** Registrarse con un correo electrónico para que se vincule.

Creación de un diseño

- **Elegir una plantilla:** Seleccionar una plantilla que se ajuste a sus expectativas.
- **Usar la plantilla prediseñada:** Personalizar cada plantilla como lo necesite.

Trabajo colaborativo

- **Compartir el diseño:** Se genera un enlace en la cual compartes para invitar a tu equipo a seguir editando.
- **Asignar roles:** Editor, visualizador y administrador.

Exportar y publicar los diseños

- **Descargar en varios formatos:** Permite exportar en diferentes formatos (PNG, JPG, PDF, MP4).
- **Publicar en diferentes redes sociales:** Difusión en diferentes plataformas (Facebook, Instagram, LinkedIn y WhatsApp Business).

Ejemplos del uso en la empresa

Marketing y publicidad: Creación de anuncios, promoción de productos o descuentos para difundir en las redes sociales.

Gestión Documental: Diseño de los reportes o presentaciones.

Capacitaciones y recursos humanos: Creación de material como (certificados, guías o

instructivos).

Comunicación interna: Carteles informativos, boletines y posters de eventos o cuidados de la salud.

Implementación de redes sociales (Facebook, WhatsApp Business y Tik Tok)

Estas herramientas son de gran importancia hoy en la actualidad, ya que estamos en la era digital, lo cual es una ventaja favorable para dar a conocer los servicios y productos que ofrece cada establecimiento comercial, facilitando la interacción con los clientes de manera cercana y dinámica, sin importar el lugar ni la hora.

Pasos para el uso

Creación y configuración con las cuentas empresariales

Facebook

- **Creación de la página:** Crear la página con la información del negocio.
- **Configuración de servicios:** Crea las opciones para el cliente para que sea más fácil la interacción.

WhatsApp Business

- **Descargar la app de WhatsApp Business:** Instalar la aplicación móvil y configurar según los datos del negocio.
- **Activar opciones:** Sincroniza los mensajes rápidos para los clientes.

Tik Tok

- **Descargar la app de Tik Tok:** Instalar la aplicación móvil y configurar según los

datos del negocio.

- **Activar opciones:** Sincroniza con otras herramientas para facilitar la búsqueda de la empresa

Crear contenido atractivo y estratégico para la publicación.

- **Difundir contenido interactivo y llamativo:** Genera y publica contenido llamativo que den a conocer todos tus productos o servicios. Mejorando la interacción con los clientes y fortaleciendo la imagen corporativa en el mercado competitivo.

Implementar estrategias para la publicidad y promoción

- **Diseña:** Genera varias estrategias y promocionar los productos y servicios para obtener más resultados que mejoren tu marca en el mercado.

Atención al cliente y comunicación directa

- **Crea opciones para mejorar la atención:** Configura mensajes para generar respuestas de manera rápida y oportuna para fortalecer la atención al cliente.
- **Brindar ayuda:** Dar la solución en el momento oportuno para satisfacer las necesidades de los clientes, respondiendo dudas comunes.

Ejecución de un sistema de puntos de ventas (Square POS)

Este sistema está diseñado para facilitar la gestión de ventas, pagos y el seguimiento de inventarios en los establecimientos comerciales, permite realizar diferentes formas de pago como lo es: pago en línea, transferencia y a su vez generar los reportes de las ventas y brindar un servicio más personalizado en cada venta desde cualquier dispositivo, optimizando errores

humanos.

Pasos para el uso

Acceso y creación de una cuenta

- **Descargar y crear la cuenta:** Instalar y crear la cuenta en cualquier dispositivo con la información del establecimiento comercial.
- **Crear los productos y servicios:** Agregar los productos y servicios con los precios para dar a conocer a los clientes.

Conectar el hardware (Opcional).

- **Conexión con otros dispositivos:** Es opcional conectar con un lector de tarjetas, impresoras o escáner de código de barras.

Verificar la venta

- Ingresa a la aplicación
- Ingresa el valor a cobrar
- Elige el método de pago
- Procesa la transacción y entregar el recibo

Generar los reportes de las ventas mensuales

- Genera los reportes mensuales, diarios o semanales.
- Configuración de las notificaciones de las transacciones

Incorporación de gestión documental (Kimios)

Esta herramienta es muy esencial en la gestión documental ya que es de código abierto, en la

cual ayuda a gestionar, almacenar, organizar, buscar los documentos de forma segura y rápida para mejorar la productividad, reduciendo recursos innecesarios y garantizando la seguridad de los documentos que son generados en los establecimientos comerciales, mejorando la colaboración entre el equipo de trabajo.

Pasos para el uso

Instalación y acceso a la página

- Descargar la página oficial
- Acceder a la plataforma
- Iniciar sesión con las credenciales de cada establecimiento comercial

Configuración del sistema

- Configurar los niveles de seguridad para la protección de los documentos

Carga y gestión de documentos

- Subir los documentos
- Organización de los archivos según su categoría

Búsqueda y recuperación de información

- Usar la opción de búsqueda, para localizar de forma rápida
- Utilizar filtros o etiquetas para la recuperación de documentos

Colaboración entre equipo

- Compartir documentos con los miembros del establecimiento
- Rastrear los cambios
- Asignar permisos de lectura o eliminación de distintos colaboradores

Automatizar el flujo de trabajo

- Establecer recordatorios y notificaciones para las tareas pendientes

- Control de la gestión de documentos

10.IMPACTOS

10.1Impactos Tecnológicos

La incorporación de las TIC en los establecimientos comerciales de la parroquia

Guaytacama transforma de manera efectiva la operatividad y la gestión administrativa, desde un enfoque técnico las TIC permiten y facilitan la digitalización de documentos y la automatización de procesos esto conlleva a una notable optimización de errores humanos y tiempos de respuesta el uso de plataformas de ha sido un factor esencial en la transformación e innovación de procesos que generen beneficios al acceso rápido y oportuno a la información verídica y actualizada, además las TIC han beneficiado en la creación de trabajos colaborativos en tiempo real, impulsando el intercambio de conocimientos, tanto global y local, las plataformas digitales se han incrementado para minimizar recursos. La infraestructura tecnológica que engloba el hardware, software y redes requieren un mantenimiento continuo y la actualización del personal lo que a su vez fomenta la profesionalización y capacitación adecuada y constante.

10.2 Impacto ambiental

La introducción de las tecnologías de la información y comunicación en los establecimientos comerciales de la parroquia Guaytacama han contribuido de manera positiva en la protección del medio ambiente, el desarrollo constante ha implicado a digitalizar los archivos físicos, reduciendo el consumo del papel y el almacenamiento de documentos con los métodos tradicionales, evitando la tala masiva de los árboles en la elaboración del proceso de papel. Las empresas han migrado a sistemas digitales, por los beneficios que tienen y la forma eficiente de trabajar, disminuyendo la necesidad de papeleo y el uso de impresoras y tintas contaminantes.

10.3 Impacto social

La incorporación de las tecnologías en los establecimientos comerciales de la parroquia

Guaytacama tiene un potencial de aumentar la transparencia y la participación con la comunidad ya que las plataformas digitales facilitarán a los ciudadanos estar informados sobre las actividades de los establecimientos comerciales, la posibilidad de realizar trámites en línea reduce las barreras geográficas y de tiempo, mejorando la accesibilidad para todos los miembros de la comunidad incluyendo también la movilidad limitada.

10.4 Impacto económico

El presente proyecto de investigación tiene como impacto económico ya que se puede evidenciar un ahorro beneficioso para los establecimientos comerciales de la parroquia Guaytacama la implementación de estas tecnologías optimizan el uso de recursos como las impresoras, papel, almacenamiento físico y la gestión manual de los documentos, estas herramientas permitirán un buen desempeño y la productividad del personal, permitiendo la concentración en otras actividades estratégicas, impulsando a nuevas oportunidades en el mercado.

La adopción de tecnología avanzada, permitirá a las empresas la eliminación de recursos y procesos innecesarios, abriendo un camino en el mercado más exitoso. Asimismo, la digitalización cooperará en el impulso hacia la competitividad empresarial, ya que con la innovación de nuevas tecnologías en sus negocios pueden ofrecer mejores servicios en menos tiempo y adaptarse a las exigencias del mercado.

CONCLUSIONES

- A través de diferentes fuentes de búsqueda de información que sustenta el uso de las

TIC en la gestión de la información, ya que han contribuido de forma positiva en la gestión eficiente de la información en los establecimientos comerciales de la parroquia Guaytacama ya que su uso permite optimizar procesos, mejorar la comunicación interna de los establecimientos, aumentando la competitividad en el mercado.

- Realizar evaluaciones periódicas para saber sobre el uso el nivel de uso de las TIC en los establecimientos comerciales de la parroquia de Guaytacama, la modernización de sus sistemas de gestión de información disminuye fallos aumentando la eficacia y eficacia en sus operaciones, dando solución rápida ante las necesidades de los usuarios.
- Diseñar e implementar las estrategias para la gestión de la información con apoyo de las TIC en los establecimientos Comerciales de la parroquia de Guaytacama, para mejorar los procesos administrativos y operativos estableciendo planes de seguimientos y evaluación para medir el impacto.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda tomar de referencia a materiales actualizados para fortalecer la fundamentación teórica y su aplicación en la práctica, ya que esto ayudará a crear una

innovación y mejora continua en el giro de negocio, para la mejora de procesos comerciales basados en las herramientas tecnológicas.

- Es trascendental que los establecimientos comerciales de la parroquia Guaytacama realicen inversiones en infraestructura tecnológica adecuada para facilitar el uso eficiente de las TIC esto permitirá a los negocios gestionar su información de manera más efectiva ya que invertir en tecnología no optimiza procesos esto también mejora la experiencia del cliente.
- Se sugiere diseñar estrategias personalizadas para la integración de las TIC en la gestión de la información considerando las características específicas de cada establecimiento comercial de la parroquia Guaytacama las estrategias deben incluir la implementación de herramientas tecnológicas adecuadas y un cronograma de capacitación para el uso de las mismas.

BIBLIOGRAFÍA

- Avelino, F. A. (2021). Análisis de la influencia de la tecnología en el comercio minorista del Cantón Daule, año 2021.
<https://doi.org/http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/22757>
- Barreto Ascona, J. I. (2023). *Análisis y fundamentación de los diseños de investigación: Explorando los enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos basados en Creswell & Creswell (2018)*. Revista UNIDA Científica, 7(2), 110-117.
- Bravo et al, C. y. (2020). Las tecnologías de la información y comunicación en los comerciantes formales de Portoviejo. *Journal Bussiness Science*.
- Bravo, J., & Silva, M. (2022). "herramientas de gestión de tecnologías de información y comunicación tic y su incidencia en los sistemas de evaluación y control interno de las empresas del sector comercial reguladas por la superintendencia de compañías en la provincia de Cotopaxi".
<https://doi.org/https://repositoriobe.espe.edu.ec/server/api/core/bitstreams/5f795b9e-fa9d-4234-8c91-ad1e4fa8017d/content>
- Buenrostro y Hernández, M. (2019). La incorporación de las TIC en las empresas. Factores de la brecha digital en las MiPymes de Aguascalientes. *Economía: teoría y práctica*, 19-42.
- Buenrostro, H. E., & Hernández, M. d. (2019). La incorporación de las TIC en las empresas. Factores de la brecha digital en las MiPymes de Aguascalientes. 24.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24275/etypuam/ne/502019/buenrostro>
- Cando Arequipa, L. J., & Viracocha Toctaguano, D. Y. (2023). "la gestión documental en la dirección de agua potable y alcantarillado [dapal] del cantón Latacunga en el periodo 2022-2023". <https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/28e21f6d-5109-4140-9ee1-a2eb9b801977/content>
- Cando, A. L., & Viracocha, T. D. (2023). "la gestión documental en la dirección de agua potable y alcantarillado [dapal] del cantón Latacunga en el período 2022- 2023".

<https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/28e21f6d-5109-4140-9ee1-a2eb9b801977/content>

- Carrion J. (2023). LAS TIC´s COMO HERRAMIENTA PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS MIPYMES DEL CANTÓN MACHALA. *UTMACH*, 12,15. https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/16690/1/T-6220_CARRION%20CARRION%20JENNIFER%20GIANELLA.pdf
- Casasempere-Satorres, A., & Vercher-Ferrándiz, M. L. (2020). *Análisis documental bibliográfico. Obteniendo el máximo rendimiento a la revisión de la literatura en investigaciones cualitativas*. Boston: New Trends in Qualitative Research.
- Castells, M. (2021). Tecnologías de la información y la comunicación y desarrollo global.
- Chancay-Murillo, J. J.-S. (2023). *Contribución de la tecnología en el desarrollo de emprendimientos en el sector rural de Portoviejo*. *MQRInvestigar*, 7(3), 4420- 4441.
- Cobeña et al. (2019). Los sistemas de información en la toma de decisiones gerenciales en las empresas comerciales de Portoviejo. *Sinergia*, 12-13.
- Díez de Castro, y Redondo. (2019). Administración de Empresas: Casos, cuestiones y lecturas. *Revista Andaluza de Relaciones Laborales N°2*, 60. documento disponible en: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/2321/b13768323.pdf?sequence=1>
- Fajardo, A. (2020). Daule: Universidad Particular de Loja Tesis de Grado requisito previo para la obtención del grado de Licenciado en administración .
- Garrochena de Arjol, M., & Paul, L. (2020). Estrategias de gestión de la información asociadas a la inteligencia competitiva: apropiación práctica en organizaciones de apoyo a empresas exportadoras. *17*.
<https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935481005.pdf>
- Gil Montelongo et al. (2019). La gestión de la información como base de una iniciativa de gestión del conocimiento” . *Ingeniería Industrial La Haba*, 14-19.
- Guarrochena de Arjol, M. (2020). Estrategias de gestión de la información asociadas a la inteligencia competitiva: apropiación práctica en organizaciones de apoyo a

empresas exportadoras. *Visión de Futuro*, 15-19.

ISO. (2020). Normas mundiales para bienes y servicios de confianza.

Jàcome, B. (2020). Las TIC como herramienta de enseñanza - aprendizaje en la Escuela de Educación Básica "América y España".

<https://doi.org/https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/9f9493a2-002c-4265-8d36-62eb74d6d183/content>

Koontz H et al, y. W. (2019). *Administración una Perspectiva Global y empresarial*.

México: , Mc Graw- Hill interamericana editores SA,. documento disponible en:

<http://cieu.com.ar/descargas/2017/administracion.pdf>

La gestión de la información como base de una iniciativa de gestión del conocimiento. (2019). 32(3).

<https://doi.org/https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360433577009>

Loor Bravo, L. D., Chávez Franco, J. A., & Amador Ríos, H. D. (2023). Las tecnologías de la información y comunicación en los comerciantes formales de Portoviejo.

https://doi.org/https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/business_science/article/view/266/400

Maisincho, N. (2023). “La aplicación de las TICS para el seguimiento y control del cumplimiento de proyectos en Registro de la Propiedad del Cantón Latacunga.

Miranda, L. K. (2020). Importancia de las redes sociales en las empresas.

http://repositoriodspace.unipamplona.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12744/3427/1/Miranda_2020_TG.pdf

Morales, P. (2023). *Incursión de las TICS y la gestión de la información en los establecimientos de la ciudad de Ambato*. Universidad técnica de Ambato Trabajo de grado previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración.

<https://doi.org/https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/3d571cce-c7c4-4cdd-b9e1-aa13c1ee4942/content>

Moreno et al, C. d. (2024). *Tic y educación contemporánea*. Quito ecuador. Moyon, p.

(2019). *El uso de las tecnologías de la información y comunicación*.

- Ocapana Ruiz, J. R. (2022). Gestión de la información para mejorar los procesos en los sectores comunitarios y productivos de la provincia de Cotopaxi. *Serie Científica De La Universidad De Las Ciencias Informáticas*, 19-23.
- Pacheco, D., & Rodríguez, R. (2019). Las Tic como estrategia competitiva en la gestión empresarial. 3. <https://doi.org/http://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v3i12.72>
- Rodríguez y Pacheco. (2019). Las tic como estrategia competitiva en la gestión empresarial. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES*, 3, 3,4,5.
<https://www.redalyc.org/journal/6219/621968062004/html/>
- Román, L. S. (2024). *TIC y Emprendimiento: Reestructuración de Planes de Estudios de Nivel Superior en una Universidad Pública, 2024*. . Revista Electrónica sobre Tecnología, Educación y Sociedad, 11(21).
- Silva Castillo, J., Peñafiel Rodríguez, P., Vera Rubio, P., Remache Yucailla, N., & Yépez Yucailla, J. (2023). Tic y educación contemporánea.
https://doi.org/http://obsinvestigacion.unach.edu.ec/obsrepositorio/libros/139/tic_y_educacion_contemporanea.pdf
- Toalombo, J. (2022). Este estudio tuvo como objetivo determinar la incidencia de las herramientas de gestión de TI en los sistemas de evaluación y control interno de 22 empresas con sede en Cotopaxi durante el período 2012-2016. Debido a los avances tecnológicos y las vulnera. 18,19.
- Toscano y Diaz, T. (2019). Los desafíos de las TICS . *Fundación Santillana*.
- Vázquez, B. y. (2021). El uso de tecnología como ventaja competitiva en el micro y pequeño comercio minorista en Hermosillo, Sonora. *Estudios Fronterizos*, 17- 19.
- Villota, M. L. (2024). La transformación digital como una oportunidad para la competitividad empresarial y su crecimiento sostenible. El caso de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) en Pasto-Nariño–Colombia. *Conocimiento global*, 9(2), 396-421.

